

**ANALISIS MAJELIS AKAD  
PERSPEKTIF WAHBAH AZ-ZUHAILI DALAM JUAL BELI  
ONLINE DI MARKETPLACE TOKOPEDIA DAN SHOPEE**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Syariah  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Hukum (S.H)**

**Oleh**

**SYABILLAH AL-ASH  
NIM. 1817301119**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, Saya:

Nama : Syabillah Al-Ash

NIM : 1817301119

Jenjang : S-1

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah

Universitas : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Menyatakan bahwa naskah skripsi berjudul “ANALISIS MAJELIS AKAD PERSPEKTIF WAHBAH AZ-ZUHAILI DALAM JUAL BELI *ONLINE* DI *MARKETPLACE* TOKOPEDIA DAN SHOPEE” ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang saya peroleh.

Purwokerto, 30 Desember 2022

Saya yang menyatakan,



**Syabillah Al-Ash**  
NIM. 1817301119

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

**Analisis Majelis Akad Perspektif Wahbah Az-Zuhaili Dalam Jual Beli Online di Marketplace Tokopedia dan Shopee**

Yang disusun oleh **Syabilah Al-Ash (NIM. 1817301119)** Program Studi **Hukum Ekonomi Syariah**, Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada tanggal **16 Januari 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

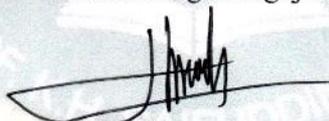
Ketua Sidang/ Penguji I

  
Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag.  
NIP.19720105 200003 1 003

Sekretaris Sidang/ Penguji II

  
Mokhamad Sukron, Lc., M.Hum.  
NIP. 19860118 202012 1 005

Pembimbing/ Penguji III

  
Abdullah Hasan, M.S.I.  
NIP. 19851201 201903 1 008

Purwokerto, 24 Januari 2023

Dekan Fakultas Syari'ah

  
Dekan Supani, S.Ag, M.A.  
NIP. 19700705 200312 1 001

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Purwokerto, 30 Desember 2022

Hal : Pengajuan Munaqasyah Skripsi

Sdr. Syabillah Al-Ash

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Syariah UIN  
Prof.K.H. Saifuddin Zuhri  
Di Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah melakukan bimbingan telaah, arahan, dan koreksi, maka melalui surat ini saya sampaikan bahwa:

Nama : Syabillah Al-Ash  
NIM : 1817301119  
Jurusan : Muamalah  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Majelis Akad Perspektif Wahbah az-Zuhaili dalam  
Jual Beli *Online* di *Marketplace* Tokopedia dan Shopee

Sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri untuk dimunaqasyahkan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.)

Demikian atas perhatian Bapak, saya mengucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Purwokerto, 30 Desember 2022



**Abdullah Hasan, M.S.I**  
NIP. 198512012019031008

**ANALISIS MAJELIS AKAD PERSPEKTIF WAHBAH AZ-ZUHAILI  
DALAM JUAL BELI *ONLINE* DI *MARKETPLACE*  
TOKOPEDIA DAN SHOPEE**

**ABSTRAK**

**Syabillah Al-Ash  
NIM. 1817301119**

**Program Studi Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas Syariah**

**Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

*Ṣighāt* akad merupakan indikasi untuk menunjukkan adanya saling keridhaan di antara penjual dan pembeli. *Ṣighāt* akad harus ada persesuaian antara ijab dan kabul sebagai bentuk kata sepakat, serta pernyataan kehendak tersebut harus disampaikan dalam satu majelis yang sama. Terdapat perbedaan di antara ulama seperti seperti Mazhab Syafiiyah, Malikiyah, Hanabilah dan Hanafiyah yang berpendapat mengenai majelis akad yakni berkumpulnya penjual dan pembeli dalam satu tempat dan satu waktu secara fisik. Lain halnya Wahbah az-Zuhaili, yang memperbolehkan keduanya berada di tempat berjauhan asal ada sarana komunikasi yang menghubungkan, misal telepon, telefaks, video *call* dan sejenisnya. Tujuan penelitian berfokus pada pandangan Wahbah az-Zuhaili terhadap majelis akad dalam jual beli *online* di *marketplace* Tokopedia dan Shopee.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian pustaka (*library research*), yang mana penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data primer yang digunakan penelitian ini adalah *website* resmi Tokopedia dan Shopee serta kitab *Al-fiqhu Al-islāmiyyu wa'adillatuhu* Jilid 4 karya Wahbah az-Zuhaili yang diterjemahkan oleh Abdul Hayyie al-Kattani. Metode pengumpulan datanya menggunakan metode dokumentasi, dan metode analisis data yang digunakan berupa metode deskriptif analisis.

Dari penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Praktik jual beli *online* di *marketplace* Tokopedia dan Shopee ini termasuk pada akad *ba'i aṣ-ṣalam* yang mana pembayarannya dapat dilakukan terlebih dahulu atau ketika barang dikirim. Kemudian majelis akad menurut pandangan Wahbah az-Zuhaili dalam jual beli *online* di *marketplace* Tokopedia dan Shopee dinilai telah sesuai, karena Beliau menginterpretasikan majelis akad dalam arti non fisik (tidak diharuskan dalam satu tempat secara fisik) yakni kesatuan tempat ini merupakan sarana yang berguna untuk menghubungkan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi secara berjauhan. Kesatuan waktu, ijab dan kabulnya berkesinambungan dan tidak terputus oleh sesuatu yang dapat membatalkan ijabnya hal ini dihitung dari awal pemesanan hingga barang diterima oleh pembeli. Kesatuan kondisi, di mana penjual dan pembeli tidak mengalami perubahan kondisi, seperti pembatalan yang dilakukan oleh pembeli maupun penjual.

**Kata Kunci:** Majelis Akad, Wahbah az-Zuhaili, Jual Beli *Online*, *Marketplace*

## MOTTO

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ

*“ Sungguh, kami telah menciptakan manusia dalam bentuk sebaik-baiknya “*  
(Q.S. At-Tin:4).

**Bahkan saat pikiranmu meremehkan dirimu sendiri, Allah SWT tetap mendukungmu dengan mengatakan kamu ciptaan terbaik-Nya.**



## PERSEMBAHAN



Dengan mengucap penuh rasa syukur atas segala nikmat, karunia dan hidayah-Nya. Penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT, yang selalu memberikan pertolongan dan kemudahannya sehingga penulis mampu menyelesaikan apa yang menjadi kewajiban dan tanggung jawab seorang akademis.
2. Kedua Orang Tua, Abi Syaugy Achmad Al-Ash dan Mamah Toimah. Terimakasih telah banyak mensupport baik moril maupun materiil, terimakasih banyak atas kasih sayang yang terus mengalir untuk penulis. Bahkan beribu-ribu ungkapan terimakasih yang ditulis pun tidak akan cukup menggambarkan rasa syukur ini.
3. Dosen Pembimbing, Bapak Abdullah Hasan, M.S.I., Terimakasih banyak atas motivasi semangat dan saran selama proses skripsi. Tanpa peran beliau, penulis mungkin belum melangkah sejauh ini untuk dapat menyelesaikan skripsi.

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor 158 tahun 1987 Nomor 0543 b/U/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

### A. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥ	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žet	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Şad	Ş	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ðad	Ð	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa'	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za'	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	.... '....	Koma terbalik keatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	W
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof

ي	Ya'	Y	Ye
---	-----	---	----

### B. Vokal Pendek

--◌ْ---	Fathah	Ditulis	A
--◌ِ---	Kasrah	Ditulis	I
--◌ُ---	D'ammah	Ditulis	U

### C. Vokal Panjang

تَرَاضٍ	Ditulis	<i>Tarāḍim</i>
---------	---------	----------------

### D. Maddah

تَكُونُ	Ditulis	<i>Takūna</i>
---------	---------	---------------

### E. Ta Marbūḥah

*Ta marbūḥah* yang hidup atau mendapatkan *ḥarakatfathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah /t/.

تِجَارَةٌ	Ditulis	<i>Tijāratan</i>
-----------	---------	------------------

### F. Syaddah (*tasydid*)

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

إِلَّا	Ditulis	<i>illā</i>
--------	---------	-------------

تَرَاذِيبٌ مِّنْكُمْ	Ditulis	<i>Tarāḍim mingkum</i>
----------------------	---------	------------------------

### G. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun itu, hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila Hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

أَنَّ	Ditulis	<i>An</i>
-------	---------	-----------

### H. Kata Sandang Alif dan Lam

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti huruf *syamsiyyah* dengan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

1. Bila diikuti huruf Qamariyyah, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung atau hubung. Contoh:

الْفِئَةُ	Ditulis	<i>Al-Fiqhu</i>
الْإِسْلَامِيَّةُ	Ditulis	<i>Al-Islāmiyyu</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* diikuti dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkah rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita semua dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang ini, kepada para sahabat, tabi'in, dan seluruh umat Islam yang senantiasa mengikuti ajaran Baginda Rasul, semoga kita menjadi salah satu umat yang mendapat syafa'at beliau di dunia dan di akhirat. Dengan penuh rasa syukur, saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Majelis Akad Perspektif Wahbah az-Zuhaili dalam Jual Beli *Online* di *Marketplace* Tokopedia dan Shopee”.

Skripsi ini disusun guna memenuhi tugas sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum (S.H.) dari Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Selesaiannya skripsi ini tidak terlepas dari doa, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Penulis hanya dapat mengucapkan terimakasih atas motivasi dan bimbingannya kepada:

1. Dr. KH. Mohammad Roqib, M.Ag., Selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Supani, S.Ag., M.A., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Mawardi, M.Ag., selaku Wakil Dekan I Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Hj. Nita Triana, S.H., M.Si., selaku Wakil Dekan II Fakultas Syariah

- Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Hariyanto, M.Hum., M.Pd., selaku Wakil Dekan III Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
  6. Agus Sunaryo, S.H.I., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
  7. Sugeng Riyadi, S.E., M.S.I., selaku Sekertaris Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
  8. Ainul Yaqin, M.Sy., selaku Koordinator Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
  9. Abdullah Hasan, M.S.I., selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis. Terimakasih atas bimbingan, motivasi, kritik dan saran dalam proses penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikannya.
  10. Segenap Dosen dan Staf Karyawan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
  11. Segenap Staf dan Karyawan Perpustakaan UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
  12. Kedua orang tua Abi Syaugy Achmad Al-Ash, S.Kom., dan Mamah Toimah, terimakasih atas tiap bait doa yang dilantukan, terimakasih atas segala-galanya.

13. Adik-adik penulis, Ibna Abdillah dan Abizar Al-Ghifary terimakasih telah memberi warna dalam rumah serta hidup penulis.
14. Keluarga dari pihak Abi dan Mamah yang senantiasa memberikan dukungannya terutama Alm. Jidd Achmad Mubarak Al-Ash, Almh. Jiddah Salha Hilaby, Ammi Rusdi Achmad Al-Ash, S.E., Ammi Farhad Achmad Al-Ash, Ammeh Zainah Hilaby, Ammeh Ira Yusnita, S.E., Ammeh Tuti, Om Edi, Alm Kakek Dilam, Nenek Salamah, Pakde Ropii, Pakde Arifin dan Mba Yulia Ningsih.
15. Sobat Sambat (Dona Rosiana, Nurbaeti Fitriyani, Maulidya Umi Handayani, Laelatul Maghfiroh, & Ikpi Amaliyah), Sobat Kos (Lutfi Inayah dan Iswati Setyaningsih) Sobat Sepermainan (Afi Qurottul A'eni, Nurul Istiqomah, Rozanatul Mardhiyah, Annisa Trimelinda, Ega Herawati, Usep Maulana, Okky Fajar). Terimakasih atas waktu yang telah diluangkan untuk penulis.
16. Teman-teman Hukum Ekonomi Syariah 2018 terkhusus kelas HES C, PPL PA Purbalingga Periode 2 Tahun 2021 dan KKN Tematik-49 Tahun 2022 Desa Sidoharjo Kabupaten Kebumen. Terimakasih atas kebersamaannya.
17. KMPA FAKTAPALA UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah menjadi salah satu wadah penulis berproses di Kampus.
18. Pondok Pesantren Darul Hikmah yang telah menjadi jembatan akademik penulis dalam menuntut ilmu agama.
19. *Playlist Music* dari Charlie Puth, John Mayer dan Ardhito Pramono yang sering penulis dengarkan, seakan memacu semangat untuk menjalankan hari-hari penuh dengan revisian.

20. Tidak lupa mengucapkan kata Terimakasih untuk diriku sendiri. Terimakasih telah *survive* dalam bidang akademik, terimakasih telah menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Terimakasih banyak, tetap memeluk diri sendiri, dengan erat dan hangat.

Tidak ada kata lain dari penulis untuk menyampaikan rasa syukur dan terimakasih melainkan hanya doa, semoga segala kebaikan dari semua pihak dapat kembali kepadanya serta tercatat sebagai amal ibadah yang terus mengalir dari Allah SWT. Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu untuk peneliti selanjutnya agar dapat meneliti kekurangan dari skripsi ini. Besar harapan penulis akan kebermanfaatannya skripsi ini bagi penulis dan semua kalangan pembaca.

Purwokerto, 30 Desember 2022

Penulis,



Syabillah Al-Ash  
NIM. 1817301119

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi Operasional .....	6
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
E. Kajian Pustaka .....	8
F. Sistematika Pembahasan .....	15
<b>BAB II   AKAD JUAL BELI <i>ONLINE</i></b>	
A. Akad dalam Jual Beli .....	17
1. Definisi akad jual beli .....	17
2. Dasar hukum jual beli .....	18
3. Rukun dan syarat jual beli .....	21

4. Majelis Akad dalam jual beli .....	27
5. <i>Khiyār</i> dalam jual beli .....	34
6. <i>Iqālah</i> dalam jual beli .....	40
B. Jual Beli <i>Online</i> .....	41
1. Definisi jual beli <i>online</i> .....	41
2. Kekurangan dan kelebihan jual beli <i>online</i> .....	42
3. Model akad dalam jual beli <i>online</i> .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	48
B. Pendekatan Penelitian .....	48
C. Sumber Data .....	49
D. Metode Pengumpulan Data .....	51
E. Metode Analisis Data .....	51
<b>BAB IV ANALISIS MAJELIS AKAD PERSPEKTIF WAHBAH AZ-ZUHAILI DALAM JUAL BELI ONLINE DI MARKETPLACE</b>	
A. Praktik Jual Beli <i>Online</i> di <i>Marketplace</i> Tokopedia dan Shopee .....	52
B. Majelis Akad Perspektif Wahbah az-Zuhaili dalam Jual Beli <i>Online</i> di <i>Marketplace</i> Tokopedia dan Shopee .....	63
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	73
B. Saran .....	74

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Manusia tentu tidak akan terlepas dari kegiatan muamalah, dimana muamalah merupakan seluruh akad yang membolehkan manusia saling tukar menukar barang, jasa atau suatu manfaat dengan cara dan aturan yang telah ditentukan Allah SWT. Akad secara etimologi dapat diartikan sebagai ikatan antara dua perkara, baik secara nyata maupun yang bermakna. Kemudian secara terminologi dikemukakan oleh ulama fikih ditinjau dari dua segi yaitu, pengertian secara umum menurut ulama Syafi'iyah, Malikiyah dan Hanabilah adalah semua yang dikerjakan oleh tiap individu berdasarkan keinginannya sendiri seperti wakaf, talak, pembebasan atau sesuatu yang pembentukannya memerlukan keinginan dua orang seperti jual beli, perwakilan dan gadai. Selanjutnya, pengertian secara khusus menurut ulama fikih adalah perikatan yang ditetapkan dengan ijab kabul berdasarkan ketentuan syara yang dapat memengaruhi pada objeknya.<sup>1</sup>

Salah satu bentuk muamalah yang menjadi hal pokok mengingat manusia saling membutuhkan satu sama lain yakni jual beli. Jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang memiliki nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan

---

<sup>1</sup> Iim Fahima, *Fikih Ekonomi* (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2018), hlm. 49.

pihak lain menerima uang sesuai dengan perjanjian atau peraturan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati oleh keduanya.<sup>2</sup>

Terbentuknya akad jual beli ini memerlukan unsur pembentuk akad, yakni rukun dan syarat. Pertama, adanya *aqid* atau pihak yang berakad, para pihak yang melakukan ijab dan kabul telah mencapai usia *tamyiz* atau bisa menyadari dan mengetahui isi perkataan yang diucapkan serta cakap dalam melakukan akad. Kedua, pernyataan kehendak atau *ṣighāt* adalah suatu ungkapan kedua belah pihak yang mengadakan akad berupa ijab dan kabul. Dalam pernyataan kehendak atau *ṣighāt* ini juga perlu memperhatikan persesuaian ijab dan kabul serta kesatuan majelis akad. Ketiga, objek akad dapat berupa benda, manfaat benda, jasa atau pekerjaan serta suatu hal lainnya yang tidak bertentangan dengan syariat.<sup>3</sup>

*Ṣighāt* akad atau pernyataan kehendak menjadi suatu hal krusial dalam jual beli untuk mengungkapkan keinginan yang tersembunyi dan menunjukkan adanya saling keridhaan, berdasarkan firman Allah SWT dalam Q.S. An-Nisa (4): 29:

...إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ...

...Kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu...<sup>4</sup>

Mengenai *ṣighāt* akad atau pernyataan kehendak ini merupakan suatu ungkapan para pihak yang mengadakan akad dalam bentuk ijab dan kabul.

<sup>2</sup> Sri Sudiarti, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Sumatera: FEBI UIN-SU Press, 2018), hlm.75.

<sup>3</sup> Saiful Jazil, *Fiqh Mu'amalah* (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014), hlm. 69-82.

<sup>4</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an dalam Huruf Arab dan Latin* (Bandung: Bahrul'ulum, 1972), hlm. 76.

