



***E-COMMERCE* DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM: ANALISIS FIKIH MUAMALAH TERHADAP PRAKTIK PERDAGANGAN DIGITAL**

Arditya Prayogi¹, Qurrota A'yun², Alda Mafrikha Fauziah³, Mohammad Fikri Fadilah⁴, Maulidina Akmal⁵, Amrina Rosyada⁶, Riki Nasrullah⁷

¹²³⁴⁵⁶ UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan

⁷ Universitas Negeri Surabaya

Corresponding Author: arditya.prayogi@uingusdur.ac.id

Abstract:

The development of digital technology has given rise to e-commerce as a new form of muamalah activity that is increasingly being used by society, including Muslims. The shift in transaction patterns from conventional to digital has given rise to various legal issues that require serious study from an Islamic legal perspective. This article aims to analyze the phenomenon of e-commerce from an Islamic perspective by examining the legal basis, reasons for permissibility, and the limitations of sharia that regulate it. This research uses a descriptive qualitative method with a literature study approach, through an analysis of classical and contemporary fiqh literature, books of schools of thought, fatwas of scholars, and academic sources relevant to digital buying and selling practices. The results of the study indicate that e-commerce is essentially permissible in Islam as long as it meets the pillars and requirements for a valid sale and purchase, such as clarity of the object, price, contract, and the willingness of the seller and buyer. Differences in views between schools of thought regarding the technicalities of the contract and the form of the transaction do not change the basic principles of the validity of muamalah as long as it does not contain elements of gharar, usury, and fraud. The implications of this study emphasize the importance of digital muamalah fiqh literacy for Muslims to be able to carry out e-commerce transactions legally, ethically, and responsibly in accordance with sharia values in the digital era.

Keywords: *E-commerce; Islamic Law; Fiqh of Muamalah; Sale and Purchase Agreements; Digital Transactions.*

Abstrak:

Perkembangan teknologi digital telah melahirkan *e-commerce* sebagai bentuk baru aktivitas muamalah yang semakin masif digunakan oleh masyarakat, termasuk umat Islam. Perubahan pola transaksi dari konvensional ke digital menimbulkan berbagai persoalan hukum yang memerlukan kajian serius dalam perspektif hukum Islam. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis fenomena *e-commerce* dalam pandangan Islam dengan menelaah dasar hukum, alasan kebolehan, serta batasan-batasan syariah yang mengaturnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kepustakaan, melalui analisis terhadap literatur fikih klasik dan kontemporer, kitab mazhab, fatwa ulama, serta sumber akademik yang relevan dengan praktik jual beli digital. Hasil kajian menunjukkan bahwa *e-commerce* pada dasarnya diperbolehkan dalam Islam selama memenuhi rukun dan syarat sah jual beli, seperti kejelasan objek, harga, akad, serta adanya kerelaan antara penjual dan pembeli. Perbedaan pandangan antarmazhab terkait teknis akad dan bentuk transaksi tidak mengubah prinsip dasar keabsahan muamalah selama tidak mengandung unsur gharar, riba, dan penipuan. Implikasi dari penelitian ini menegaskan pentingnya literasi fikih muamalah digital bagi umat Islam agar mampu menjalankan transaksi *e-commerce* secara sah, etis, dan bertanggung jawab sesuai dengan nilai-nilai syariah di era digital.

Kata Kunci: E-commerce; Hukum Islam; Fikih Muamalah; Akad Jual Beli; Transaksi Digital.

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin pesat telah melahirkan berbagai bentuk praktik sosial dan ekonomi baru yang menuntut pembahasan hukum Islam secara lebih kontekstual. Perubahan tersebut semakin terasa pada era digital, di mana kemajuan teknologi informasi telah mengubah pola interaksi manusia, termasuk dalam aktivitas muamalah (Mutmainah et al., 2025). Salah satu fenomena yang menonjol dalam konteks ini adalah muncul dan berkembangnya sistem perdagangan elektronik atau *e-commerce*. Praktik transaksi digital ini menghadirkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi, namun pada saat yang sama menimbulkan berbagai persoalan fikih yang memerlukan kajian mendalam dalam perspektif hukum Islam (Maksum, 2025).

E-commerce sebagai bentuk muamalah kontemporer tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis transaksi, tetapi juga menyentuh persoalan akad, kejelasan objek transaksi, mekanisme pembayaran, serta potensi unsur *gharar*, *riba*, dan ketidakadilan. Oleh karena itu, fenomena *e-commerce* menjadi isu penting dalam kajian fikih muamalah modern (A'yun et al., 2025). Para ulama dan cendekiawan Muslim memiliki beragam pandangan dalam merespons praktik ini, baik yang melihatnya sebagai bentuk muamalah yang dibolehkan dengan syarat tertentu, maupun yang menekankan perlunya kehati-hatian terhadap potensi pelanggaran prinsip-prinsip syariah. Perbedaan pandangan tersebut menunjukkan bahwa *e-commerce* merupakan persoalan hukum yang kompleks dan membutuhkan analisis fikih yang komprehensif (Wale et al., 2024).

