



ANALISIS QAWAID FIQHIYYAH PADA AKAD JUAL BELI DIGITAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Nazwa Hanifah¹, Sri Anggraini², Abdul Rahman³

^{1,2,3})Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

nazwahanifah477@gmail.com, anggrainisri577@gmail.com,
abdul_rahman@fai.uisu.ac.id

Abstrak

Perkembangan perdagangan digital melalui *platform* TikTok Shop telah menghadirkan pola akad jual beli baru yang memerlukan kajian fikih muamalah secara lebih substantif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik akad jual beli digital pada *platform* tersebut dengan menitikberatkan pada penerapan qawaid fiqhiyyah dalam menilai keabsahan akad, potensi *gharar*, serta upaya pencegahan kemudaratatan dalam transaksi daring. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian normatif-empiris. Data diperoleh melalui studi kepustakaan terhadap literatur fikih muamalah dan qawaid fiqhiyyah, serta wawancara semi-terstruktur dengan informan terpilih yang merupakan pengguna aktif TikTok Shop. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme akad jual beli digital melalui fitur *live streaming* dan *click agreement* secara formal telah memenuhi rukun dan syarat akad jual beli. Namun, aspek formal tersebut belum sepenuhnya diiringi dengan pemenuhan substansi akad, khususnya terkait kejelasan objek transaksi dan kesesuaian informasi produk. Kondisi ini menunjukkan adanya potensi *gharar* dan kemudaratatan yang bertentangan dengan prinsip keadilan dalam fikih muamalah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa praktik akad jual beli digital pada TikTok Shop pada dasarnya dapat diterima dalam perspektif fikih muamalah. Akan tetapi, keabsahan akad tidak cukup dinilai dari aspek formal-prosedural, melainkan harus dievaluasi secara substantif melalui penerapan qawaid fiqhiyyah guna terwujudnya keadilan dan kemaslahatan bagi para pihak yang bertransaksi.

Kata kunci: *Qawaid Fiqhiyyah, Jual Beli Digital, Ekonomi Syariah*

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan mendasar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam sistem perekonomian. Aktivitas jual beli yang sebelumnya bergantung pada pertemuan langsung kini banyak beralih ke transaksi daring yang dinilai lebih efisien, praktis, dan tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Digitalisasi ekonomi membuka peluang bagi masyarakat untuk menjangkau pasar yang lebih luas, namun pada saat yang sama memunculkan tantangan baru yang berkaitan dengan kepastian hukum dan etika transaksi. Dalam konteks ini, hukum Islam memiliki peran strategis untuk memastikan bahwa praktik ekonomi digital

tetap selaras dengan nilai-nilai syariah, khususnya keadilan (al-'adl), kemaslahatan (maslahah), dan keseimbangan (tawāzun). Oleh karena itu, fiqh muamalah sebagai cabang hukum Islam yang mengatur hubungan ekonomi antarmanusia menjadi semakin relevan dalam merespons dinamika transaksi digital yang terus berkembang.

Salah satu instrumen penting dalam fiqh muamalah yang berfungsi menjawab persoalan-persoalan kontemporer adalah Qawaid Fiqhiyyah. Qawaid Fiqhiyyah merupakan kaidah-kaidah hukum Islam yang bersifat umum dan sistematis, yang digunakan sebagai kerangka berpikir dalam menetapkan hukum terhadap permasalahan muamalah yang tidak dijelaskan secara rinci dalam Al-Qur'an dan hadis. Penerapan Qawaid Fiqhiyyah menjadi krusial untuk menjaga relevansi hukum Islam di tengah perubahan sosial dan perkembangan teknologi, karena kaidah-kaidah tersebut mampu menjembatani teks normatif dengan realitas kehidupan modern. Lima kaidah utama yaitu, *al-umūr bi maqāsidihā*, *al-yaqīn lā yazūlu bi asy-syakk*, *al-masyaqqah tajlibu at-taysīr*, *adh-dharar yuzāl*, dan *al-'ādah muhakkamah*, menjadi fondasi dalam menilai keabsahan serta etika transaksi ekonomi kontemporer (F. Azhari, 2015).