Ijab adalah suatu pernyataan bahwa pihak pertama melakukan penawaran untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Kabul adalah suatu penerimaan dari pihak kedua atas penawaran yang dilakukan oleh pihak pertama. Ijab dan kabul diartikan sebagai perizinan (ridha atau persetujuan) yang menggambarkan kesepakatan atau kerelaan para pihak atas hak dan kewajiban yang timbul dari akad. Agar ijab dan kabul ini memiliki akibat hukum, maka diperlukan dua hal. Pertama, adanya persesuaian antara ijab dan kabul yang menandakan adanya persesuaian kehendak sehingga terwujud kata sepakat. Kedua, persesuaian kehendak tersebut harus disampaikan dalam satu majelis yang sama (kesatuan majelis).<sup>5</sup>

Dalam hal ini, para ulama berbeda pendapat mengenai kesatuan majelis akad. Terutama ulama klasik seperti mazhab Syafi'iyah, Malikiyah dan Hanabilah yang mengemukakan bahwa maksud dari satu majelis merupakan berkumpul dalam satu tempat dan satu waktu, serta dapat dianggap sah bila para pihak berkumpul secara fisik (di satu tempat). Menurut mazhab Syafi'iyah juga, apabila semua pihak yang termasuk dalam akad telah berkumpul dalam satu tempat akan tetapi di antara mereka tidak dapat melihat antara satu sama lain maka tetap dianggap tidak sah, karena tidak dapat menyaksikan antara satu dengan lainnya.<sup>6</sup>

Lain halnya dengan Wahbah az-Zuhaili yang dikenal sebagai tokoh ulama kontemporer yang terkemuka di bidang fikih, di dalam karyanya yang berjudul *Al-fiqhu Al-islāmiyyu wa'adillatuhu* Jilid 4, Beliau menjelaskan

---

<sup>5</sup> Afdawaiza, "Terbentuknya Akad dalam Hukum Perjanjian Islam", *Jurnal Al-Mawarid* XVIII, 2018, hlm. 188.

<sup>6</sup> Muhammad bin Idris al-Syafi'I, *Al-Umm̄ Juz 5* (Bayrūt: Dar al-Fikr, 2009), hlm. 41.

bahwa majelis akad merupakan satunya waktu, tempat serta keadaan kedua pihak untuk melakukan proses perundingan membentuk sebuah akad dan dibolehkan tempat salah satu pihak berbeda dengan tempat pihak yang lain atau saling berjauhan asal ada sarana komunikasi diantara keduanya seperti telepon, faks maupun tulisan.

Majelis akad dalam percakapan telepon adalah masa berkomunikasi selama percakapan itu berhubungan dengan akad, jika kedua pihak yang berbicara sudah berpindah pada tema maka majelis pun berakhir, atau melalui surat/telefaks majelis akadnya terjadi dan berakhir saat berakhirnya telepon atau sampainya surat.<sup>7</sup>

Namun saat ini, sarana komunikasi sudah tidak terbatas pada telepon dan faks saja, di mana telepon sudah dilengkapi dengan fitur internet yang disebut *smartphone*. Penggunaan *smarthphone* memudahkan semua pekerjaan, salah satunya jual beli yang bisa dilakukan melalui media *online*. Oleh karena itu, peneliti mengamati kemudahan pada bidang muamalah di mana dengan segala kepraktisan, kecepatan dan kemudahan dalam berbelanja maka transaksi tidak harus terjadi pertemuan secara langsung. Melainkan hanya dengan menggunakan teknologi internet, penjual dan pembeli sudah dapat melakukan suatu transaksi.

Baik penjual maupun pembeli yang memiliki akses internet, dapat mengakses berbagai *platform* seperti media sosial *facebook*, *instagram* dan *twitter* maupun dapat melalui *platform marketplace* lainnya, dimana

---

<sup>7</sup> Wahbah az-Zuhaili, *Al-fiqhu Al-islāmiyyu wa'adillatuhu Jilid 4*, terj. Abdul Hayyie al-Kattani (Jakarta: Gema Insani, 2011), hlm. 444.

*marketplace* bertindak sebagai pihak ketiga atau perantara penjual dan pembeli di dunia maya dengan menyediakan tempat berjualan dan fasilitas pembayaran. Bisa dikatakan *marketplace* adalah *departement store online*, contoh *marketplace* ini meliputi Tokopedia dan Shopee sebagai *platform* terbesar serta paling sering digunakan oleh sebagian masyarakat Indonesia.<sup>8</sup>

Pembeli dapat menelusuri harga, jenis dan spesifikasi dari produk yang hendak dibeli. Kemudian menentukan produk yang sesuai dan dapat melakukan pemesanan dengan mengklik produk yang telah dituju sebelumnya. Sistem akan menghubungkan pihak pembeli dengan penjual, selanjutnya secara otomatis sistem mengelola informasi pembayaran sebelum akhirnya pesanan divalidasi dan secara otomatis sistem memberi tahu pembeli bahwa pesanan telah berhasil diproses, serta produk berwujud atau digital dapat dikirimkan. Selain itu, baik Tokopedia maupun Shopee keduanya menyediakan fitur chat yang menghubungkan penjual dan pembeli untuk berkomunikasi.<sup>9</sup>

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, peneliti merasa tertarik untuk membahas majelis akad dalam pandangan Wahbah az-Zuhaili, guna mengetahui satu tempat, satu kondisi dan satu waktu yang seperti apa yang dimaksud. Sebab pembahasan mengenai majelis akad sejatinya bermuara pada batasan waktu terjadi dan berakhirnya suatu akad khususnya dalam jual beli *online* saat ini. Maka peneliti akan membahasnya

---

<sup>8</sup> Sabtarini Kusumaningsih, dkk. *Buku Panduan Marketplace* (Surabaya: CV. Global Aksara Pres, 2021), hlm. 3.

<sup>9</sup> Anugerah Ayu sendiri, "E-commerce adalah Perdagangan Online, Kenali Cara Kerjanya", [www.hot.liputan6.com](http://www.hot.liputan6.com)., diakses pada tanggal 23 Juli 2022.

ke dalam penelitian yang berjudul “**Analisis Majelis Akad Perspektif Wahbah az-Zuhaili dalam Jual Beli *Online* di *Marketplace* Tokopedia dan Shopee**”.

## **B. Definisi Operasional**

### 1. Majelis Akad

Majelis akad adalah kesepakatan atau perjanjian yang dilakukan oleh penjual dan pembeli yang dilakukan dalam satu waktu, satu tempat dan satu keadaan untuk membentuk akad, serta berlangsungnya akad ketika mereka tetap fokus pada persoalan jual beli. Maksud dari satu majelis yaitu ketika kedua belah pihak yang melakukan suatu akad hadir dan membicarakan pembahasan yang sama atau antara ijab dan kabul tidak terpisah oleh sesuatu yang menunjukkan berpalingnya akad menurut kebiasaan.

### 2. *Marketplace*

*Marketplace* adalah suatu platform yang memiliki tugas sebagai perantara antara penjual dan pembeli untuk melakukan proses transaksi produk secara *online*.<sup>10</sup>

*Marketplace* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *marketplace* yang paling sering digunakan oleh sebagian besar masyarakat, yakni Tokopedia sekitar 158, juta kunjungan dan Shopee sekitar 134,4 juta kunjungan di tahun 2021.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Sabtarini Kusumaningsih, dkk. *Buku Panduan Marketplace* (Surabaya: CV Global Aksara Pers, 2021), hlm. 2.

<sup>11</sup> Siti Nur Aeni, “7 Marketplace Terbesar di Indonesia Kuartal III 2021”, [www.katadata.co.id](http://www.katadata.co.id)., diakses pada tanggal 23 Agustus 2022.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah disampaikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik jual beli *online* di *marketplace* Tokopedia dan Shopee?
2. Bagaimana majelis akad perspektif Wahbah az-Zuhaili dalam jual beli *online* di *marketplace* Tokopedia dan Shopee?

### D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui praktik jual beli *online* di *marketplace* Tokopedia dan Shopee.
2. Untuk mengetahui majelis akad perspektif Wahbah az-Zuhaili dalam jual beli *online* di *marketplace* Tokopedia dan Shopee.

Dari penelitian ini peneliti menguraikan beberapa manfaat, baik manfaat teoritis maupun praktis, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan sebagai upaya untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai majelis akad perspektif Wahbah az-Zuhaili yang ada pada jual beli *online* di *marketplace* Tokopedia dan Shopee.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti dan para pembaca pada umumnya, dalam hal majelis akad dalam jual beli *online*. Bagi kalangan akademis, dapat memberikan kontribusi berupa bahan referensi tentang pandangan Wahbah az-Zuhaili mengenai majelis akad dalam jual beli *online*. Bagi masyarakat umum, diharapkan dapat memberi pengetahuan dan pemahaman tentang majelis akad perspektif Wahbah az-Zuhaili dalam jual beli *online* yang ada pada *marketplace* Tokopedia dan Shopee.

## E. Kajian Pustaka

Terkait dengan Majelis Akad Perspektif Wahbah az-Zuhaili dalam Jual Beli *Online* di *Marketplace* Tokopedia dan Shopee, sejauh ini peneliti tidak menjumpai satu pun di antaranya yang fokus menelaahnya. Berikut ini merupakan beberapa karya tulis serupa dengan penelitian ini yang penulis temukan diantaranya:

Skripsi Teti, Mahasiswa UIN Alauddin Makassar 2020 yang berjudul “Implementasi Khiyar dalam Jual Beli Online (Studi kasus Ketidaksesuaian Objek Pada Marketplace Shopee)”. Memiliki persamaan dengan penulis terkait jual beli *online* yang ada pada *marketplace*, namun jelas memiliki perbedaan. Penelitian sebelumnya membahas mengenai penerapan hak *khiyār* dalam jual beli *online* di mana pada situs *marketplace* shopee telah

menerapkan *khiyār* aib, *khiyār* syarat, dan *khiyār* ru'yah. Sedangkan penulis meneliti terkait majelis akad dalam jual beli *online*.<sup>12</sup>

Ashabul Fadhli dalam jurnal yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam terhadap Penerapan Akad As-Salam dalam Transaksi E-commerce”. Jurnal Pemikiran Hukum Islam Vol XV, No. 1, Tahun 2016. Memiliki persamaan dengan peneliti terkait jual beli *online*. Tetapi terdapat perbedaan yaitu penelitian sebelumnya menggunakan tinjauan hukum Islam untuk mengkaji transaksi *e-commerce* dengan pendekatan akad. Dimana ketika transaksi *e-commerce* dengan segala bentuknya telah memenuhi ketentuan dalam pelaksanaan akad secara umum dan salam secara khusus, maka transaksi tersebut dipandang sah (sahih).

Sebaliknya, apabila terdapat cacat atau ketidakjelasan (*fasid*) dalam menjalankan transaksi, seperti objek akad ada akan tetapi tidak diketahui bentuk, ukuran ataupun bobotnya. Begitu pula dalam kondisi lain seperti tidak terpenuhinya persyaratan subjek dan objek kontrak, maka secara tidak langsung transaksi *e-commerce* tidak akan lagi dibenarkan (*batil*). Oleh karena itu, pelaksanaan akad salam adalah peran yang penting dalam penerimaan atau penolakan transaksi *e-commerce*. Berbeda dengan peneliti yang membahas tentang pandangan Wahbah az-Zuhaili terhadap majelis akad dalam jual beli *online*.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Teti, ” Implementasi Khiyar dalam Jual Beli Online (Studi kasus Ketidaksesuaian Objek Pada Marketplace Shopee)”, *Skripsi* (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2020).

<sup>13</sup> Ashabul Fadhli, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Akad *As-Salam* dalam Transaksi E-commerce”, *Jurnal Pemikiran Hukum Islam*, Vol. XV, No. 1, 2016.

Skripsi Khaerul Muhajirin, Mahasiwa UIN Alauddin Makassar 2020 yang berjudul “Jual Beli Online dalam Perspektif Akad *Istishna*’ Menurut Pemikiran Imam Abu Hanifah (Studi *User* Aplikasi Go-food di Makassar)”. Skripsi ini memiliki persamaan dengan peneliti yaitu sama sama meneliti terkait jual beli *online* dalam kacamata hukum Islam. Namun jelas berbeda, bila penelitian sebelumnya termasuk kedalam penelitian lapangan (*field research*) yang membahas tentang penerapan akad *Istishnā*’ dalam jual beli *online* melalui fitur go-food di makassar.

Dimana akad *Istishnā*’ pada penelitian ini telah sesuai dengan pemikiran Imam Abu Hanifah, yaitu pembayaran pesanan yang sudah jelas tertera dalam aplikasi mengenai harga makanan, penjelasan singkat bahan, nama, gambar dan alamat restoran serta biaya pengiriman. Pembayaran bisa dilakukan menggunakan uang *cash* maupun menggunakan uang elektronik go-pay. Tidak ada waktu tetap yang ditentukan untuk penyerahan pesanan yang ditentukan dalam fitur go-food sehingga lama pesanan ini mempertimbangkan situasi *driver* go-jek sesuai dengan kesepakatan konsumen. Sedangkan unit penelitian penulis terletak pada analisis terhadap majelis akad yang terjadi dalam jual beli *online*, bukan pada penerapan akad didalamnya. Penelitian ini termasuk ke dalam *library research*.<sup>14</sup>

Skripsi Rosila, Mahasiswa IAIN Parepare 2022 yang berjudul “Konsep Khiyar Menurut Mazhab Abu Hanifah dan Mazhab Imam Syafi’i Serta Relevansinya Dengan Jual Beli Masa Kini”. Skripsi ini memiliki persamaan

---

<sup>14</sup> Khaerul Muhajirin, “Jual Beli Online dalam Perspektif Akad *Istishna*’ Menurut Pemikiran Imam Abu Hanifah (Studi *User* Aplikasi Go-Food di Makassar)”, *Skripsi* (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2020).

dengan peneliti yakni pada objek penelitiannya terkait jual beli masa kini. Namun tentu memiliki perbedaan, pada penelitian sebelumnya berfokus pada konsep khiyar dan relevansinya yang disajikan berdasarkan pandangan mazhab hanafi dan mazhab Syafi'i. Kedua mazhab ini memiliki perbedaan mengenai khiyar, serta relevansi dari konsep khiyar belum sepenuhnya relevan dengan kondisi jual beli masa kini yang dimana pelaksanaan retur dan garansinya berbeda konsep. Sedangkan peneliti membahas mengenai pandangan Wahbah az-Zuhaili terkait majelis akad dalam jual beli *online* di *marketplace*.<sup>15</sup>

Skripsi Hasinata Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh 2021 yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Khiyar pada Jual Beli Barang Bekas Online di Aplikasi Carousell (Suatu Penelitian Terhadap Penjual Barang Bekas (Preloved) di Banda Aceh)”. Skripsi ini memiliki persamaan dengan peneliti yakni membahas terkait jual beli *online*, akan tetapi memiliki perbedaan dimana penelitian sebelumnya membahas tentang penerapan hak khiyar dalam transaksi jual beli barang bekas dengan menggunakan aplikasi *carousell* sedangkan penulis membahas tentang majelis akad menurut Wahbah az-Zuhaili dalam jual beli *online* di *marketplace*.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Rosila, “Konsep Khiyar menurut mazhab abu hanifah dan mazhab imam syafii serta relevansiya dengan jual beli masa kini”, *Skripsi* (Parepare: IAIN Parepare, 2022).

<sup>16</sup> Hasinata, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Khiyar Pada Jual Beli Barang Bekas Online di Aplikasi Caraousell (Suatu Penelitian Terhadap Penjual Barang Bekas (Preloved) di Banda Aceh”, *Skripsi* (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2021).

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Teti	Implementasi Khiyar dalam Jual beli Online (Studi Kasus Ketidaksesuaian Objek Pada Marketplace Shopee)	Memiliki persamaan dengan peneliti yaitu jual beli <i>online</i> yang ada di <i>Marketplace</i> .	Dalam skripsi Teti menjelaskan mengenai penerapan hak <i>khiyār</i> dalam jual beli <i>online</i> sedangkan peneliti terkait kesatuan tempat, kondisi dan waktu dalam jual beli <i>online</i> .
2.	Ashabul Fadhli	Tinjauan Hukum Islam terhadap Penerapan Akad As-Salam dalam Transaksi E-commerce	Memiliki persamaan dengan peneliti yaitu membahas akad dalam transaksi <i>e-commerce</i> .	Dalam Jurnal pemikiran hukum islam, Ashabul Fadhli menjelaskan tentang penerapan akad salam dalam menetapkan hukum bagi transaksi <i>e-commerce</i> dengan meninjau ulang menggunakan

				<p>hukum islam.</p> <p>Sedangkan peneliti membahas pandangan Wahbah az-Zuhaili terkait majelis akad dalam jual beli <i>online</i> di <i>marketplace</i></p>
3.	Khaerul Muhajirin	<p>Jual Beli Online dalam Perspektif Akad <i>Istishna'</i> Menurut Pemikiran Imam Abu Hanifah (Studi <i>User</i> Aplikasi Go-food di Makassar)</p>	<p>Memiliki persamaan dengan peneliti yaitu membahas jual beli <i>online</i> dalam kacamata islam.</p>	<p>Dalam skripsi Khaerul Muhajirin menjelaskan tentang penerapan akad <i>Istishnā'</i> pada jual beli online melalui fitur go-food menggunakan perspektif Imam Abu Hanifah, sedangkan peneliti fokus pembahasan pada majelis akad jual beli <i>online</i> menggunakan</p>

				perspektif Wahbah az-Zuhaili.
4.	Rosila	Konsep Khiyar Menurut Mazhab Abu Hanifah dan Mazhab Imam Syafi'i Serta Relevansinya Dengan Jual Beli Masa Kini	Memiliki persamaan dengan peneliti yakni pada objek penelitiannya terkait jual beli masa kini.	Dalam skripsi Rosila menjelaskan tentang konsep dan relevansi dari khiyar dalam jual beli masa kini sedangkan peneliti membahas terkait majelis akad yang ada pada jual beli online.
5.	Hasinata	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Khiyar Pada Jual Beli Barang Bekas Online Di Aplikasi Carousell	Memiliki persamaan dengan peneliti yakni membahas jual beli <i>online</i> .	Dalam skripsi Hasinata menjelaskan tentang mekanisme penerapan <i>khiyār</i> pada jual beli barang bekas <i>online</i> di aplikasi carousell dengan menggunakan

		(Suatu Penelitian Terhadap Penjual Barang Bekas (Preloved) di Banda Aceh)		tinjauan hukum islam. Sedangkan penulis meneliti terkait majelis akad menurut Wahbah az-Zuhaili dalam jual beli online.
--	--	---	--	---

#### F. Sistematika Pembahasan

Bab I: Membahas mengenai pendahuluan, pada bab ini diawali latar belakang, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, dan analisis data dalam metodologi penelitian serta sistematika penelitian.