Kajian terhadap *e-commerce* dalam perspektif hukum Islam menjadi semakin penting mengingat praktik ini telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari umat Islam. Tanpa pemahaman yang memadai, umat berpotensi mengalami kebingungan dalam menentukan sikap hukum terhadap transaksi digital yang mereka lakukan (Windani & Widiana, 2024). Padahal, Islam sebagai agama yang mengatur seluruh aspek kehidupan menuntut umatnya untuk menjalankan muamalah berdasarkan ketentuan syariah yang jelas. Dengan memahami dasar-dasar hukum *e-commerce*, umat Islam diharapkan mampu melakukan aktivitas jual beli secara digital dengan lebih tenang, bertanggung jawab, dan sesuai dengan nilai-nilai keadilan dalam Islam.

Selain itu, praktik *e-commerce* tidak hanya berkembang di Indonesia, tetapi juga menjadi fenomena global yang melibatkan berbagai negara dengan latar belakang budaya dan sistem hukum yang berbeda. Globalisasi ekonomi digital mempercepat interaksi lintas batas dalam transaksi perdagangan, sehingga menimbulkan tantangan baru bagi penerapan hukum Islam (Prayogi et al., 2024). Dalam konteks ini, prinsip-prinsip fikih muamalah perlu dikaji kembali agar tetap relevan dengan perkembangan zaman tanpa menghilangkan substansi ajaran Islam. Hal ini menunjukkan

bahwa fikih bukanlah disiplin yang statis, melainkan dinamis dan responsif terhadap perubahan sosial (Himawan et al., 2025).

Bagi Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim, kajian hukum Islam terhadap *e-commerce* memiliki urgensi tersendiri. Umat Islam dituntut untuk tidak hanya memahami mekanisme teknis transaksi digital, tetapi juga mengetahui status hukum dan batasan syariah yang mengaturnya. Tanpa panduan hukum yang jelas, praktik *e-commerce* berpotensi dilakukan tanpa mempertimbangkan aspek halal dan haram dalam muamalah (Octavia, 2025). Oleh karena itu, kajian akademik mengenai *e-commerce* dalam perspektif hukum Islam menjadi penting sebagai upaya memberikan landasan normatif yang kuat bagi masyarakat Muslim.

Selain urgensi praktis, kajian ini juga memiliki nilai akademik dalam pengembangan fikih kontemporer. Fenomena *e-commerce* mendorong para sarjana Muslim untuk melakukan *ijtihad* dengan pendekatan metodologis yang sesuai dengan realitas digital. Proses ini menuntut penggabungan antara teks-teks normatif dengan analisis kontekstual terhadap praktik ekonomi modern (Safaria, 2025). Dengan demikian, kajian ini tidak hanya berkontribusi pada pemahaman hukum, tetapi juga memperkaya diskursus fikih muamalah dalam menghadapi tantangan era digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan untuk mengkaji fenomena *e-commerce* dalam perspektif hukum Islam melalui pendekatan fikih muamalah. Pembahasan difokuskan pada analisis hukum, dasar pertimbangan syariah, serta pandangan para ulama terhadap praktik perdagangan digital. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian hukum Islam, sekaligus menjadi rujukan praktis bagi umat Islam agar mampu menjalankan transaksi *e-commerce* secara sadar, etis, dan sesuai dengan ketentuan syariat Islam.

METODE

Artikel ini disusun dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan, menganalisis, dan menafsirkan fenomena *e-commerce* dalam perspektif hukum Islam secara mendalam. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai untuk mengkaji persoalan hukum muamalah yang bersifat normatif-konseptual serta membutuhkan pemahaman yang komprehensif terhadap pandangan fikih dan argumentasi keilmuan (Anam & Prayogi, 2024). Ulasan dalam artikel ini tidak berorientasi pada pengukuran kuantitatif atau generalisasi statistik, melainkan pada penggalian makna, prinsip, dan dasar hukum yang melandasi praktik jual beli secara daring dalam Islam.

Sumber data dalam artikel ini berasal dari berbagai media tertulis, baik cetak maupun elektronik, yang relevan dengan pembahasan *e-commerce* dan hukum jual beli dalam perspektif Islam. Data tersebut meliputi buku-buku hukum Islam, artikel jurnal ilmiah, fatwa ulama, serta tulisan akademik lain yang membahas transaksi digital dan praktik perdagangan modern. Selain itu, sumber-sumber pendukung dari media elektronik

digunakan untuk memahami konteks aktual praktik *e-commerce* yang berkembang di masyarakat. Pemilihan sumber data dilakukan secara selektif dengan mempertimbangkan kredibilitas, relevansi, dan keterkaitannya dengan tema kajian.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*), dengan tahapan awal berupa inventarisasi dan penelusuran literatur yang berkaitan dengan topik penelitian. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis melalui tahap reduksi data, yaitu proses menyeleksi, memfokuskan, dan menyederhanakan data agar sesuai dengan tujuan penelitian. Pada tahap ini, informasi yang tidak relevan dengan pembahasan hukum *e-commerce* dalam fikih muamalah disisihkan, sementara data yang memiliki keterkaitan langsung diperkuat untuk mendukung analisis.

