

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP SISTEM JUAL
BELI PADA MARKETPLACE DI FACEBOOK**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Hukum (S.H)
pada Pogram Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis
Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene

Oleh:

SINTA

NIM: 20256119192

**JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI BISNIS ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
MAJENE
2025**

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Sistem Jual Beli pada Marketplace di Facebook” yang disusun oleh Sinta, NIM. 202561191912, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam STAIN Majene, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang Munaqasah yang diselenggarakan pada hari Selasa, tanggal 12 Agustus 2025 M, bertepatan dengan 18 Safar 1447 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah dengan beberapa perbaikan.

Majene, 12 Agustus 2025 M

18 Safar 1447 H

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Supriadi, S.H., M.H	(.....)
Sekretaris	: Noercholis Rafid, M.H.I	(.....)
Penguji I	: Aminuddin Lahami, S.H., M.H	(.....)
Penguji II	: Nurhayati, S.Sy., M.H.I	(.....)
Pembimbing I	: Nuzha, S.Sy., M.H.I	(.....)
Pembimbing II	: Iqbal, S.Hum., M.Hum	(.....)

Diketahui Oleh:
Ketua Jurusan


Nuzha, S.Sy., M.H.I
19871207201801 2 002

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi saudara Sinta, NIM: 20256119192, Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah pada Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam STAIN Majene, setelah meneliti dan mengoreksi secara saksama skripsi berjudul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Sistem Jual Beli pada Marketplace di Facebook” memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diseminarkan.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut.

Majene, 15 Juli 2025

Pembimbing I



Nuzha, S.Sy., M.H.I

NIP. 198712072018012002

Pembimbing II



Iqbal, S.Hum., M.Hum

NIP. 19910311 202203 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sinta
NIM : 20256119192
Tempat, Tanggal Lahir : Katitting, 17 Oktober 1999
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam
Alamat : Katitting
Judul : Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Sistem
Jual Beli pada Marketplace di Facebook

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya, batal demi hukum.

Majene, 15 Juni 2025

Penyusun,



Sinta

NIM: 20256119192

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Sistem Jual Beli pada Marketplace di Facebook**” dalam waktu yang tidak terlalu lama. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene. Sholawat beserta salam semoga selalu tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW. sebagai *uswatun hasanah* bagi kita semua dalam hidup dan kehidupan kita, baik didunia maupun di akhirat kelak.

Mengingat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman dalam penulisan, sehingga skripsi ini tentunya tidak lepas dari kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang setinggi-tingginya terutama kepada kedua orangtua yaitu ayahanda **Abd. Rasak** dan ibunda **Husnia** yang telah membesarkan, mendoakan serta senantiasa memberikan dukungan, baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene.

Penulis juga tak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Wasilah, S.T., M.T selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene.
2. Ibu Nuzha, S.Sy., M.H.I selaku Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam Sekolah Tinggi Islam Negeri (STAIN) Majene, sekaligus sebagai Pembimbing I yang di sela-sela kesibukannya telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Supriadi, S.H., M.H selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene.

4. Bapak Iqbal, S.Hum., M.Hum selaku Pembimbing II yang selalu meluangkan waktu memberikan motivasi dan membimbing penulis, mulai dari pembuatan proposal sampai pada penyusunan skripsi ini selesai.
5. Bapak Aminuddin Lahami, S.H., M.H dan Ibu Nurhayati, S.Sy., M.H.I, masing-masing sebagai Penguji I dan II yang telah memberikan kritikan dan saran yang bersifat membenagun untuk penyempurnaan skripsi ini.
6. Segenap dosen pada Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam, baik dosen tetap maupun dosen LB yang telah mengajarkan berbagai ilmu pengetahuan kepada penulis mulai dari awal perkuliahan sampai pada tahap memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).
7. Segenap staf akademik, baik pada Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam maupun pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene secara keseluruhan.
8. Terima kasih pula saya sampaikan kepada kakak saya Junaeda, Jaswati, dan semua kerabat serta semua teman yang tak sempat penulis sebutkan satu persatu atas motivasi, dukungan/bantuan yang telah diberikan, baik yang bersifat moril maupun materil selama penulis menempu perkuliahan sampai berhasil memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).
9. Terakhir penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada satu sosok yang selama ini diam-diam berjuang tanpa henti, melawan dirinya yang introvert, dan selalu insecure atau merasa kurang pada dirinya sendiri, seorang perempuan sederhana dengan impian yang tinggi. Terima kasih kepada penulis ini yaitu diriku sendiri, Sinta. Terima kasih telah bertahan sejauh ini, dan terus berjalan melewati segala tantangan yang semesta hadirkan. Terima kasih karena tetap berani menjadi dirimu sendiri, walaupun sering diremehkan. Aku bangga atas setiap Langkah kecil yang kau ambil, walau terkadang harapanmu tidak sesuai apa yang semesta berikan. Jangan pernah lelah untuk tetap berusaha, rayakan apapun dalam dirimu. Aku berdoa, semoga langkah kaki kecilmu

selalu diperkuat, dikelilingi oleh orang-orang yang baik, tulus, dan hebat, serta mimpimu satu persatu akan terjawab.

Semoga skripsi ini dapat berkontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi para pembaca, serta segala bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak bernilai ibadah dan dilipatgandakan pahalanya oleh Allah SWT, aamiin..

Majene, 12 Agustus 2025

Sinta

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	x
ABSTRAK	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Pengertian Judul.....	5
D. Penelitian Terdahulu.....	6
E. Metodologi Penelitian.....	7
F. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN JUAL BELI DALAM ISLAM	13
A. Teori Hukum Ekonomi Syariah.....	13
B. Jual Beli dalam Hukum Islam.....	21
BAB III SISTEM JUAL BELI PADA MARKETPLACE DI FACEBOOK	29
A. Profil Marketplace Facebook.....	29
B. Fitur-fitur di Marketplace Facebook.....	32
C. Ketentuan dan Kebijakan Penjualan di Marketplace Facebook.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Sistem Jual Beli di Marketplace Facebook.....	39
B. Analisis Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Sistem Jual Beli di Marketplace Facebook.....	42
BAB V KESIMPULAN.....	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Implikasi Penelitian.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tampilan Platform <i>Marketplace</i> Facebook	34
Gambar 2. Minuman Alcohol.....	46

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada table berikut:

1. **Konsonan**

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	b	be
ت	Ta	t	te
ث	sa	s	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	ain	‘	apostrof terbalik
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	wau	w	we
ه	ha	h	ha
ء	hamzah	,	apostrof
ي	ya	y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal Tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal Tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	<i>fathah</i>	a	a
إِ	<i>Kasrah</i>	i	i
أُ	<i>ḍammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيَ	<i>fathah da yā'</i>	ai	a dan i
أَوْ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-Ḥikmah*

5. *Syaddah (Tasyid)*

Syaddah atau *tasyid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasinya ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tandah *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-Ḥaqq*

نُعِمُّ : *nu'ima*

عَدُوُّ : *'aduwwun*

Jika huruf *ى* ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah menjadi i.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly')

عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (alif lam ma'rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di Tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat

yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī Zilāl al-Qur'ān

Al-sunnah qabl al-Tadwīn

9. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai mudaf ilaih (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللهِ *dīnullāh* بِاللهِ *billāh*

Adapun *ta' marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللهِ *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (All Caps), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf

awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital Al-. Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baytin wuḍi‘a lin-nāsi lallaḏī bi-Bakkata mubārakan

Shahru Ramaḏān al-laḏī unzila fīhi al-Qur‘ān

Nāṣir al-Dīn al-Ṭūsī

Abū Naṣr al-Fārābī

al-Ghazālī

al-Munqidh min al-Ḍalāl

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt	: <i>Subḥānahu wa Ta‘ālā</i>
saw	: <i>Ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
a.s,	: <i>‘alaihi al-salām</i>
H	: Hijriah
M	: Masehi
SM	: Sebelum Masehi
l.	: Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w.	: Wafat tahun

QS .../...: 4 : QS al-Baqarah/2:4 atau QS Āli ‘Imrān/3:4

HR : Hadis Riwayat

Untuk karya ilmiah berbahasa Arab, terdapat beberpa singkatan berikut:

ص = صفحة

دم = بدون مكان

صلعم = صلى الله عليه وسلم

دن = طبعة

اخ = بدون ناشر

ج = جزء

ABSTRAK

Nama : Sinta
Nim : 20256119192
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam
Judul : Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Sistem Jual Beli pada *Marketplace* di Facebook

Tujuan penelitian ini adalah untuk: 1). Mengetahui dan menjelaskan sistem jual beli yang berlangsung di *Marketplace* Facebook. 2). Mengetahui kesesuaian sistem jual beli pada *Marketplace* Facebook dengan perspektif hukum ekonomi syariah

Penulis menggunakan pendekatan normatif syar'i yaitu mengkaji masalah berdasarkan dalil syar'i yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, ijma', dan Fatwa DSN-MUI. Penelitian ini tergolong *Library Research*, data dikumpulkan dengan menelusuri, mencatat dan mengklasifikasi hukum, serta menganalisis dengan menggunakan analisis isi (*content analysis*) kemudian diuraikan secara deskriptif-analitis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem operasional *Marketplace* Facebook dirancang sederhana sebagai wadah jual beli berbasis komunitas, dimana pada bagian pendaftaran dan akses, pengguna dapat secara otomatis mengakses fitur *Marketplace* tanpa perlu melakukan pendaftaran tambahan dan hanya menggunakan satu akun pribadi ketika ingin menjual dan membeli barang di *Marketplace* Facebook. Platform ini juga menyediakan fitur listing produk, dimana penjual dapat menawarkan barang secara gratis dengan mengisi semua kolom yang tersedia seperti nama barang, kondisi, harga, jenis barang dan kolom deskripsi. Dalam proses transaksinya, *Marketplace* Facebook tidak menyediakan pembayaran resmi sehingga transaksi dilakukan di luar platform Facebook. Pada proses pengiriman barang, metode yang sering digunakan yaitu COD karena dianggap lebih aman. Facebook juga menyediakan fitur "laporkan penjual atau produk" apabila ditemukan pelanggaran terhadap kebijakan dan larangan Facebook. Pada praktiknya, tidak semua pengguna bertransaksi sesuai syariat Islam, namun ada juga beberapa pengguna Facebook melakukan transaksi tidak sesuai syariat, dimana banyak ditemukan penjualan barang haram, banyaknya indikasi penipuan, objek dan akad tidak jelas, serta minimnya tanggung jawab. Transaksi jual beli di *Marketplace* Facebook dapat dikatakan sah jika transaksinya memenuhi semua rukun dan syarat sah jual beli, serta memperhatikan semua prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah.

Implikasi penelitian, 1) Konsumen dapat bermuamalah dengan mematuhi semua ketentuan syariat Islam agar transaksinya tidak hanya berjalan sesuai hukum positif tetapi juga sesuai hukum Islam, menggunakan metode pembayaran yang paling aman untuk menghindari penipuan, yaitu *Cash on Delivery* 2) Facebook untuk mengadakan sistem pembayaran resmi yang sesuai dengan prinsip syariah, menyediakan fitur rating dan ulasan pengguna, mengembangkan mekanisme verifikasi barang. Verifikasi ini dapat dilakukan melalui label "*verified product*" atau kerja sama dengan pihak ketiga yang berkompeten, sehingga keaslian dan kondisi barang dapat dipastikan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi telah memberikan dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia perdagangan. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah munculnya platform digital yang memfasilitasi transaksi jual beli secara daring (*online*), seperti *Marketplace* di Facebook, yang memungkinkan masyarakat melakukan aktivitas jual beli tanpa harus bertemu secara langsung. Fitur ini menjadi alternatif yang populer karena mudah diakses, tidak memerlukan biaya besar, dan menjangkau pasar yang luas. Hadirnya pemasaran digital dengan sistem *online* lainnya seperti TikTok Shop, Shoope, Tokopedia, Bukalapak, Lazada dan lain-lain turut mendorong pemasaran di era digital saat ini, dimana sistem belanja *online* kini menjadi salah satu hasil kegiatan yang digemari masyarakat dan sebagian besar barang yang dicari dilakukan dengan pembelian *online*.¹

Facebook adalah salah satu media sosial yang paling populer untuk *e-Commerce*, atau perdagangan *online*. Menurut data terbaru, Indonesia memiliki 140 juta pengguna Facebook pada tahun 2020. Kemudian meningkat menjadi 176,5 juta pada kuartal kedua 2021, menurut meta data awal 2022. Kemudian meningkat menjadi 129,9 juta pada bulan April 2024, dan menjadi 174,3 juta pada bulan April 2023. Pada Januari 2025, jumlah pengguna diperkirakan akan mencapai 174 juta. Akibatnya, pengguna Facebook Indonesia akan terus meningkat dari tahun 2020 hingga 2025.²

¹Simatupang, dkk, "Facebook Marketplace Serta pengaruhnya terhadap Minat Beli", *Jurnal Analisis Prediksi dan Informasi* 22, no. 1 (2021): h. 29.

²Ryen Meikendi, "Data Statistik Pengguna Facebook di Indonesia 2025", <https://www.garuda.website/blog/pengguna-facebook-di-indonesia/> (14 Juli 2025).

Tabel 1. Jumlah Pengguna Facebook di Indonesia

Tahun	Pengguna (juta)
2020	140
2021	176,5
2022	129,9
2024	174,3
2025	174

Sumber: Garuda Website

Marketplace Facebook, yang pertama kali didirikan pada tahun 2007, telah berkembang menjadi salah satu platform utama untuk jual beli barang secara *online* di Indonesia. Pada tahun 2016 dan 2018, jumlah pengguna *Marketplace* mulai meningkat, dan terus meningkat pada tahun 2019. Pada tahun 2019, *Marketplace* memiliki fitur yang memungkinkan penjual membuat akun Facebook untuk memasarkan produk mereka.³ Data terbaru menunjukkan bahwa sekitar 33,46% Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia menggunakan *Marketplace* Facebook sebagai platform untuk menjual produk mereka secara *online*. Selain itu, sekitar 56,3% UMKM juga menggunakan platform media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan memasarkan produk mereka.⁴

Tren pembelian dan penjualan di *Marketplace* Facebook menarik perhatian publik, karena aksesnya yang mudah, bebas biaya promosi, dan kemampuan untuk menjangkau banyak pelanggan. Namun, sistem pembelian dan penjualan yang

³Fahmy Ferizqo Almuzhid dan Iza Hanifuddin, “Fenomena Jual Blei COD/Cek or Deal Lewat Marketplace Facebook”, *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis* 7 no. 2 (2024): h. 171.