Bab II: Terkait landasan teoritis akad jual beli *online*, pada bab ini penulis akan memaparkan beberapa aspek penting sebagai landasan teori penelitian ini. Adapun sub babnya meliputi, yakni akad dalam jual beli, dan jual beli *online*.

Bab III: Berisi metode penelitian, pada bab ini penulis memaparkan terkait jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

Bab IV: Berisi praktik jual beli *online* di *marketplace* Tokopedia dan Shopee dan analisis majelis akad perspektif Wahbah az-Zuhaili dalam jual beli *online* di *marketplace*.

Bab V: Berisi kesimpulan dan saran yang didalamnya memuat jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah dan saran-saran yang dimaksudkan sebagai rekomendasi.



## BAB II

### AKAD JUAL BELI *ONLINE*

#### A. Akad dalam Jual Beli

##### 1. Definisi akad jual beli

Kata akad berasal dari bahasa Arab *al-aqdu* dalam bentuk jamak disebut *al-uquud* yang berarti ikatan, menurut ulama fikih akad didefinisikan sebagai hubungan antara ijab dan kabul sesuai dengan kehendak syariat yang menetapkan adanya pengaruh (akibat) hukum dalam objek perikatan.<sup>17</sup>

Al-Jashshash yang dikutip oleh Syamsul Anwar (2010) mendefinisikan akad sebagai setiap ucapan yang keluar untuk menggambarkan dua keinginan yang ada kecocokan. Dalam istilah fikih, secara umum akad berarti sesuatu yang menjadi tekad seseorang untuk melaksanakan, baik yang muncul dari satu pihak seperti wakaf, talak, sumpah maupun yang muncul dari dua pihak seperti jual beli, sewa, wakalah dan gadai.<sup>18</sup>

Adapun makna akad secara syar'i merupakan hubungan antara ijab dan kabul dengan cara yang dibolehkan oleh syariat yang mempunyai pengaruh secara langsung. Hal ini berarti bahwa akad termasuk dalam kategori hubungan yang mempunyai nilai menurut pandangan syara,

---

<sup>17</sup> Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah Studi tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 67.

<sup>18</sup> Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah Studi tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat.*, hlm. 68.

antara dua orang sebagai hasil dari kesepakatan keduanya yang kemudian dua keinginan itu dinamakan ijab dan kabul.<sup>19</sup>

Jual beli sendiri dalam istilah fikih disebut dengan *al-ba'i* yang berarti menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan sesuatu lainnya. Menurut Hanafiyah jual beli adalah tukar-menukar harta benda atau sesuatu yang diinginkan dengan sesuatu yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat. Kemudian menurut Malikiyah, Syafi'iyah dan Hanabilah jual beli adalah tukar-menukar harta dengan harta pula dalam bentuk pemindahan milik dan kepemilikan.<sup>20</sup>

Berdasarkan uraian definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa akad dalam jual beli merupakan suatu ungkapan keinginan untuk memiliki sesuatu dengan cara menukar barang dengan harta yang sepadan nilai harganya.<sup>21</sup>

## 2. Dasar hukum jual beli

Jual beli sebagai sarana tolong-menolong sesama manusia memiliki landasan yang kuat dalam al-Qur'an dan sunnah Rasulullah SAW, diantaranya:

### a. al-Qur'an:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ...

<sup>19</sup> Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam* (Jakarta: Amzah, 2010), hlm. 16.

<sup>20</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 101.

<sup>21</sup> Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam...*, hlm. 17.

Allah SWT menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...  
Q.S. al-Baqarah (2): 275.<sup>22</sup>

Ayat di atas menjelaskan terkait hukum jual beli dan riba, Allah SWT secara tegas menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Keduanya sama-sama bentuk dari sebuah usaha dalam mencari keuntungan ekonomi, meski demikian tentu terdapat perbedaan yang mendasar yakni cara memperoleh keuntungan tersebut. Jual beli merupakan kegiatan tolong menolong dan memberi manfaat. Tolong menolong disini berarti suatu kegiatan yang tidak menimbulkan riba, dimana hal tersebut berarti tidak memberatkan salah satu pihak, sedangkan riba memberi madharat.<sup>23</sup>

Ayat di atas menjelaskan terkait hukum jual beli dan riba, Allah SWT secara tegas menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Keduanya sama-sama bentuk dari sebuah usaha dalam mencari keuntungan ekonomi, meski demikian tentu terdapat perbedaan yang mendasar yakni cara memperoleh keuntungan tersebut.

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ...

Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan dari Tuhanmu). Q.S. al-Baqarah (2): 198.<sup>24</sup>

Di dalamnya terdapat pembahasan terkait mencari rezeki dengan jalan yang halal. Konteks kehalalan jual beli ini masih bersifat

<sup>22</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an dalam Huruf Arab dan Latin* (Bandung: Bahrul'uluum, 1972), hlm. 43.

<sup>23</sup> Abi Fida' Isma'I bin Umar Ibn Katsir Ad-Dimasyq, *Tafsir Qur'anul 'adzim* (Bayrūt: Al Resalah, 2006), hlm. 548.

<sup>24</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an dalam Huruf Arab dan Latin...*, hlm. 29.

umum, halal disini maksudnya tidak mengandung riba dan hal semacamnya (mengandung madharat) seperti jual beli khamr, bangkai dsb.<sup>25</sup>

...إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ...

...Kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu... Q.S. an-Nisa (4): 29.<sup>26</sup>

Ayat di atas menerangkan terkait diperbolehkannya melakukan perniagaan dengan catatan yakni didasari secara suka sama suka atau berdasarkan kerelaan hati masing-masing.

#### b. Hadis

Hadis riwayat Ibnu Majah yang menerangkan tentang jual beli:

حَدَّثَنَا الْعَبَّاسُ بْنُ الْوَلِيدِ الدِّمَشْقِيُّ حَدَّثَنَا مَرْوَانُ بْنُ مُحَمَّدٍ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ عَنْ دَاوُدَ بْنِ صَالِحِ الْمَدِينِيِّ عَنْ أَبِيهِ قَالَ سَمِعْتُ أَبَا سَعِيدٍ الْخُدْرِيَّ يَقُولُ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ

Telah menceritakan kepada kami al-Abbas bin al-Walid ad-Dimasyqi berkata, telah menceritakan kepada kami Abdul Aziz bin Muhammad dari Daud bin Shalih al-Madani dari Bapak saya berkata, aku mendengar Abu Sa'id ia berkata, "Rasulullah SAW bersabda: "Sesungguhnya jual beli berlaku dengan saling ridha" (HR. Ibnu Majah).<sup>27</sup>

Dari kandungan ayat al-Qur'an dan hadits di atas, disimpulkan bahwa para ulama sepakat terkait hukum asal jual beli adalah mubah atau boleh apabila terpenuhi syarat dan rukunnya. Namun, pada

<sup>25</sup> Abi 'Abdillah Muhammad bin Ahmad bin Abi Bakr al-Qurtubi, *Jāmi'ul Ahkam al-Qur'an*, (Bayrūt: Al Resalah, 2006), hlm. 394

<sup>26</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an dalam Huruf Arab dan Latin...*, hlm. 76.

<sup>27</sup> Muhammad Ibn Yazid al-Qazwini, *Kitab Sunan Ibnu Majah* (Beirut: Darul Kutub Ilmiah, 1995), Juz 1, No. Hadis 2176.

kondisi tertentu hukum bisa berubah menjadi wajib, haram, sunnah dan makruh:<sup>28</sup>

- a. Wajib, dikatakan wajib disaat jual beli sangat diperlukan maka penjual tidak boleh menimbun atau sengaja untuk tidak menjualnya.
- b. Makruh, dikatakan makruh ketika memperjualbelikan kulit binatang buas untuk dimanfaatkan kulitnya.
- c. Haram, dikatakan haram apabila memperjualbelikan barang yang dilarang untuk dijual. Seperti anjing, babi dan lainnya.
- d. Sunnah, dikatakan sunah ketika jual beli dilakukan dengan kerabat, sahabat atau orang-orang yang sedang membutuhkan.

### 3. Rukun dan syarat jual beli

Rukun dalam jual beli merupakan sejumlah aturan-aturan agar dapat dikatakan sah oleh syara, maka rukun dan syarat jual beli yang harus dipenuhi, diantaranya:<sup>29</sup>

- a. Ada orang yang berakad atau *al-muta'qidain* (penjual dan pembeli), syaratnya:<sup>30</sup>
  - 1) *Tamyiz*, baik penjual dan pembeli keduanya dalam posisi telah menyadari dan mengetahui isi dari perkataan yang diucapkan atau disebut dengan cakap untuk melakukan akad. Menurut madzhab Hanafiyah, Malikiyah dan Hanabilah transaksi jual beli yang dilakukan oleh anak-anak yang telah *mumayyiz* dianggap sah ketika diizinkan oleh walinya, sebaliknya jika tidak diizinkan maka transaksinya ditangguhkan sampai dibolehkan oleh walinya.

<sup>28</sup> Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli* (Bandung: PT. Remaja Restakarya, 2015), hlm. 16.

<sup>29</sup> Abdul Rahman Ghazaly, dkk. *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 70-78.

<sup>30</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002), hlm. 74-75.

Sedangkan menurut madzhab Syafi'iyah, transaksi jual beli dari anak-anak dianggap tidak sah karena tidak memiliki kelayakan.<sup>31</sup>

- 2) Baligh dan berakal. Batalnya akad anak kecil, orang gila atau orang bodoh sebab mereka tidak pandai mengendalikan harta. Allah SWT berfirman:

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ

Dan janganlah kamu berikan hartamu kepada orang-orang yang bodoh. Q.S. An-Nisa(4): 5.

Pada ayat tersebut dijelaskan bahwa harta tidak boleh diserahkan kepada orang bodoh, 'illat larangan tersebut ialah karena orang bodoh, orang gila dan anak kecil tidak cakap dalam mengendalikan harta maka tidak sah untuk melakukan ijab dan kabul.

- 3) Tanpa paksaan. Madzhab Hanafiyah, Malikiyah, Hanabilah dan Syafi'iyah sepakat bahwa transaksi jual beli yang dilakukan dengan paksaan dianggap tidak sah karena paksaan menghilangkan kerelaan dalam jual beli.<sup>32</sup>
- 4) Beragama Islam, syarat ini khusus untuk pembelian dalam benda-benda tertentu, seperti seseorang dilarang menjual hambanya yang beragama Islam sebab besar kemungkinan pembeli tersebut akan

---

<sup>31</sup> Wahbah az-Zuhaili, *Al-fiqhu Al-islāmiyyu wa'adillatuhu Jilid 5*, terj. Abdul Hayyie al-Kattani (Jakarta: Gema Insani, 2011), hlm. 38.

<sup>32</sup> Wahbah az-Zuhaili, *Al-fiqhu Al-islāmiyyu wa'adillatuhu Jilid 5*, terj. Abdul Hayyie al-Kattani., hlm. 39.

merendahkan sedang Allah melarang orang-orang mukmin memberi jalan kepada orang kafir untuk merendahkan mukmin.

b. Ada *ṣighāt* (lafal ijab dan kabul)

Para ulama fikih sepakat bahwa unsur utama dari jual beli adalah kerelaan kedua belah pihak, untuk itu dikemukakan terkait syarat *ṣighāt* sebagai berikut:<sup>33</sup>

- 1) Jelasnya *dilalah* (apa yang ditunjukkan), ijab dan kabul harus jelas menunjukkan maksud dan tidak memiliki banyak pengertian dari kedua pengakad ketika melakukan suatu transaksi.
- 2) Ijab dan kabul harus sesuai. Baik jenis, sifat, ukuran atau jatuh temponya, apabila pernyataan jawaban tidak sesuai dengan ijab maka tidak dinamakan dengan kabul serta akad tidak akan terjadi.
- 3) Ijab dan kabul menggambarkan kesungguhan atas kemauan dari kedua pihak, tidak terpaksa dan tidak karena ancaman atau ditakut-takuti orang lain karena dalam jual beli harus saling merelakan.
- 4) Ijab dan kabul dilakukan dalam satu majelis, yakni kedua belah pihak yang melakukan jual beli hadir dan membicarakan topik yang sama. Menurut kesepakatan ulama fiqh, kebersambungan tersebut akan terwujud ketika kedua belah pihak mengetahui apa yang muncul dari pihak lain dengan mendengar ijab dan memahaminya, serta tidak muncul darinya sesuatu yang bisa

---

<sup>33</sup> Wahbah az-Zuhaili, *Al-fiqhu Al-islāmiyyu wa'adillatuhu Jilid 4..*, hlm. 440.

mengindikasikan bahwa ia berpaling dari akad, baik mujib maupun kabil.

Dalam kaitan ini, madzhab Hanafiyah dan Malikiyah mengatakan bahwa antara ijab dan kabul boleh saja diantarai oleh waktu yang diperkirakan bahwa pihak pembeli sempat untuk berpikir. Namun, madzhab Syafiiyah dan Hanabilah berpendapat bahwa jarak antara ijab dan kabul tidak terlalu lama yang dapat menimbulkan dugaan bahwa objek pembicaraan telah berubah.

Di zaman modern, perwujudan ijab dan kabul tidak hanya diucapkan secara lisan, melainkan dapat dilakukan dengan berbagai cara di antaranya:<sup>34</sup>

- 1) Perkataan atau lisan, merupakan pernyataan kehendak yang diungkapkan dalam bentuk perkataan secara jelas, seperti saya jual/saya beli. Ijab kabul dapat dilakukan secara langsung atau dapat juga dilakukan dengan berjauhan dan berbeda tempat, seperti melalui telepon.
- 2) Tulisan, merupakan pernyataan kehendak yang diungkapkan secara tertulis, hal ini dapat dilakukan antara penjual dan pembeli yang tidak dapat bertemu secara langsung.
- 3) Perbuatan, merupakan pernyataan kehendak yang dilakukan dengan sikap pembeli yang mengambil barang dan membayar serta

---

<sup>34</sup> Gemala Dewi, dkk. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 69-70.

menerima uang dan menyerahkan barang oleh penjual tanpa ucapan apapun. Misalnya, jual beli yang berlangsung di swalayan.

4) Isyarat, merupakan pernyataan kehendak yang dilakukan oleh orang yang memiliki keterbatasan komunikasi (tunawicara).

c. Ada barang yang dibeli<sup>35</sup>

1) Barang itu ada atau tidak ada di tempat, tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang itu.

2) Dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia, oleh sebab itu bangkai, khamr dan darah tidak sah menjadi objek jual beli.

3) Boleh diserahkan saat akad berlangsung atau pada waktu yang disepakati bersama ketika transaksi berlangsung.

d. Ada nilai tukar pengganti barang<sup>36</sup>

1) Harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya

2) Boleh diserahkan pada waktu akad, sekalipun pembayaran dilakukan dengan cek atau kartu kredit, bila harga itu dibayar kemudian (berhutang) maka waktu pembayarannya harus jelas.

3) Apabila jual beli itu dilakukan dengan saling mempertukarkan barang maka barang yang dijadikan tukar bukan barang yang diharamkan oleh syara, seperti babi dan khamr karena kedua jenis ini tidak bernilai.

---

<sup>35</sup> Abdul Rahman Ghazaly, dkk. *Fiqh Muamalat...*, hlm. 75-76.

<sup>36</sup> Abdul Rahman Ghazaly, dkk. *Fiqh Muamalat...*, hlm. 76-77.

Selain itu, para ulama fikih juga mengemukakan syarat-syarat lainnya.<sup>37</sup>

a. Syarat sah jual beli

- 1) Jual beli itu terhindar dari cacat, seperti kriteria barang yang diperjual belikan itu tidak diketahui baik jenis, kualitas maupun kuantitasnya, jumlah harga tidak jelas dan lainnya.
- 2) Apabila barang yang diperjual belikan itu benda bergerak maka barang itu boleh langsung dikuasai pembeli dan harga barang dikuasai penjual. Adapun barang tidak bergerak boleh dikuasai pembeli setelah surat-menyuratnya diselesaikan sesuai dengan *'urf* (kebiasaan) setempat.

b. Syarat terkait dengan pelaksanaan jual beli

Penjual dan pembeli dapat melaksanakan akad jual beli apabila keduanya mempunyai kekuasaan untuk melakukannya, misalnya barang itu milik sendiri (barang yang dijual itu bukan milik orang lain atau hak orang lain terkait dengan barang itu). Sebaliknya, akad jual beli tidak boleh dilaksanakan apabila orang keduanya tidak memiliki kekuasaan untuk melaksanakan akad.

c. Syarat yang terkait dengan kekuatan hukum akad jual beli

Para ulama fikih sepakat bahwa suatu jual beli baru bersifat mengikat atau jual beli itu terbebas dari segala macam *khiyār* (hak pilih untuk meneruskan atau membatalkan jual beli) apabila jual beli

---

<sup>37</sup> M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam* (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2003), hlm. 125.

itu masih memiliki *khiyār* maka jual beli itu belum mengikat dan masih boleh dibatalkan.

#### 4. Majelis Akad dalam jual beli

Majelis akad merupakan kesepakatan atau perjanjian yang dilakukan oleh penjual dan pembeli yang dilakukan dalam satu waktu, satu tempat dan satu keadaan untuk membentuk akad, serta berlangsungnya akad ketika mereka tetap fokus pada persoalan jual beli. Maksud dari satu majelis yaitu ketika penjual dan pembeli hadir dan membicarakan pembahasan yang sama atau antara ijab dan kabul tidak terpisah oleh sesuatu yang menunjukkan berpalingnya akad menurut kebiasaan.

Terkait dengan akad yang harus dilakukan dalam satu majelis para ulama berbeda pendapat dalam memahaminya. Madzhab Syafi'iyah, Malikiyah dan Hanabilah menyatakan bahwa yang dimaksud satu majelis itu adalah berkumpul dalam satu tempat dan satu waktu. Menurutnya, akad yang dilakukan baru bisa dianggap sah ketika semua pihak yang terlibat tersebut berkumpul secara fisik (di satu tempat).