Transformasi digital juga memengaruhi cara masyarakat memahami dan melaksanakan akad jual beli. Hal ini tampak pada meningkatnya penggunaan *platform* perdagangan berbasis media sosial, salah satunya TikTok Shop, yang mengintegrasikan hiburan, promosi, dan transaksi dalam satu ruang digital. Melalui fitur *live streaming*, penjual dapat memasarkan produk secara langsung dan interaktif, sementara proses akad dilakukan melalui sistem persetujuan digital (*click agreement*). Meskipun menawarkan kemudahan, praktik ini memunculkan persoalan fiqh muamalah, seperti ketidaksesuaian informasi produk dengan barang yang diterima, keterlambatan pengiriman, serta potensi terjadinya penipuan (*tadlīs*) dan ketidakpastian (*gharar*). Selain itu, penggunaan akad digital juga menimbulkan perdebatan mengenai keabsahannya dalam menjamin adanya kerelaan (*riḍā*) dan kejelasan objek transaksi (ma'qūd 'alaih). Praktik jual beli melalui TikTok Shop memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi digital, namun berpotensi melanggar prinsip etika bisnis syariah apabila tidak dianalisis secara hukum. Dalam hal ini, Qawaid Fiqhiyyah berfungsi sebagai kerangka evaluatif untuk menilai keabsahan transaksi agar terhindar dari unsur spekulasi (maysir) dan ketidakjelasan (*gharar*). Kaidah *al-umūr bi maqāsidihā* digunakan untuk menilai tujuan dan niat para pihak dalam bertransaksi, sedangkan kaidah *adh-dharar yuzāl* berfungsi untuk mencegah terjadinya kerugian bagi salah satu pihak (Azmin et al., 2023).

Permasalahan tersebut juga tercermin dalam temuan empiris awal di lapangan. Berdasarkan wawancara semi-terstruktur dengan informan terpilih yang merupakan pengguna aktif TikTok Shop, diperoleh gambaran bahwa praktik akad jual beli digital masih menghadapi sejumlah tantangan. Dinda, sebagai penjual, menyampaikan bahwa "fitur live selling memang membantu promosi dan transaksi, tetapi sering terjadi perbedaan pemahaman antara penjual dan pembeli mengenai kondisi barang," sehingga menurutnya "penjelasan produk harus disampaikan secara jujur agar tidak menimbulkan masalah setelah transaksi selesai." Sedangkan Imel, sebagai pembeli, mengungkapkan bahwa "TikTok Shop dipilih karena praktis dan mudah digunakan,

namun pernah menerima barang yang tidak sepenuhnya sesuai dengan yang ditampilkan saat promosi,” sehingga ia menjadi “lebih berhati-hati sebelum menyetujui transaksi, terutama ketika informasi produk disampaikan secara singkat dalam *live streaming*.” Sementara itu, Bila menyatakan bahwa “akad jual beli digital pada dasarnya dapat diterima dalam Islam selama rukun dan syarat jual beli terpenuhi serta tidak terdapat unsur penipuan dan kerugian,” dan menegaskan bahwa “permasalahan utama bukan terletak pada *platform* digital, melainkan pada cara akad dijalankan dan dipahami oleh para pihak.”

Temuan empiris tersebut menunjukkan bahwa meskipun praktik jual beli digital telah menjadi fenomena yang umum, penerapan prinsip-prinsip fiqh muamalah, khususnya Qawaid Fiqhiyyah dalam pelaksanaan akadnya belum sepenuhnya optimal. Dengan demikian, gap masalah dalam penelitian ini terletak pada kesenjangan antara praktik jual beli digital yang berkembang di masyarakat dengan penerapan kaidah-kaidah fiqhiyyah dalam pelaksanaan akad, yang berpotensi menimbulkan ketidakjelasan akad dan kerugian bagi salah satu pihak. Dari sisi akademik, penelitian terdahulu telah mengkaji jual beli digital dalam perspektif hukum Islam. Namun, kajian-kajian tersebut umumnya masih bersifat deskriptif dan normatif, dengan menempatkan Qawaid Fiqhiyyah sebagai dasar umum penilaian hukum, bukan sebagai kerangka analisis utama dalam mengkaji praktik akad secara konkret (Azmin et al., 2023). Selain itu, penelitian lain lebih banyak berfokus pada sektor keuangan dan perbankan syariah, sementara kajian terhadap praktik perdagangan digital non-lembaga berbasis media sosial masih relatif terbatas (M. I. Azhari et al., 2025). Kondisi ini menunjukkan adanya gap penelitian, yaitu belum adanya kajian yang secara sistematis memposisikan Qawaid Fiqhiyyah sebagai alat analisis utama dalam menilai praktik akad jual beli digital berbasis media sosial.