⁴Ryen Meikendi, “Data Statistik Pengguna Facebook di Indonesia 2025”, <https://www.garuda.website/blog/pengguna-facebook-di-indonesia/> (14 Juli 2025).

terjadi pada platform ini menimbulkan banyak masalah, termasuk perlindungan konsumen yang kurang, kemungkinan penipuan, dan informasi barang yang tidak jelas. Di tengah kemudahan dan fleksibilitas ini, muncul pertanyaan tentang legitimasi sistem jual beli yang dilakukan melalui platform ini dari sudut pandang hukum ekonomi Islam. Dalam hukum Islam, transaksi pembelian dan penjualan dinilai berdasarkan prinsip-prinsip hukum Syariah seperti tauhid, kejujuran, keadilan, tanggung jawab, kerelaan kedua belah pihak, dan kebebasan dari unsur-unsur *gharar* dan *riba*. Allah SWT berfirman dalam QS. *Al-Mā'idah* ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۖ أَحَلَّتْ لَكُمْ بِهِمَّةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمَةٌ إِنْ أَلَّ اللَّهُ يَحْكُمَ مَا يُرِيدُ

Terjemahan:

Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu Binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendakinya.⁵

Terjemahan bahasa *mandar*:

*E inggannana to matappa', pogau'i assitalliang. Dihallallakangi disesemu olo'-olo' dipira, selaenna iya nadibacang mating. Andiangi dihallalakang marrangngang diwattummu mahhaji. Sitonganna Puang Alla Taala mappato' hukung mi'apa iya napoelo'.*⁶

Ayat di atas menegaskan pentingnya integritas, kejujuran, dan tanggung jawab dalam setiap bentuk interaksi sosial dan ekonomi, dan memerintahkan orang beriman untuk mematuhi setiap akad, termasuk transaksi jual beli. Oleh karena itu, ayat ini menjadi landasan hukum ekonomi syariah.

⁵Hasby Ashiddiqy, dkk, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Cet. I; Madinah: Al-Mujamma', 1999), h. 156.

⁶Muhammad Idham Khalid Bodi, *Koroang Mala'bi: Al-Qur'an dan Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, h. 190.

Meskipun *Marketplace* Facebook mudah diakses dan berguna, *Marketplace* Facebook seringkali mempertemukan transaksi antara penjual dan pembeli tanpa aturan atau pengawasan resmi. Hal ini dapat meningkatkan kemungkinan transaksi yang mengandung penipuan, ketidakjelasan informasi produk, atau bahkan penjualan barang yang dilarang oleh hukum Islam. Penjual yang tidak jujur dalam memberikan deskripsi produk atau pembeli yang tidak memenuhi janji pembayaran tidak jarang terjadi. Kondisi ini menjadi masalah dari sudut pandang hukum ekonomi syariah, yang mengedepankan prinsip tanggung jawab moral, kejelasan, dan kepercayaan dalam bertransaksi. Dalam tinjauan fiqh muamalah, tidak adanya akad yang jelas dalam transaksi juga merupakan masalah penting. Oleh karena itu, seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna *Marketplace* di Facebook, sangat penting untuk meninjau dan menganalisis praktik jual beli di *Marketplace* dari sudut pandang hukum ekonomi syariah. Hal ini dilakukan untuk memastikan sejauh mana praktik jual beli tersebut sesuai atau bertentangan dengan hukum Islam, dan untuk memastikan bahwa masyarakat Muslim dapat terus melakukan transaksi halal dan berkah di era teknologi saat ini.

Penelitian ini menjadi relevan untuk mengkaji bagaimana sistem jual beli beroperasi di *Marketplace* Facebook dari perspektif ekonomi syariah. *Marketplace* Facebook adalah salah satu media sosial paling populer yang sering digunakan sebagai platform untuk transaksi jual beli *online*, terutama karena fitur *Marketplace*. Oleh karena itu, peneliti ingin menggunakan hukum ekonomi syariah untuk meninjau sistem jual beli di *Marketplace* Facebook serta mengkaji masalah-masalah yang muncul dalam pelaksanaannya. Tujuan akhirnya adalah untuk menentukan apakah transaksi jual beli yang dilakukan melalui platform *Marketplace* Facebook memenuhi ketentuan hukum ekonomi syariah. Hal inilah

yang membuat penyusun melakukan penelitian yang berjudul "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Sistem Jual Beli pada *Marketplace* di Facebook".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan dalam latar belakang di atas, masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem jual beli yang berlangsung di *Marketplace* Facebook?
2. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap sistem jual beli di *Marketplace* Facebook?

C. Pengertian Judul

1. Tinjauan

Tinjauan adalah telaah, ulasan, atau analisis mendalam dari teori, dalil syar'i, dan perspektif para ulama dan ahli fikih ekonomi Islam.

2. Hukum Ekonomi Syariah

Hukum Ekonomi Syariah adalah cabang ilmu hukum Islam yang mengatur segala aktivitas ekonomi dan transaksi keuangan berdasarkan prinsip-prinsip Islam yang bersumber dari al-Qur'an, Hadis, dan Ijtihad ulama.

3. Sistem Jual Beli pada *Marketplace* di Facebook.

Sistem Jual Beli pada *Marketplace* di Facebook adalah jenis transaksi elektronik (*e-commerce*) antara penjual dan pembeli yang dilakukan melalui fitur "*Marketplace*" di platform Facebook. Di dalam sistem ini, pengguna dapat menawarkan barang atau jasa kepada publik secara bebas, dan transaksi berlangsung secara langsung tanpa adanya perlindungan konsumen atau jaminan dari Facebook.

D. Penelitian Terdahulu

1. Rifaldi pada tahun 2019 yang berjudul "*Transaksi E-Commerce Pada Facebook Marketplace Dalam Perspektif Ekonomi Islam*". Persamaan skripsi terdahulu dengan yang sedang ditulis adalah sama membahas mengenai transaksi jual beli *online* pada *Marketplace* Facebook. Adapun perbedaannya adalah pada penelitian terdahulu bersifat deskriptif umum, tidak spesifik pada aspek hukum akad atau perlindungan konsumen. Sedangkan pada penelitian yang sedang ditulis menggunakan pendekatan normatif syar'i sehingga membahas lebih dalam mengenai sistem jual beli di *Marketplace* Facebook berdasarkan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah, seperti kejelasan akad, kejujuran, tanggung jawab, dan larangan gharar.
2. Cici Febrianti pada tahun 2022 yang berjudul "*Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pemasangan Gambar Palsu di Marketplace Facebook*". Persamaan skripsi terdahulu dengan yang sedang ditulis adalah sama membahas mengenai transaksi jual beli barang di Facebook *Marketplace* yang belum jelas spesifikasinya. Adapun perbedaannya pada penelitian terdahulu cakupannya terbatas pada unsur kejujuran dan penipuan visual. Sedangkan pada penelitian yang sedang ditulis mencakup sistem jual beli secara menyeluruh, bukan hanya promosi dan menganalisis dari aspek akad, kejelasan objek, transaksi C2C, dan sistem tanpa *escrow*.
3. Retno Kumalasari pada tahun 2022 yang berjudul "*Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual-Beli Online di Grup Khusus Pada Platform Facebook*". Persamaan skripsi terdahulu dengan yang sedang ditulis adalah sama membahas mengenai jual beli *online*. Adapun perbedaannya pada penelitian terdahulu hanya pada komunitas tertutup, bukan fitur resmi Facebook. Sedangkan pada penelitian yang sedang ditulis berfokus pada fitur *Marketplace* resmi Facebook

yang digunakan publik secara luas, dengan pendekatan normatif dan kajian hukum ekonomi syariah yang lebih luas dan komprehensif.

E. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan studi pustaka untuk melakukan penelitian ini. Peneliti memeriksa berbagai literatur yang relevan, seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, fatwa, dan dokumen hukum, terkait dengan sistem jual beli dari perspektif hukum ekonomi syariah dan praktik transaksi di *Marketplace* Facebook.

Metode ini dipilih karena fokus penelitian tidak terdiri dari survei lapangan atau eksperimen; sebaliknya, penelitian dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis data dari pustaka untuk memperoleh pemahaman teoritis dan normatif tentang masalah yang diteliti.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang diterapkan oleh peneliti adalah metode normatif syar'i. Pendekatan normatif syar'i adalah pendekatan penelitian yang menilai suatu praktik atau fenomena dengan melihat norma-norma hukum Islam (syariah) yang berasal dari Al-Qur'an, Hadis, ijma', qiyas, dan literatur fiqh. Dalam penelitian ini, pendekatan normatif syar'i digunakan untuk menganalisis sistem jual beli di *Marketplace* Facebook berdasarkan kaidah-kaidah hukum Islam untuk menentukan apakah sistem tersebut sesuai dengan prinsip syariah atau tidak.

Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif syar'i, yaitu suatu pendekatan yang bertujuan untuk mempelajari dan menganalisis praktik jual beli di *Marketplace* Facebook yang didasarkan pada hukum Islam. Metode ini digunakan untuk memeriksa apakah sistem jual beli tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip

hukum ekonomi syariah seperti keadilan, kejujuran, dan kehendak bebas, serta larangan riba dan *gharar*. Dalil-dalil syar'i (al-Qur'an dan Hadis), pendapat ulama dalam kitab-kitab fiqh, dan karya ilmiah modern yang berkaitan dengan transaksi digital adalah sumber data utama dari pendekatan ini.

3. Sumber Data

Data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer.

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama. Adapun data primer dalam penelitian ini berupa literatur utama yang menjadi sumber pokok dalam hukum Islam, yaitu:

a. Al-Qur'an.

Al-Qur'an adalah kitab suci yang diturunkan oleh Allah SWT kepada Nabi Muhammad SAW sebagai wahyu terakhir dan menjadi dasar hukum utama dalam Islam. Al-Qur'an berfungsi sebagai pedoman hidup bagi umat Muslim dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam hal ibadah, akhlak, sosial, politik, hingga aktivitas ekonomi dan muamalah.

b. Hadits Nabi SAW

Hadis Nabi adalah segala perkataan, perbuatan, dan ketetapan (tahrir) yang disandarkan kepada Nabi Muhammad SAW. Hadis merupakan sumber hukum Islam kedua setelah al-Qur'an, dan memiliki peran penting dalam menjelaskan, merinci, serta memberikan contoh praktis dari ajaran-ajaran yang telah ditetapkan dalam al-Qur'an.

c. Kaidah Fiqh

Kaidah fiqh adalah kaidah-kaidah atau aturan-aturan umum dalam ilmu fiqh yang dirumuskan para ulama untuk memecahkan berbagai permasalahan hukum Islam. Kaidah ini membantu orang memahami dan menerapkan hukum Islam dalam berbagai aspek kehidupan.⁷

d. Fatwa DSN MUI yang relevan tentang jual beli dan lainnya.

Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah fatwa atau keputusan yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) mengenai masalah hukum dalam bidang ekonomi dan keuangan syariah. Fatwa ini menjadi dasar bagi lembaga keuangan syariah dan pihak-pihak terkait dalam menjalankan kegiatan ekonomi sesuai prinsip syariah.

2. Data sekunder

Data sekunder berupa buku-buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, artikel, serta sumber lain yang mendukung analisis terhadap sistem jual beli di *Marketplace* Facebook, di antaranya:

- a. Buku-buku hukum ekonomi syariah.
- b. Literatur mengenai akad jual beli dalam Islam
- c. Artikel dan studi tentang praktik jual beli *online*
- d. Referensi digital dari situs resmi DSN-MUI, Kementerian Agama, dan sumber akademik lainnya.

4. Teknik Pengumpulan Data

Karena penelitian ini adalah studi pustaka, sebagian besar data dikumpulkan dari dokumen tertulis, baik primer maupun sekunder. Oleh karena itu, metode

⁷Duski Ibrahim, *Kaidah-kaidah Fiqih*, (Cet. I; Palembang: Noerfikri, 2019), h. 13.

dokumentasi digunakan untuk pengumpulan data dan informasi dalam penelitian ini. Prosesnya mencakup:

1. Menelusuri dan mengidentifikasi literatur yang membahas jual beli dalam hukum ekonomi syariah dan praktik *Marketplace online*.
2. Membaca, mencatat dan mengklasifikasi informasi dari sumber yang telah ditemukan berdasarkan tema atau sub-bab kajian.
3. Menganalisis kesesuaian isi literatur dengan fokus permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

5. Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan dianalisis melalui metode analisis isi, yang menggunakan pendekatan analitis deskriptif. Langkah-langkah berikut digunakan untuk menerapkan metode ini:

1. Data *reduction* (Reduksi Data)

Menyaring dan memilih data yang relevan dengan rumusan masalah penelitian, kemudian mengelompokkannya berdasarkan tema seperti akad, kehalalan barang, keadilan, transparansi, dan prinsip syariah lainnya.

2. Data *Display* (Penyajian Data)

Berdasarkan landasan teori dan konsep hukum ekonomi syariah, data yang telah diklasifikasikan disusun dalam bentuk narasi deskriptif.

3. Penarikan Kesimpulan

Dari narasi dan analisis yang telah disusun, peneliti kemudian menarik simpulan normatif berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam, fatwa DSN-MUI, serta pendapat ulama kontemporer yang relevan.

F. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Sebagaimana rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan sistem jual beli yang berlangsung di *Marketplace* Facebook.
2. Untuk mengetahui kesesuaian sistem jual beli di *Marketplace* Facebook berdasarkan perspektif hukum ekonomi syariah.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, baik dari segi teoritis maupun praktis.

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu mengembangkan penelitian ilmu hukum ekonomi syariah, khususnya di bidang transaksi jual beli berbasis digital. Selain itu, penelitian ini akan menjadi referensi akademik bagi peneliti yang tertarik pada studi muamalah modern.

2. Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan manfaat bagi:

- a. Facebook

Memberikan masukan untuk meningkatkan sistem pembayaran, keamanan, transparansi, dan etika transaksi sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah. Selain itu, penelitian ini memiliki potensi untuk mendorong Facebook untuk membuat peraturan yang lebih ramah terhadap pengguna Muslim dan membuat platform tersebut dipandang sebagai platform yang dapat dipercaya dan aman.

b. Konsumen

Penelitian ini memberikan pedoman praktis kepada pelanggan Muslim untuk menjadi lebih berhati-hati dan teliti saat bertransaksi dan membantu mereka memahami cara melakukan transaksi syariah di platform digital seperti *Marketplace* Facebook untuk menghindari praktik yang bertentangan dengan hukum Islam.