Selain itu, menurut madzhab Syafiiyah walaupun semua pihak yang terikat dalam akad telah berkumpul dalam satu tempat, tetapi di antara mereka tidak dapat melihat antara satu dengan lainnya hal ini tetap dianggap tidak sah, karena tidak dapat menyaksikan antara satu dengan yang lainnya. Kemudian, ketika di antara penjual dan pembeli kemudian salah satunya mengajukan ijab sementara pihak lain tidak segera menjawab ijab itu, atau salah satu dari kedua pihak yang melakukan jual

beli ini pergi meninggalkan tempat maka majelis akadnya bubar tanpa terjadi akad.<sup>38</sup>

Madzhab Syafiiyah yang dikutip oleh Muhammad Jawad Mughniyah juga mengatakan, bahwa tidak sah suatu akad (ijab kabul) menggunakan alat media komunikasi seperti surat, telepon, *video call* secara *online* dan media komunikasi lainnya. Hal ini didasarkan keharusan kesegeraan dalam akad, ungkapan kabul harus dilakukan segera setelah ijab secara langsung dan tidak terpisah. Madzhab Syafiiyah juga berpendapat ijab kabul diucapkan dengan lafadz yang jelas, sedangkan suatu ucapan yang termuat dalam suatu surat dianggap tidak jelas atau samar.<sup>39</sup>

Namun hal ini kurang efisien bila majelis akad dipahami hanya sebagai kesatuan tempat karena bila tempat berubah dengan melangkah-selangkah atau dua langkah ijab yang diucapkan pada tempat pertama menjadi batal dengan melangkah ke tempat yang baru sehingga kabul tidak dapat diajukan kembali.

Maka Ahmad az-Zarqa dan Wahbah az-Zuhaili mengungkapkan bahwa satu majelis tidak harus diartikan dengan sama-sama hadir dalam majelis secara lahir, akan tetapi dapat diartikan satu situasi dan satu

---

<sup>38</sup> Muhammad bin Idris al-Syafi'i, *Al-Umm* Juz 5., hlm. 41.

<sup>39</sup> Muhammad Jawad Mughniyah, *Fiqh Lima Madzhab: Ja'fari, Abu Hanifah, Maliki, Syafi'i, Hambali*, terj. Masykur A.B, Afif Muhammad, dkk (Jakarta: Lentera, 2010), hlm. 311.

kondisi sekalipun antara kedua belah pihak yang mengadakan transaksi tempatnya berjauhan.<sup>40</sup>

Hal ini sejalan dengan pendapat madzhab Hanafiyah bahwa satu majelis merupakan dua orang yang melakukan akad dapat berkomunikasi secara langsung dan melaksanakan akad dalam waktu yang bersamaan, meskipun keduanya yang berakad tidak berada dalam satu tempat. Dalam hal ini, sah hukumnya menggunakan media komunikasi selama akad tidak terjadi manipulasi.<sup>41</sup>

Menurut Wahbah az-Zuhaili majelis akad adalah satunya waktu yang menjadi masa kedua pihak pengakad dalam melakukan proses akad dan sebuah keadaan dimana kedua pengakad sama-sama melakukan proses perundingan untuk membentuk sebuah akad. Berdasarkan hal ini, majelis akad mengenakan sarana komunikasi seperti telepon sebagai masa berkomunikasi selama percakapan itu berhubungan dengan akad, jika kedua pihak yang berbicara sudah berpindah pada tema yang lain maka majelis pun berakhir. Apabila sarana komunikasi dengan sebuah surat seperti telefaks dan sejenisnya masa komunikasinya terjadi ketika sampainya surat tersebut.<sup>42</sup>

Pentingnya majelis akad ini adalah untuk menyambungkan antara ijab dan kabul sehingga ketentuan majelis akad menurut Wahbah az-

---

<sup>40</sup> Ahmad Mujahidin. *Kewenangan dan Prosedur Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah di Indonesia* (Bogor: Ghaila Indonesia, 2010), hlm.162.

<sup>41</sup> Abdul Rahman al-Juzairi, *Al-Fiqhu alā' Al-Madzhaib al-Arba'āh* (Bayruṭ: Dar al-Fikr, 1990), hlm. 14.

<sup>42</sup> Wahbah az-Zuhaili, *Al-fiqhu Al-islāmiyyu wa'adillatuhu Jilid 4*, terj. Abdul Hayyie al-Kattani., hlm. 444.

Zuhaili merupakan sebuah kondisi dalam proses akad yang meliputi unsur:<sup>43</sup>

a. Dalam satu majelis yang sama

Tidak diperbolehkan ijab berada dalam satu majelis sedangkan kabulnya dalam majelis yang lain, karena ijab tidak dapat dianggap sebagai bagian dari akad kecuali diikuti dengan kabul. Jika seorang penjual/pembeli melakukan ijab, kemudian ia (yang dalam hal ini ia adalah sebagai mujib) berpindah ke tempat yang lain jauh dari majelisnya yang pertama, lain maka berakhirlah majelis pertama. Apabila kabil mengucapkan kabulnya setelah berpindahnya mujib akad dianggap tidak sah dan butuh ijab yang baru kembali, karena ijab merupakan ungkapan maknawi yang tidak bisa tetap kalau tidak digandengkan dengan kabul dalam satu majelis.

b. Tidak berpaling dari akad

Tidak muncul sesuatu yang dapat mengindikasikan berpaling dari akad, dalam artian penjual dan pembeli fokus pada persoalan akad, sebab kebersambungan ijab dan kabul akan terwujud ketika keduanya mengetahui dan memahami ijab dari salah satunya.

Menurut mazhab Hanafiyah seandainya salah satu dari kedua belah pihak menyatakan ijab suatu jual beli lalu pihak kedua

---

<sup>43</sup> Wahbah az-Zuhaili, *Al-fiqhu Al-islāmiyyu wa'adillatuhu Jilid 4*, terj. Abdul Hayyie al Kattani., hlm. 440-447.

bangkit dari majelis sebelum menyatakan kabul atau ia sibuk dengan hal lain yang berdampak pada berubah dan berbedanya majelis, kemudian setelah itu baru ia menyatakan kabul maka akad tidak sah, karena bangkit dari majelis merupakan indikasi berpaling dan mundur dari akad.

Menjadikan kebiasaan untuk menjelaskan apa saja yang dapat mengubah sebuah majelis adalah sesuatu yang disepakati oleh semua mazhab bahkan menurut mazhab Syafiiyah mesti disegerakannya pernyataan kabul karena harusan untuk disegerakan adalah satu hal sementara berubahnya majelis adalah hal yang lain. Kebiasaan (*al-'urf*) dijadikan pegangan dalam menilai berpisahannya (*tafarruq*) dua pengakad dari majelis. Jadi, apa yang dianggap oleh masyarakat sebagai sebuah tafarruq (berpisahannya kedua pengakad) maka akad pun terjadi (bersifat lazim atau mengikat). Sementara yang tidak dianggap sebagai tafarruq maka akad 67 belum terjadi, karena sesuatu yang tidak memiliki batasan dalam bahasa maupun syariat dikembalikan kepada kebiasaan.

c. Tidak adanya pembatalan dari pembeli

Majelis akad akan tetap ada selama pembeli tidak melakukan pembatalan terhadap ijabnya. Menurut mazhab Hanafiyah, Syafiiyah dan Hanabilah, pembeli dapat membatalkan selama penjual belum mengetahui ijabnya, sebaliknya apabila

penjual telah mengetahui ijabnya maka pembeli tidak dapat membatalkan kecuali atas persetujuan penjual karena seorang mujib memiliki kebebasan *tasharruf* terhadap kepemilikan dan hak-haknya. Ijab dari mujib berarti memberikan hak *tamalluk* (untuk memiliki) kepada pihak yang lain, sementara hak *al-milk* (hak kepemilikan dasar) lebih kuat dari hak *tamalluk* (hak memiliki yang datang dari pihak lain).

Sehingga, yang pertama mesti didahulukan dari yang kedua ketika ada kontradiktif karena yang pertama sudah tetap dan memang sudah menjadi hak bagi pemiliknya sejak semula. Sementara yang kedua tidak akan ada kecuali atas keridhaan dari pihak pertama, dan saling ridha antara kedua pihak merupakan hal yang sangat mendasar untuk sahnya sebuah akad.

Sejalan dengan pendapat ini, dalam Undang-undang Madani Materi No. 95 bahwa apabila tidak ditentukan waktu untuk menyatakan kabul maka seorang mujib bisa melepaskan diri dari ijabnya apabila kabul tidak muncul secara langsung atau segera, dan madzhab Malikiyah mengatakan, seorang mujib tidak bisa untuk mundur atau menarik kembali ijabnya.

Pembeli mesti konsisten dengan ijabnya sampai pihak penjual berpaling tau tidak menyetujuinya, atau majelis berakhir. Karena seorang mujib telah memberikan hak kabul dan hak *tamalluk* kepada penjual, maka pihak kedua ini berhak untuk

menggunakan atau menolaknya. Jika ia menerima (menggunakan hak tersebut) berarti akad pun terjadi, dan apabila ia berpaling dari ijab maka akad tidak terjadi. Berdasarkan hal ini maka mundurnya pembeli dari ijabnya tidak bisa membatalkan ijab yang telah diucapkannya.

Kemudian mengenai akad antara penjual dan pembeli yang tidak hadir, menurut pendapat para fuqaha yang dikutip oleh Wahbah az-Zuhaili dalam kitabnya, akadnya akan sah sebagaimana halnya akad menggunakan sarana-sarana komunikasi modern, akadnya terjadi hanya dengan pernyataan kabul dan tidak disyaratkan kabul tersebut harus diketahui oleh pihak *muajib* yang telah menyampaikan ijab. Akan tetapi, untuk menjauhkan berbagai keraguan atau ketidakjelasan serta lebih menguatkan akad dalam menegaskan kesempurnaannya, sudah menjadi kebiasaan saat ini teleks tawaran kemudian diikuti oleh teleks penerimaan ( kabul ) lalu teleks jual beli.<sup>44</sup>

Hal ini sesuai dengan undang-undang Madani Mesir materi No. 91 tentang proses akad antara dua pihak yang sama-sama hadir, pernyataan kehendak itu baru akan timbul efeknya ketika orang yang mengirim kepada pihak kedua mengetahui, atau sampainya pernyataan itu dipandang sebagai indikasi telah diketahui. Kemudian dalam materi No. 97 mengenai proses akad antara dua pihak yang sama-sama tidak hadir, dijelaskan bahwa proses akadnya dianggap sah di tempat dan waktu dimana pihak

---

<sup>44</sup> Wahbah az-Zuhaili, *Al-fiqhu Al-islāmiyyu wa'adillatuhu Jilid 4*, terj. Abdul Hayyie al-Kattani., hlm. 445.

*mujib* mengetahui adanya kabul dari pihak kedua dan dianggap pihak *mujib* sudah mengetahui kabul di tempat dan waktu sampainya kabul tersebut.<sup>45</sup>

##### 5. *Khiyār* dalam jual beli

Salah satu bukti sempurnanya Islam mengatur sebuah transaksi, bahwa di luar rukun dan syarat akad jual beli, Islam pun memberikan sebuah hak atau *khiyār* bagi penjual dan pembeli untuk melindungi dari kerugian serta menimbulkan rasa saling ridha keduanya akan akad yang dijalankan.

*Khiyār* berasal dari bahasa arab yakni *al-khiyār* yang berarti pilihan. Sedangkan menurut istilah kalangan ulama fikih yakni mencari yang baik dari dua urusan baik berupa meneruskan akad atau membatalkannya, M. Abdul Mujieb yang dikutip oleh Abdul Aziz Muhammad Azzam (2010) mendefinisikan *khiyār* sebagai hak memilih atau menentukan pilihan antara dua hal bagi pembeli dan penjual, apakah akad jual beli akan diteruskan atau dibatalkan.<sup>46</sup>

Hak *khiyār* (memilih) dalam jual beli, Islam membolehkannya untuk meneruskan atau membatalkan tergantung dengan kondisi barang yang diperjualbelikan, agar kedua pihak tidak dirugikan sehingga kemaslahatan

---

<sup>45</sup> Wahbah az-Zuhaili, *Al-fiqhu Al-islāmiyyu wa'adillatuhu Jilid 4*, terj. Abdul Hayyie al-Kattani., hlm. 445.

<sup>46</sup> Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam..*, hlm. 99.

yang dituju dalam suatu transaksi tercapai dengan sebaik-baiknya serta supaya tidak menyesal dikemudian hari dan tidak merasa tertipu.<sup>47</sup>

*Khiyār* terdapat banyak macamnya, namun secara umum yang akan penulis bahas hanya ada lima macam. Di antaranya:

a. *Khiyār* majelis

Secara umum, *khiyār* majelis adalah hak pilih dari kedua belah pihak yang berakad untuk membatalkan akad, selama keduanya masih berada dalam majelis akad (di ruangan) dan belum berpisah badan. Transaksi baru dianggap sah apabila kedua belah pihak yang melaksanakan akad telah berpisah badan atau salah seorang di antara mereka telah melakukan pilihan untuk menjual atau membeli. *Khiyār* seperti ini hanya berlaku dalam transaksi yang bersifat mengikat kedua belah pihak yang melaksanakan transaksi, seperti jual beli dan sewa-menyewa.

Namun ada perbedaan pendapat di kalangan ulama mengenai *Khiyār* majelis, menurut mazhab Malikiyah dan Hanafiyah berpendapat bahwa akad menjadi lazim dengan adanya ijab dan kabul dan *khiyār* majelis tidak berlaku dalam kondisi ini karena Allah SWT memerintahkan untuk menepati dan memenuhi akad.<sup>48</sup>

Sedangkan menurut mazhab Syafiiyah dan Hanabilah, apabila akad telah terjadi dengan bertemunya ijab dan kabul maka akan

---

<sup>47</sup> Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat...*, hlm. 98.

<sup>48</sup> Wahbah az-Zuhaili, *Al-fiqhu Al-islāmiyyu wa'adillatuhu Jilid 4*, terj. Abdul Hayyie al-Kattani., hlm. 553.

bersifat *ja'iz* atau *ghair lazim*, keduanya memiliki *khiyār* membatalkan atau meneruskan akad selama keduanya masih berkumpul di dalam majelis akad dan belum berpisah badan. Bentuk berpisah majelis ditentukan oleh kebiasaan yang berlaku di dalam masyarakat dalam melakukan transaksi.<sup>49</sup>

Ketika jual beli telah berlangsung, baik penjual maupun pembeli berhak melakukan *khiyār* antara membatalkan atau meneruskan akad hingga keduanya berpisah atau menentukan pilihannya. Perpisahan terjadi apabila kedua belah pihak telah memalingkan badan untuk meninggalkan tempat transaksi. Pada prinsipnya, *khiyār* majelis berakhir karena dua hal: pertama, diantara keduanya berpisah dari tempat jual beli. Kedua, keduanya memilih untuk meneruskan atau membatalkan jual beli.<sup>50</sup>

b. *Khiyār* Aib

*Khiyār* aib adalah hak untuk membatalkan atau melangsungkan jual beli bagi kedua belah pihak yang berakad, apabila terdapat suatu cacat dalam barang yang telah dibelinya sehingga menurunkan nilai barang itu. Kebaikan dari hak ini adalah pembeli yang menemukan cacat pada barang yang dibeli mempunyai hak untuk mengembalikannya kepada penjual, kecuali dia mengetahui cacat itu sebelum dibelinya. Adapun cacat yang menyebabkan munculnya hak

---

<sup>49</sup> Wahbah az-Zuhaili, *Al-fiqhu Al-islāmiyyu wa'adillatuhu Jilid 4*, terj. Abdul Hayyie al-Kattani., hlm. 554.

<sup>50</sup> Iim Fahima, *Fikih Ekonomi...*, hlm. 71.

*khiyār* aib ini, menurut Wahbah az-Zuhaili adalah setiap transaksi yang rusak dari asal fitrahnya sehingga mengurangi nilainya menurut adat yang berlaku, seperti kadaluarsa, rusak, atau berubah warna.

Dimyauddin Djuwaini yang dikutip oleh Akhmad Farroh Hasan (2018) menjelaskan bahwa *khiyār* 'aib bisa dijalankan dengan syarat sebagai berikut:<sup>51</sup>

- 1) Cacat sudah ada ketika atau setelah akad dilakukan sebelum terjadi serah terima, jika aib muncul setelah serah terima maka tidak ada *khiyār*.
- 2) Cacat tetap melekat pada objek setelah diterima oleh pembeli.
- 3) Tidak ada persyaratan bara'ah (bebas tanggungan) dari cacat dalam kontrak jual beli, jika dipersyaratkan, maka hak *khiyār* gugur.
- 4) Pembeli tidak mengetahui adanya cacat atas objek transaksi, baik ketika melakukan akad atau setelah menerima barang. Jika pembeli mengetahui sebelumnya, maka tidak ada *khiyār* karena itu berarti pembeli telah menerima kecacatan barang.
- 5) Cacat masih tetap sebelum terjadinya pembatalan akad. Pembeli diperbolehkan memilih antara mengembalikan yang telah dibeli dan mengambil harganya, atau tetap menahan barang tersebut tanpa memperoleh ganti apapun dari pihak penjual. Jika kedua belah pihak sepakat bahwa pembeli tetap membawa barang yang

---

<sup>51</sup> Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah dari Klasik hingga Kontemporer...*, hlm. 44.

dibelinya sedang penjual memberikan ganti rugi cacatnya kebanyakan fuqaha membolehkannya.

c. *Khiyār* Syarat

*Khiyār* syarat adalah hak pilih yang dijadikan syarat oleh keduanya (pembeli dan penjual) atau salah seorang dari keduanya sewaktu terjadi akad untuk meneruskan atau membatalkan akadnya itu, agar dipertimbangkan setelah sekian hari. Lama syarat yang diminta paling lama tiga hari. Tujuan dari *khiyār* ini adalah untuk memelihara hak-hak pembeli dari unsur penipuan yang mungkin terjadi dari pihak penjual.<sup>52</sup>

d. *Khiyār* Ru'yah

*Khiyār* Ru'yah adalah hak pilih bagi pembeli untuk menyatakan berlaku atau batal jual beli yang ia lakukan terhadap suatu objek yang belum dilihat ketika akad berlangsung. Jumhur Ulama mengemukakan beberapa syarat berlakunya *Khiyār* Ru'yah, antara lain:<sup>53</sup>

- 1) Objek yang dibeli tidak dilihat pembeli ketika akad berlangsung
- 2) Objek akad itu berupa materi, seperti tanah, rumah dan kendaraan
- 3) Akad itu sendiri mempunyai alternatif untuk dibatalkan seperti jual beli dan sewa-menyewa.