Tahap selanjutnya adalah penyajian data, yaitu menyusun data yang telah direduksi ke dalam bentuk uraian sistematis dan terstruktur. Penyajian data dilakukan dengan mengelompokkan temuan berdasarkan tema-tema utama. Penyusunan ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas dan utuh mengenai objek kajian sehingga memudahkan penarikan kesimpulan secara logis dan runtut. Tahap akhir dalam metode penelitian ini adalah penarikan kesimpulan, yang dilakukan melalui proses penafsiran dan pengecekan keakuratan temuan. Kesimpulan dirumuskan dengan memperhatikan konsistensi data, kesesuaian argumentasi fikih, serta validitas sumber yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep, Klasifikasi, dan Urgensi Kajian *E-Commerce* dalam Perspektif Fikih Muamalah Kontemporer

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan fundamental dalam praktik ekonomi masyarakat modern, khususnya dalam mekanisme transaksi jual beli. Salah satu wujud nyata dari perubahan tersebut adalah *e-commerce*, yang memungkinkan terjadinya transaksi tanpa pertemuan fisik antara penjual dan pembeli (A'yun et al., 2025). Fenomena ini tidak hanya mengubah cara manusia bertransaksi, tetapi juga membentuk pola muamalah baru yang sebelumnya tidak dikenal dalam praktik ekonomi tradisional. Dalam konteks masyarakat muslim, perubahan tersebut menimbulkan kebutuhan akan penyesuaian pemahaman hukum agar aktivitas ekonomi tetap berada dalam koridor syariah. Oleh karena itu, *e-commerce* menjadi fenomena yang relevan untuk dikaji secara mendalam dalam perspektif fikih muamalah (Wakhidah & Thohari, 2019). Kajian ini diperlukan agar perkembangan teknologi dapat berjalan selaras dengan nilai-nilai Islam.

Secara konseptual, *e-commerce* dipahami sebagai aktivitas perdagangan yang dilakukan melalui media elektronik dengan memanfaatkan jaringan internet sebagai sarana utama. Aktivitas ini mencakup seluruh rangkaian transaksi, mulai dari promosi produk,

komunikasi antara pelaku transaksi, sistem pembayaran, hingga distribusi barang atau jasa. Dalam pengertian ini, *e-commerce* tidak lagi dipandang sebagai transaksi sederhana, melainkan sebagai sistem bisnis digital yang terintegrasi. Sistem tersebut melibatkan berbagai aktor, baik individu, perusahaan, maupun pihak perantara yang menyediakan platform digital. Kompleksitas inilah yang membedakan *e-commerce* dari jual beli konvensional (Adhitya et al., 2024). Oleh karena itu, pemahaman konseptual yang komprehensif menjadi prasyarat dalam analisis hukumnya.

Perbedaan definisi *e-commerce* yang dikemukakan para ahli mencerminkan keberagaman sudut pandang dalam memahami fenomena ini. Sebagian melihat *e-commerce* sebagai mekanisme bisnis elektronik, sementara yang lain memandangnya sebagai sarana pembentukan relasi ekonomi berbasis teknologi informasi. Perbedaan tersebut tidak bersifat kontradiktif, melainkan menunjukkan luasnya cakupan *e-commerce* dalam praktik ekonomi modern (Adhitya et al., 2024). Dalam kajian hukum Islam, keberagaman definisi ini penting untuk memetakan aspek-aspek transaksi yang relevan dengan rukun dan syarat jual beli. Tanpa pemetaan yang jelas, analisis hukum berpotensi menjadi parsial dan tidak komprehensif. Oleh karena itu, definisi *e-commerce* dalam artikel ini digunakan sebagai landasan normatif dan analitis (Azizah et al., 2025).

Berdasarkan berbagai pengertian tersebut, *e-commerce* dapat disimpulkan sebagai sistem jual beli nonfisik yang dilakukan melalui media internet dengan mekanisme pembayaran dan pengiriman tertentu. Transaksi ini melibatkan interaksi digital antara produsen dan konsumen yang dimediasi oleh teknologi. Meskipun tidak terjadi pertemuan langsung, substansi transaksi tetap mengandung unsur pertukaran nilai ekonomi (Adhitya et al., 2024). Dalam perspektif fikih muamalah, perbedaan medium transaksi tidak serta-merta mengubah hakikat akad. Namun, perbedaan tersebut menuntut penilaian hukum yang cermat terhadap kejelasan akad, objek, dan kerelaan para pihak. Dengan demikian, *e-commerce* perlu dianalisis sebagai bentuk muamalah modern yang memiliki karakteristik khusus (Salwa et al., 2024).