BAB II

HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN JUAL BELI DALAM ISLAM

A. Teori Hukum Ekonomi Syariah

1. Defenisi Hukum Ekonomi Syariah

Menurut para ahli, perkataan “ekonomi” berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*oikos*” dan “*nomos*” yang berarti rumah dan aturan. Dengan demikian, ilmu ekonomi merupakan hukum pemenuhan kebutuhan hidup manusia dalam rumah tangga, baik rumah tangga perseorangan maupun rumah tangga negara. Dalam bahasa Arab, istilah ekonomi diwakili oleh kata *al-Iqtisād* yang secara bahasa berarti kesederhanaan dan ekonomi. Menurut Monzer Kahf dalam bukunya *Islamic Economics* menjelaskan bahwa ilmu ekonomi syariah merupakan salah satu bagian dari ilmu ekonomi yang bersifat interdisipliner dalam artian kajian ilmu ekonomi syariah tidak bisa berdiri sendiri melainkan memerlukan pemahaman ilmu yang mendalam dan baik. Syariah dan dukungannya sains sama halnya dengan sains berfungsi sebagai alat analisis seperti matematika, statistika, logika dan ushul fiqh.¹

2. Prinsip-Prinsip Hukum Ekonomi Syariah

Secara umum, prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah dalam jual beli adalah sebagai berikut:

a. Prinsip Tauhid

Prinsip tauhid adalah dasar utama dalam seluruh aspek kehidupan seorang Muslim, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Prinsip tauhid berarti meyakini bahwa hanya Allah SWT yang berhak disembah dan ditaati, dan bahwa seluruh kegiatan

¹Jamaluddin dan Reza Syarifal, “Konsep Dasar Ekonomi Syariat Islam”, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 12 no. 1 (2020): h.43.

manusia harus berpusat pada penghambaan kepada-Nya. Dalam konteks ekonomi syariah, prinsip tauhid mengarahkan bahwa setiap transaksi ekonomi, termasuk jual beli, harus dilakukan dengan niat ibadah, mematuhi syariat, dan menghindari semua bentuk riba, *gharar*, pelanggaran, dan aspek haram lainnya.

Sistem ekonomi Islam didasarkan pada prinsip tauhid selain dari kepercayaan teologis. Dalam pengelolaan unit, para pengusaha muslim tidak akan melakukan tiga hal berdasarkan prinsip persatuan: pertama, mereka tidak akan membedakan pekerja, penjual, pembeli, pemasok, dan mitra bisnis berdasarkan ras, gender, atau agama. Kedua, karena ia hanya takut dan mencintai Allah SWT, ia terpaksa melakukan bisnis yang jahat. Ketiga, ia memperoleh kekayaan karena keserakahan, karena konsep amanah sangat penting bagi umat Islam.²

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ³

Terjemahan:

Katakanlah: “Sesungguhnya salatku, ibadahku, hidupku, dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam.”³ (QS. *Al-An’am*: 162)

Terjemahan bahasa *mandar*:

*Pa’uango’o: sitonganna sambaya’u, pakkasiwia’u, tuou anna mateu di Puang Alla Taala (i), Puang inggannana Alang.*⁴

Ayat tersebut menegaskan bahwa seluruh aspek kehidupan seorang Muslim baik ibadah formal seperti salat dan kurban, maupun aktivitas sehari-hari seperti hidup dan bahkan mati harus diniatkan ikhlas karena Allah SWT semata, bukan karena makhluk, dunia, atau hawa nafsu. Dalam konteks jual beli pada *Marketplace*

²Eka Sri Wahyuni, “Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam”, *Baabu Al-Ilmi* 4 no. 2 (2019): h. 196

³Hasby Ashiddiqy, dkk, *Al-Qur’an dan Terjemahannya* (Cet. I; Madinah: Al-Mujamma’, 1999), h. 216.

⁴Muhammad Idham Khalid Bodi, *Koroang Mala’bi: Al-Qur’an dan Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, h. 275.

di Facebook dapat diimplementasikan dengan menjadikan aktivitas bisnis sebagai bentuk ibadah, bukan semata-mata untuk mencari keuntungan duniawi. Pelaku usaha harus menjaga kejujuran, amanah, dan niat yang lurus dalam setiap transaksi. Selain itu, segala bentuk cara yang haram atau merugikan orang lain harus dihindari, karena setiap perbuatan akan dimintai pertanggungjawaban di hadapan Allah yang senantiasa mengawasi seluruh aktivitas manusia.

b. Prinsip Keseimbangan (Keadilan)

Dalam menjalankan aktivitas kita di dunia kerja dan bisnis, Islam mewajibkan kita untuk bersikap adil, bahkan terhadap pihak yang tidak kita sukai. Konsep keseimbangan, secara ekonomi, menentukan konfigurasi terbaik dari distribusi, konsumsi, dan produksi, dengan mengingat kebutuhan seluruh masyarakat yang kurang beruntung. Sumber daya nyata masyarakat Islam tidak diprioritaskan. Kegagalan untuk mengembalikan keseimbangan adalah sama dengan memaksakan kekuasaan.⁵

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Terjemahan:

Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil keputusan.⁶ (QS. *An-Nahl* 90)

Terjemahan bahasa *mandar*:

Sitonganna puang Alla Taala massio'o maroro (adil) anna mupogau' acoang, mambei di palluluareang, anna Puang Alla Taala mappusara

⁵Eka Sri Wahyuni, "Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam", h. 197.

⁶Hasbi ashiddiqy, *al-qur'an dan terjemahannya*, h. 415.

*mappogau' panggauang carupu', adaeang, anna assimusuang. Diangi (Puang Alla Taala) mappa 'guruo mamoare 'o maala pe 'guruang.*⁷

Ayat di atas menunjukkan bahwa keadilan bukan sekadar nilai moral konvensional, tetapi merupakan perintah langsung dari Allah. Keadilan sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat untuk mencegah penindasan, penipuan, dan kesewenang-wenangan. Dalam dunia bisnis dan ekonomi, keadilan menuntut para pelaku usaha untuk tidak merusak orang lain, mengambil keuntungan secara zalim, dan menjaga keseimbangan antara hak dan kewajiban pembeli dan penjual.

c. Prinsip kehendak bebas

Prinsip kehendak bebas, atau *al-Ikhtiyār*, dalam hukum ekonomi syariah berarti bahwa setiap orang memiliki hak dan kebebasan untuk melakukan apa pun, termasuk berbisnis, selama tidak bertentangan dengan syariat Islam. Meskipun agama Islam memungkinkan pengikutnya untuk melakukan hal-hal yang dilarang oleh hukum syariah, agama itu juga memungkinkan mereka untuk bereksperimen dalam hubungan bisnis.⁸ Kebebasan ini mencakup kebebasan untuk memilih bertransaksi, menentukan harga, memilih mitra bisnis, dan menentukan produk mana yang akan dibeli atau dijual. QS. *Fussilat* (41):40:

إِنَّ الَّذِينَ يُلْحِدُونَ فِي آيَاتِنَا لَا يَخْفُونَ عَلَيْنَا أَفَمَنْ يُلْقَى فِي النَّارِ خَيْرٌ أَمْ مَنْ يَأْتِي آمِنًا يَوْمَ الْقِيَامَةِ اعْمَلُوا مَا شِئْتُمْ إِنَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Terjemahan:

Sesungguhnya orang-orang yang mengingkari ayat-ayat Kami, mereka tidak tersembunyi dari Kami. Maka apakah orang-orang yang dilemparkan ke dalam neraka lebih baik atautkah orang-orang yang datang dengan aman

⁷Muhammad Idham Khalid Bodi, *Koroang Mala'bi: Al-Qur'an dan Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, h. 525.

⁸Destiya Wati, dkk, "Analisis Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam dalam Trnsaksi Jual Beli Online di Humaira Shop", *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* 5 no. 1 (2020): h. 144.

Sentosa pada hari Kiamat? Perbuatlah apa yang kamu kehendaki; Sesungguhnya Dia Maha Melihat apa yang kamu kerjakan.⁹

Terjemahan bahasa *mandar*:

*Sitonganna to makkapperri aya'-aya'-I, diangi andiang mimbuni di Iyami'. Jari diangi to dipettimbiang tama di naraka la'bi macoa iyade' to pole amang di allo kiama'? Pogau'i anu melo' mupogau'. Sitonganna Diangi (Puang Alla Taala) Paita di anu mupogau'.*¹⁰

Ayat ini secara prinsip menegaskan bahwa manusia diberi kebebasan untuk bertindak, termasuk bertransaksi atau bermuamalah. Ini termasuk membeli barang di *Marketplace* Facebook. Allah memberi setiap orang kebebasan untuk memilih apakah mereka ingin melakukan transaksi dengan cara yang benar, jujur, dan adil atau dengan cara yang curang dan merugikan orang lain. Kebebasan ini, bagaimanapun, tidak berarti tanpa batas. Akhir dari ayat ini adalah peringatan bahwa "Sesungguhnya Dia Maha Melihat apa yang kamu kerjakan", yang berarti bahwa setiap tindakan, termasuk transaksi *online*, akan dicatat dan diperhitungkan di hadapan Allah SWT.

d. *Responsibility* (tanggung jawab)

Dalam sistem syariah, prinsip tanggung jawab menekankan pertanggungjawaban, terutama dalam hal bisnis dan ekonomi. Akuntabilitas sangat penting dalam dunia bisnis. Melakukan segala aktivitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan tidak berarti semuanya akan berakhir ketika tujuan tercapai atau keuntungan sudah diterima. Ketika pengusaha membuat produk, membeli barang, dan menandatangani kontrak, semua orang bertanggung jawab.¹¹ Prinsip ini diperkuat dengan adanya Firman Allah QS. *Al-Isra'* ayat 34:

⁹Hasby Ashiddiqy, dkk, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 779.

¹⁰Muhammad Idham Khalid Bodi, *Koroang Mala'bi: Al-Qur'an dan Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, h. 950.

¹¹Destiya Wati, dkk, "Analisis Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli *Online* di Humaira Shop", h. 144.

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

Terjemahan:

Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai ia dewasa dan penuhilah janji; sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggungjawaban jawabnya.¹²

Terjemahan bahasa mandar:

*Anna dao makkadeppu'i baranna (nanaeke) beong, selaenna cara macoa anna la'bi ma'guna lambi'I kaiyyang (neimuane) anna olai (pogau'i) janji (talli'). Sitonganna janji (talli') di'o na dipittuleangi.*¹³

Ayat ini menegaskan bahwa setiap janji atau kesepakatan antara dua pihak, termasuk dalam transaksi jual beli, adalah amanah yang akan dimintai pertanggungjawaban di hadapan Allah SWT. Meskipun transaksi tersebut dilakukan secara *online* di pasar jual beli Facebook, tetap mengikat secara moral dan syar'i karena ada kesepakatan antara penjual dan pembeli.

e. Prinsip Larangan *Gharar*

Gharar secara bahasa berarti risiko atau ketidakjelasan. Secara etimologi, *Gharar* merupakan isim mashdar dari (غَرَّرَ). Makna kata *gharar* berkisar pada resiko (*khathar*), ketidaktahuan (*jahl*), kekurangan (*nuqsan*) dan/atau sesuatu yang mudah rusak (*ta'arrudh lil balakah*).¹⁴ *Gharar* menurut Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah adalah transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak dimiliki, tidak diketahui keberadaannya, atau tidak dapat diserahkan pada saat transaksi dilakukan kecuali diatur lain dalam syariah.¹⁵

¹²Hasby Ashiddiqy, dkk, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 429.

¹³Muhammad Idham Khalid Bodi, *Koroang Mala'bi: Al-Qur'an dan Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, h. 542.

¹⁴Nuhbatul Basyariah, "Larangan Jual Beli Gharar: Kajian Hadist Ekonomi Tematis Bisnis di Era Digital", *Jurnal Studi Islam* 7 no. 1 (2022): h. 42.

¹⁵Mohammad Ainun Najib dan Muhammad Abduh, "Analisis Gharar dalam Jual Beli Online", *Jurnal IQTISHOD* 2 no. 1 (2023): h. 49.

Dalam sistem jual beli *gharar* ini terdapat unsur memakan harta orang lain dengan cara bathil. Padahal Allah melarang memakan harta orang lain dengan cara bathil sebagaimana tersebut dalam firmanNya QS. *Al-Baqarah/ 2: 188*:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِنَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Terjemahan:

Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.¹⁶

Terjemahan bahasa mandar:

*Anna dao paande barammu anna (da to'o) paande barang laenna cara andiang macoa, anna da (to'o) mambawa barang lao di hakim, malaa maande sambareang barang ppole di tau laeng (mappogau' dosa), anna muissangi.*¹⁷

Ayat ini secara tegas melarang untuk mendapatkan harta orang lain dengan cara yang salah, seperti penipuan, manipulasi, ketidakjelasan, atau pengelabuan dalam transaksi. Ini menjadi dasar penting dalam larangan *gharar* terhadap jual beli.

Gharar dalam hal ini berarti melarang objek transaksi yang tidak jelas atau yang dapat menyebabkan penipuan dan perselisihan antara pihak yang bertransaksi. Dengan dasar apa yang dikatakan oleh Rasulullah Shallallahu 'alihi wa sallam dalam hadits Abu Hurairah:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحِصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ¹⁸

¹⁶Hasby Ashiddiqy, dkk, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 46.

¹⁷Muhammad Idham Khalid Bodi, *Koroang Mala'bi: Al-Qur'an dan Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, h. 50.

¹⁸Syaikhu, dkk, *Fikih Muamalah*, (Cet. I; Yogyakarta: K-Media, 2020), h. 17.

Terjemahnya:

“Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam melarang jual beli *al-hashah* dan jual beli *gharar*”. (HR. Muslim, no. 1513; Abu Dawud dan al-Tirmidzi)

Rasulullah SAW melalui hadis ini melarang jual beli *gharar* dan *al-hashah*, keduanya tidak memenuhi prinsip kejelasan dan keadilan dalam transaksi. *Al-hashah* adalah jual beli yang dilakukan dengan melempar batu sebagai penentu barang yang akan dibeli. Pembeli tidak selalu tahu apa yang akan mereka terima karena praktik ini tidak pasti. Hal ini jelas bertentangan dengan persyaratan yang sah dari kontrak jual beli, yang memerlukan kedua belah pihak untuk mengetahui secara jelas tentang objek yang dibeli. *Gharar* adalah kata yang berarti ketidakpastian atau ketidakjelasan. Maksudnya, Rasulullah SAW melarang transaksi yang tidak jelas tentang barang, harga, waktu penyerahan, atau kondisinya.

f. Kebenaran (Kejujuran dan Kebajikan)

Dalam konteks bisnis, kebenaran berarti niat, sikap, dan perilaku yang benar. Ini termasuk proses menandatangani kontrak (transaksi), mencari atau memperoleh barang yang dibuat, dan berusaha untuk mencapai atau menentukan keuntungan. Karena fakta ini, etika bisnis Islam sangat melindungi pihak yang melakukan transaksi, kemitraan, atau perjanjian bisnis.¹⁹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Terjemahan:

Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar.²⁰ (QS. *Al-Ahzab*: 70)

Terjemahan bahasa *mandar*:

¹⁹Eka Sri Wahyuni, “Trend Jual Beli *Online* Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam”, h. 198.

²⁰Hasbi ashiddiqy, dkk, *al-qur'an dan terjemahannya*, h. 680.