Apabila akad ini dibatalkan maka berdasarkan *khiyār* ru'yah pembatalan harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

<sup>52</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2002), hlm. 83.

<sup>53</sup> Gemala Dewi, dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia...*, hlm. 90-91.

- 1) Hak *khiyār* masih berlaku bagi pembeli
- 2) Pembatalan itu diketahui pihak penjual
- 3) Pembatalan itu tidak berakibat merugikan penjual, seperti pembatalan hanya dilakukan pada sebagian objek yang dijual belikan

e. *Khiyār* Naqad

*Khiyār* Naqad adalah melakukan jual beli dengan ketentuan, jika pembeli tidak melunasi pembayaran atau jika pihak penjual tidak menyerahkan barang dalam batas waktu tertentu, maka pihak yang dirugikan mempunyai hak untuk membatalkan akad atau tetap melangsungkan akadnya.<sup>54</sup>

Terkait pembatalan akad dan mengembalikan barang yang diakadkan terdapat cara menurut mazhab Hanafiyah dan Syafiiyah, barang yang masih berada di tangan pemiliknya atau sebelum adanya penerimaan dari pihak kedua, akadnya bisa dibatalkan dengan ucapan pihak kedua serta tidak dibutuhkannya persetujuan diantara keduanya. Namun, jika pembeli sudah menerima barang tersebut, akad tidak bisa dibatalkan kecuali dengan adanya saling ridha (setuju). Hal ini bertujuan untuk menghindari terjadinya perselisihan yang bisa saja terjadi antara kedua pengakad, karena dalam hal ini ada dua kemungkinan; cacat itu masih baru dan terjadi di tangan pembeli sehingga barang tidak bisa

---

<sup>54</sup> Gemala Dewi, dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia...*, hlm. 92.

dikembalikan, atau cacatnya sudah lama di tangan pemilik asli sehingga ia bisa dikembalikan.

Mazhab Syafi'iyah dan Hanabilah mengatakan, akad akan langsung batal dengan ucapan pembeli berupa penolakan barang yang hendak diterimanya, tanpa perlu adanya saling ridha seperti halnya pembatalan yang terjadi dengan *khiyār* syarat atau *khiyār* ru'yah. Karena, *khiyār* aib menjadikan akad menjadi tidak lazim terhadap pihak yang memiliki hak *khiyār*; dan akad yang tidak lazim boleh untuk dibatalkan tanpa perlu adanya ridha atau persetujuan dari pengakad yang lain.<sup>55</sup>

#### 6. *Iqalah* dalam jual beli

*Iqalah* secara Bahasa dapat diartikan sebagai menghilangkan. Sementara pengertian *iqalah* secara istilah didefinisikan sebagai membatalkan akad, dengan tidak memberlakukan hukum dan konsekuensinya dengan kerelaan kedua belah pihak. *Iqalah* di luar hak *khiyār*, karena itu, penjual tidak berkewajiban untuk menerimanya. Hanya saja, dianjurkan untuk menerimanya, sebagai bentuk berbuat baik kepada sesama.<sup>56</sup>

*Iqalah* ini mengembalikan barang yang telah dibeli tanpa ada hak *khiyār* yakni bukan karena adanya cacat atau aib pada barang melainkan tidak ada alasan apapun bagi pembeli untuk membatalkan akad jual beli selain disebabkan oleh alasan yang bersifat pribadi.

<sup>55</sup> Wahbah az-Zuhaili, *Al-fiqhu Al-islāmiyyu wa'adillatuhu Jilid 4*, terj. Abdul Hayyie al-Kattani., hlm. 564.

<sup>56</sup> Abdullah bin Muhammad dan Miftaul Khairi, *Ensklopedia Fiqih Muamalah dalam Pandangan 4 Mazhab* (Yogyakarta: Maktabah Al-Hanif, 2009), hlm. 4-6.

## B. Jual Beli *Online*

### 1. Definisi jual beli *online*

Jual beli *online* merupakan kesepakatan jual beli melalui internet antara pihak yang menjual barang dengan pihak yang membeli barang sesuai dengan harga ditawarkan. Jual beli secara online menerapkan sistem jual beli dengan hanya memperlihatkan gambar serta keterangan spesifikasi barangnya di internet. Tidak ada kontak secara langsung antara penjual dan pembeli, melainkan melalui suatu jaringan yang terkoneksi dengan menggunakan alat-alat elektronik seperti *smartphone* dan komputer.<sup>57</sup>

Dalam transaksi *online*, pembeli dapat melihat barang atau jasa yang ditawarkan, namun objek tersebut tidak bisa seketika diperoleh karena harus menunggu dikirim oleh pihak penjual. lamanya masa pengiriman tergantung dari lokasi pembeli dan pemilihan jasa kurir dalam pengiriman. Disamping itu penjual tidak dapat langsung memeriksa kondisi barang yang akan ia beli, apakah sesuai dengan spesifikasi yang telah dicantumkan di toko *online* nya, apakah ada cacatnya atau tidak.<sup>58</sup>

Maka dibutuhkan kepercayaan dan kejujuran yang sangat tinggi sebab barang tidak dilihat langsung oleh pembeli. Penjual dan pembeli sebagai pihak-pihak yang melakukan transaksi merupakan komponen dasar terjadinya sebuah transaksi. Penjual adalah pelaku transaksi yang

---

<sup>57</sup> Ashabul Fadhli, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Aakd As-Salam Dalam Transaksi E-Commerce", *Jurnal Mashabi*, Vol. 15 No. 1, 2016, hlm. 9

<sup>58</sup> Retno Dyah Pekerti dan Eliada Herwiyanti, "Transaksi Jual Bei *Online* dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi'I", *Jurnal Ekonom Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 20 No. 2, 2018, hlm. 5.

melakukan transaksi dagang terhadap barang dagangannya dan dipasarkan melalui jaringan internet.

## 2. Kekurangan dan kelebihan jual beli *online*

Dalam melakukan transaksi elektronik dalam hal ini jual beli *online*, ada kelebihan dan kekurangan yang didapatkan oleh penjual dan pembeli. Adapun kelebihan dan kekurangan bagi penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi jual beli *online*, yaitu:<sup>59</sup>

### a. Kelebihan dan Kekurangan Jual Beli *Online* Bagi Penjual, ada beberapa kelebihan jual beli *online* bagi penjual, yaitu:

- 1) Dapat digunakan sebagai lahan untuk menciptakan pendapatan seperti memasarkan langsung produk atau jasa, menjual informasi, iklan, dan sebagainya.
- 2) Jual beli dapat dilakukan tanpa terikat pada tempat dan waktu tertentu, jual beli *online* merupakan bisnis yang dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun, selama tersedia fasilitas untuk mengakses internet.
- 3) Modal awal yang diperlukan relatif kecil, hanya memerlukan fasilitas akses internet dan kemampuan mengoperasikannya. Serta banyak penyedia jasa yang menawarkan media promosi, baik yang berbayar maupun yang gratis.
- 4) Meningkatkan efisiensi waktu, terutama jarak dan waktu dalam memberikan layanan kepada pembeli. Serta penghematan dalam

---

<sup>59</sup> Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah: Meraup Harta Berkah dan Berlimpah Via Internet* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 20.

berbagai biaya operasional, seperti transportasi, komunikasi, sewa tempat, gaji karyawan dan yang lainnya akan lebih hemat.

- 5) Pelayanan ke pembeli lebih baik. Melalui internet pembeli dapat menyampaikan kepuasan maupun keluhan secara langsung sehingga penjual dapat meningkatkan pelayanannya.

Selain beberapa kelebihan tersebut, jual beli *online* ini juga mempunyai kekurangan bagi penjual, yaitu:

- 1) Masih minimnya pengetahuan tentang teknologi informasi, khususnya dalam pemanfaatan untuk bisnis.
- 2) Adanya peluang penggunaan akses oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Misalnya pembobolan data, pembobolan kartu kredit, dan rekening tabungan.
- 3) Adanya gangguan teknis, seperti kesalahan dalam penggunaan perangkat komputer maupun kesalahan dalam pengisian data.
- 4) Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan (server). Hal ini dapat terjadi ketika pesanan sedang ramai, tetapi internet tidak dapat diakses karena masalah teknis,

b. Kelebihan dan Kekurangan Jual Beli *Online* Bagi Pembeli, ada beberapa kelebihan jual beli *online* bagi pembeli, yaitu:

- 1) *Home shopping*, pembeli dapat melakukan transaksi dari rumah sehingga dapat menghemat waktu, menghindari kemacetan, dan menjangkau toko-toko yang jauh dari lokasi.
- 2) Mudah melakukannya dan tidak perlu pelatihan khusus untuk bisa belanja atau melakukan transaksi melalui internet.

- 3) Pembeli memiliki pilihan yang sangat luas dan dapat membandingkan produk maupun jasa yang ingin dibelinya.
- 4) Tidak dibatasi oleh waktu. Pembeli dapat melakukan transaksi kapan saja selama 24 jam per hari.
- 5) Pembeli dapat mencari produk yang tidak tersedia atau sulit diperoleh di *outlet* atau pasar tradisional.

Selain kelebihan yang didapatkan, pembeli juga terdapat kekurangan saat melakukan transaksi jual beli *online*, seperti

- 1) Pembeli tidak dapat langsung mengidentifikasi, melihat, atau menyentuh barang yang akan dipesan.
- 2) Ketidakjelasan informasi tentang barang yang ditawarkan.
- 3) Tidak jelasnya status subjek hukum dari penjual. Misalnya, penjual selaku pelaku usaha tidak memberikan jaminan kepastian agar pembeli tidak merasa dirugikan.
- 4) Tidak ada jaminan keamanan bertransaksi dan privasi, serta penjelasan terhadap resiko-resiko yang berkenaan dengan sistem yang digunakan, seperti dalam hal pembayaran secara elektronik, baik dengan *credit card* maupun *electronic cash*.
- 5) Pembebanan resiko yang tidak berimbang, karena umumnya jual beli di internet pembayaran telah lunas dilakukan dimuka oleh pembeli, sedangkan barang belum tentu diterima atau akan menyusul kemudian karena jaminan yang ada adalah jaminan pengiriman.

### 3. Model akad dalam jual beli *online*

#### a. *Ba'i aṣ-ṣalam*

Secara etimologi, *ṣalam* artinya salaf (pendahuluan), secara terminologi *ṣalam* adalah penjualan suatu barang yang disebutkan sifat-sifatnya sebagai persyaratan jual beli dan barang tersebut masih dalam tanggungan penjual, dimana syarat-syarat tersebut diantaranya dengan mendahulukan pembayaran pada waktu di akad majelis (akad disepakati).<sup>60</sup>

*Ṣalam* merupakan bentuk jual-beli dengan pembayaran di muka dan penyerahan barang dikemudian hari (*advanced payment* atau *forward buying* atau *future sales*) dengan harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal, dan tempat penyerahan yang jelas, serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian. Barang yang diperjualbelikan belum tersedia pada saat transaksi dan harus diproduksi terlebih dahulu.<sup>61</sup>

Risiko terhadap barang yang diperjualbelikan masih berada pada penjual sampai waktu penyerahan barang. Pihak pembeli berhak untuk meneliti dan menolak barang yang akan diserahkan apabila tidak sesuai dengan spesifikasi awal yang disepakati.<sup>62</sup>

Berdasarkan Fatwa DSN-MUI No: 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli, adapun syarat dari bai as-salam ini berkaitan

---

<sup>60</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah...*, hlm. 113.

<sup>61</sup> Masyhuri Azhar, "Konsepsi Bai Salam Dalam Transaksi Jual Beli *Online* (Studi Kasus Marketplace Tokopedia)", *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2020), hlm. 25.

<sup>62</sup> Masyhuri Azhar, "Konsepsi Bai Salam Dalam Transaksi Jual Beli *Online* (Studi Kasus Marketplace Tokopedia)", *Skripsi...*, hlm. 26.

dengan ketentuan pembayaran, barang, waktu penyerahan, dan pembatalan. Diantaranya:<sup>63</sup>

1) Pembayaran

Dimana pembayaran ini harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang maupun manfaat. Selain itu, pembayaran harus dilakukan pada saat kontrak disepakati, serta pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan hutang.

2) Barang

Barang tersebut harus jelas ciri-cirinya, dapat dijelaskan spesifikasinya, penyerahan barang dilakukan kemudian, waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan. Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya, serta tidak boleh menukar barang kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan.

3) Waktu penyerahan

Penjual harus menyerahkan barang tepat pada waktunya dengan kualitas dan jumlah yang telah disepakati, jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih tinggi, penjual tidak boleh meminta tambahan harga. Apabila penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih rendah, dan pembeli rela menerimanya, maka ia tidak boleh menuntut pengurangan harga (diskon).

---

<sup>63</sup> Fatwa DSN-MUI No: 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli.

Penjual dapat menyerahkan barang lebih cepat dari waktu yang disepakati dengan syarat kualitas dan jumlah barang sesuai dengan kesepakatan, dan ia tidak boleh menuntut tambahan harga. Jika semua atau sebagian barang tidak tersedia pada waktu penyerahan, atau kualitasnya lebih rendah dan pembeli tidak rela menerimanya, maka ia memiliki dua pilihan yakni membatalkan kontrak dan meminta kembali uangnya, atau menunggu sampai barang tersedia.

#### 4) Pembatalan

Pada dasarnya pembatalan boleh dilakukan, selama tidak merugikan kedua belah pihak

##### b. *Ba'i al-istishna'*

*Ba'i al-istishna'* secara etimologi adalah meminta membuat sesuatu, sedangkan secara terminologi merupakan transaksi terhadap barang dagangan dalam tanggungan yang disyaratkan untuk mengerjakannya. Perbedaan *istishna* dengan *shalam*, dimana *istishna* pembuat barangnya menerima pesanan dari pembeli untuk membuat barang dengan spesifikasi yang telah disepakati kedua belah pihak yang bersepakat atas harga dan sistem pembayaran, baik dilakukan di muka, melalui cicilan maupun ditangguhkan sampai waktu yang akan datang.<sup>64</sup>

---

<sup>64</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah...*, hlm. 124.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian merupakan proses atau cara dalam penelitian untuk menemukan kebenaran dalam suatu topik atau tema permasalahan sebuah karya ilmiah. Maka dari itu, untuk mendapatkan suatu penelitian yang sistematis dan dapat dipertanggungjawabkan, berikut metode penelitian yang digunakan dalam menyusun skripsi ini antara lain:

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yakni penelitian yang bersifat atau memiliki karakteristik, bahwa datanya dinyatakan dalam bentuk kata-kata, kalimat, artinya datanya tidak berbentuk angka.<sup>65</sup> Penelitian ini diklasifikasikan ke dalam penelitian literatur (*library research*), yaitu penelitian yang langsung dilakukan berdasarkan pada teori dan pendapat ahli terkait apa yang diteliti. Penelitian ini dilakukan dengan cara mencari teori dan data serta dokumentasi lain untuk memperoleh data dan informasi yang bersangkutan dan mendukung penelitian. Sehingga nantinya akan diperoleh sebuah kesimpulan yang menegaskan terkait majelis akad perspektif Wahbah az-Zuhaili dalam jual beli *online* di *marketplace*.

#### **B. Pendekatan Penelitian**

Metode pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan normatif (*normative approach*) yaitu menelaah kajian yang menekankan pada langkah

---

<sup>65</sup> Rifa'i Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: SUKA-Press, 2021), hlm. 7.

spekulatif teoritis dan menggunakan analisis normatif kualitatif, pendekatan ini dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka.<sup>66</sup> Dimana dalam penelitian yang dilakukan ini terlebih dahulu melihat perkembangan zaman yang membawa pada kemudahan dalam transaksi jual beli dengan basis *online*, kemudian nantinya dikorelasikan pada teori majelis akad Wahbah az-Zuhaili dan akan bermuara pada adanya pembahasan terhadap majelis akad dalam jual beli *online*.

### C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 yaitu:

#### 1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber utama yang dapat memberikan informasi langsung kepada peneliti tentang data yang dibutuhkan dalam penelitian.<sup>67</sup> Sumber data primer dari penelitian ini adalah metode pembayaran dan mekanisme pembelian yang penulis akses melalui *website* resmi serta jurnal yang berkaitan dengan Tokopedia dan Shopee.

Kemudian, rujukan utama bab teori akad yang berasal dari buku karya Wahbah az-Zuhaili berjudul *Al-fiqhu Al-islāmiyyu wa'adillatuhu* Jilid 4 yang diterjemahkan oleh Abdul Hayyie al-Kattani ke dalam bahasa Indonesia dan diterbitkan Gema Insani Jakarta, kitab ini membahas aturan-aturan syariah Islamiyah yang disandarkan kepada dalil-dalil yang shahih, baik dari al-Qur'an, as-Sunnah, maupun akal.

---

<sup>66</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Kencana Prenada, 2010), hlm. 35.

<sup>67</sup> Agus Sunaryo, dkk. *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Syariah IAIN Purwokerto* (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2019), hlm. 10.

Pembahasan dalam buku ini tidak hanya terfokus pada satu mazhab tertentu, melainkan terdapat pendapat empat mazhab (Hanafiyah, Malikiyah, Syafiiyah dan Hanabilah). Ketika memaparkan pendapat suatu mazhab, Beliau berusaha untuk merujuk langsung kepada kitab-kitab utama dalam mazhab tersebut disertai dengan proses penyimpulan hukum dari sumber-sumber hukum Islam baik naqli maupun aqli (al-Qur'an, as-Sunnah dan ijtihad akal).