Dalam praktiknya, *e-commerce* memiliki beragam bentuk transaksi yang diklasifikasikan berdasarkan subjek pelaku yang terlibat. Salah satu bentuk utama adalah *Business to Business* (B2B), yaitu transaksi antarperusahaan yang umumnya bersifat berkelanjutan dan terstruktur (Salwa et al., 2024). Hubungan dalam model ini didasarkan pada kerja sama jangka panjang dan tingkat kepercayaan yang relatif tinggi. Pertukaran data dilakukan secara rutin dengan format yang telah disepakati sebelumnya. Dari sudut pandang fikih muamalah, transaksi B2B relatif mudah dianalisis karena para pihak umumnya memiliki kapasitas hukum yang memadai. Namun, prinsip kejelasan dan keadilan tetap menjadi tolok ukur keabsahannya.

Bentuk *e-commerce* berikutnya adalah *Business to Consumer* (B2C), yang melibatkan pelaku usaha dan konsumen secara langsung. Model ini bersifat terbuka dan banyak digunakan dalam *marketplace* daring.

Karakteristik utamanya terletak pada sistem layanan berbasis permintaan konsumen serta penggunaan platform digital yang seragam (Salwa et al., 2024). Dalam konteks hukum Islam, transaksi B2C sering menjadi perhatian karena melibatkan masyarakat luas dengan tingkat literasi hukum yang beragam. Potensi masalah seperti ketidakjelasan barang, informasi yang tidak transparan, dan ketidakseimbangan posisi tawar menjadi isu penting. Oleh karena itu, prinsip kejujuran dan keterbukaan menjadi kunci dalam menjaga keabsahan transaksi ini.

Selain itu, terdapat model *Consumer to Consumer* (C2C), yaitu transaksi antarindividu yang difasilitasi oleh platform digital sebagai perantara. Bentuk ini mencakup penjualan langsung, lelang daring, hingga penyediaan layanan personal (Salwa et al., 2024). Dalam transaksi C2C, hubungan hukum menjadi lebih kompleks karena melibatkan lebih dari dua pihak. Hal ini menuntut kejelasan peran dan tanggung jawab masing-masing pihak dalam transaksi. Dari perspektif fikih muamalah, ketidakjelasan peran tersebut berpotensi menimbulkan unsur *gharar*. Oleh karena itu, analisis hukum terhadap model C2C memerlukan perhatian yang lebih mendalam.

Jenis *e-commerce* lainnya adalah *Consumer to Business* (C2B), di mana konsumen berperan aktif dalam menentukan kebutuhan dan harga, sementara pelaku usaha bersaing untuk memenuhinya. Model ini mencerminkan pergeseran dinamika transaksi ekonomi digital (Salwa et al., 2024). Dalam fikih muamalah, praktik C2B dapat diterima selama memenuhi prinsip kerelaan dan keadilan. Namun, kejelasan akad tetap menjadi syarat utama agar tidak terjadi ketimpangan atau eksploitasi. Keberagaman jenis *e-commerce* ini menunjukkan bahwa transaksi digital tidak bersifat homogen (Fatihudin, 2024). Oleh karena itu, pendekatan hukum Islam harus bersifat kontekstual dan adaptif.

Urgensi kajian hukum *e-commerce* dalam fikih muamalah semakin menguat seiring meningkatnya intensitas transaksi digital di masyarakat. Aktivitas jual beli merupakan bagian integral dari kehidupan umat Islam, sehingga pemahaman hukumnya tidak dapat diabaikan. Tanpa pemahaman yang memadai, praktik *e-commerce* berpotensi mengandung unsur yang bertentangan dengan prinsip syariah (Octavia, 2025). Islam menekankan pentingnya keadilan, kejelasan, dan kerelaan dalam setiap transaksi ekonomi. Oleh karena itu, kajian ini bertujuan memberikan landasan normatif agar umat Islam dapat bertransaksi secara aman dan sah (Prayogi & Nasrullah, 2024). Dengan pemahaman yang tepat, *e-commerce* dapat dimanfaatkan sebagai sarana muamalah yang produktif dan bernilai ibadah.

Dalam Islam, keabsahan jual beli ditentukan oleh terpenuhinya rukun dan syarat yang telah ditetapkan syariat. Rukun jual beli meliputi pelaku akad, objek transaksi, dan *shighat* akad sebagai bentuk kesepakatan. Ketiga unsur tersebut tetap relevan dalam transaksi *e-commerce*, meskipun mekanismenya berbeda dengan jual beli konvensional. Pelaku akad hadir melalui identitas digital, objek transaksi dijelaskan melalui deskripsi dan visualisasi, serta *shighat* akad diwujudkan melalui persetujuan elektronik.