Berdasarkan gap masalah dan gap penelitian tersebut, kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada pemosisian Qawaid Fiqhiyyah sebagai kerangka analisis utama, bukan sekadar landasan normatif, dalam mengkaji praktik akad jual beli digital. Kebaruan ini diperkuat dengan penggunaan data empiris berupa wawancara semi-terstruktur dengan pengguna TikTok Shop, sehingga analisis yang dihasilkan bersifat kontekstual dan aplikatif. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan Qawaid Fiqhiyyah dalam akad jual beli digital pada *platform* TikTok Shop dari perspektif ekonomi syariah, serta menilai sejauh mana prinsip-prinsip tersebut mampu menjaga keadilan dan kemaslahatan dalam praktik transaksi digital.

Penelitian ini memberikan tiga kontribusi utama. Pertama, kontribusi teoretis, yaitu memperkuat pengembangan kajian fiqh muamalah kontemporer dengan menempatkan Qawaid Fiqhiyyah sebagai kerangka analisis utama dalam menilai praktik akad jual beli digital. Kedua, kontribusi empiris, berupa penyajian data lapangan yang menggambarkan praktik nyata akad jual beli digital melalui wawancara dengan pengguna aktif *platform*. Ketiga, kontribusi praktis dan normatif, yaitu memberikan pedoman bagi pelaku usaha dan konsumen Muslim dalam menjalankan transaksi digital yang sesuai dengan prinsip syariah.

Artikel ini disusun secara sistematis dalam beberapa bagian. Bagian pertama adalah Pendahuluan. Bagian kedua adalah Kajian Teori. Bagian ketiga adalah

Metodologi Penelitian. Bagian keempat adalah Hasil dan Pembahasan. Bagian terakhir adalah Penutup yang memuat kesimpulan dan implikasi penelitian terhadap pengembangan kajian hukum ekonomi syariah di era digital.

2. Tinjauan Teoretis

A. Qawaid Fiqhiyyah

Secara etimologis, istilah *qawā'id* bermakna dasar atau fondasi, sedangkan *fiqhiyyah* merujuk pada hukum Islam yang bersifat aplikatif dalam kehidupan nyata. Secara terminologis, Qawaid Fiqhiyyah dipahami sebagai sekumpulan kaidah hukum yang bersifat umum dan digunakan untuk memahami, merumuskan, serta menetapkan hukum terhadap berbagai persoalan fikih yang memiliki kesamaan sebab hukum (*'illat*) (Andiko, 2011). Keberadaan Qawaid Fiqhiyyah memberikan kemudahan dalam pengambilan hukum terhadap permasalahan muamalah kontemporer yang tidak dijelaskan secara rinci dalam sumber primer syariat.

Qawaid Fiqhiyyah tidak sekadar berfungsi sebagai kumpulan teori hukum, melainkan sebagai instrumen metodologis dalam proses *istinbāt al-ḥukm*. Melalui pendekatan ini, hukum Islam mampu menghubungkan teks-teks normatif dengan realitas sosial yang terus berkembang, sehingga penerapannya tetap bersifat fleksibel (*murūnah*) tanpa mengabaikan nilai-nilai dasar syariah. Dengan demikian, Qawaid Fiqhiyyah berperan penting dalam menjaga keseimbangan antara ketetapan hukum dan dinamika kehidupan masyarakat (Hermanto, 2021).