Kitab ini juga memerhatikan keshahihan hadis yang dijadikan dalil, dari segi pembahasan hukum, buku ini membahas perbedaan-perbedaan hukum yang terdapat dalam setiap masalah fihiyyah dan membandingkan permasalahan yang ada dalam satu mazhab dengan mazhab lain. Keunggulan lain dari kitab ini adalah lebih memfokuskan pada sisi praktikal.<sup>68</sup>

## 2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data atau informasi yang diperoleh bukan dari sumber pertama melainkan sumber data yang memuat data pendukung bagi data utama.<sup>69</sup> Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data-data yang berasal dari al-Qur'an, Hadis, Kitab-Kitab Fiqih, Skripsi atau Karya Ilmiah serta buku lainnya yang dapat mendukung penelitian ini.

---

<sup>68</sup> Muhammad Ikhsan Setiaji, "Relevansi Pandangan Wahbah az-Zuhaili tentang Kadar Kewajiban Suami dalam Menafkahi Keluarga di Masa Pandemi Covid-19", *Skripsi* (Purwokerto: UIN K.H. Prof. Saifuddin Zuhri, 2022), hlm. 43-46.

<sup>69</sup> Sukiati, *Metodologi Penelitian Sebuah Pengantar* (Medan: CV. Manhaji, 2016), hlm. 177.

#### D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dilakukan oleh penulis untuk mengumpulkan data primer maupun sekunder. Metode pengumpulan data ini peneliti menggunakan metode dokumentasi (pengumpulan bahan kepustakaan terkait objek yang akan diteliti) dengan cara mencari buku-buku, penelitian terdahulu serta sumber-sumber lain yang didalamnya membahas teori/dalil dan lain-lain yang berhubungan dengan majelis akad. Selain itu penulis juga mengumpulkan literatur-literatur pendukung, baik dokumen tertulis, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penelitian ini.<sup>70</sup>

#### E. Metode Analisis Data

Adapun dalam analisisnya penulis menggunakan pola pikir deduktif yakni metode analitik yang berangkat dari dasar-dasar pengetahuan yang bersifat umum untuk diterapkan pada realitas empiris yang bersifat khusus. Peneliti memanfaatkan *content analysis* yakni secara khusus menjelaskan isi sumber data untuk menarik kesimpulan dari data yang dikumpulkan secara objektif dan sistematis. Metode ini digunakan dengan cara menjabarkan dan menafsirkan data berdasarkan konteksnya untuk menganalisis pandangan Wahbah az-Zuhaili mengenai majelis akad.<sup>71</sup>

---

<sup>70</sup> Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Mu'amalah* (Yogyakarta: Stain Po Press, 2010), hlm. 83.

<sup>71</sup> Agus Sunaryo, dkk. *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Syariah IAIN Purwokerto...*, hlm. 10.

## BAB IV

### ANALISIS MAJELIS AKAD PERSPEKTIF WAHBAH AZ-ZUHAILI DALAM JUAL BELI *ONLINE* DI *MARKETPLACE*

#### A. Praktik Jual Beli *Online* di *Marketplace* Tokopedia dan Shopee

##### 1. Definisi *marketplace*

Bagi sebagian masyarakat saat ini istilah *Marketplace* mungkin sudah tidak asing, *marketplace* sendiri berasal dari bahasa Inggris yang berarti pasar. Namun *marketplace* memiliki makna yang luas terutama pada bisnis, seperti tempat dimana beragam penjual dengan produknya serta pembeli atau secara sederhana diartikan sebagai tempat di mana penjual dan pembeli bertemu seperti makna pasar yang sesungguhnya.<sup>72</sup>

Disimpulkan bahwa *Marketplace* adalah sebuah pasar elektronik yang berisi berbagai penjual (Toko) dan pembeli untuk saling bertransaksi atau melakukan kegiatan menjual dan membeli barang maupun jasa. Penggunaan *marketplace* sendiri mulai populer sejak tahun 1995. Pada saat itu eBay dan Amazon merupakan *marketplace* yang paling dikenal dan digunakan oleh banyak orang di seluruh dunia. Popularitasnya menjadikan banyak orang tertarik untuk menikmati kemudahan teknologi yang ditawarkan. Di kawasan Asia, kemunculan Alibaba sebagai

---

<sup>72</sup> Rina Irawati dan Irawan Budi Prasetyo, "Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang)", *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* Vol. 6, No. 2 (2021), hlm. 117.

*marketplace* pertama juga menjadi sangat populer di tahun 1999 hingga saat ini, pengembangan *marketplace* terus terjadi.<sup>73</sup>

## 2. Profil Tokopedia dan Shopee

Di Indonesia sendiri, saat ini sudah ada beberapa *marketplace* lokal yang terkenal dan sering digunakan, seperti Tokopedia dan Shopee:

### a. Tokopedia

Tokopedia resmi ada sejak 17 Agustus 2009 di bawah naungan PT Tokopedia oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison sebagai pendirinya. Awal kemunculannya, PT Tokopedia berhasil menjadi salah satu perusahaan internet yang bertumbuh dengan cepat. Dilansir di situs Wikipedia *seed funding* (pendanaan awal) dari PT Indonusa Dwitama pada tahun 2009. Hingga pada akhirnya pada oktober 2014 Tokopedia mencetak sejarah sebagai perusahaan teknologi pertama di Asia.<sup>74</sup>

PT. Tokopedia adalah suatu perseroan terbatas yang menjalankan kegiatan usaha jasa web portal [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com), yakni situs pencarian toko dan barang yang dijual oleh penjual terdaftar. Tokopedia memiliki visi membangun Indonesia yang lebih baik lewat internet, hal ini dibuktikan dengan adanya program untuk mendukung para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan perorangan untuk mengembangkan usaha mereka dengan memasarkan

---

<sup>73</sup> Rina Irawati dan Irawan Budi Prasetyo, "Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang)".., hlm. 118.

<sup>74</sup> Tokopedia, "Kisah Kami", [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com), diakses pada tanggal 5 November 2022.

produk secara *online*. Tokopedia memiliki logo berbentuk *shopping bag* dengan wajah burung berwarna hijau.

b. Shopee

Kehadiran Shopee di Indonesia ada sejak Desember 2015, pendiri sekaligus CEO Shopee ini merupakan lulusan terbaik Universitas di Singapura yakni Chris Feng. Kesuksesan Shopee di Singapura diikuti dengan ekspansi Shoppe ke berbagai negara tetangga lainnya seperti Indonesia, Thailand, Malaysia, Vietnam, Taiwan dan Filipina. Shopee di Indonesia memiliki dua kantor pusat di Pacific Century Place Tower SCBD Kota Jakarta Selatan dan di Sahid J-Walk Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.<sup>75</sup>

Pada awal kemunculannya, Shopee dikenal sebagai pasar *Customer to Customer (C2C)* seiringnya waktu beralih menjadi model *hibrid* dan saat ini Shopee dijadikan sebagai *Business to Customer (B2C)*. Shopee memiliki visi menjadi *mobile marketplace* nomor 1 di Indonesia dan misi mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia.

3. Fitur dalam *marketplace* Tokopedia dan Shopee

a. Tokopedia

Tokopedia menyediakan berbagai macam fitur yang dapat memudahkan bagi penjual dan pembeli, terutama untuk menarik perhatian pengguna *e-commerce*.

---

<sup>75</sup> Shopee, "Shopee Karir", [careers.shopee.co.id](https://careers.shopee.co.id), diakses pada tanggal 05 November 2022.

Tokopedia telah menyediakan fitur “Diskusi Produk” dan “Chat” yang dapat digunakan untuk melakukan komunikasi dengan pengguna lain. Melalui fitur “Diskusi Produk”, pengguna dapat bertanya soal produk yang diminati, selain itu dapat juga melihat komentar pengguna lain sebagai referensi dalam membeli. Apabila pengguna ingin melakukan komunikasi pribadi, Tokopedia juga telah menyediakan fitur “Chat” dimana pengguna dapat saling berkiriman pesan dengan penjual.<sup>76</sup>

Selain itu, Terdapat beragam fitur lainnya yang ditawarkan Tokopedia untuk penjual dan pembeli, hal ini menjadi daya tarik sendiri. Bagi pembeli, Tokopedia menyediakan mesin pencari untuk memudahkan pencarian produk yang diinginkan serta fitur pembayaran instan dan pengiriman cepat. Selain itu, fitur bagi penjual di dalamnya terdapat seperti JNE *online booking* yang berguna untuk memasukkan nomor resi secara otomatis bagi penjual dan secara otomatis pula masuk ke akun penjual dan pembeli, *user managemet* (pengaturan admin) yang merupakan fitur berbayar untuk toko dengan penjualan tinggi demi memudahkan pengelolaannya dengan menambahkan 10 orang sebagai admin toko penjual, Tokopedia *topads*

---

<sup>76</sup> Tokopedia, “Tips Komunikasi Aman dengan Pengguna Tokopedia Lainnya”, [www.Tokopedia.com](http://www.Tokopedia.com), diakses pada tanggal 23 Desember 2022.

fitur yang menawarkan kemudahan dalam mempromosikan toko maupun produknya.<sup>77</sup>

c. Shopee

Shopee juga memiliki beragam fitur yang menarik, diantaranya fitur “Chat penjual” dan “Tawar”, pembeli dapat melakukan chat untuk memastikan ketersediaan produk dan bertanya seputar produk. Di samping itu, fitur tawar berlaku ketika penjual mengaktifkan fiturnya. Fitur ini untuk melakukan penawaran kepada penjual terhadap suatu produk dengan memilih ikon chat di halaman produk. Jika penjual menerima penawaran maka produk akan secara otomatis ditambahkan ke dalam keranjang serta dapat melakukan pembelian dengan harga yang telah disepakati. Caranya, pilih “Chat”, klik “Tawar”, pilih “Variasi dan Jumlah”, isi “Harga Satuan”, pilih “Tawar”. Kemudian pembeli menunggu tanggapan penjual untuk melihat apakah penawaran diterima atau ditolak.<sup>78</sup>

Terdapat pula fitur gratis ongkos kirim yang mana pembeli dapat menggunakan layanan ini untuk mendapatkan jasa kirim produk yang dibeli secara gratis, Shopee *game* (shopee capit, shopee *lucky prize*, shopee potong, shopee goyang, shopee tanam, shopee *candy*, shopee lempar dan shopee link), Selanjutnya Shopee koin dan Shopee pinjam menyediakan limit kredit untuk pinjaman uang tunai yang bisa

---

<sup>77</sup> Fadel Retzen Lupi, “Analisis Strategi Pemasaran dan Penjualan E-commerce pada Tokopedia”, *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komouter*, Vol. 2, No. 1, (Juni, 2016), hlm. 20.

<sup>78</sup> Shopee, “Fitur Tawar, Bagaimana Cara Menawar Harga ke Penjual”, [www.shopee.com](http://www.shopee.com), diakses pada tanggal 23 Desember 2000.

digunakan untuk tujuan tertentu, serta metode pembayaran yang lengkap.<sup>79</sup>

b. Metode pembayaran di Tokopedia dan Shopee

Metode atau sistem pembayaran merupakan suatu mekanisme yang akan menunjukkan adanya aliran dari sejumlah nilai yang bersumber dari pembeli kepada penjual dalam suatu transaksi. Metode pembayaran pada umumnya terbagi menjadi dua, pembayaran tunai dan pembayaran non tunai. Baik Tokopedia maupun Shopee memiliki metode pembayaran yang tidak jauh berbeda, diantaranya:<sup>80</sup>

- a. *Cash on Delivery (COD)*, merupakan metode pembayaran yang dilakukan setelah barang yang dipesan datang ke alamat yang dituju.
- b. *E-wallet*, merupakan metode menyimpan uang dalam bentuk digital yang bisa digunakan untuk melakukan transaksi secara *online*, seperti go-pay, ovo, dana.
- c. Transfer bank, merupakan metode pembayaran yang dilakukan dengan menggunakan ATM atau *mobile banking*.
- d. *Credit card* (Kartu kredit), merupakan suatu jenis penyelesaian transaksi retail dengan sistem kredit. Penerbit kartu kredit meminjamkan pemegang kartu uang dari rekening pemegang kartu.<sup>81</sup>

---

<sup>79</sup> Fauziah, "Strategi Komunikasi Bisnis *Online Shop* "Shopee" dalam Meningkatkan Penjualan", *Jurnal Abiwara*, Vol. 1, No.2 (Maret, 2020), hlm. 46.

<sup>80</sup> Handayani, "Pengaruh Metode Pembayaran dan Mudahnya Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian di Zalora Online Shopping", *UG Jurnal*, Vol. 15 (April, 2021), hlm. 60-61

<sup>81</sup> Adi Sulisty Nugroho, *E-Commerce Teori dan Implementasi* (Yogyakarta: Ekuilibria, 2016), hlm. 43.

- e. *Debit Card* (Kartu debit), merupakan sebuah kartu pembayaran secara elektronik yang diterbitkan oleh bank. Kartu ini mengacu pada saldo tabungan nasabah di bank penerbit tersebut.<sup>82</sup>
- f. ShopeePay, merupakan dompet atau uang elektronik yang ada di shopee.
- g. Spaylater, merupakan metode pembayaran dengan cicilan yang sebelumnya sudah mengaktifkan spaylater untuk mendapatkan limit kredit.
- h. Alfamart/Indomaret, merupakan metode pembayaran yang dilakukan melalui Alfamart/indomaret terdekat dengan menyerahkan kode referal ke kasir.

Tiap pembelian yang dilakukan Tokopedia dan Shopee memberlakukan biaya penanganan bagi pembeli, dimana biaya ini dihitung dari total transaksi, serta bervariasi tergantung pada metode pembayaran yang digunakan. Selain biaya penanganan, terdapat pula biaya layanan yang dikenakan kepada pembeli untuk setiap transaksi melalui situs atau aplikasi Tokopedia maupun Shopee.<sup>83</sup>

- c. Mekanisme pembelian produk di *marketplace* Tokopedia dan Shopee:

Sebelum melakukan pembelian, pembeli dapat menelusuri harga, jenis dan spesifikasi dari produk yang hendak dibelinya pada mesin pencarian. Setelah menentukan produk yang sesuai, pembeli dapat mengklik produk yang kemudian secara otomatis sistem akan

---

<sup>82</sup> Adi Sulisty Nugroho, *E-Commerce Teori dan Implementasi...*, hlm. 44.

<sup>83</sup> Seller, "Biaya Penanganan & Biaya Layanan Pembeli", [www.shopee.ac.id](http://www.shopee.ac.id), diakses pada tanggal 19 Januari 2023.

menghubungkan pihak pembeli dengan penjual. Di Tokopedia dan Shopee, pembeli dapat melakukan pembelian secara langsung atau menyimpannya terlebih dahulu di keranjang. Bedanya, Tokopedia menyediakan fitur chat dan diskusi yang dapat pembeli gunakan untuk berkomunikasi dengan penjual dan pembeli lainnya.

Sedangkan di Shopee, pembeli dapat berkomunikasi dengan penjual melalui fitur chat untuk menanyakan terkait ketersediaan produk atau hal lain yang berhubungan dengan transaksi jual beli. Bahkan Shopee juga memberikan fitur tawar yang dapat digunakan untuk pembeli menawar produk dari harga serupa menjadi harga yang dikehendakinya, dengan catatan fitur ini harus diaktifkan serta pihak penjual.<sup>84</sup>

Tokopedia dan Shopee akan membawa pembeli pada laman *check out* yang di dalamnya memuat alamat pengiriman, variasi ekspedisi, dan metode pembayaran. Setelah pembeli melakukan metode pembayaran maka produk akan diproses oleh penjual “sedang dikemas”, selanjutnya barang akan dikirim sesuai dengan masa pengiriman, setelah produk diterima pembeli dapat menyelesaikan pembeliannya dengan cara mengklik “diterima” dan memberikan ulasannya.

Selain itu pembelian dapat dibatalkan oleh pembeli selama sistem masih berstatus “belum dibayar” / “menunggu konfirmasi” atau “sedang dikemas” / “pesanan diproses”, dan penjual belum merubah statusnya menjadi “sedang dikirim” maka pembeli dapat melakukan pembatalan

---

<sup>84</sup> Shopee, “Tentang Portal Fitur Chat Penjual”, [www.seller.shopee.co.id](http://www.seller.shopee.co.id), diakses pada tanggal 03 Desember 2022.

secara instan tanpa perlu persetujuan dari penjual. Ataupun ketika penjual tidak segera merubah statusnya dalam tenggat waktu yang telah ditentukan oleh sistem, secara otomatis akan dibatalkan.

Lebih jelasnya, pembatalan pesanan di Tokopedia memiliki syarat dan ketentuan yang terbagi menjadi dua macam:<sup>85</sup>

d. Pembatalan secara instan

Yakni status pesanan masih menunggu konfirmasi dari penjual, waktu transaksi belum melewati batas waktu 7 jam setelah pembayaran terverifikasi, pembelian belum melakukan lebih dari dua kali pembatalan dalam waktu 1 bulan (bila memasuki bulan baru maka batas pembatalan akan direset kembali).

Mekanisme pembatalannya dengan membuka halaman daftar transaksi, pilih tab status pesanan menunggu konfirmasi, pilih pesanan yang ingin dibatalkan dan klik batalkan pesanan, pilih alasan membatalkan pesanan, selanjutnya klik batalkan pesanan.

e. Pembatalan dengan persetujuan

Syarat dan ketentuannya meliputi telah diproses atau menunggu kurir (resi tidak valid dan resi diubah), telah melewati batas waktu 7 jam setelah pembayaran terverifikasi, pembeli dapat melakukan lebih dari dua kali pembatalan dalam waktu satu bulan.

Mekanisme pembatalannya dengan munculnya fitur ajukan pembatalan setelah pesanan telah diproses penjual, namun perlu

---

<sup>85</sup> Tokopedia, "Cara Membatalkan Pesanan di Tokopedia", [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com), diakses pada tanggal 03 Desember 2022.

diperhatikan mengenai pengajuan di status yang masih menunggu konfirmasi atau proses dimana bila penjual tidak memproses atau mengirim pesanan sesuai ketentuan waktu proses maka transaksi dibatalkan otomatis. Pengajuan di status menunggu kurir, dalam kondisi ini penjual tidak merespons pengajuan pembatalan maksimal 1x24 jam sejak pengajuan dari pembeli, maka transaksi akan dibatalakan otomatis, penjual juga ikut andil untuk menyetujui atau menolak ajuan pembatalan pembeli.