*E inggannana to matappa', takwao di Puang Alla Taala anna pappauo pau parua.*²¹

Ayat di atas memerintahkan orang-orang yang beriman untuk bertakwa kepada Allah dan berbicara dengan jujur, lurus, dan tidak menyesatkan. Ayat ini menekankan pentingnya prinsip kebenaran dalam komunikasi dan transaksi dalam konteks jual beli di *Marketplace* di Facebook.

B. Jual Beli dalam Hukum Islam

1. Defenisi Jual Beli

Secara bahasa, "jual beli" berarti "penukaran secara mutlak", dan secara terminologi, "jual beli" adalah saling menukar properti dengan properti dalam bentuk pemindahan kepemilikan dan hak milik. Menurut defenisi di atas, jual beli adalah suatu perjanjian yang dibuat secara sukarela di antara dua pihak untuk menukar barang atau benda yang memiliki nilai. Salah satu pihak menerima barang tersebut, dan pihak lainnya menerima uang sebagai kompensasi untuk barang tersebut. Semua ketentuan dan perjanjian yang dibenarkan oleh hukum harus mematuhi perjanjian ini.²² Allah SWT membuat jual beli sebagai cara bagi manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka.²³ Jual beli yang sah dalam Islam harus memenuhi syarat-syarat tertentu, termasuk tidak mengandung unsur riba, *gharar* (ketipastian) dan lain-lain.

2. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli merupakan akad yang diperbolehkan. Di antara dalil yang memperbolehkan praktik akad jual beli adalah QS. *Al-Baqarah* (2): 275:

²¹Muhammad Idham Khalid Bodi, *Koroang Mala'bi: Al-Qur'an dan Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, h. 834.

²²Munir Salim, "Jual Beli Secara *Online* Menurut Pandangan Hukum Islam", *al-daulah* 6 no. 2 (2017): h. 373.

²³Rozalinda, *Fiqih Ekonomi Syariah: Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan Syariah*, (Cet. III; Depok: Rajawali Pers, 2019), h. 64.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا
الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ
إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Terjemahan:

Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.²⁴

Terjemahan bahasa *mandar*:

*Tau maande riba andiangi mala mikke 'de' selaenna sittengang pikke 'de' na to setangang (alippangang). Sawa' amongeang. Ia bassa di'o nasawa' ma'uangi sitonganna ma'balu anna riba sittengangi. Anna Puang Alla Taala pura mahallallakang ma'balu' anna maharrangang riba. Tau iya nalambi' pepusarana Puang anna tappa mi'osa maala riba jari disesena iya pura naala diolo' (diandiannapa diang pepusara), anna urusanna nannai di Puang Alla Taala. Anna tau maala bo'o riba, jari tau di'o diangi paengei naraka, ka'dengi di Lalang.*²⁵

Ayat ini menggambarkan bahwa orang yang melakukan riba akan mengalami kondisi spiritual dan sosial yang tidak stabil dan kacau seperti orang yang kerasukan setan. Ini menunjukkan kerusakan moral dan efek buruk riba terhadap jiwa dan masyarakat. Sangat salah untuk menyamakannya dengan riba. Orang yang mengatakan bahwa "jual beli itu sama seperti riba" tidak memahami perbedaan antara transaksi yang dianggap halal (jual beli) dan yang dianggap haram (riba). Namun, Allah secara eksplisit mengharamkan riba dan menghalalkan jual

²⁴Hasbi Ashiddiqy, dkk, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 80-81.

²⁵Muhammad Idham Khalid Bodi, *Koroang Mala'bi: Al-Qur'an dan Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, h. 81.

beli karena riba mengandung elemen kekerasan dan eksploitasi. Allah memberikan kesempatan bagi mereka yang pernah melakukan riba tetapi kemudian bertaubat dan berhenti melakukannya, sehingga mereka dapat diampuni dosa masa lalunya dan dapat berurusan dengan Allah. Namun, siapa yang tetap mengulangi perbuatan riba, maka ancamannya sangat berat: mereka akan menjadi penghuni neraka dan kekal di dalamnya.

Selain itu, para ulama setuju atas kebolehan akad jual beli. Ijma' ini menunjukkan bahwa kebutuhan manusia sering dikaitkan dengan kepemilikan yang dimiliki orang lain, dan kepemilikan tidak dapat diberikan begitu saja tanpa kompensasi yang harus dibayar. Karena itu, jual beli dianggap sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan manusia. Karena manusia pada dasarnya tidak dapat bertahan hidup tanpa bantuan orang lain.²⁶

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Jual beli merupakan suatu akad dan dipandang sah apabila telah memenuhi rukun dan syarat jual beli itu. Para ulama Hanafiyah berpendapat bahwa hanya ada rukun satu, yaitu *ijab* (ungkapan yang menunjukkan bahwa pembeli membeli barang) dan *qabul* (ungkapan yang menunjukkan bahwa penjual menjual barang). Sedangkan berdasarkan pendapat Jumhur ulama' bahwa rukun jual beli ada empat, yaitu:²⁷

- a. *Akidain* (penjual dan pembeli)
- b. *Sighat* (lafal *ijab* dan *qabul*)

²⁶Siswadi, dkk, "Jual Beli yang Dilarang dalam Pandangan Hukum Islam", *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* 2 no. 1 (2023): h. 83.

²⁷Ervina Widia Astuti, "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Khiyar dalam Jual Beli Online Sistem *Cash on Delivery* pada Mandiri Elektronik baradatu", *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 4 no. 1 (2023): h. 16.

- c. *Ma'qud 'alaih* (barang yang ingin dibeli)
- d. Nilai tukar pengganti barang

Agar tidak terjerumus ke dalam praktik perniagaan yang menyimpang, berikut adalah beberapa syarat sah jual beli yang dapat diketahui dan diterapkan saat melakukan jual beli: Taudhilul ahkam 4/213-214, Fiqh Ekonomi Keuangan Islam, dan beberapa referensi lainnya.²⁸

Pertama, persyaratan yang berkaitan dengan pelaku praktek jual beli, baik penjual maupun pembeli, yaitu:

- a. Hendaknya kedua belah pihak harus melakukan jual beli secara ridha dan sukarela dan bebas atau tanpa adanya paksaan. Sesuai dengan kalam Allah ta'ala dalam QS. *An-Nisaa*': 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahan:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.²⁹

Terjemahan bahasa *mandar*:

*E inggannana to matappa' dao paande barang-barang andiang macoa, selaenna sawa' pa'dagangang iya melo' para melo' disesemu. Anna dao pappatei alawemu. Sitonganna Puang Alla Taala masayang disesemu.*³⁰

²⁸Munir Salim, "Jual Beli Secara *Online* Menurut Pandangan Hukum Islam", h. 377.

²⁹Hasby Ashiddiqy dkk, *al-qur'an dan terjemahannya*, h. 122.

³⁰Muhammad Idham Khalid Bodi, *Koroang Mala'bi: Al-Qur'an dan Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, h. 147-148.

Ayat ini mengandung peringatan dari Allah SWT kepada orang-orang yang beriman agar tidak mengambil atau menggunakan harta sesama dengan cara yang melanggar hukum, seperti penipuan, riba, korupsi, mencuri, atau jual beli yang tidak sah. Allah hanya memungkinkan pengambilan harta orang lain melalui perdagangan yang dilakukan secara damai di antara kedua belah pihak. Ini menekankan bahwa setiap transaksi Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan, kejujuran, kejelasan, dan keadilan.

- b. Kedua belah pihak berkompoten dalam melakukan praktek jual beli, yakni dia adalah seorang mukallaf dan *Rasyid* (memiliki kemampuan dalam mengatur uang), sehingga tidak sah transaksi yang dilakukan oleh anak kecil yang tidak cakap, orang gila atau orang yang dipaksa.

Kedua, yang berkaitan dengan objek/barang yang diperjualbelikan, syarat-syaratnya yaitu:

- a. Objek jual beli atau barang yang dijual (baik itu barang jualan atau harganya) adalah barang yang baik dan bermanfaat, bukan barang haram atau najis. Hal ini karena memperjualbelikan barang haram secara hukum haram.
- b. Objek jual beli merupakan hak milik penuh, seseorang bisa menjual barang yang bukan miliknya apabila mendapat izin dari pemilik barang.
- c. Objek jual beli dapat diserahkan, sehingga tidak sah menjual burung yang terbang di udara, menjual unta atau sejenisnya yang kabur dari kendang dan semisalnya. Transaksi yang mengandung objek jual beli seperti ini dianggap sebagai spekulasi, dan penjualan barang yang tidak dapat diserahkan juga dilarang.
- d. Untuk menghindari *gharar*, kedua belah pihak secara jelas mengetahui barang yang dibeli dan jumlah pembayarannya.

4. Akad dalam Transaksi Jual Beli

a. Defenisi akad

Wahbah az-Zuhaili mendefenisikan akad sebagai di bawah ini:

الرَّبْطُ بَيْنَ أَطْرَافِ الشَّيْءِ سِوَاءِ أَكَانَ رِبْطًا حِسِّيًّا أَمْ مَعْنَوِيًّا مِنْ جَانِبِ أَوْ مِنْ جَانِبَيْنِ³¹

Yakni: ikatan antara dua hal, baik ikatan secara *khissy* (nyata/fisik) maupun ikatan secara *ma'nawi* (abstrak/pshikis), dari satu sisi ataupun dua sisi. Istilah *al-aqdu* (akad) dapat disamakan dngan istilah verbintenis (perikatan) dalam KUHPperdata. Sedangkan istilah *al-ahdu* (janji) dapat disamakan dngan istilah perjanjian.

b. Syarat Sahnya Akad

Untuk sahnya suatu akad harus memenuhi hukum akad yang merupakan unsur asasi dari akad. Rukun akad tersebut adalah:

1) *Al-‘Āqid* atau pihak-pihak yang berakad.

Al-‘Āqid adalah orang yang melakukan akad. *Al-‘Āqid* terdiri dari dua pihak, penjual (*bai*) dan pembeli (*musytari*). Keberadaannya sangat penting karena tidak ada akad tanpa *al-‘Āqid*. Secara umum, *al-‘Āqid* harus ahli dan memiliki kemampuan untuk melakukan akad atau menjadi wakil orang lain.³²

2) *Ma‘qūd ‘Alaih*

Ma‘qūd ‘Alaih adalah barang yang akan ditransaksikan, seperti barang yang dibeli dalam transaksi jual beli, barang yang dihibahkan atau diberikan, gadai, dan utang.³³

³¹Suaidi, *Fiqh Muamalah*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2021), h. 34.

³²Syaikhu, dkk, *Fikih Muamalah*, (Cet. I; Yogyakarta: K-Media, 2020), h. 24.

³³Suaidi, *Fiqh Muamalah*, h. 36.

- 3) *Mawḍū al-‘Āqid*, tujuan atau maksud mengadakan akad.

Dalam akad jual beli misalnya, tujuan utama dari sebuah kontrak adalah untuk memindahkan barang dari penjual kepada pembeli dengan ganti rugi.

- 4) *Sighat* atau perbuatan yang menunjukkan adanya akad berupa *ijab* dan *qabul*.

Dalam akad jual beli, *Ijab* adalah ucapan yang diucapkan oleh penjual dalam akad jual beli, sedangkan *qabul* adalah ucapan setuju dan rela dari pembeli.³⁴

5. Etika dalam Jual Beli

Menurut Wahbah Az-Zuhaili, Jual beli memiliki beberapa etika, di antaranya sebagai berikut:³⁵

- a. Tidak boleh berlebihan dalam mengambil keuntungan.

Semua agama melarang penipuan dalam jual beli yang berlebihan karena hal itu termasuk penipuan yang dilarang dalam semua agama. Namun, penipuan kecil yang tidak dapat dihindari oleh seseorang adalah sesuatu yang boleh dilakukan karena jika dilarang, transaksi jual beli sama sekali tidak akan terjadi karena biasanya jual beli tidak bisa terlepas dari unsur penipuan. Dengan demikian, jual beli yang mengandung unsur penipuan yang berlebihan dan tidak dapat dihindari adalah penipuan.

- b. Berinteraksi yang jujur.

Berinteraksi jujur berarti menjelaskan barang dagangan dengan jujur tanpa menyembunyikan jenis, macam, sumber, dan biayanya.

³⁴Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Cet. V; Jakarta: Prenadamedia Group, 2012), h. 72

³⁵Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2011), h. 27-28.

- c. Bersikap toleran dalam berinteraksi.

Penjual mudah menentukan harga dengan mengurangnya, begitu pula pembeli mudah menentukan syarat-syarat penjualan dengan memberikan harga lebih tinggi.

- d. Menghindari sumpah meskipun pedagang itu benar.

Sangat disarankan untuk tidak melakukan janji dengan nama Allah saat membeli sesuatu, karena itu termasuk cobaan bagi nama Allah.

- e. Memperbanyak sedekah.

Seorang pedagang harus memperbanyak sedekah jika mereka melanggar sumpah, menipu, menyembunyikan barang yang rusak, menipu harga, atau memiliki akhlak yang buruk.

- f. Mencatat utang dan mempersaksikannya.

Dianjurkan untuk menyimpan catatan transaksi dan jumlah utang, serta mempersaksikan jual beli yang akan dibayar di belakang.

BAB III

SISTEM JUAL BELI PADA MARKETPLACE DI FACEBOOK

A. Profil Marketplace Facebook

1. Profil Pendiri Facebook

Facebook diluncurkan pertama kali oleh Mark Zuckerberg pada tahun 2004 dengan nama *The Facebook*. Pendiri Facebook ini lahir dengan nama lengkap Mark Elliot Zuckerberg. Ia lahir di Kawasan bernama Dobbs Ferry, Westchester County, kota New York. Ia adalah anak kedua dari empat bersaudara dari orang tua bernama Edward Zuckerberg dan Karen Kempner.¹ Ia dikenal sebagai tokoh penting dalam dunia teknologi yang menciptakan Facebook pada tahun 2004 bersama teman-temannya di Harvard: Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes. Awalnya, Facebook dibuat sebagai jejaring sosial untuk mahasiswa Harvard, namun kemudian berkembang pesat menjadi platform global.

Mark Zuckerberg adalah seorang pemuda inovator dalam teknologi informasi yang lahir pada 14 Mei 1984 di White Plains, New York. Ia memilih untuk keluar dari Harvard untuk berkonsentrasi pada pengembangan Facebook secara penuh. Facebook tidak hanya berfungsi sebagai media sosial tetapi juga sebagai platform untuk bisnis digital, seperti yang ditunjukkan oleh fitur *Marketplace*-nya, yang memungkinkan pengguna menjual produk secara langsung.

2. Sejarah Berdirinya Facebook

Pada tanggal 4 Februari 2004, Mark Elliot Zuckerberg, seorang mahasiswa Universitas Harvard, bersama dengan rekannya Eduardo Saverin, Andrew

¹Abi Mulya, "Biografi Mark Zuckerberg-Founder Facebook Social Media Terbesar di Dunia", https://voffice.co.id/blog/biografi-mark-zuckerberg/#Biografi_Mark_Zuckerberg (21 Agustus 2025).