Dengan demikian, perbedaan media tidak menghilangkan substansi akad. Hal ini menunjukkan bahwa fikih muamalah memiliki fleksibilitas dalam merespons perkembangan zaman selama prinsip-prinsip dasarnya tetap terjaga (Suharti & Hidayati, 2025).

Urgensi, Akad, dan Keabsahan Transaksi E-Commerce dalam Perspektif Fiqh Muamalah

Dalam Islam, aktivitas jual beli termasuk bagian penting dari muamalah yang memiliki dimensi hukum dan etika. Oleh karena itu, mempelajari hukum jual beli dipandang sebagai kewajiban keilmuan karena berkaitan langsung dengan praktik kehidupan sehari-hari umat Islam. Seiring dengan berkembangnya teknologi digital, bentuk-bentuk muamalah pun mengalami perubahan, salah satunya melalui *e-commerce*. Perubahan ini menuntut adanya pemahaman hukum yang memadai agar transaksi digital tetap berada dalam koridor syariah. Tanpa pemahaman tersebut, umat Islam berpotensi terlibat dalam transaksi yang mengandung unsur terlarang. Dengan demikian, kajian hukum *e-commerce* menjadi kebutuhan mendesak dalam kajian fikih muamalah kontemporer (Suharti & Hidayati, 2025).

E-commerce sebagai bentuk muamalah modern menghadirkan tantangan tersendiri dalam penerapan hukum Islam. Transaksi yang dilakukan tanpa pertemuan fisik antara penjual dan pembeli menimbulkan pertanyaan mengenai kejelasan akad dan objek jual beli. Dalam praktiknya, berbagai potensi pelanggaran syariah dapat muncul, seperti *gharar* akibat informasi yang tidak lengkap atau ketidakpastian pengiriman barang. Selain itu, sistem pembayaran digital juga berpotensi bersinggungan dengan praktik *riba* apabila tidak dikelola secara benar (Octavia, 2025). Oleh karena itu, *e-commerce* tidak dapat dipandang sebagai praktik ekonomi yang netral secara hukum. Kajian fikih diperlukan untuk memastikan bahwa perkembangan teknologi tidak menggeser nilai-nilai dasar muamalah Islam.

Sebelum menilai status hukum *e-commerce*, pemahaman mengenai rukun dan syarat sah jual beli dalam Islam menjadi fondasi utama. Rukun jual beli meliputi pelaku akad, yaitu penjual dan pembeli, objek transaksi berupa barang atau jasa beserta alat tukarnya, serta *shighat* akad sebagai bentuk kesepakatan. Ketiga rukun ini merupakan unsur esensial yang menentukan ada atau tidaknya suatu transaksi jual beli. Apabila salah satu rukun tidak terpenuhi, maka transaksi tersebut tidak dapat dianggap sah. Dalam konteks *e-commerce*, rukun-rukun ini tetap berlaku meskipun bentuk pelaksanaannya berbeda dengan transaksi konvensional (Putri et al., 2024). Dengan demikian, perbedaan medium transaksi tidak menghapus ketentuan dasar syariah.

Pelaku akad dalam transaksi *e-commerce* hadir dalam bentuk identitas digital yang diverifikasi melalui sistem platform. Meskipun tidak bertemu secara langsung, penjual dan pembeli tetap memiliki kedudukan hukum sebagai subjek akad. Objek transaksi juga harus jelas, baik berupa barang maupun jasa, yang dapat dijelaskan melalui deskripsi, spesifikasi,

dan visualisasi digital. Kejelasan objek menjadi sangat penting untuk menghindari unsur *gharar*. Selain itu, harga harus ditentukan secara pasti dan disepakati oleh kedua belah pihak. Dengan terpenuhinya unsur-unsur tersebut, transaksi *e-commerce* dapat diposisikan sebagai jual beli yang sah secara prinsip (Putri et al., 2024).

Aspek krusial lainnya dalam transaksi *e-commerce* adalah pelaksanaan *shighat* akad. Dalam transaksi konvensional, *shighat* biasanya dilakukan melalui *ijab* dan *qabul* secara lisan. Namun, dalam transaksi digital, bentuk tersebut mengalami perubahan menjadi tulisan, isyarat, atau tindakan yang menunjukkan persetujuan. Dalam fikih, tulisan dipandang dapat menggantikan ucapan lisan ketika dibutuhkan (Aflah, 2022). Oleh karena itu, komunikasi melalui pesan elektronik, aplikasi, atau sistem persetujuan digital dapat dianggap sah sebagai bentuk akad. Pendekatan ini menunjukkan fleksibilitas hukum Islam dalam merespons perkembangan teknologi.