Shopee juga membagi pembatalan pesannya menjadi tiga macam.<sup>86</sup>

1. Pembatalan instan

Merupakan pembatalan yang dilakukan oleh pembeli tanpa menunggu respon penjual karena pembeli melakukan pembatalan dalam waktu 1 jam setelah terverifikasi, dan selama penjual belum mengatur pengiriman.

2. Pembatalan non-instan

Merupakan pembatalan yang dilakukan oleh pembeli dengan menunggu respon penjual, diberlakukan karena pembeli membatalkan pesanan lewat dari 1 jam setelah pembayaran terverifikasi, dan penjual berhak untuk menolak pengajuan pembatalan.

---

<sup>86</sup> Shopee, "Jenis dan Proses Pembatalan Pesanan", [www.seller.shopee.co.id](http://www.seller.shopee.co.id), diakses pada tanggal 03 Desember 2022.

f. Pembatalan otomatis

Merupakan pesanan yang dibatalkan karena penjual tidak mengatur pengiriman dalam rentang waktu masa pengemasan, penjual tidak masuk ke aplikasi Shopee selama 7 hari sejak pembeli membayar pesanan, dan penjual tidak menyerahkan paket ke kurir yang mengantarkan paket ke counter jasa kirim.

Sedangkan ketika barang telah terlanjur dikirim oleh penjual maka tidak dapat dibatalkan pembeli, namun pembeli masih dapat mengajukan pengembalian barang dengan persetujuan penjual. Dimana pembeli dapat mengajukan pembatalan pesanan dan mengajukan pengembalian barang atau dana selama masa garansi Shopee belum berakhir yaitu berlaku 12 hari sejak pembeli melakukan buat pesanan sampai pembeli sudah memberi konfirmasi kepada pihak Shopee dengan klik terima pesanan atau tidak memberi konfirmasi.

Baik berupa terima pesanan atau tidak mengajukan pembatalan pesanan maupun pengembalian barang sampai masa garansi Shopee habis, maka pembeli sudah tidak dapat mengajukan pembatalan maupun pengembalian lagi. Karena jika pembeli tidak memberi konfirmasi sampai masa garansi Shopee habis, dianggap pembeli menerima barang sesuai pesanan dari Toko.<sup>87</sup>

---

<sup>87</sup> Dinda Yuanita, "Pelaksanaan Khiyar dalam Transaksi Jual Beli *Online* di Shopee", *Jurnal Al-Hakim*, Vol. 4, No. 1, 2022, hlm. 124.

## **B. Majelis Akad Perspektif Wahbah az-Zuhaili dalam Jual Beli *Online* di *Marketplace* Tokopedia dan Shopee**

Salah satu hal terpenting dalam kegiatan jual beli terletak pada *ṣighāt* akad, dimana antara penjual dan pembeli harus saling ridha dan ijab kabul saling berkesinambungan tanpa ada sesuatu yang menghalangi. *Ṣighāt* akad dapat dilakukan dengan lisan tulisan, perbuatan maupun isyarat. Sehubungan dengan *ṣighāt* akad maka disyaratkan kesatuan majelis dalam membentuk transaksi untuk menjauhkan dari hal-hal yang dapat merugikan keduanya.

Majelis akad dalam pandangan ulama klasik dipahami dengan berkumpulnya antara penjual dan pembeli dalam kesatuan tempat dan waktu secara fisik, keduanya hadir mengutarakan niatnya untuk menjual/membeli, tawar-menawar harga hingga keduanya mencapai kesepakatan untuk meneruskan atau membatalkan jual beli selama mereka belum berpaling pada pembahasan lain atau berpaling meninggalkan tempat jual beli. Sebagian besar ulama klasik tidak memperbolehkan jual beli dilakukan dengan cara penjual dan pembeli terpisah atau berada di tempat yang berbeda dan berjauhan, sebab dikhawatirkan akan menghalangi pelafalan ijab dan kabul itu sendiri.

Namun, dengan corak pemikiran Wahbah az-Zuhaili yang moderat serta metode ijtihadnya yang lebih mengarah pada *taiṣīr* (memudahkan) dalam pemahaman serta praktik keagamaan.<sup>88</sup> Beliau membolehkan penjual dan pembeli melakukan akad jual beli di tempat terpisah, sebab Beliau menyadari

---

<sup>88</sup> Abdul Malik, "Studi Analisis Pendapat Wahbah Az-Zuhaili Tentang Zakat Hasil Investasi Properti Dalam Kitab Al-Fiqhul Islami Wa Adillatuhu", *Skripsi* (Semarang: Universitas wahid Hasyim Semarang, 2018), hlm. 53.

akan persoalan muamalah yang mengikuti perkembangan zaman umat manusia.

Di mana jual beli dapat dilakukan secara berjauhan melalui internet atau jual beli *online*, dimana sistem ini termasuk pada *ba'i as-salam* yang menggunakan akad tulisan. Hal inilah yang mendasari alasan Wahbah az-Zuhaili membolehkan jual beli dilakukan di tempat berjauhan dengan menggunakan sarana komunikasi modern, dan membahasnya dalam kitab *Al-fiqhu Al-islāmiyyu wa 'adillatuhu* Jilid 4.

Majelis akad dalam jual beli yang dimaksud Wahbah az-Zuhaili merupakan berkumpulnya penjual dan pembeli yang berada pada kesatuan tempat, kondisi dan waktu, ialah:

1. Kesatuan tempat:<sup>89</sup>

التَّعَاقُدُ بِالْهَاتِفِ وَالْمُرَاسَلَةِ: لَيْسَ الْمُرَادُ مِنْ إِتْحَادِ الْمَجْلِسِ كَوْنُ الْمُتَعَاقِدَيْنِ فِي مَكَانٍ وَاحِدٍ: لِأَنَّهُ قَدْ يَكُونُ مَكَانٌ أَحَدُهُمَا غَيْرُ مَكَانِ الْآخَرِ، إِذَا وَجَدَ بَيْنَهُمَا وَاسِطَةً إِتِّصَالَ: كَالْتَّعَاقُدِ بِالْهَاتِفِ، أَوْ بِالْمُرَاسَلَةِ.

Dimana satunya tempat dipahami dengan adanya suatu sarana untuk menghubungkan penjual dan pembeli dalam bertransaksi. Ketika jual beli dilakukan dengan berdekatan maka sarananya merupakan tempat yang lazim untuk berjual beli disertai penjual dan pembeli di dalamnya, sedangkan jual beli yang dilakukan dengan berjauhan, Wahbah az-Zuhaili membolehkan sarana komunikasi modern seperti telepon, telefaks, video *call* dan sejenisnya.

<sup>89</sup> Wahbah az-Zuhaili, *Al-fiqhu Al-islāmiyyu wa 'adillatuhu Jilid 4* (Damaskus: Dar Fikr, 1998), hlm. 108.

## 2. Kesatuan waktu:<sup>90</sup>

وَأَمَّا الْمُرَادُ بِاتِّحَادِ الْمَجْلِسِ اتِّحَادُ الزَّمَنِ أَوْ الْوَقْتِ الَّذِي يَكُونُ الْمُتَعَاقِدَانِ مُشْتَغَلَيْنِ فِيهِ بِالْتَعَاقُدِ. فَمَجْلِسُ الْعَقْدِ : هُوَ الْحَالُ الَّتِي يَكُونُ فِيهَا الْمُتَعَاقِدَانِ مُقْبِلَيْنِ عَلَى التَّفَاوُضِ فِي الْعَقْدِ وَعَنْ هَذَا قَالَ الْفُقَهَاءُ : « إِنَّ الْمَجْلِسَ يَجْمَعُ الْمُتَفَرِّقَاتِ » . وَعَلَى هَذَا يَكُونُ مَجْلِسُ الْعَقْدِ فِي الْمَكَالِمَةِ الْهَاتِفِيَّةِ : هُوَ زَمَنُ الْإِتِّصَالِ مَا دَامَ الْكَلَامُ فِي شَأْنِ الْعَقْدِ، فَإِنْ انْتَقَلَ الْمُتَحَدِّثَانِ إِلَى حَدِيثٍ آخَرَ انْتَهَى الْمَجْلِسُ.

وَمَجْلِسُ التَّعَاقُدِ بِإِرْسَالِ رَسُولٍ ، أَوْ بِتَوَجُّهِهِ خَطَابَ هُوَ مَجْلِسٌ تَبْلِيغِ الرِّسَالَةِ ، أَوْ وَصُولِ الْخُطَابِ، كَمَا بَيَّنَّا سَابِقًا ؛ لِأَنَّ الرُّسُولَ سَفِيرًا وَمُعَبَّرًا عَنِ كَلَامِ الْمُرْسِلِ ، فَكَأَنَّهُ حَضَرَ بِنَفْسِهِ وَخُوطِبَ بِالْإِجَابِ فَقَبِلَ فَيُعَقَدُ الْعَقْدُ. وَفِي مُكَاتَّبَةِ الْعَائِبِ بِخُطَابٍ يَجْعَلُهُ كَأَنَّهُ حَضَرَ بِنَفْسِهِ ، وَخُوطِبَ بِالْإِجَابِ ، فَقَبِلَ فِي الْمَجْلِسِ . فَإِنْ تَأَخَّرَ الْقَبُولُ إِلَى مَجْلِسٍ ثَانٍ لَمْ يَنْعَقِدِ الْعَقْدُ. وَبِهِ يَتَبَيَّنُ أَنَّ مَجْلِسَ التَّعَاقُدِ بَيْنَ حَاضِرَيْنِ : هُوَ مَحَلُّ صَدُورِ الْإِجَابِ، وَمَجْلِسُ التَّعَاقُدِ بَيْنَ غَائِبَيْنِ : هُوَ مَحَلُّ وُصُولِ الْكِتَابِ أَوْ تَبْلِيغِ الرِّسَالَةِ ، أَوْ الْمُحَادَثَةِ الْهَاتِفِيَّةِ .

Dimana satunya waktu dipahami dengan awal terjadinya akad hingga hal-hal yang dapat membatalkan atau berakhirnya suatu akad jual beli tersebut. Dengan kata lain, majelis akad dipahami sebagai kesatuan waktu karena masih dapat dinyatakan bahwa majelis akad tetap eksis selama waktu bagi penjual dan pembeli tetap terpusat pada persoalan jual beli tanpa mempertimbangkan telah berubah dari tempatnya atau belum secara fisik. Masa kabul ini selama penjual dan pembeli masih dalam kesatuan majelis serta tidak adanya indikasi dari pembeli yang membatalkan pembeliannya hingga masa tersebut berakhir.

<sup>90</sup> Wahbah az-Zuhaili, *Al-fiqhu Al-islāmiyyu wa'adillatuhu Jilid 4* (Damaskus: Dar Fikr, 1998), hlm. 109.

Masa kabul yang dimaksud ini mengacu pada proses akad antara dua pihak yang sama-sama tidak hadir, dijelaskan bahwa proses akadnya dianggap sah di tempat dan waktu dimana pihak mujib mengetahui adanya kabul dari pihak kedua dan dianggap pihak mujib sudah mengetahui kabul di tempat dan waktu sampainya kabul tersebut.

### 3. Kesatuan kondisi:<sup>91</sup>

أَلَا يَصُدُّرُ مِنْ أَحَدٍ الْعَاقِدَيْنِ مَا يُدُلُّ عَلَى إِعْرَاضِهِ عَنِ الْعَقْدِ : بَأَنَّ يَكُونَ الْكَلَامُ فِي مَوْضُوعِ الْعَقْدِ، وَالْأَلَا يَتَخَلَّلُهُ فَضْلٌ بِكَلَامٍ أَجْنَبِيٍّ يَعُدُّ قَرِينَةً عَلَى . الإِعْرَاضِ عَنِ الْعَقْدِ .

فَإِنْ تَرَكَ الْمُؤَجِّبُ مَجْلِسَ الْعَقْدِ قَبْلَ قَبُولِ الْآخَرِ، أَوْ تَرَكَ الطَّرْفَ الْآخَرَ الْمَجْلِسِ بَعْدَ صُدُورِ الْإِجَابِ ، أَوْ انْشَعَلَ الطَّرْفَانِ فِي مَوْضُوعٍ آخَرَ لَا صِلَةَ لَهُ بِالْعَقْدِ ، بَطُلَ الْإِجَابِ . وَلَوْ قَبَلَ الْآخَرَ حِينَئِذٍ لَا يَعْتَبَرُ قَبُولُهُ مُتَمًّا لِلْعَقْدِ ؛ لِأَنَّ الْإِجَابَ ذَهَبَ وَمَا يَبْقَى لَهُ وَجُودٌ ، إِذَا لَمْ يَتَعَانَقْ مَعَ الْقَبُولِ، وَسَبَبَ ذَهَابَهُ أَنَّهُ كَلَامٌ إِعْتِبَارِيٌّ لَا بَقَاءَ لَهُ إِذَا لَمْ يَتَّصِلْ بِالْقَبُولِ، وَيَجْعَلُ بَاقِيًا مُدَّةَ الْمَجْلِسِ مِنْ بَابِ التَّيْسِيرِ عَلَى الطَّرْفَيْنِ وَدَفْعِ الْعَسْرِ عَنْهُمَا لِيُمْكِنَ تَلَاقِي الْقَبُولِ بِهِ ، وَإِنْعِمَادَ الْعَقْدِ .

Dalam hal ini kondisi yang dimaksud mengarah pada kebersinambungannya antara ijab kabul antara penjual dan pembeli. Kabulnya ditandai dengan adanya pembahasan yang masih berhubungan dengan jual beli, atau batal saat keduanya sudah beralih pembicaraan di luar pembahasan utama. Pada intinya, kesatuan kondisi antara penjual dan pembeli ini selama keduanya fokus pada masalah atau negoisasi dalam jual beli.

<sup>91</sup> Wahbah az-Zuhaili, *Al-fiqhu Al-islāmiyyu wa'adillatuhu Jilid 4* (Damaskus: Dar Fikr, 1998), hlm. 110.

Majelis akad akan berubah sesuai dengan kebiasaan yang berlaku di dalam masyarakat, baik karena berubahnya majelis yang disebabkan kondisi di mana penjual dan pembeli beralih pada pembicaraan lain, maupun yang disebabkan karena keduanya beralih masing-masing dari tempat yang dijadikan wadah untuk bertransaksi, sebab akad akan tetap eksis selama keduanya masih di dalam satu majelis yang sama.

Namun terkait pembatalan akad dalam jual beli yang dilakukan oleh pembeli karena berubahnya pikiran atau ketidakcocokan maupun menemui kecacatan pada barang yang dibelinya, Wahbah az-Zuhaili menjelaskan bahwa pembatalan yang dilakukan oleh pembeli dapat dilakukan selama penjual belum mengetahui ijabnya, sedangkan penjual yang telah mengetahui ijabnya maka pembeli harus menunggu persetujuan darinya.

Berdasarkan ketentuan majelis akad menurut Wahbah az-Zuhaili, maka majelis akad dalam jual beli *online* pada *marketplace* Tokopedia dan Shopee dapat diuraikan bahwa kesatuan tempatnya dipahami dengan sarana komunikasi dari jual beli itu sendiri, sebagaimana peneliti memfokuskan *marketplace* yang menjadi wadah untuk berkomunikasi diantara penjual dan pembeli. Pada *Marketplace* Tokopedia dan Shopee ini diibaratkan seperti pasar secara fisik yang mana di dalamnya memuat berbagai macam toko atau penjual, serta beragam kebutuhan sandang dan pangan. Tokopedia dan Shopee memiliki fitur tersendiri untuk berinteraksi dengan pembeli selayaknya jual beli konvensional.

Penyerahan (ijab) dan Penerimaan (kabal) dengan perbuatan, di dalam Islam suatu akad jual beli diperbolehkan untuk melakukan akad dengan menggunakan tulisan, dengan syarat penjual dan pembeli tempatnya saling berjauhan atau pelaku akad bisu, kesempurnaan akad ini hendaknya pihak lain yang dituju oleh tulisan itu bersedia untuk membaca tulisan itu.<sup>92</sup>

Hal ini sesuai dengan layanan yang ada pada *marketplace* Tokopedia dan Shopee yang keseluruhannya menggunakan tulisan dan gambar untuk mempermudah jalannya *Ba'i aṣ-ṣalam* yang memang penjual dan pembelinya melakukan transaksi tidak memungkinkan untuk bertatap muka. Di Tokopedia, Fitur “Chat” dan “Diskusi” berguna untuk melakukan komunikasi dengan pengguna lain. Melalui fitur “Diskusi Produk”, pengguna dapat bertanya soal produk yang diminati, selain itu dapat juga melihat komentar pengguna lain sebagai referensi dalam membeli. Apabila pengguna ingin melakukan komunikasi pribadi, Tokopedia juga telah menyediakan fitur “Chat” dimana pengguna dapat saling berkirim pesan dengan penjual.<sup>93</sup>

Sedangkan di Shopee, fitur yang membantu penjual dan pembeli berinteraksi terdapat “Chat penjual” dan “Tawar”, pembeli dapat melakukan chat untuk memastikan ketersediaan produk dan bertanya seputar produk. Di samping itu, fitur tawar berlaku ketika penjual mengaktifkan fiturnya. Fitur ini untuk melakukan penawaran kepada penjual terhadap suatu produk dengan memilih ikon chat di halaman produk. Jika penjual menerima penawaran maka

---

<sup>92</sup> Abdul Fatah Idris dan Ahmadi, *Fiqh Islam Lengkap* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003), hlm. 32.