McCollum, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes, meluncurkan sebuah situs jejaring sosial bernama *The Facebook*. Pada awalnya, situs ini hanya ditujukan untuk siswa Universitas Harvard dan bertujuan untuk membantu mereka saling mengenal melalui profil *online*. Nama "*The Facebook*" berasal dari direktori siswa yang biasa digunakan di kampus. Situs ini cepat menjadi populer di kalangan siswa karena fitur-fiturnya yang sederhana, seperti pembuatan profil, penambahan teman, dan pertukaran pesan. Tujuan dari banyaknya fitur atau aplikasi tersebut yaitu untuk membuat suatu perbedaan dibandingkan dengan website media sosial lain.²

Dalam sejarah perkembangan media sosial global, Facebook melakukan tindakan strategis penting pada tahun 2006. Facebook membuka platformnya untuk umum, memungkinkan siapa saja yang memiliki alamat email untuk bergabung setelah sebelumnya terbatas pada mahasiswa. Keputusan ini memainkan peran penting dalam memperluas jumlah pengguna Facebook di seluruh dunia dan mempercepat transformasi Facebook dari jejaring sosial kampus ke salah satu perusahaan teknologi terbesar di dunia.

Langkah ini terbukti sangat efektif. Jumlah pengguna Facebook meningkat pesat dalam waktu singkat. Facebook mulai digunakan oleh orang-orang dari berbagai usia, profesi, dan latar belakang budaya, meskipun awalnya hanya tersedia untuk siswa. Banyak orang menggunakan platform ini sebagai ruang virtual untuk berbagi aktivitas sehari-hari, berhubungan dengan teman dan keluarga, dan membangun hubungan baru di mana pun mereka berada. Facebook terus mengembangkan fitur baru untuk meningkatkan interaksi sosial dan bisnis digital seiring dengan jumlah pengguna yang meningkat. Salah satu contoh dari pengembangan ini adalah fitur *Marketplace*.

²Nandy, "Penemu Facebook dan Sejarah Perkembangannya", <https://www.gramedia.com/literasi/penemu-facebook/> (21 Agustus 2025).

Facebook bukan hanya platform untuk berbagi status dan foto, tetapi juga alat penting untuk membangun koneksi sosial, membangun komunitas, dan menyebarkan informasi, bahkan memengaruhi kehidupan ekonomi, politik, dan budaya di era digital. Pada Oktober 2021, Facebook secara resmi mengumumkan perubahan nama perusahaannya menjadi Meta Platforms, Inc., yang menunjukkan arah baru perusahaan selain pergantian nama merek. Dengan memfokuskan perhatian pada pengembangan metaverse sebuah dunia virtual tiga dimensi yang memungkinkan penggunanya berinteraksi, bekerja, belajar, dan bermain. Meta menunjukkan komitmennya untuk melangkah lebih jauh dari sekadar layanan media sosial.

Menurut pendiri dan CEO Meta Mark Zuckerberg, perubahan nama ini mencerminkan tujuan jangka panjang perusahaan untuk membangun internet yang lebih interaktif dan terhubung. Metaverse bertujuan untuk menciptakan pengalaman digital yang mirip dengan kehidupan nyata, bukan lagi sekadar berbasis teks dan gambar. Meta telah melakukan investasi signifikan dalam bidang teknologi *Augmented Reality* (AR) dan *Virtual Reality* (VR), yang merupakan dasar dari dunia *virtual* yang diharapkan. Selain itu, perubahan ini menunjukkan tanggapan Meta terhadap kemajuan zaman, di mana penggunaan media sosial dan layanan digital semakin luas dan mencakup berbagai aspek kehidupan, seperti jual beli *online*. Melalui fitur seperti *Marketplace* Facebook, Meta terus memperluas pengaruhnya di dunia digital, menjadikan platform ini bukan hanya sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai media untuk transaksi ekonomi kontemporer.

3. *Marketplace* Facebook

Fitur pada platform jejaring sosial Facebook yang dikenal sebagai "*Marketplace* Facebook" memungkinkan pengguna untuk membeli, menjual, dan berdagang barang dan jasa dengan pengguna lain. Fitur ini berfungsi sebagai pasar

online di Facebook di mana pengguna dapat membuat postingan iklan untuk menjual barang atau jasa yang mereka inginkan, atau mereka dapat mencari barang atau jasa yang mereka butuhkan. Pengguna dapat menemukan berbagai jenis barang di *Marketplace* Facebook, termasuk pakaian bekas, peralatan rumah tangga, dan kendaraan.

Pengguna dapat menghubungi penjual atau pembeli melalui pesan langsung di platform Facebook atau melalui *chat* Messenger, yang membuat proses jual beli menjadi mudah. Selain itu, pengguna dapat menemukan barang atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka berdasarkan lokasi, kategori, atau harga dengan menggunakan fitur pencarian dan filter. Selain itu, ulasan atau komentar dari pelanggan lain tentang penjual atau pembeli tertentu juga dapat membantu mengukur reputasi dan kepercayaan dalam transaksi.

B. Fitur-fitur di Marketplace Facebook

Dengan fitur *Marketplace*, pengguna dapat mengunggah barang yang mereka jual, sehingga calon pembeli dari wilayah sekitar dapat menemukannya dengan cepat dan berkomunikasi secara langsung melalui Messenger untuk negosiasi. Interaksi yang lebih dekat dengan jaringan sosial seperti Facebook menjadi lebih personal dan akrab, dan transaksi yang dilakukan secara digital sebanding dengan transaksi *offline*. Dibandingkan dengan platform *e-commerce* besar seperti Tokopedia, Shopee, atau Lazada, fitur ini tidak memiliki sistem pembayaran internal, pelacakan pesanan, atau *checkout*. Berikut beberapa fitur utama Facebook *Marketplace*:

1. Iklan Barang (*Listing* Produk)

Listing produk di *Marketplace* Facebook adalah cara untuk memposting barang atau jasa yang ingin dijual secara gratis dengan informasi seperti judul,

deskripsi, harga, lokasi, kategori, dan foto produk, yang dapat diunggah. Tujuannya adalah untuk memberikan informasi yang jelas kepada pembeli agar mereka dapat memahami kondisi dan spesifikasi barang sebelum berbicara dengan penjual.

2. Pencarian dan Filter

Pelanggan dapat mencari produk dengan menggunakan kata kunci atau mencari berdasarkan kategori. Mereka juga dapat mempersempit pencarian berdasarkan beberapa parameter, seperti kategori produk (misalnya, elektronik, pakaian, mobil), harga minimum dan maksimum, lokasi, dan kondisi produk (baru atau bekas).

3. Penentuan Lokasi Jual Beli

Pasar menggunakan sistem berbasis lokasi untuk menampilkan barang yang dijual di dekat pelanggan. Penjual juga dapat menetapkan area jangkauan produk mereka. Tujuannya adalah untuk mendorong transaksi lokal yang lebih praktis dan aman.

4. Komunikasi Lewat Facebook Messenger

Melalui fitur messenger, pembeli dan penjual dapat berkomunikasi secara langsung. Mereka dapat mengajukan pertanyaan tentang kondisi barang, membuat penawaran harga, menentukan lokasi dan waktu pertemuan, dan melakukan negosiasi secara langsung. Tujuannya adalah untuk meningkatkan interaksi langsung dan memungkinkan proses kesepakatan untuk berjalan lebih cepat.

5. Kategori Produk

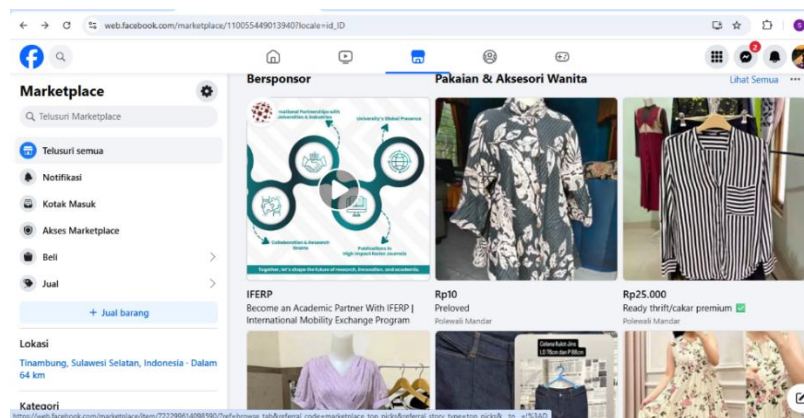
Marketplace Facebook menawarkan berbagai kategori untuk memudahkan pengumpulan barang; kategori ini mencakup pakaian, aksesoris, kendaraan, elektronik, properti, taman, produk bayi dan anak, layanan, dan properti.

6. Integrasi dengan Facebook *Groups*

Marketplace dapat terhubung ke grup jual beli lokal di Facebook. Dengan demikian, saat pelanggan memposting barang, mereka dapat membagikan barang tersebut ke berbagai grup jual beli sekaligus. Tujuannya adalah untuk meningkatkan peluang transaksi dan memperluas jangkauan promosi produk yang dijual.

7. Penandaan Produk Sebagai Terjual

Setelah produk yang di unggah berhasil terjual, penjual bisa menandai barang sebagai “Terjual” (*Sold Out*), agar tidak membingungkan calon pembeli yang lain.



Gambar 1. Tampilan Platform *Marketplace* Facebook

C. Cara penjualan dan pembelian produk di *Marketplace* Facebook

Penjual yang menjual produk di *Marketplace* Facebook harus membuat tawaran mereka terlihat oleh semua orang yang mengaksesnya di *Marketplace*, beranda, pencarian, dan lokasi di Facebook, baik di dalam maupun di luar platform. Berikut adalah cara menjual produk di *Marketplace* Facebook:

1. Proses penjualan pada *Marketplace* Facebook

- a. Dari aplikasi Facebook (mobile atau desktop), klik ikon *Marketplace* yang bergambar toko.
- b. Ketuk tombol “**Jual Sesuatu**” atau “*Create new listing*”.

- c. Facebook *Marketplace* menawarkan beberapa jenis listing diantaranya: Barang untuk dijual (*Items for sale*), Kendaraan (*Vehicles*), atau property (*Housing*). Untuk jual barang, anda bisa memilih "***Item for sale***".
- d. Ketuk **+Foto** untuk mengunggah foto barang. Anda bisa menambahkan maksimal 10 foto.
- e. Isi kolom Judul Produk, Harga, Kategori, Kondisi produk, Deskripsi Produk, dan Lokasi.
- f. Untuk jangkauan lebih luas, anda bisa membagikan list barang dagangan anda ke beberapa grup dagang dengan menyetuk tombol "***List in more places***".
- g. Setelah semua terisi, klik "**Terbitkan/Publish**".

Berikut adalah beberapa tips untuk menjual produk di *Marketplace* Facebook:

- a. Gunakan foto produk yang jelas dan asli. Ambil foto dari berbagai sudut, pencahayaan yang cukup, dan latar belakang bersih dan hindari penggunaan foto dari internet agar pembeli tidak merasa tertipu.
- b. Cantumkan deskripsi produk secara lengkap dan jujur. Sertakan detail seperti ukuran, warna, merek, kondisi baru atau bekas dan cacat barang (jika ada).
- c. Tetapkan harga yang wajar dan kompetitif. Lakukan riset harga produk yang sejenis di *Marketplace*, jangan menaikkan harga secara berlebihan.
- d. Aktif dan fast respon dalam *chat*. Balas pesan pembeli dengan cepat dan sopan.
- e. Pastikan barang tersedia dan siap kirim. Jangan memposting produk yang belum pasti tersedia. Segera kirim barang setelah pembayaran untuk menjaga kepercayaan.

2. Proses pembelian pada *Marketplace* Facebook

- 1) Dari aplikasi Facebook (mobile atau desktop), klik ikon *Marketplace* yang bergambar toko.
- 2) Cari barang yang ingin dibeli, untuk mempermudah proses pencarian barang, anda bisa mengetuk tombol “Pencarian” di bagian kanan atas, lalu masukkan nama barang yang anda ingin beli. Anda juga bisa menyetel lokasi penjual terdekat dengan wilayah anda untuk meminimalisir biaya pengiriman.
- 3) Ketuk “**Chat Penjual**” untuk otomatis mengirimkan pesan yang menanyakan ketersediaan barang.

Berikut adalah beberapa tips untuk membeli barang di *Marketplace* Facebook:

- a) Periksa profil penjual sebelum bertransaksi, cek keaslian akun dan memiliki riwayat posting yang wajar.
- b) Baca deskripsi produk dengan teliti. Perhatikan kondisi barang, ukuran, dan catatan penting yang lainnya. Tanyakan jika ada hal yang kurang jelas.
- c) Bandingkan beberapa produk sebelum membeli. Anda bisa membandingkan harga, lokasi, dan reputasi penjual lain yang menjual produk serupa. Hal ini termasuk dalam *al-ihtiyar* (upaya memilih yang terbaik dan paling adil).
- d) Gunakan fitur *chat* untuk bertanya langsung. Anda bisa menanyakan keaslian produk, ketersediaan produk, dan kondisi barang secara detail. Dokumentasikan percakapan untuk bukti apabila terjadi sengketa.
- e) Pilih metode pembayaran yang aman. Gunakan COD (*Cash on Delivery*) jika merasa ragu terhadap kejujuran penjual. Jika memilih sistem transfer, minta bukti rekening asli dan simpan bukti pembayaran.

- f) Periksa barang sebelum membayar (jika COD). Jangan langsung membayar sebelum melihat dan memeriksa barang secara langsung

D. Ketentuan dan Kebijakan Penjualan di Marketplace Facebook

Sebagai informasi, terkait fitur yang tersedia berlaku untuk penjual dan barang yang memenuhi syarat sesuai ketentuan Facebook. Semua penjualan di *Marketplace* Facebook harus mematuhi kebijakan perdagangan dan standar komunitas Facebook (seperti gambar dan deskripsi produk).³ Berikut adalah ketentuan dari kebijakan Perdagangan Facebook:

1. Barang atau layanan yang dilarang
 - a. Obat-obatan ilegal, resep dokter, atau narkoba
 - b. Barang tembakau dan paraphernalia terkait
 - c. Suplemen tidak aman
 - d. Senjata, amunisi, atau bahan peledak
 - e. Binatang
 - f. Barang atau layanan khusus dewasa
 - g. Alkohol
 - h. Produk Kesehatan dewasa
 - i. Layanan judi uang nyata
 - j. Barang, produk, atau kiriman yang Facebook tetapkan pasti atau kemungkinan menipu, menyesatkan, curang atau mengganggu.
2. Konten dan deskripsi produk

Konten ini tetap dapat diposting, tetapi dengan batasan tertentu. Misalnya, konten hanya boleh diposting oleh penjual resmi atau harus menyertakan informasi

³Kholida Qothrunnada, "Tips Jualan di Marketplace Facebook Agar Orderan Lancar", <https://finance.detik.com/solusiukm/d-6288543/tips-jualan-di-marketplace-facebook-agar-orderan-lancar> (21 Agustus 2025).

tambahan. Jika syarat ini tidak dipenuhi, konten dapat ditolak atau jangkauannya dapat dibatasi.