Praktik *ijab* dan *qabul* dalam *e-commerce* sering kali tidak dilakukan secara eksplisit antara penjual dan pembeli. Dalam *marketplace*, penjual cukup menampilkan barang, sementara pembeli menyatakan persetujuan dengan menekan tombol pembelian dan melakukan pembayaran. Mekanisme ini menunjukkan adanya kesepakatan meskipun tanpa komunikasi langsung. Dalam fikih muamalah, praktik semacam ini dapat dianalogikan dengan *bai' mu'athah*, yaitu jual beli yang dilakukan tanpa lafaz *ijab qabul*. Mayoritas ulama membolehkan *bai' mu'athah* selama terdapat indikasi kerelaan dan tidak mengandung unsur yang dilarang (Nur Fadilla, 2021). Hal ini memperkuat legitimasi transaksi *e-commerce* dalam perspektif hukum Islam.

Kerelaan atau *ridha* kedua belah pihak merupakan prinsip utama dalam keabsahan akad jual beli. Dalam *e-commerce*, kerelaan tersebut tercermin dari kesediaan pembeli melakukan pembayaran dan kesediaan penjual mengirimkan barang. Meskipun tidak dinyatakan secara lisan, tindakan tersebut telah cukup menunjukkan adanya persetujuan (Ginting et al., 2024). Prinsip ini sejalan dengan kaidah fikih yang menekankan substansi akad dibandingkan bentuk formalnya. Oleh karena itu, transaksi *e-commerce* dapat dianggap sah selama tidak terdapat unsur paksaan atau penipuan. Pendekatan ini menegaskan bahwa fikih muamalah bersifat adaptif terhadap perubahan zaman (Aflah, 2022; Suharti & Hidayati, 2025).

Selain rukun, syarat sah jual beli juga menjadi penentu keabsahan transaksi *e-commerce*. Syarat tersebut meliputi kecakapan pelaku akad, kehalalan dan kejelasan objek transaksi, kepastian harga, serta kesepakatan yang dilakukan secara sadar. Dalam transaksi digital, tantangan utama terletak pada kejelasan informasi barang. Pembeli tidak dapat melihat barang secara langsung, sehingga sangat bergantung pada deskripsi dan visualisasi yang disediakan penjual. Oleh karena itu, kejujuran dan transparansi menjadi syarat penting dalam menjaga keabsahan transaksi. Tanpa kejelasan tersebut, transaksi berpotensi mengandung unsur *gharar* (Nurinayah, 2023).

Transaksi *e-commerce* juga berkaitan dengan beberapa jenis akad dalam Islam, di antaranya *bai' as-salam*, *bai' al-istishna'*, dan *bai' muajjal*. *Bai' as-salam* merupakan akad jual beli dengan pembayaran di muka dan penyerahan barang di kemudian hari. Karakteristik ini sangat relevan dengan praktik *e-commerce*, di mana pembeli umumnya membayar terlebih dahulu sebelum barang dikirim. Namun, penerapan akad ini harus memenuhi ketentuan syariah, seperti kejelasan spesifikasi barang dan waktu pengiriman. Dengan demikian, *e-commerce* dapat diposisikan dalam kerangka akad yang telah dikenal dalam fikih (Nur Fadilla, 2021).

Selain *bai' as-salam*, akad *bai' al-istishna'* juga relevan dalam transaksi digital tertentu, terutama yang berkaitan dengan pemesanan barang secara khusus. Dalam akad ini, pembayaran dapat dilakukan secara bertahap sesuai dengan kesepakatan para pihak. Sementara itu, *bai' muajjal* berkaitan dengan penangguhan pembayaran, yang juga dapat ditemukan dalam beberapa praktik *e-commerce*. Keberadaan berbagai jenis akad ini menunjukkan bahwa fikih muamalah menyediakan kerangka yang cukup luas untuk mengakomodasi transaksi modern (Octavia, 2025; Wakhidah & Thohari, 2019). Namun demikian, setiap akad memiliki syarat dan ketentuan yang harus dipenuhi. Oleh karena itu, pemahaman akad menjadi kunci dalam menilai keabsahan transaksi digital.

Pandangan empat mazhab fikih memberikan perspektif yang beragam dalam menilai praktik jual beli digital. Mazhab Hanafi menekankan pentingnya kepemilikan barang dan kejelasan akad. Mazhab Maliki menyoroti absennya unsur *gharar* dan *riba* sebagai syarat utama keabsahan jual beli. Mazhab Syafi'i cenderung lebih ketat dalam mensyaratkan lafaz *ijab qabul*, meskipun tetap mengakui bentuk akad tertentu dalam kondisi darurat. Sementara itu, Mazhab Hanbali lebih fleksibel dengan membolehkan akad melalui perbuatan yang menunjukkan persetujuan (Dova & Rojalih, 2023). Perbedaan ini menunjukkan kekayaan khazanah fikih dalam merespons perkembangan zaman (Aflah, 2022; Zahara et al., 2025).