Qawaid Fiqhiyyah memiliki posisi strategis dalam proses *tasyri'* karena kaidah-kaidah tersebut bersifat universal dan rasional, serta berorientasi pada tujuan utama syariat, yaitu mewujudkan kemaslahatan (*maṣlaḥah*) dan mencegah kemudharatan (*mafsadah*). Secara historis, para ulama klasik seperti al-Suyuthi, al-Qarafi, dan Tajuddin al-Subki telah merumuskan lima kaidah pokok (*al-qawā'id al-khams al-kubrā*), yaitu: *al-umūr bi maqāsidihā*, *al-yaqīn lā yazūlu bi asy-syakk*, *al-masyaqqah tajlibu at-taysīr*, *adh-dharar yuzāl*, dan *al-'ādah muḥakkamah*. Kelima kaidah tersebut menjadi pijakan utama dalam menilai keabsahan akad serta menentukan apakah suatu transaksi muamalah memenuhi prinsip keadilan dan kemanfaatan (Azizah et al., 2025).

Dalam konteks muamalah modern, khususnya transaksi digital, Qawaid Fiqhiyyah berfungsi sebagai dasar normatif sekaligus alat analisis hukum. Penerapan Qawaid Fiqhiyyah diperlukan untuk memastikan bahwa transaksi digital tetap berada dalam koridor syariah. Kaidah *al-umūr bi maqāsidihā* digunakan untuk menilai niat dan tujuan para pihak dalam transaksi daring, sedangkan kaidah *adh-dharar yuzāl* menekankan pentingnya perlindungan terhadap konsumen dari potensi penipuan dan ketidakjelasan. Dengan demikian, Qawaid Fiqhiyyah berfungsi sebagai pedoman yang menjaga keseimbangan antara perkembangan teknologi dan nilai-nilai keadilan dalam Islam (Muhit et al., 2023).

B. Jual Beli Digital

Perkembangan teknologi informasi telah melahirkan bentuk transaksi baru yang dikenal sebagai jual beli digital atau e-commerce. Jual beli digital sebagai aktivitas pertukaran barang dan jasa yang dilakukan melalui media elektronik, seperti situs web,

aplikasi, dan media sosial, tanpa adanya pertemuan fisik antara penjual dan pembeli. Dalam perspektif fiqh muamalah, transaksi ini pada dasarnya diperbolehkan karena hukum asal muamalah adalah boleh (*al-aşlu fi al-mu'āmalāt al-ibāḥah*), selama memenuhi rukun dan syarat jual beli, yaitu adanya pihak yang berakad, objek transaksi yang jelas, serta kesepakatan kedua belah pihak (Fitria, 2017).

Praktik jual beli digital dapat dianalogikan dengan akad *as-salam* atau *istisnā'*, di mana pembayaran dilakukan terlebih dahulu dan barang diserahkan kemudian. Akad tersebut dinilai sah apabila terdapat kejelasan mengenai harga, spesifikasi barang, serta waktu penyerahan. Dalam praktik e-commerce, ijab qabul umumnya dilakukan melalui tindakan digital, seperti menekan tombol “setuju” atau “checkout”. Dalam fiqh, bentuk kesepakatan ini dikenal sebagai akad *mu'ātāh* dan dianggap sah karena telah menjadi kebiasaan (*urf*) yang berlaku dalam masyarakat modern (Hasan et al., 2025).

Seiring dengan pesatnya perkembangan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, fungsi internet dalam aktivitas ekonomi juga mengalami perluasan, terutama dalam aspek pemasaran dan interaksi antara penjual dan pembeli (Panggabean & Tanjung, 2022). Namun, perkembangan ini juga membawa tantangan etika, seperti praktik promosi yang berlebihan, manipulatif, dan mendorong perilaku konsumtif. Transaksi digital dalam perspektif ekonomi syariah harus dijalankan berdasarkan prinsip keadilan dan tanggung jawab sosial agar tidak menimbulkan eksploitasi (M.Yarham et al., 2024). Konsumen Muslim perlu memiliki pemahaman yang memadai mengenai prinsip ekonomi syariah agar mampu menghindari keputusan konsumsi yang impulsif dan memastikan setiap transaksi sesuai dengan batasan halal dan haram.