- a. Voucher atau tiket untuk acara. Sementara konten tidak dilarang, pengguna dapat menjualnya. Kebijakan Facebook memungkinkan penjualan tiket acara atau voucher hanya oleh penyelenggara resmi atau agen penjualan yang sah. Penjual pribadi tidak boleh menjual tiket yang duplikat, palsu, atau berasal dari sumber yang tidak jelas.
- b. Deskripsi dan foto tidak sesuai, artinya foto barang harus sesuai dengan deskripsi dan judul tawaran.
- c. Pakaian dalam, yang berarti gambar yang diposting hanya boleh sopan dan tidak vulgar.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sistem Jual Beli di Marketplace Facebook

Marketplace Facebook merupakan fitur yang disediakan oleh Facebook yang memungkinkan pengguna untuk membeli dan menjual barang secara lokal. *Marketplace* Facebook dibuat untuk menghubungkan komunitas lokal secara *online*, dengan tujuan mempermudah dan mempercepat proses transaksi jual beli secara langsung.¹ Sistem operasional *Marketplace* di Facebook pada dasarnya dirancang sederhana sebagai wadah jual beli berbasis komunitas, bukan seperti *e-commerce* besar (Tokopedia, Shopee, dll.) yang punya sistem *escrow* atau perantara pembayaran. Berikut gambaran sistem yang terjadi dalam operasionalnya:

1. Pendaftaran dan Akses

Pengguna yang memiliki akun Facebook secara otomatis dapat mengakses fitur *Marketplace* tanpa perlu melakukan pendaftaran tambahan. Fitur ini sudah terintegrasi langsung dalam aplikasi maupun situs web Facebook, sehingga memudahkan setiap anggota untuk menjual atau membeli barang hanya dengan menggunakan akun pribadi yang mereka miliki. Dengan demikian, *Marketplace* menjadi sarana jual beli yang praktis karena tidak ada persyaratan khusus untuk masuk atau memanfaatkan layanan tersebut.

Tidak ada proses verifikasi khusus yang diberlakukan bagi pengguna yang ingin menjadi penjual di *Marketplace* Facebook. Setiap akun yang sudah terdaftar di Facebook dapat langsung memasang iklan produk tanpa harus melalui tahapan

¹Glen Kaonang, "Facebook *Marketplace* Permudah Kegiatan Jual Beli dengan Komunitas Lokal", <https://hybrid.co.id/post/facebook-marketplace-permudah-kegiatan-jual-beli-dengan-komunitas-lokal/>? (25 Juni 2025).

verifikasi identitas atau legalitas usaha sebagaimana yang diterapkan pada platform *e-commerce* resmi. Hal ini membuat proses jual beli menjadi lebih cepat dan mudah diakses oleh siapa saja, namun di sisi lain juga membuka peluang risiko yang lebih besar, seperti munculnya akun palsu, penipuan, maupun transaksi yang tidak memenuhi standar keamanan sebagaimana yang biasanya dijamin dalam sistem *e-commerce* profesional.

2. *Listing* Produk (Penawaran Barang/Jasa)

Penjual dapat menawarkan barang di *Marketplace* Facebook dengan cara membuat iklan yang relatif sederhana. Proses ini dilakukan dengan mengunggah foto produk sebagai bukti visual, kemudian menambahkan judul yang menjelaskan nama barang, mencantumkan harga yang ditawarkan, serta menuliskan deskripsi singkat mengenai kondisi maupun spesifikasi produk. Selain itu, penjual juga harus memilih kategori yang sesuai agar barang lebih mudah ditemukan oleh calon pembeli. Sistem ini memudahkan pengguna dalam memasarkan produk secara cepat dan praktis, meskipun tidak ada verifikasi atau penyaringan ketat terhadap kebenaran informasi yang ditampilkan.

Lokasi penjual pada *Marketplace* Facebook ditampilkan secara otomatis berdasarkan pengaturan lokasi akun atau perangkat yang digunakan, sehingga pembeli dapat mengetahui jarak antara dirinya dengan barang yang ditawarkan. Fitur ini membantu calon pembeli dalam mempertimbangkan kemudahan transaksi, khususnya apabila ingin melakukan sistem COD (*Cash on Delivery*) atau mengambil barang secara langsung.

3. Proses Transaksi

Facebook tidak menyediakan sistem pembayaran resmi di Indonesia untuk transaksi melalui fitur *Marketplace*. Semua proses pembayaran sepenuhnya

diserahkan kepada kesepakatan antara penjual dan pembeli, baik melalui transfer bank, dompet digital, maupun pembayaran tunai saat COD (*Cash on Delivery*). Ketiadaan sistem pembayaran resmi ini membuat Facebook berbeda dengan *e-commerce* besar yang biasanya menggunakan *escrow* atau rekening bersama sebagai jaminan keamanan transaksi. Kondisi ini memang memberikan fleksibilitas bagi pengguna, namun juga meningkatkan risiko terjadinya penipuan atau wanprestasi karena tidak adanya sistem *escrow* atau perlindungan dana dari pihak ketiga. Dalam dunia keuangan, sistem *escrow* adalah pihak ketiga neutral yang memegang dan mengelola aset atau dana atas nama dua pihak yang terlibat dalam transaksi hingga semua janji dipenuhi.²

4. Pengiriman dan Penyerahan Barang

Pengiriman dan penyerahan barang dalam transaksi di *Marketplace* Facebook sepenuhnya diserahkan kepada kesepakatan antara penjual dan pembeli. Umumnya, metode yang paling sering dipilih adalah COD (*Cash on Delivery*) karena dianggap lebih aman, mengingat pembeli dapat memeriksa barang secara langsung sebelum melakukan pembayaran. Selain itu, pengiriman juga dapat dilakukan melalui jasa ekspedisi seperti JNE, J&T, Pos Indonesia, dan layanan kurir lainnya sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

5. Keamanan dan Pengawasan

Facebook hanya menyediakan fitur laporkan penjual atau produk apabila ditemukan pelanggaran terhadap aturan yang berlaku, seperti penjualan barang ilegal, konten yang menyesatkan, maupun indikasi penipuan. Melalui fitur ini, pengguna dapat mengajukan laporan yang kemudian akan ditinjau oleh pihak

²Caroline Banton, “Bagaimana Escrow Melindungi Pihak-pihak dalam Transaksi Keuangan”, <https://www.investopedia.com/terms/e/escrow> (25 Juni 2025).

Facebook untuk diputuskan apakah iklan tersebut perlu dihapus atau akun penjual dikenakan sanksi. Namun, sistem ini lebih bersifat sebagai pengawasan pasif, karena Facebook tidak melakukan verifikasi langsung sebelum produk ditampilkan. Dengan demikian, keamanan transaksi tetap sangat bergantung pada kehati-hatian pengguna dalam memilih penjual maupun barang yang ditawarkan.

Dengan demikian, sistem operasional *Marketplace* Facebook pada dasarnya hanya berperan sebagai fasilitator iklan digital yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam satu wadah. Semua proses inti dalam jual beli, mulai dari akad kesepakatan, metode pembayaran, hingga mekanisme pengiriman, sepenuhnya menjadi tanggung jawab serta kesepakatan antara penjual dan pembeli. *Marketplace* Facebook lebih menyerupai papan iklan modern yang memberikan ruang interaksi, namun tidak memberikan jaminan keamanan atas transaksi yang dilakukan penggunaannya.

B. Analisis Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Sistem Jual Beli di *Marketplace* Facebook

1. Analisis Hukum Ekonomi Syariah terhadap Sistem Jual Beli di *Marketplace* Facebook

Menurut analisis sistem jual beli yang dilakukan di *Marketplace* Facebook, beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam tinjauan hukum ekonomi syariah berdasarkan rukun dan syarat sah jual beli adalah sebagai berikut:

a. Penjual dan Pembeli (*Akidain*)

Di *Marketplace* Facebook, siapa pun dapat menjadi penjual atau pembeli tanpa adanya verifikasi mendalam terkait kelayakan syar'i maupun legalitas identitas. Hal ini berbeda dengan sistem *e-commerce* resmi yang biasanya memiliki mekanisme registrasi dan pengawasan yang lebih ketat. Kondisi tersebut

menyebabkan terbukanya peluang bagi pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan praktik jual beli yang menyimpang, seperti penipuan, manipulasi identitas, maupun penjualan barang yang tidak sesuai dengan prinsip halal. Dari perspektif hukum ekonomi syariah, aspek subjek akad tetap sah apabila penjual dan pembeli berakal, baligh, dan didasari kerelaan (*taradhi*), namun kurangnya verifikasi ini berpotensi menyalahi prinsip *al-shidq* (kejujuran) dan *al-amanah* (kepercayaan) dalam transaksi.

Risiko yang muncul pada sistem jual beli di *Marketplace* Facebook adalah adanya penjual yang tidak jujur atau menggunakan identitas palsu. Kondisi ini dapat menimbulkan kerugian bagi pembeli karena barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi, bahkan dalam beberapa kasus pembeli tidak menerima barang sama sekali setelah pembayaran dilakukan. Praktik semacam ini jelas bertentangan dengan prinsip *al-shidq* (kejujuran) dan *al-amanah* (dapat dipercaya) yang menjadi landasan utama dalam transaksi ekonomi syariah. Rasulullah menegaskan bahwa pedagang yang jujur dan amanah akan ditempatkan bersama para nabi, *shiddiqin*, dan syuhada di akhirat. Oleh karena itu, ketika prinsip kejujuran dilanggar, maka meskipun rukun dan syarat jual beli secara formal terpenuhi, akad tersebut dapat kehilangan nilai keberkahan serta tidak sejalan dengan hukum ekonomi syariah.

Dari sisi syariah, akad jual beli di *Marketplace* Facebook dapat dinyatakan sah selama kedua belah pihak, yakni penjual dan pembeli, berakal, cakap hukum, serta melakukan transaksi atas dasar kerelaan (*taradhi*). Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS. *An-Nisā'* :29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
 أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahan

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.³

Terjemahan bahasa *mandar*:

*E inggannana to matappa', dao paande barang-barang andiang macoa, selaenna sawa' pa'dagangang iya melo' para melo' disesemu. Anna dao pappatei alawemu. Sitonganna Puang Alla Taala masayang disesemu.*⁴

Namun demikian, praktik di *Marketplace* Facebook cenderung rawan penipuan karena tidak adanya mekanisme pengawasan dan verifikasi identitas yang memadai. Kondisi ini sering menimbulkan ketidakjujuran, misalnya barang yang dikirim tidak sesuai dengan deskripsi, harga yang dimanipulasi, bahkan kasus penggelapan setelah pembayaran. Oleh karena itu, meskipun secara rukun dan syarat jual beli akad dapat dianggap sah, akan tetapi secara substansi syariah terdapat pelanggaran prinsip kejujuran (*al-shidq*) dan amanah (*al-amānah*), sehingga menurunkan nilai keabsahan moral dan keberkahan transaksi.

b. *Ma'qūd 'Alaih* (Objek Transaksi)

Objek jual beli di *Marketplace* Facebook sangat beragam, mulai dari barang-barang halal seperti pakaian, makanan, hingga perlengkapan elektronik. Pada dasarnya, apabila objek jual beli halal, suci, bermanfaat, dan dapat diserahterimakan, maka transaksi tersebut sah menurut hukum Islam. Namun, dalam praktiknya ditemukan pula adanya penjualan barang-barang yang diharamkan, seperti minuman keras, rokok ilegal, bahkan alat-alat yang digunakan

³Hasby Ashiddiqy, dkk, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Cet. I; Madinah: Al-Mujamma', 1999), h. 122.

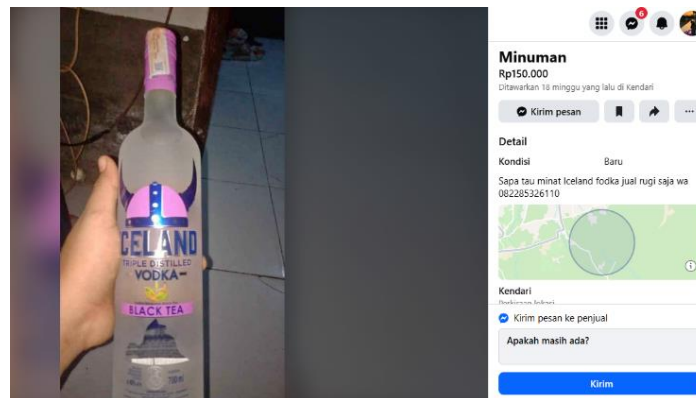
⁴Muhammad Idham Khalid Bodi, *Koroang Mala'bi: Al-Qur'an dan Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, h. 147-148.

untuk perjudian. Apabila objek akad berupa barang yang haram atau tidak bermanfaat, maka transaksi tersebut *batal* menurut hukum ekonomi syariah, meskipun dilakukan dengan kerelaan kedua belah pihak. Selain itu, terdapat risiko ketidakjelasan (*gharar*) dan penipuan (*tadlis*), misalnya barang bekas yang dijual dengan klaim baru, atau spesifikasi produk yang tidak sesuai dengan deskripsi pada iklan. Praktik seperti ini bertentangan dengan prinsip keadilan (*al-'adalah*) serta mengurangi keabsahan moral dari transaksi.

Jika objek jual beli berupa barang yang haram, maka akad tersebut dinyatakan *batal* menurut hukum Islam. Hal ini didasarkan pada ketentuan syariah bahwa objek akad harus suci, halal, bermanfaat, dan dimiliki atau dapat diserahkan. Jual beli minuman keras, rokok ilegal, maupun alat perjudian yang masih ditemukan di *Marketplace* Facebook merupakan contoh transaksi yang secara syariah tidak sah, meskipun dilakukan dengan kerelaan kedua belah pihak. Rasulullah bersabda: “*Sesungguhnya Allah jika mengharamkan sesuatu, maka Dia mengharamkan pula harga (hasil jual beli) dari sesuatu itu.*” (HR. Ahmad dan Abu Dawud). Dengan demikian, meskipun secara formal terpenuhi unsur penjual, pembeli, dan *ijab-qabul*, namun apabila objeknya haram, maka akad tersebut batal secara hukum syariah dan tidak memiliki keabsahan.