Meskipun terdapat perbedaan pandangan antarmazhab, prinsip dasar muamalah tetap menjadi titik temu. Selama transaksi *e-commerce* memenuhi rukun dan syarat jual beli serta menjunjung nilai keadilan dan kerelaan, maka praktik tersebut dapat dinilai sah menurut Islam. Variasi pendapat mazhab memberikan ruang *ijtihad* bagi umat Islam dalam memilih pandangan yang paling sesuai dengan konteks sosial dan teknologi. Dengan demikian, *e-commerce* tidak bertentangan dengan hukum Islam secara prinsip. Justru, dengan pemahaman fikih yang tepat, *e-commerce* dapat menjadi sarana muamalah yang sah, aman, dan bermanfaat bagi masyarakat muslim di era digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan keseluruhan kajian, dapat ditegaskan bahwa *e-commerce* merupakan bentuk muamalah kontemporer yang pada dasarnya dapat diterima dalam hukum Islam selama dijalankan sesuai dengan prinsip-

prinsip syariah. Keabsahan transaksi digital tidak ditentukan oleh penggunaan media elektronik, melainkan oleh terpenuhinya rukun dan syarat jual beli sebagaimana dirumuskan dalam fikih muamalah. Perkembangan teknologi menuntut penyesuaian dalam bentuk dan mekanisme akad, namun tidak mengubah substansi hukum yang menekankan keadilan, kejelasan, dan kerelaan para pihak. Fleksibilitas fikih tampak dalam kemampuannya merespons perubahan sosial melalui pengakuan terhadap akad nonverbal dan praktik transaksi modern yang sejalan dengan kaidah syariah. Keragaman pandangan mazhab menunjukkan keluasan khazanah pemikiran Islam dalam menghadapi realitas baru tanpa melepaskan dasar normatifnya. Perbedaan tersebut tidak menimbulkan kontradiksi prinsip, melainkan membuka ruang ijtihad yang kontekstual dan berorientasi pada kemaslahatan. Dengan pemahaman fikih yang utuh dan kritis, praktik *e-commerce* dapat diarahkan agar terhindar dari unsur gharar, riba, dan ketidakadilan. Dengan demikian, integrasi antara nilai-nilai syariah dan dinamika perdagangan digital menjadi landasan penting bagi terwujudnya praktik *e-commerce* yang sah, etis, dan berkelanjutan bagi masyarakat Muslim.

REFERENCES

- Adhitya, W. R., Teviana, T., Sienny, S., Hidayat, A., & Khaira, I. (2024). Implementasi Digital Marketing Menggunakan Platform E-Commerce dan Media Sosial Terhadap Masyarakat Dalam Melakukan Pembelian. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 5(1), 63–72. <https://doi.org/10.47065/tin.v5i1.5293>
- Aflah, K. N. (2022). *Kontekstualisasi Fikih Muamalah*. Duta Dinamika.
- Anam, M., & Prayogi, A. (2024). Theoretical Study of Concepts and Forms of Social Structure. *Cognitionis Civitatis et Politicae*, 1(1), 13–23. <https://doi.org/10.70177/politicae.v1i1.940>
- A'yun, Q., Setiawan, S., & Prayogi, A. (2025). Konvergensi Digital dan Fikih Muamalah: Membangun Ekosistem Keuangan Syariah Berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Jebma)*, 5(1), 100–108. <https://doi.org/doi.org/10.47709/jebma.v5n1.5740>
- Azizah, M., Arif, M. Z., & Prayogi, A. (2025). PERSPEKTIF AL-QUR'AN DAN HADIS DALAM MENGONSUMSI MAKANAN (STUDI NORMATIF TENTANG HUKUM HALAL DAN HARAM MAKANAN). *Al-nizam: Indonesian Journal of Research*, 3(1), 18–29.
- Dova, M. K., & Rojalih, A. (2023). Jual Beli dan Fiqih Media Sosial dalam Perspektif Fiqih Muamalah Kontemporer. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(11), 5492–5504.
- Fatihudin, D. (2024). *Era Digitalisasi Ekonomi, Keuangan dan Bisnis untuk Keberlangsungan Perusahaan*. Zifatama Jawa.
- Ginting, J. B., Aini, & Saputra, M. R. (2024). TINJAUAN YURIDIS PERJANJIAN JUAL BELI ONLINE YANG DILAKUKAN OLEH ANAK DIBAWAH UMUR. *Jurnal Justice*, 6(2), 26–58.
- Himawan, P. E., Sugiwa, G., Yahya, S., & Kusmana, A. (2025). Fikih: Dari