C. Ekonomi Syariah

Ekonomi syariah merupakan sistem ekonomi yang menjadikan nilai-nilai Islam sebagai landasan utama dalam seluruh aktivitas ekonomi, dengan tujuan mewujudkan kesejahteraan bersama. Fondasi utama ekonomi syariah adalah konsep tauhid, yaitu keyakinan bahwa seluruh aktivitas ekonomi merupakan bagian dari ibadah kepada Allah SWT. Oleh karena itu, aktivitas ekonomi tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan materi, tetapi juga pada tanggung jawab moral dan sosial (Kamal et al., 2024).

Ekonomi syariah menolak praktik riba, *gharar*, dan *maysir*, serta menekankan prinsip keadilan, kejujuran, dan keseimbangan dalam setiap transaksi. Dengan prinsip-prinsip tersebut, ekonomi Islam tidak hanya mengatur mekanisme pertukaran barang dan jasa, tetapi juga membentuk perilaku pelaku ekonomi agar terhindar dari praktik yang merugikan masyarakat. Aktivitas ekonomi dalam Islam harus memperhatikan aspek keberkahan dan dampak sosial, sejalan dengan tujuan syariah (*maqāṣid al-syarī'ah*) yang meliputi perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta (Putri et al., 2024).

Dalam konteks ekonomi digital, penerapan prinsip ekonomi syariah menuntut adanya penyesuaian hukum Islam terhadap perkembangan teknologi. Adopsi ekonomi syariah di era digital memerlukan penyempurnaan instrumen hukum agar inovasi

teknologi, seperti fintech dan kontrak digital, tetap berlandaskan nilai keadilan dan akuntabilitas. Oleh karena itu, integrasi antara prinsip ekonomi syariah dan Qawaid Fiqhiyyah menjadi landasan konseptual yang penting dalam mengevaluasi keabsahan, etika, dan kemanfaatan transaksi digital, termasuk praktik jual beli pada *platform* media sosial seperti TikTok Shop (Asyiqin, 2025).

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian normatif-empiris. Pendekatan normatif digunakan untuk menganalisis prinsip-prinsip Qawaid Fiqhiyyah sebagai dasar penilaian keabsahan akad jual beli digital dalam perspektif ekonomi syariah. Pendekatan empiris digunakan untuk memahami praktik aktual akad jual beli digital pada *platform* TikTok Shop, sehingga analisis yang dihasilkan bersifat normatif sekaligus kontekstual.

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dengan informan terpilih yang merupakan pengguna aktif TikTok Shop, baik sebagai penjual maupun pembeli. Wawancara ini bertujuan untuk menggali pengalaman dan pemahaman informan terkait pelaksanaan akad jual beli digital serta potensi permasalahan yang muncul dalam transaksi. Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan, meliputi literatur fiqh muamalah, Qawaid Fiqhiyyah, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan transaksi digital dan ekonomi syariah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis kualitatif deskriptif dengan menempatkan Qawaid Fiqhiyyah sebagai kerangka analisis utama. Analisis difokuskan pada penilaian tujuan akad (*al-umūr bi maqāsidihā*), pencegahan kerugian (*adh-dharar yuzāl*), serta peran kebiasaan digital (*‘ādah*) dalam praktik akad jual beli modern. Melalui pendekatan ini, penelitian ini mengevaluasi kesesuaian praktik akad jual beli digital dengan prinsip keadilan dan kemaslahatan dalam ekonomi syariah.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik akad jual beli digital melalui *platform* TikTok Shop telah menjadi bagian dari aktivitas ekonomi masyarakat dan diterima secara luas sebagai bentuk transaksi yang sah secara sosial. Pelaksanaan akad dilakukan melalui mekanisme digital, yaitu penyampaian penawaran oleh penjual melalui fitur *live streaming* atau etalase produk, yang kemudian direspons oleh pembeli melalui persetujuan digital (*click agreement*). Dari sisi formal, mekanisme ini telah memenuhi unsur dasar akad jual beli, meliputi keberadaan subjek akad, objek transaksi, serta adanya bentuk kesepakatan antara para pihak.