Selain persoalan kehalalan objek, praktik jual beli di *Marketplace* Facebook juga sering kali menghadapi masalah ketidakcocokan antara spesifikasi barang dengan deskripsi iklan. Misalnya, penjual mencantumkan barang sebagai “baru original”, namun kenyataannya barang tersebut bekas atau rekondisi. Kondisi seperti ini menimbulkan unsur *gharar* (ketidakjelasan) dan *tadlis* (penipuan). Dalam hukum Islam, akad yang mengandung *gharar* dilarang karena dapat menimbulkan kerugian dan perselisihan antara para pihak. Rasulullah bersabda bahwa beliau melarang jual beli yang mengandung unsur *gharar*. Demikian pula,

tadlis merupakan bentuk penipuan yang merusak prinsip kejujuran (*al-shidq*) dan keadilan (*al-'adalah*) dalam muamalah. Oleh karena itu, meskipun jual beli melalui *Marketplace* Facebook dapat dianggap sah secara rukun dan syarat formal, adanya *gharar* dan *tadlis* membuat akad tersebut cacat, serta menyalahi tujuan syariah yang menekankan kejelasan, keadilan, dan keterbukaan dalam transaksi.



Gambar 2. Minuman Alcohol

c. *Ijab* dan *Qabul* (Akad/*Sighat*)

Di Facebook, akad jual beli umumnya dilakukan secara sederhana melalui percakapan di fitur *chat*, misalnya dengan kalimat “saya beli ya” dan dijawab “oke harga segini”. Penjual biasanya menyampaikan *ijab* (penawaran) melalui unggahan yang berisi foto produk, harga, kondisi barang, dan informasi lainnya. Sementara itu, pembeli memberikan *qabul* (penerimaan) dengan menyatakan persetujuan atas harga dan kondisi barang melalui *chat* atau dengan langsung membayar. Implementasi akad jenis ini termasuk dalam kategori akad *mu'athah*, yaitu transaksi yang dilakukan tanpa *ijab qabul* secara lisan atau tertulis, hanya dengan perbuatan nyata dari kedua belah pihak (misalnya, pembeli menyerahkan uang dan langsung mengambil barang atau sebaliknya).⁵

⁵Mawaddah Nadzifa, “Mengenal Jual Beli Mu’athah Menurut Fikih”, <https://bincangsyariah.com/hukum-islam/ubudiyah/mengenal-jual-beli-muathah-menurut-fikih/> (15 Juli 2025).

Hal ini tetap dianggap sah menurut hukum Islam karena *ijab* dan *qabul* dapat dilaksanakan dengan berbagai cara, baik melalui lisan, tulisan, maupun isyarat, selama maksud dan tujuan para pihak jelas serta dipahami bersama. Dalam perkembangan zaman, penggunaan media elektronik atau aplikasi pesan sudah dianggap setara dengan pernyataan langsung, karena keduanya menunjukkan adanya kesepakatan yang mengikat. Dengan demikian, transaksi melalui *chat* di *Marketplace* Facebook masih sesuai dengan kaidah fiqh, yakni “*al-‘ibrah fī al-‘uqūd li al-maqāṣid wa al-ma‘ānī lā li al-alfāz wa al-mabānī*” (yang menjadi ukuran dalam akad adalah maksud dan maknanya, bukan bentuk lafaz semata).⁶

Meskipun demikian, dalam praktiknya sering ditemukan ketidakjelasan yang menimbulkan potensi *gharar*, misalnya terkait garansi barang, waktu pengiriman, maupun hak pengembalian jika barang tidak sesuai. Ketidakjelasan ini dapat merugikan salah satu pihak, khususnya pembeli, karena ia tidak mendapatkan kepastian mengenai hak dan kewajibannya pasca akad. Dalam hukum ekonomi syariah, akad yang mengandung *gharar* dilarang karena berpotensi menimbulkan sengketa dan ketidakadilan. Oleh sebab itu, meskipun *ijab qabul* melalui *chat* sudah sah secara rukun dan syarat, aspek kejelasan akad tetap perlu dijaga agar terhindar dari praktik yang bertentangan dengan prinsip syariah.

d. Harga

Harga dalam jual beli di *Marketplace* Facebook pada umumnya sudah tercantum dalam iklan produk. Penjual biasanya menampilkan harga dasar sebagai informasi awal bagi calon pembeli. Namun demikian, tidak jarang harga tersebut masih bisa dinegosiasikan melalui percakapan di fitur *chat*. Mekanisme tawar-

⁶Awal Rifai, “Implementasi *Qawā‘id Fiqhiyyah* dalam Ekonomi Syariah”, *Jurnal Bidang Muamalah dan Ekonomi Islam* 2 no. 1 (2022): h. 108.

menawar seperti ini sesuai dengan praktik jual beli yang diperbolehkan dalam Islam, karena memberikan ruang bagi penjual dan pembeli untuk mencapai kesepakatan yang dilandasi *taradhi* (kerelaan). Selama proses negosiasi dilakukan secara jujur dan transparan, maka tidak ada masalah dalam syariat.

Namun, jika harga suatu barang tidak jelas, tidak transparan, atau bahkan sengaja ditutup-tutupi oleh penjual, maka hal itu dapat menyalahi syarat sah jual beli. Dalam hukum Islam, harga (*tsaman*) harus diketahui secara pasti oleh kedua belah pihak agar tidak menimbulkan *gharar* (ketidakjelasan) yang dapat memicu perselisihan. Ketidakjelasan harga dapat membuat pembeli merasa tertipu, karena ia tidak memiliki informasi yang utuh mengenai nilai barang yang dibeli. Oleh karena itu, transparansi harga merupakan bagian dari syarat sah akad, agar tercipta keadilan dan keridhaan di antara pihak yang bertransaksi.

Lebih jauh, praktik penipuan harga sering ditemukan dalam bentuk penyamaran kondisi barang, misalnya barang rekondisi atau bekas yang dijual dengan klaim “baru original”. Perilaku semacam ini menyalahi prinsip keadilan (*al-‘adalah*) dan kejujuran (*al-shidq*) yang merupakan pilar utama dalam hukum ekonomi syariah. Islam melarang segala bentuk penipuan (*tadlis*) karena dapat merugikan pihak lain, khususnya pembeli yang tidak mengetahui kondisi sebenarnya. Oleh sebab itu, meskipun secara formal jual beli tetap berlangsung, akad tersebut menjadi cacat secara syariah karena mengandung unsur kezaliman dan merusak nilai keberkahan transaksi.

Dengan demikian, secara hukum syariah, jual beli yang dilakukan di *Marketplace* Facebook dapat dinyatakan sah apabila terpenuhi seluruh rukun dan syarat yang ditetapkan dalam fiqh muamalah. Hal ini mencakup keberadaan penjual dan pembeli yang sah, yaitu pihak-pihak yang berakal, cakap hukum, dan melakukan transaksi atas dasar kerelaan (*taradhi*). Selain itu, objek jual beli harus

berupa barang yang halal, suci, bermanfaat, serta memiliki kejelasan dalam spesifikasi dan jumlahnya sehingga tidak menimbulkan *gharar*. Demikian pula, akad harus diwujudkan melalui *ijab* dan *qabul*, baik secara lisan, tulisan, maupun isyarat, selama kedua belah pihak saling memahami dan menyepakati.

2. Prinsip-Prinsip Hukum Ekonomi Syariah dalam *Marketplace* di Facebook

Dalam Islam, kegiatan ekonomi tidak hanya dipandang sebagai aktivitas duniawi, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah. Oleh karena itu, prinsip-prinsip syariah harus diterapkan dalam setiap transaksi di *Marketplace* Facebook.

a. Prinsip Tauhid

Prinsip tauhid merupakan landasan utama dalam hukum ekonomi syariah yang menegaskan bahwa seluruh aktivitas ekonomi, termasuk jual beli, harus dilaksanakan dengan niat beribadah kepada Allah. Prinsip ini mengharuskan setiap pelaku transaksi menjadikan ketentuan halal dan haram sebagai tolok ukur utama dalam pengambilan keputusan ekonomi. Artinya, segala bentuk transaksi harus tunduk pada hukum Allah, terhindar dari praktik yang dilarang seperti penipuan, kecurangan, dan jual beli barang haram. Dengan demikian, tujuan kegiatan jual beli tidak hanya untuk memperoleh keuntungan duniawi, tetapi juga untuk meraih keridaan Allah, sehingga setiap aktivitas perdagangan menjadi bagian dari ibadah yang bernilai di sisi-Nya.

Praktik jual beli di *Marketplace* Facebook menunjukkan bahwa tidak semua penjual menawarkan barang halal, masih ada beberapa penjual dengan jelas mempromosikan barang yang tidak sesuai dengan ketentuan syariah seperti penjualan minuman keras (*khamr*), alat perjudian dan lainnya yang bersifat haram. Dalam praktiknya ditemukan seorang penjual menawarkan minuman beralkohol melalui *Marketplace* Facebook dan iklan ditampilkan secara terbuka dengan foto

botol minuman keras. Di *Marketplace* Facebook juga ditemukan penjual yang menawarkan alat perjudian seperti chip higgs domino atau koin digital untuk permainan judi *online*. Dalam praktiknya, chip ini digunakan untuk berjudi uang. Transaksi seperti ini jelas bertentangan dengan prinsip tauhid, karena memperjualbelikan sesuatu yang dilarang Islam, sebagaimana Firman Allah dalam QS. *Al-Mā'idah*: 90:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahan:

Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar (arak), berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah adalah perbuatan keji dan termasuk perbuatan setan. Maka, jauhilah (perbuatan-perbuatan) itu agar kamu mendapat keberuntungan.⁷

Terjemahan bahasa mandar:

*E inggannana to matappa' sitonganna mandundu khamar (manyang pai') botor, (makkarowa) di barahala (patung), mattappu-tappu, diangi panggauang adae', panggauang setang. Jari piakaraoi panggauang di'o mamoare'o mallolongang asumaroang.*⁸

Dengan demikian, sistem jual beli di *Marketplace* Facebook dapat dibolehkan dari sudut pandang prinsip tauhid apabila seluruh barang yang diperdagangkan memiliki status halal secara syar'i, memberikan manfaat (*maṣlahah*) bagi pembeli, dan disertai informasi yang benar, jelas, serta tidak mengandung unsur *gharar*. Hal ini selaras dengan tujuan tauhid yang menempatkan aktivitas ekonomi sebagai sarana ibadah kepada Allah dan menjaga keberkahan harta.

⁷Hasby Ashiddiqy, dkk, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 176.

⁸Muhammad Idham Khalid Bodi, *Koroang Mala'bi: Al-Qur'an dan Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, h. 219.

Meskipun *Marketplace* Facebook adalah platform umum yang tidak berbasis syariah, prinsip tauhid masih dapat dan harus diterapkan oleh setiap Muslim saat bertransaksi. Beberapa bentuk implementasinya antara lain:

- 1) Niat berdagang sebagai ibadah
- 2) Hindari membeli barang haram seperti alkohol, hewan curian, atau barang ilegal. Selain itu, hindari tindakan tidak jujur seperti mengubah data, menipu, atau menjual barang yang rusak tanpa pemberitahuan.
- 3) Pembeli menghormati penjual dan menyelesaikan transaksi sesuai kesepakatan; penjual menjaga komitmen, menyampaikan barang sesuai dengan yang dijanjikan, dan tidak menunda pengiriman atau ingkar janji.
- 4) Menjalani transaksi yang berkah. Transaksi yang dilakukan dengan kesadaran tauhid akan menciptakan keberkahan yaitu memberikan manfaat dunia dan akhirat.

b. Prinsip keseimbangan (Keadilan)

Prinsip keseimbangan menuntut adanya keadilan dalam setiap aspek transaksi, baik bagi penjual maupun pembeli, sehingga hak dan kewajiban kedua belah pihak terpenuhi secara proporsional. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, keadilan mencakup kejelasan harga, kualitas barang, serta kejujuran dalam penyampaian informasi.

Pada praktik di *Marketplace* Facebook, tidak semua penjual memberikan informasi produknya secara mendetail dan menerima keluhan pembeli, namun ada juga beberapa penjual yang memberikan informasi palsu, tidak mencantumkan detail produk secara lengkap, tidak bertanggung jawab terkait barang yang dikirim tidak sesuai atau rusak, serta tidak menerima keluhan dari konsumen terkait dengan barang yang diterima tidak sesuai deskripsi. Kondisi ini melanggar prinsip keseimbangan yang menjadi salah satu nilai utama dalam Islam. Al-Qur'an

menegaskan pentingnya keadilan dalam muamalah, sebagaimana dalam QS. *Al-Mā'idah*: 8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا إِعْدِلُوا
هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Terjemahan

Hai orang-orang yang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah (dan) menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlakulah adil, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.⁹

Terjemahan bahasa *mandar*:

*E inggannana to matappa', penjario to samata mappamasse'aparuang sawa' Puang Alla Taala. Anna penjari sa'bi maroro. Anna da sawa' bire'mu dimesa tau menjari andiango'o maroro. Piaroro'o sawa' miaroro la'bi kadeppu' i lap di takwa. Anna takwao lao di Puang Alla Taala, sitonganna Puang Alla Taala Paissang di panggauammu.*¹⁰

Dengan demikian, jual beli di *Marketplace* Facebook boleh dilakukan jika akad berlangsung secara adil, terpenuhinya hak dan kewajiban kedua belah pihak, serta tanpa ada pihak yang dirugikan. Namun, apabila terdapat kezaliman, penipuan, atau pelanggaran hak yang menyebabkan ketidakseimbangan, maka transaksi tersebut tidak diperbolehkan menurut hukum ekonomi syariah.

Untuk mewujudkan prinsip keadilan dalam sistem ini, diperlukan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Penjual wajib menyampaikan informasi mengenai produk dengan jujur dan lengkap.

⁹Hasby Ashiddiqy, dkk, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 159.

¹⁰Muhammad Idham Khalid Bodi, *Koroang Mala'bi: Al-Qur'an dan Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, h. 193-194.

- 2) Transaksi harus dilakukan atas dasar kesepakatan sukarela tanpa tekanan, pemaksaan, atau tipuan.
- 3) Memberikan ulasan berdasarkan pengalaman nyata.
- 4) Jika terjadi perselisihan, kedua pihak diharapkan menyelesaikan dengan cara musyawarah (perdamaian) melalui komunikasi terbuka

c. Prinsip Kehendak Bebas

Prinsip kehendak bebas artinya memberikan kebebasan kepada setiap individu untuk melakukan transaksi selama tidak bertentangan dengan ketentuan halal-haram, dilakukan secara sadar, dan atas dasar kerelaan (*tarāḍin*) kedua belah pihak. Syariah memandang kebebasan ini sebagai hak asasi yang harus dijaga, namun tetap dibatasi oleh hukum Allah untuk mencegah kemudharatan.