- Ilmu ke Mata Pelajaran Formal. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 6(4), 1122–1133. <https://doi.org/10.54543/syntaximperatif.v6i4.753>
- Maksum. (2025). Transaksi Digital dalam Perspektif Fikih Muamalah Telaah terhadap E-Wallet dan Marketplace. *FALAH: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 8(1), 28–37.
- Mutmainah, Prayogi, A., & Rohmah, S. (2025). HISTORISITAS RELASI ANTARA SAINS DAN AGAMA: TITIK TEMU SAINS-AGAMA SERTA TOKOH TOKOH PEMIKIRAN. *AN NAJAH (Jurnal Pendidikan Islam dan Sosial Keagamaan)*, 04(06), 205–211.
- Nur Fadilla, R. R. (2021). PRAKTIK JUAL BELI DENGAN MENGGUNAKAN PERBUATAN (BA'I AL-MU'ATHAH) PADA SUPERMARKET MENURUT PERSPEKTIF 'URF. *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 5(1). <https://doi.org/10.30651/justeko.v5i1.8770>
- Nurinayah. (2023). PRAKTIK GHARAR DALAM TRANSAKSI EKONOMI ISLAM: TELAAH TERHADAP KAIDAH FIQHIYAH. *Tadayun: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), 63–78. <https://doi.org/10.24239/tadayun.v4i1.99>
- Octavia, I. H. (2025). Praktik jual beli di platform E-Commerce: Tinjauan fiqih terhadap akad, transparansi, dan kepatuhan syari'ah di platform shopee, tokopedia, dan sejenisnya. *Maliki Interdisciplinary Journal*, 3(June), 660–670.
- Prayogi, A., & Nasrullah, R. (2024). Study of the Urgency of Islam as a Religion in the Current of Modernity. *Al-Musthalah: Jurnal Riset Dan Penelitian Multidisiplin*, 1(2), 183–197.
- Prayogi, A., Setyawan, M. A., Prabowo, D. S., & Aripin, U. (2024). ISTINBATH METHOD OF ISLAMIC LAW: A DESCRIPTIVE STUDY. *AL MIDAD: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Studi Keislaman*, 1(1), 1–13.
- Pujiono, I. P., Ismanto, K., Rohmah, S., Prayogi, A., Syukron, A. A., & Suharyadi, S. (2025). Pelatihan sistem akuaponik berbasis sumbu menggunakan limbah di Desa Simbang Wetan, Kabupaten Pekalongan. *Jurnal Tarreang: Tren Pengabdian Masyarakat Agrokompleks*, 2(2), 58-66.
- Putri, M. S., Mardian, H., & Susanto, R. (2024). Penerapan Rukun dan Syarat Jual Beli dalam Transaksi Online Berdasarkan Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Pariwisata Halal*, 3(2), 39–52. <https://doi.org/10.70371/jseht.v3i2.246>
- Safaria, R. (2025). PERAN IJTIHAD DALAM KEMAJUAN TEKNOLOGI: STUDI KASUS APLIKASI E-COMMERCE. *Jurnal Transformasi Ekonomi dan Inovasi Keuangan*, 9(3), 177–188.
- Salamullah, F. M., Prayogi, A., Nasrullah, R., & Rohman, T. (2025). Implementasi Pendidikan Islam Berbasis Segregasi Gender di Mas Simbang Kulon Pekalongan. *NOURA: Jurnal Kajian Gender dan Anak*, 9(2), 40-51.
- Salwa, Z. A., Ramadani, K., Afandi, I., & Mu'is, A. (2024). Transaksi Bisnis

- Modern Pada E-Commerce Dalam Perspektif Fiqih Muamalah. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)*, 3(2), 323–327. <https://doi.org/10.47233/jemb.v3i2.2430>
- Suharti, & Hidayati, H. (2025). *Fiqh Muamalah Dinamika Hukum Klasik dan Inovasi Kontemporer*. Sanabil.
- Wakhidah, W., & Thohari, C. (2019). Jual Beli on line (E-Commerce) ditinjau dari Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 2(2), 1–12. <https://doi.org/10.30651/justeko.v2i2.2478>
- Wale, A. T., Ramadhani, N., & Kurniati. (2024). Transformasi Kaidah Fiqih: Menjawab Kebutuhan Masalah di Era Media Sosial dan E-Commerce. *Mandub: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, 2(4), 376–387. <https://doi.org/10.59059/mandub.v2i4.2052>
- Windani, S., & Widiana, A. (2024). IMPLIKASI HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI KEUANGAN DIGITAL DAN PENINJAUAN PERATURAN PERBANKAN. *Lex Lectio: Jurnal Kajian Hukum*, 03(02), 106–117.
- Zahara, A. Z., Prayogi, A., Sarah, D., & Nurhuda, E. D. (2025). DARI RASIONALITAS SEKULER HINGGA INTEGRASI ILAHI: MENELUSURI KLASIFIKASI ILMU DALAM PERSPEKTIF BARAT DAN ISLAM. *An Najah (Jurnal Pendidikan Islam dan Sosial Keagamaan)*, 4(6), 329-335.