Meskipun demikian, temuan empiris menunjukkan bahwa pemenuhan unsur formal akad belum selalu diiringi dengan pemenuhan substansi akad secara optimal. Dinda, sebagai penjual, menyampaikan bahwa “penjelasan produk dalam *live streaming* sering kali harus disampaikan secara singkat karena keterbatasan waktu, sehingga tidak semua detail barang bisa dijelaskan.” Pernyataan ini mengindikasikan adanya keterbatasan dalam penyampaian informasi produk secara menyeluruh, yang

berpotensi memengaruhi pemahaman pembeli terhadap kondisi barang yang diperjualbelikan.

Dalam perspektif fiqh muamalah, kejelasan objek akad (*ma'qūd 'alaih*) merupakan syarat fundamental untuk menjaga keabsahan akad. Informasi produk yang tidak disampaikan secara lengkap berpotensi menimbulkan ketidakjelasan yang dapat mengurangi kualitas akad dari sisi substansi. Temuan ini sejalan dengan pandangan yang menyatakan bahwa transaksi daring yang tidak didukung oleh informasi produk yang transparan berpotensi mengandung unsur *gharar*, yang bertentangan dengan prinsip keadilan dan perlindungan konsumen dalam ekonomi syariah (Saifuddin & Febrianti, 2025).

Kondisi tersebut berkaitan erat dengan penerapan kaidah *al-umūr bi maqāsidihā*, yang menekankan bahwa penilaian terhadap akad tidak hanya didasarkan pada bentuk formalnya, tetapi juga pada tujuan dan niat yang melatarbelakanginya. Apabila informasi produk tidak disampaikan secara jujur dan memadai, maka tujuan akad berpotensi bergeser dari upaya mewujudkan kemaslahatan bersama menuju kepentingan sepihak, sehingga mengurangi nilai keadilan dalam transaksi.

Pengalaman pembeli turut memperkuat temuan tersebut. Imel mengungkapkan bahwa “TikTok Shop dipilih karena praktis, tetapi pernah menerima barang yang tidak sepenuhnya sesuai dengan yang ditampilkan saat promosi.” Pernyataan ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara informasi yang diterima pada saat akad berlangsung dengan kondisi barang yang diterima setelah transaksi selesai. Dalam kerangka Qawaid Fiqhiyyah, kondisi tersebut mengindikasikan adanya potensi *gharar* yang dapat menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak. Prinsip *adh-dharar yuzāl* menegaskan bahwa setiap bentuk kemudharatan harus dihilangkan. Ketidaksesuaian antara barang yang dipromosikan dan barang yang diterima pembeli merupakan bentuk kemudharatan yang bertentangan dengan tujuan utama akad jual beli dalam Islam, yaitu menciptakan keadilan dan kemaslahatan. Penelitian lain juga menegaskan bahwa transaksi jual beli daring dinilai sah secara syariah apabila memenuhi prinsip transparansi, kejelasan objek akad, serta terbebas dari unsur *gharar* dan penipuan (Nst & Imsar, 2025).

Pandangan normatif disampaikan oleh Bila, yang menyatakan bahwa “akad jual beli digital pada dasarnya sah selama rukun dan syarat jual beli terpenuhi serta tidak mengandung unsur penipuan.” Pernyataan ini menegaskan bahwa permasalahan utama dalam praktik jual beli digital tidak terletak pada penggunaan teknologi atau *platform*, melainkan pada cara akad dijalankan dan dipahami oleh para pihak yang bertransaksi. Dalam konteks ini, teknologi bersifat netral, sedangkan keabsahan akad ditentukan oleh kepatuhan pelaku transaksi terhadap prinsip-prinsip syariah. Pandangan tersebut sejalan dengan kaidah *al-'ādah muhakkamah*, yang menyatakan bahwa kebiasaan yang berlaku di masyarakat dapat dijadikan dasar hukum selama tidak bertentangan dengan syariah. Penggunaan *click agreement* sebagai bentuk ijab dan qabul digital telah menjadi kebiasaan (*'urf*) yang diterima secara luas dalam praktik jual beli modern. Namun demikian, penerimaan terhadap kebiasaan tersebut tetap