<sup>93</sup> Tokopedia, “Tips Komunikasi Aman dengan Pengguna Tokopedia Lainnya”, [www.Tokopedia.com](http://www.Tokopedia.com), diakses pada tanggal 23 Desember 2022.

produk akan secara otomatis ditambahkan ke dalam keranjang serta dapat melakukan pembelian dengan harga yang telah disepakati. Caranya, pilih “Chat”, klik “Tawar”, pilih “Variasi dan Jumlah”, isi “Harga Satuan”, pilih “Tawar”. Kemudian pembeli menunggu tanggapan penjual untuk melihat apakah penawaran diterima atau ditolak.<sup>94</sup>

Beralih pada kesatuan waktu, dimana waktu ini untuk mengetahui terjadi dan berakhirnya transaksi jual beli itu sendiri. Dalam hal ini, terjadinya transaksi jual beli *online* di *marketplace* dapat dipahami dengan sampainya notifikasi kepada penjual dari pembeli yang melakukan *check out* barang (membeli) yang sebelumnya telah melewati prosedur pembayaran barang beserta pembebanan biaya layanan dan penanganan, baik melalui *Cash on Delivery (COD)*, *E-wallet* (go-pay, ovo, dana), Transfer bank (ATM atau *mobile banking*), *Credit card* (Kartu kredit), *Debit Card* (Kartu debit), ShopeePay, Spaylater maupun Alfamart/Indomaret.

Serta pemilihan ekspedisi pengiriman (JNE/J&T/Cargo, dll). Kemudian penjual meresponnya dengan status sistem “sedang dikemas” pada laman Tokopedia atau Shopee. Selanjutnya barang akan dikirim sesuai dengan masa pengiriman, setelah produk diterima pembeli dapat menyelesaikan pembeliannya dengan cara mengklik “diterima” dan memberikan ulasannya, maka akadnya pun berakhir.

Terakhir, mengenai kesatuan kondisi. Pembeli dapat berkomunikasi dengan penjual melalui fitur chat untuk perubahan pesanan atau perubahan

---

<sup>94</sup> Shopee, “Fitur Tawar, Bagaimana Cara Menawar Harga ke Penjual”, [www.shopee.com](http://www.shopee.com), diakses pada tanggal 23 Desember 2022.

alamat. Dalam *marketplace* Tokopedia dan Shopee, ketika penjual telah memproses, maka pembeli tidak dapat membatalkan pesanan sebelum pihak penjual menyetujuinya, terkecuali produk tersebut masih dalam status “belum dibayar” / “menunggu konfirmasi” atau “sedang dikemas” / “pesanan diproses”, dan penjual belum merubah statusnya menjadi “sedang dikirim” maka pembeli dapat melakukan pembatalan secara instan tanpa perlu persetujuan dari penjual. Ataupun ketika penjual tidak segera merubah statusnya dalam tenggat waktu yang telah ditentukan oleh sistem, secara otomatis akan dibatalkan.

Sedangkan ketika barang telah terlanjur dikirim oleh penjual maka tidak dapat dibatalkan pembeli, namun pembeli masih dapat mengajukan pengembalian barang dengan persetujuan penjual, kebijakan ini dapat dikategorikan sebagai *khiyār. Khiyār majelis* pada *marketplace* Tokopedia dan Shopee, dimana pembeli dapat mengajukan pembatalan pesanan dan mengajukan pengembalian barang atau dana selama masa garansi Shopee belum berakhir yaitu berlaku 12 hari sejak pembeli melakukan buat pesanan sampai pembeli telah memberi konfirmasi kepada pihak Shopee dengan klik terima pesanan atau tidak memberi konfirmasi.

Baik berupa terima pesanan atau tidak mengajukan pembatalan pesanan/pengembalian barang sampai masa garansi Shopee habis, maka pembeli sudah tidak dapat mengajukan pembatalan maupun pengembalian

lagi. Karena jika pembeli tidak memberi konfirmasi sampai masa garansi Shopee habis, dianggap pembeli menerima barang sesuai pesanan dari Toko.<sup>95</sup>

Apabila pembeli belum menyelesaikan pembayaran dalam kurun waktu 1x24 jam yang ditetapkan Tokopedia atau Shopee dengan menggunakan metode pembayaran selain COD, maka akan dibatalkan otomatis. Hal ini termasuk pada *khiyār* naqad.

Selama masih dalam ikatan transaksi, pembeli dapat pula mengajukan komplain barang yang diterimanya dalam keadaan cacat, kecatatan barang dapat berupa sebuah kesalahan Toko (penjual) dalam proses sortir barang (terlewat saat mensortir barang yang cacat), namun juga dapat berupa kekurangan pembeli pada barang yang diterima (seperti kesalahan size atau warna barang), rusak atau tidak sesuai. Maka *khiyār* aib pun berlangsung dalam shopee, penjual memberikan respon berupa penawaran *return* atau pengembalian barang/uang.

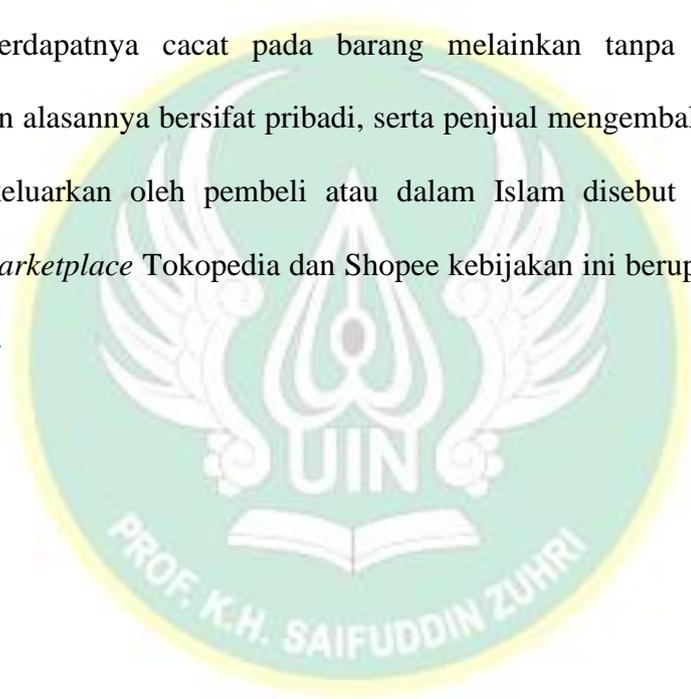
Selain itu terdapat pula *khiyār* syarat bila masih dalam kesatuan majelis akad yaitu sebelum pembeli mengajukan pengembalian barang dan dana melalui Shopee, pembeli melakukan konfirmasi terlebih dahulu terkait permasalahan barang yang diterima kepada pihak penjual melalui fitur chat Shopee. Kemudian penjual meminta pembeli menunjukkan foto permasalahan produk yang dialami, untuk selanjutnya dikonfirmasi kepada admin packing, setelah konfirmasi penjual memperbolehkan pembeli untuk mengajukan pengembalian barang dan dana. Saat pembeli mengajukan pembatalan

---

<sup>95</sup> Dinda Yuanita, "Pelaksanaan Khiyar dalam Transaksi Jual Beli *Online* di Shopee", *Jurnal Al-Hakim*, Vol. 4, No. 1, 2022, hlm. 124.

pesanan dan pengembalian barang dan dana melalui sistem Shopee wajib memilih alasan pembatalan atau pengembalian yang diajukan dan melampirkan bukti-bukti foto atau video *unboxing* barang yang relevan dengan alasan pengembalian.

Di luar persoalan *khiyār* sebagai bentuk penjagaan hak penjual dan pembeli atas kecacatan maupun kerugian, Islam juga memperbolehkan barang yang telah dibeli untuk dibatalkan dan dikembalikan kepada penjual bukan karena terdapatnya cacat pada barang melainkan tanpa alasan apapun melainkan alasannya bersifat pribadi, serta penjual mengembalikan uang yang telah dikeluarkan oleh pembeli atau dalam Islam disebut dengan *iqalah*. Dalam *marketplace* Tokopedia dan Shopee kebijakan ini berupa return barang dan dana.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan serta analisis yang telah dipaparkan oleh penulis, mengenai majelis akad perspektif wahbah az-zuhaili dalam jual beli *online* di *marketplace*. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Praktik jual beli *online* di *marketplace* Tokopedia dan Shopee ini termasuk pada akad *ba'i as-salam* yang mana pembayarannya dapat dilakukan terlebih dahulu atau ketika barang dikirim kemudian sesuai dengan spesifikasi yang dipesan. Majelis akad dalam jual beli *online* di *marketplace* Tokopedia dan Shopee ini telah sesuai, karena Wahbah az-Zuhaili menginterpretasikan majelis akad jual beli dalam arti non fisik (tidak diharuskan dalam satu tempat secara fisik).

Dengan demikian, satunya tempat yang dimaksud merupakan sarana yang dapat menghubungkan penjual dan pembeli yang saling berjauhan, satunya waktu ini ijab dan kabulnya berkesinambungan dan tidak terputus oleh sesuatu yang dapat membatalkan ijabnya. Hal ini terhitung dari awal pemesanan dimana pembeli hingga barang diterima oleh pembeli, dan satunya kondisi di mana penjual dan pembeli tidak mengalami perubahan kondisi, seperti pembatalan oleh pembeli maupun penjual.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran:

### 1. Bagi Kalangan Akademis

Peneliti berharap agar kedepannya penelitian ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa/i, baik sekedar menambah wawasan maupun sebagai bahan referensi yang akan melakukan penelitian serupa, serta keterbatasan pembahasan majelis akad yang mencakup pembebanan biaya layanan Tokopedia dan Shopee pada skripsi ini memungkinkan untuk dilakukan penelitian berikutnya.

### 2. Bagi Peneliti dan Masyarakat

Bagi peneliti dan masyarakat, berharap dengan adanya penelitian ini dapat menambah pemahaman mengenai majelis akad terutama dalam jual beli *online* di *marketplace* Tokopedia dan Shopee.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abubakar, Rifa'i. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press. 2021.
- Afdawaiza. "Terbentuknya Akad dalam Hukum Perjanjian Islam". *Jurnal Al-Mawarid* XVIII. 2018.
- Agama, Departemen. *Al-Qur'an dalam Huruf Arab dan Latin*. Bandung: Bahrul'ulum. 1972.
- Al-Syafi'I, Muhammad bin Idris. *Al-Uum̄* Juz 5. Bayrūt: Dar al-Fikr. 2009.
- Al-Qazwini, Muhammad Ibn Yazid. *Kitab Sunan Ibnu Majah*. Beirut: Darul Kutub Ilmiah. 1995. Juz.1. No. Hadis 2176.
- Al-Juzairi, Abdul Rahman. *Al Fiqhu alā Al Madzhaib al-Arba'āh*. Bayrūt: Dar al-Fikr. 1990.
- Anwar, Syamsul. *Hukum Perjanjian Syariah (Teori tentang Akad Akad dalam Fikih Muamalat)*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2010.
- Anwar, Syamsul. *Hukum Perjanjian Syariah Studi tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2010.
- Aziz Muhammad Azzam, Abdul. *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam*. Jakarta: Amzah. 2010.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Al-fiqhu Al-islāmiyyu wa'adillatuhu Jilid 4*. terj. Abdul Hayyie al-Kattani. Jakarta: Gema Insani. 2011.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Al-fiqhu Al-islāmiyyu wa'adillatuhu jilid 4*. Damaskus: Dar al-Fikr. 1998.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Al-fiqhu Al-islāmiyyu wa'adillatuhu Jilid 5*, terj. Abdul Hayyie al-Kattani. Jakarta: Gema Insani. 2011.
- Damanuri, Aji. *Metodologi Penelitian Mu'amalah*. Yogyakarta: Stain Po Press. 2010.
- Dewi, Gemala, dkk. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana. 2005.

- Djuwaini, Dimyauddin. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2008.
- Fahima, Im. *Fiqh Ekonomi*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru. 2018.
- Farroh Hasan, Akhmad. *Fiqh Muamalah dari Klasik hingga Kontemporer*. Malang: UIN-Maliki Malang Press. 2018.
- Hasan, M. Ali. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*. Jakarta: PT RajaGrafindo. 2003.
- Hidayat, Enang. *Fiqh Jual Beli*. Bandung: PT. Remaja Restakarya. 2015.
- Isma'I bin Umar Ibn Katsir Ad-Dimasyq, Abi Fida'. *Tafsir Qur'ānul 'ādzim*. Bayrūt: Al Resalah. 2006.
- Jawad Mughniyah, Muhammad. *Fiqh Lima Madzhab: Ja'fari, Abu Hanifah, Maliki, Syafi'I, Hambali*, terj. Masykur A.B, Afif Muhammad, dkk. Jakarta: Lentera. 2010.
- Jazil, Saiful. *Fiqh Mu'amalah*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press. 2014.
- Kusumaningsih, Sabtarini, dkk. *Buku Panduan Marketplace*. Surabaya: CV. Global Aksara Pres. 2021.
- Mahmud Marzuki, Peter. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada. 2010.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana. 2012.
- Muhammad bin Ahmad bin Abi Bakr al Qurtubi, Abi 'Abdillah. *Jāmi'ul Ahkam al Qur'ān*. Bayrūt: Al Resalah. 2006.
- Mujahidin, Ahmad. *Kewenangan dan Prosedur Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah di Indonesia*. Bogor: Ghaila Indonesia. 2010.
- Rahman Ghazaly, Abdul, dkk. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana. 2010.
- Sudiarti, Sri. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Sumatera: FEBI UIN-SU Press. 2018.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2002.
- Sukiati. *Metodologi Penelitian Sebuah Pengantar*. Medan: CV. Manhaji. 2016.
- Sulistyo Nugroho, Adi. *E-Commerce Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekuilibria. 2016.

Sunaryo, Agus, dkk. *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Syariah IAIN Purwokerto*. Purwokerto: IAIN Purwokerto. 2019.

## **Jurnal**

Dyah Pekerti, Retno dan Eliada Herwiyanti. “Transaksi Jual Beli *Online* dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi’i”. *Jurnal Ekonom Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 20 No. 2. 2018.

Fadel Retzen Lupi, “Analisis Strategi Pemasaran dan Penjualan E-commerce pada Tokopedia”. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer*. Vol. 2, No. 1. Juni. 2016.

Fadhli, Ashabul. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Akad *As-Salam* dalam Transaksi E-commerce”. *Jurnal Pemikiran Hukum Isla*. Vol. XV. No. 1. 2016.

Fatwa DSN-MUI No: 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli.

Fauziah. “Strategi Komunikasi Bisnis *Online Shop* “Shopee” dalam Meningkatkan Penjualan”. *Jurnal Abiwara*. Vol. 1. No.2. Maret. 2020.

Handayani. “Pengaruh Metode Pembayaran dan Mudahnya Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian di Zalora Online Shopping”. *UG Jurnal*. Vol. 15. April. 2021.

Irawati, Rina dan Irawan Budi Prasetyo. “Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang)”. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*. Vol. 6. No. 2. 2021.

Susiati, Wati. “Jual Beli Kontemporer”. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 8. No. 2. 2017.

Teti. “Implementasi Khiyar dalam Jual Beli Online (Studi kasus Ketidaksesuaian Objek Pada Marketplace Shopee)”. *Skripsi*. Makassar: UIN Alauddin Makassar. 2020.

Yuanita, Dinda. “Pelaksanaan Khiyar dalam Transaksi Jual Beli *Online* di Shopee”. *Jurnal Al-Hakim*. Vol. 4. No. 1. 2022.

## Skripsi

Hasinata, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Khyiar Pada Jual Beli Barang Bekas Online di Aplikasi Caraousell (Suatu Penelitian Terhadap Penjual Barang Bekas (Preloved) di Banda Aceh. Skripsi.* Banda Aceh: UIN Ar-Raniry Banda Aceh. 2021.

Ikhsan Setiaji, Muhammad. "Relevansi Pandangan Wahbah az-Zuhaili tentang Kadar Kewajiban Suami dalam Menafkahi Keluarga di Masa Pandemi Covid-19". *Skripsi.* Purwokerto: UIN K.H. Prof. Saifuddin Zuhri. 2022.

Khaerul Muhajirin, *Jual Beli Online dalam Perspektif Akad Istishna' Menurut Pemikiran Imam Abu Hanifah (Studi User Aplikasi Go-Food di Makassar), Skripsi.* Makassar: UIN Alauddin Makassar. 2020.

Malik, Abdul. "Studi Analisis Pendapat Wahbah Az-Zuhaili Tentang Zakat Hasil Investasi Properti Dalam Kitab Al-Fiqhul Islami Wa Adillatuhu". *Skripsi.* Semarang: Universitas wahid Hasyim Semarang. 2018.

Rosila, "Konsep Khyiar menurut mazhab abu hanifah dan mazhab imam syafii serta relevansiya dengan jual beli masa kini". *Skripsi.* Parepare: IAIN Parepare. 2022.

## Internet

Ayu sendari, Anugerah. "E-commerce adalah Perdagangan Online, Kenali Cara Kerjanya". [www.hot.liputan6.com](http://www.hot.liputan6.com). diakses pada tanggal 23 Juli 2022.

Nur Aeni, Siti. "7 Marketplace Terbesar di Indonesia Kuartal III 2021". [www.katadata.co.id](http://www.katadata.co.id). diakses pada tanggal 23 Agustus 2022.

Shopee, "Tentang Portal Fitur Chat Penjual", [www.seller.shopee.co.id](http://www.seller.shopee.co.id), diakses pada tanggal 03 Desember 2022.

Shopee. "Fitur Tawar, Bagaimana Cara Menawar Harga ke Penjual". [www.shopee.com](http://www.shopee.com). Diakses pada tanggal 23 Desember 2022.

Shopee. "Jenis dan Proses Pembatalan Pesanan". [www.seller.shopee.co.id](http://www.seller.shopee.co.id). Diakses pada tanggal 03 Desember 2022.

Shopee. "Shopee Karir". [careers.shopee.co.id](http://careers.shopee.co.id). Diakses pada tanggal 05 November 2022.

Tokopedia, "Tips Komunikasi Aman dengan Pengguna Tokopedia Lainnya". [www.Tokopedia.com](http://www.Tokopedia.com). Diakses pada tanggal 23 Desember 2022.

Tokopedia. “Cara Membatalkan Pesanan di Tokopedia”. [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com).  
Diakses pada tanggal 03 Desember 2022.

Tokopedia. “Kisah Kami”. [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com). Diakses pada tanggal 5  
November 2022.