mensyaratkan terpenuhinya substansi akad, seperti adanya kerelaan (*riḍā*), kejelasan objek transaksi, serta tidak adanya unsur *gharar* dan *tadlīs*.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik jual beli digital melalui *platform* TikTok Shop pada dasarnya dapat diterima dalam perspektif fiqh muamalah. Namun demikian, temuan penelitian juga menegaskan bahwa persoalan utama dalam praktik akad jual beli digital tidak terletak pada aspek teknologi atau *platform* yang digunakan, melainkan pada belum optimalnya internalisasi dan penerapan Qawaid Fiqhiyyah dalam memastikan kejelasan akad, mencegah unsur *gharar*, serta menghilangkan potensi kemudharatan. Oleh karena itu, Qawaid Fiqhiyyah diposisikan sebagai instrumen evaluatif yang berperan menentukan keabsahan akad jual beli digital secara substantif, bukan hanya dari sisi formalitas prosedural. Dalam konteks ini, Qawaid Fiqhiyyah tidak hanya berfungsi sebagai landasan normatif, tetapi juga sebagai kerangka analisis kritis untuk menilai sejauh mana praktik akad jual beli digital telah selaras dengan nilai keadilan dan kemaslahatan dalam ekonomi syariah.

5. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa praktik akad jual beli digital melalui *platform* TikTok Shop secara prinsip dapat diterima dalam perspektif fiqh muamalah, sepanjang rukun dan syarat akad terpenuhi secara formal. Mekanisme penawaran dan persetujuan digital melalui fitur *live streaming* dan *click agreement* menunjukkan adanya bentuk ijab dan qabul yang sah secara prosedural dalam konteks transaksi modern. Namun demikian, temuan penelitian mengungkap bahwa pemenuhan aspek formal akad belum sepenuhnya diiringi dengan pemenuhan substansi akad. Keterbatasan penyampaian informasi produk dan potensi ketidaksesuaian antara barang yang dipromosikan dan yang diterima pembeli menunjukkan masih adanya celah *gharar* yang berpotensi menimbulkan kemudharatan. Kondisi ini menandakan bahwa keabsahan akad jual beli digital tidak cukup dinilai dari aspek teknis dan prosedural semata.

Dalam konteks tersebut, Qawaid Fiqhiyyah berfungsi sebagai instrumen evaluatif yang krusial dalam menilai kualitas keabsahan akad secara substantif. Kaidah *al-umūr bi maqāsidihā* menegaskan pentingnya orientasi akad pada tujuan kemaslahatan, sementara *adh-dharar yuzāl* menuntut penghilangan segala bentuk potensi kerugian. Selain itu, kaidah *al-ʿādah muhakkamah* memberikan legitimasi terhadap praktik akad digital sebagai kebiasaan kontemporer, dengan syarat tidak bertentangan dengan prinsip keadilan dan kejelasan akad. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa persoalan utama dalam praktik akad jual beli digital bukan terletak pada penggunaan teknologi atau *platform*, melainkan pada belum optimalnya internalisasi dan penerapan Qawaid Fiqhiyyah oleh para pelaku transaksi. Oleh karena itu, penguatan pemahaman dan penerapan kaidah fiqhiyah menjadi kunci dalam memastikan bahwa praktik jual beli digital tidak hanya sah secara formal, tetapi juga adil dan maslahat secara substantif dalam kerangka ekonomi syariah.

6. Daftar Pustaka

- Andiko, T. (2011). *Ilmu Qawa'id Fiqhiyyah Panduan Praktis Dalam Merespon Problematika Hukum Islam Kontemporer* (Zubaedi (ed.)). PenerbitTeras. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/id/eprint/4071%0A>
- Asyiqin, I. Z. (2025). Islamic Economic Law in the Digital Age : Navigating Global Challenges and Legal Adaptations. *Media Luris*, 8(1), 95–112. <https://doi.org/https://orcid.org/0000-0002-1578-5221>
- Azhari, F. (2015). *Qawaid Fiqhiyyah Muamalah*. Lembaga Pemberdayaan Kualitas Ummat (LPKU). https://idr.uin-antasari.ac.id/6804/1/QAWAID_FIQHIYYAH_revisidocx.pdf
- Azhari, M. I., Ruhmah, A. A., Faiki, L. O., & Eravia, D. (2025). Adapting Qawaid Fiqhiyyah in the Digital Era: Challenges and Opportunities for Sharia Banking. *Prosiding Keislaman Dan Sains*, 1(1), 199–206. <https://ojs.diniyah.ac.id/index.php/pdp/article/view/1464>
- Azizah, L. H., Mita, Wildan, M., Hafifah, R., & Lisnawati. (2025). Qawaid Fiqhiyyah: Analisis Berdasarkan Hubungan dengan Tasyri', Urgensi dan Perspektif Fukaha dalam Kerangka Fiqh. *Jurnal Miftahul Ilmi : Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(3), 138–154. <https://doi.org/https://doi.org/10.59841/miftahulilmi.v2i3.164>
- Azmin, M., Rahmat, & Sasmita, R. (2023). Jual Beli Online Melalui Tik Tok Shop Menurut Perspektif Qawaid Fiqhiyyah. *Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism*, 4(1), 22–28. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jseit.v4i1>
- Fitria, T. N. (2017). Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 03(01), 52–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.29040/jiei.v3i01.99>
- Hasan, M. P. R. A., Ririnjani, R., Jujur, S. S. S. N. L., & Lisnawati. (2025). Jual Beli Online dan Metode Pembayaran Digital dalam Perspektif Fikih Muamalah: Tinjauan dengan Kaidah Fiqhiyyah. *Jurnal Ilmu Hukum*, 2(4), 73–80. <https://doi.org/https://doi.org/10.62017/syariah>
- Hermanto, A. (2021). *Al-Qawa'id Al-Fiqhiyyah Dalil dan Metode Penyelesaian Masalah-Masalah Kekinian*. CV. Literasi Nusantara Abadi. https://repository-penerbitlitnus.co.id/id/eprint/169/1/Qawaid_Fiqhiyyah.pdf
- Kamal, A. H., Sungkawaningrum, F., Yudiana, Y., Salam, A., Agustina, A. Y., Solikhah, P., Kurniawan, M. A., Sujono, R. I., Ayuningtyas, R. D., Pebruary, S., Fitriyani, Y., & Hasanah, N. (2024). *Dasar-Dasar Ilmu Ekonomi Islam*. PT Penamuda Media. <https://penamudamedia.com/index.php/publisher/article/download/93/105>
- M.Yarham, Anggraini, A., Saragih, S. A., Siregar, S., & Aulya, C. R. (2024). Perspektif Ekonomi Syariah dalam Jual Beli Online di Kota Barus. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 430–441. <https://doi.org/https://www.doi.org/10.30651/jms.v9i1.21507>
- Muhit, M., Royani, & Hasan, M. (2023). Analisis Penerapan Al-Qawa'id Al-Fiqhiyyah dan Al-Qawa'id Al-Usuliyyah pada Muamalah. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(001), 131–148. <https://jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/ad/article/view/3612>

- Nst, A. A., & Imsar. (2025). Analisis Fiqih Muamalah dalam Transaksi Jual Beli Online Menurut Perspektif Hukum Islam dan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak*, 2(3), 191–201. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/jieap.v2i3.1543>
- Panggabean, S. A., & Tanjung, A. (2022). Jual Beli Online dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Negara. *Jesya: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 1504–1511. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.758>
- Putri, M. S., Mardian, H., & Susanto, R. (2024). Penerapan Rukun dan Syarat Jual Beli dalam Transaksi Online Berdasarkan Ekonomi Syariah. *Journal of Syariah Economic and Halal Tourism*, 3(2), 39–52. <https://doi.org/https://doi.org/10.70371/jseht.v3i2.246>
- Saifuddin, & Febrianti, E. W. (2025). *Gharar* Dalam Transaksi Online: Analisis Akad Jual Beli Pada Marketplace Digital. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*, 4(2), 178–184. <https://doi.org/https://doi.org/10.55826/jtmit.v4i2.602>