Sistem jual beli di *Marketplace* Facebook telah memberikan kebebasan kepada para penggunanya. Hal ini tampak dari adanya bagi penjual untuk membuat akun, mengunggah produk secara gratis, menentukan harga dan berkomunikasi dengan calon pembeli. Pembeli juga diberikan kebebasan untuk menelusuri iklan yang dipasang oleh para penjual, menentukan pilihan barang sesuai kebutuhan tanpa adanya paksaan untuk membeli dari penjual tertentu. Dengan demikian, dari sisi bentuk lahiriah, prinsip kehendak bebas (*ikhtiyār*) tampak sejalan dengan ketentuan syariah, karena transaksi dilakukan tanpa adanya unsur paksaan.

Dalam praktik di *Marketplace* Facebook, kebebasan ini kadang disalahgunakan oleh sebagian pelaku untuk memperdagangkan barang-barang yang tidak sesuai atau melakukan penipuan. Beberapa penjual mengiklankan suatu produk dengan deskripsi bahwa produk tersebut adalah produk baru, original, dan masih segel. Setelah barang diterima, pembeli mendapati barang tersebut sudah pernah dipakai, hanya dikemas ulang agar terlihat baru. Dalam kasus tersebut, ridha pembeli tidak murni. Pembeli melakukan akad dengan keyakinan bahwa barang

yang dibeli adalah baru dan original sebagaimana tercantum dalam deskripsi iklan. Namun kenyataannya, barang yang diterima adalah barang bekas. Hal ini menunjukkan bahwa kesepakatan atau kerelaan pembeli sesungguhnya tidak sah menurut syariah, karena tidak dianggap sebagai *ridha* yang sebenarnya. Sehingga akad jual beli ini cacat secara hukum ekonomi syariah, sebab *ridha* merupakan salah satu dari syarat sah jual beli.

Dengan demikian, jual beli di *Marketplace* Facebook boleh dilakukan selama dalam transaksinya tidak melakukan penipuan, berlaku jujur, serta dilandasi kerelaan kedua belah pihak. Namun, apabila kebebasan tersebut disalahgunakan untuk melakukan penipuan, atau pelanggaran akad, maka hukumnya tidak boleh menurut syariah.

Untuk mewujudkan prinsip kehendak bebas dalam sistem ini, diperlukan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Menanamkan kesadaran ibadah dalam transaksi.
- 2) Transaksi harus dilakukan secara tertulis (*chat* atau bukti teks), agar dapat dijadikan bukti apabila salah satu pihak ingkar.
- 3) Penjual dan pembeli harus menerapkan etika muamalah seperti berkata sopan, menepati janji, dan tidak menawar secara berlebihan.
- 4) Mengedepankan prinsip keadilan dan amanah

d. *Responsibility* (Tanggung Jawab)

Prinsip tanggung jawab dalam hukum ekonomi syariah mengharuskan setiap pihak yang terlibat dalam transaksi untuk memikul konsekuensi dari akad yang disepakati. Bagi penjual, hal ini mencakup kewajiban menyerahkan barang yang sesuai dengan deskripsi, menjaga kualitas, memberikan garansi jika diperlukan, dan menyelesaikan permasalahan yang timbul setelah transaksi. Bagi

pembeli, prinsip ini berarti kewajiban membayar sesuai kesepakatan dan mematuhi syarat-syarat akad.

Dalam praktiknya, di *Marketplace* Facebook ditemukan beberapa penjual dan pembeli yang ingkar janji, dimana penjual tidak mengirimkan barang di saat pembeli sudah melakukan pembayaran penuh di awal dan di sisi lain pembeli yang membatalkan pesanan secara sepihak di saat barang sudah dalam proses pengiriman. Tidak semua penjual mengadakan kebijakan return barang, beberapa penjual mengadakan kebijakan return barang apabila barang mengalami kerusakan atau tidak sesuai deskripsi, namun ada juga beberapa penjual yang dengan sengaja meniadakan kebijakan return barang dengan alasan bahwa semua barang yang dipromosikan itu sudah pasti jelas sesuai deskripsi. Beberapa penjual juga tidak menerima keluhan pembeli terkait dengan barang yang diterima ternyata tidak sesuai deskripsi. Ini menunjukkan bahwa beberapa pelaku bisnis belum mempertimbangkan tanggung jawab sebagai bagian penting dari etika bertransaksi Islam.

Dengan demikian, jual beli di *Marketplace* Facebook dapat dibolehkan dari sudut pandang prinsip tanggung jawab jika penjual dan pembeli sama-sama menunaikan kewajiban sesuai akad, termasuk memberikan garansi dan menyelesaikan sengketa secara adil. Namun, apabila salah satu pihak mengabaikan kewajiban, tidak bertanggung jawab, atau menghindari penyelesaian masalah, maka transaksi tersebut tidak sah menurut prinsip tanggung jawab dalam hukum ekonomi syariah.

Agar prinsip tanggung jawab terwujud secara optimal dalam jual beli melalui *Marketplace* Facebook, maka implementasi yang harus dilakukan antara lain:

- 1) Transaksi dilakukan melalui teks/*chat*, sehingga komunikasi harus terbuka dan mendetail. Semua kesepakatan (harga, kondisi barang, sistem pengiriman) sebaiknya terekam sebagai bukti.
- 2) Penjual wajib memastikan barang dikemas dengan baik dan dikirim sesuai waktu yang dijanjikan.
- 3) Jika terjadi masalah, kedua pihak harus menyelesaikannya secara musyawarah dan tidak saling menyalahkan tanpa bukti. Tanggung jawab moral dan syar'i harus tetap dijaga

e. Larangan *Gharar*

Gharar adalah ketidakjelasan dalam objek akad, syarat, atau pelaksanaan yang berpotensi merugikan salah satu pihak dalam transaksi. Penjual harus memberikan deskripsi yang jelas, memastikan harga telah disepakati, dan menggunakan metode pembayaran yang aman untuk menghindari penipuan. Hal ini sesuai dengan sabda Nabi SAW yang melarang jual beli *gharar* (HR. Muslim, no. 1513) dan Fatwa DSN-MUI No. 111/DSN-MUI/IX/2017:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - عَن بَيْعِ الْغَرَرِ¹¹ وَعَنْ بَيْعِ الْهَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْعَرَزِ

Terjemahnya:

Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam melarang dari jual beli hashoh (hasil lemparan kerikil, itulah yang dibeli) dan melarang dari jual beli *gharar* (mengandung unsur ketidakjelasan) (HR. Muslim no. 1513).

Hadis ini menunjukkan bahwa Islam melarang transaksi yang mengandung *gharar*, yaitu segala bentuk ketidakjelasan, ketidaktentuan, atau spekulasi yang dapat merugikan salah satu pihak. *Gharar* biasanya terjadi ketika barang jual beli tidak jelas, tidak dijelaskan secara lengkap, atau tidak diketahui apakah barang

¹¹Adib Bisri Musthofa, *Tarjamah Shahih Muslim*, (Cet. I; Kuala Lumpur: Victory Agencie, 1994), h. 4.

tersebut dapat diserahkan atau tidak. Fatwa DSN-MUI No. 111/DSN-MUI/IX/2017 tentang Jual Beli Melalui Sistem Elektronik menyebutkan bahwa:

“Transaksi elektronik harus dilakukan dengan prinsip kejelasan informasi, keterbukaan, dan dapat dibuktikan secara sah, serta dilandasi oleh akad yang memenuhi syarat dan rukun sesuai syariah”.¹²

Pada praktik di *Marketplace* Facebook, beberapa penjual seringkali melakukan praktik penipuan seperti mengirim barang tidak sesuai deskripsi, misalnya pembeli yang melihat iklan ponsel di *Marketplace* dengan keterangan yang ditulis penjual bahwa barangnya mulus 100% tanpa kendala, namun setelah dilakukan pembayaran penuh di awal melalui via transfer bank, ponsel yang dikirim ternyata memiliki layar retak dan baterai rusak, penjual menolak bertanggung jawab dengan alasan barang sudah dikirim sesuai pesanan. Kasus ini menunjukkan adanya penipuan (*tadlis*) dan pelanggaran hak pembeli.

Dengan demikian, jual beli di *Marketplace* Facebook boleh dilakukan apabila informasi mengenai barang, harga, dan pengiriman jelas serta disepakati kedua belah pihak. Namun, jika terdapat ketidakjelasan mengenai objek, waktu, atau jaminan transaksi, maka akad tersebut mengandung *gharar* dan tidak diperbolehkan menurut hukum ekonomi syariah.

Agar transaksi di *Marketplace* Facebook sesuai dengan prinsip larangan *gharar* dalam syariah, maka perlu diterapkan langkah-langkah berikut:

- 1) Penjual wajib mencantumkan informasi produk secara lengkap dan jujur, termasuk kondisi barang ukuran, warna, cacat, serta merek dan garansi.
- 2) Harga produk harus dinyatakan dengan jelas, bukan sekadar tulisan "nego" atau "harga bisa dibicarakan". Ongkos kirim juga harus dijelaskan di awal.

¹²Fatwa DSN-MUI No. 111/DSN-MUI/IX/2017 tentang Jual Beli Melalui Sistem Elektronik.

- 3) Transaksi sebaiknya dilakukan melalui komunikasi tertulis seperti *chat* yang dapat dibaca ulang. Ini berguna sebagai bukti kesepakatan jika terjadi sengketa.
- 4) Penjual dan pembeli harus menyepakati kebijakan retur (pengembalian barang), termasuk syarat dan batas waktunya. Jika tidak ada kejelasan dalam hal ini, maka *gharar* dapat terjadi.

f. Kebenaran (Kejujuran dan Kebajikan)

Kejujuran merupakan hal yang harus dilakukan oleh manusia dalam segala bidang kehidupan, termasuk dalam pelaksanaan jual beli. Jika kejujuran ini tidak diterapkan dalam perikatan, maka akan merusak legalitas perikatan itu sendiri.¹³ Selain itu jika terdapat ketidakjujuran dalam perikatan, akan menimbulkan perselisihan di antara para pihak. Prinsip ini harus diterapkan pada *Marketplace* Facebook dengan memberikan informasi yang akurat tentang produk, harga, dan syarat transaksi. Nabi SAW bersabda:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ، وَالصِّدِّيقِينَ، وَالشَّهَدَاءِ¹⁴

Terjemahnya:

Seorang pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi dan orang-orang shiddiqin dan para syuhada (HR. Tirmidzi, no. 1209).

Hadis ini menunjukkan betapa pentingnya akhlak dalam muamalah, terutama dalam hal bisnis dan jual beli. Rasulullah Saw menempatkan pedagang yang jujur dan amanah di tingkat yang sama dengan para nabi, orang *shiddiq* (benar), dan para syuhada di sisi Allah. Oleh karena itu, untuk memastikan transaksi yang sah dan berkah, platform jual beli di *Marketplace* Facebook harus dirancang dengan jujur.

¹³Fitrah Sugiarto, *Fiqih Mu'amalah*, h. 76.

¹⁴Moh. Zuhri Dipl, dkk, *Tarjamah Sunan At-Tirmidzi* (Cet. I; Semarang: CV. Asy-Syifa', 1992), h. 561.

Dalam praktik jual beli di *Marketplace* Facebook, tidak semua penjual berlaku jujur, namun ada juga beberapa penjual yang melakukan penipuan seperti mencantumkan foto produk tidak sesuai yang sebenarnya, menjual barang dengan keterangan barang asli, faktanya barang tersebut adalah barang tiruan dan juga penjual yang tidak berkata jujur mengenai keamanan produk yang dijual. Dalam *Marketplace* Facebook, banyak ditemukan produk *skincare* bermerkuri dan penjualnya mengatakan bahwa produk *skincare* tersebut aman digunakan dalam jangka panjang dan sudah terdaftar di BPOM, namun setelah dilakukan pengecekan ternyata produknya tidak terdaftar di BPOM, artinya produk *skincare* tersebut merupakan produk yang tidak aman untuk digunakan sehingga dapat merugikan pembeli dan tentunya dapat membahayakan kesehatan. Tindakan ini jelas bertentangan dengan prinsip kejujuran yang menuntut transparansi dan kebenaran dalam akad jual beli.

Dengan demikian, jual beli di *Marketplace* Facebook boleh dilakukan jika seluruh informasi mengenai barang disampaikan dengan jujur, jelas, dan transparan. Namun, apabila terdapat unsur kebohongan, manipulasi, atau penipuan, maka transaksi tersebut tidak diperbolehkan karena bertentangan dengan prinsip kebenaran dalam hukum ekonomi syariah.

Untuk menegakkan prinsip kejujuran dalam jual beli di *Marketplace* Facebook, penjual dan pembeli perlu:

- 1) Menggunakan *komunikasi* yang jelas dan terekam, seperti melalui pesan teks, agar tidak terjadi kesalahpahaman.
- 2) Penjual wajib tidak menyembunyikan cacat produk, sementara pembeli diharapkan menyampaikan penilaian secara objektif.
- 3) Kedua belah pihak harus menyepakati syarat dan ketentuan transaksi secara terbuka sebelum akad dilakukan.

- 4) Memberikan testimoni dan rating yang jujur berdasarkan pengalaman nyata agar tercipta transaksi yang amanah dan saling menguntungkan.

Dengan demikian, transaksi melalui *Marketplace* Facebook secara prinsip dapat sesuai dengan hukum ekonomi syariah apabila dilaksanakan dengan kejujuran, keterbukaan, dan memenuhi standar syariah

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian terhadap sistem jual beli di *Marketplace* Facebook melalui pendekatan hukum ekonomi syariah, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sistem operasional *Marketplace* Facebook dirancang sederhana sebagai wadah jual beli berbasis komunitas, dimana pada bagian pendaftaran dan akses, pengguna dapat secara otomatis mengakses fitur *Marketplace* tanpa perlu memerlukan pendaftaran tambahan dan hanya memerlukan akun pribadi ketika ingin menjual dan membeli barang di *Marketplace* Facebook. Platform ini juga menyediakan fitur *listing* produk, dimana penjual dapat menawarkan barang secara gratis dengan mengisi semua kolom yang tersedia seperti nama barang, kondisi, harga, jenis barang dan kolom deskripsi. Dalam proses transaksinya, *Marketplace* Facebook tidak menyediakan pembayaran resmi sehingga transaksi dilakukan di luar platform Facebook. Pada proses pengiriman barang, metode yang sering digunakan yaitu COD karena dianggap lebih aman. Facebook juga menyediakan fitur “laporkan penjual atau produk” apabila ditemukan pelanggaran terhadap kebijakan dan larangan Facebook.
2. Pada praktiknya di *Marketplace* Facebook, tidak semua pengguna bertransaksi sesuai syariat Islam, namun ada juga beberapa pengguna Facebook melakukan transaksi tidak sesuai syariat, dimana masih banyak ditemukan penjualan barang haram, banyaknya indikasi penipuan, objek dan akad tidak jelas, serta minimnya tanggung jawab. Dengan demikian, transaksi jual beli di *Marketplace* Facebook dapat dikatakan sah jika transaksinya memenuhi semua rukun dan

syarat sah jual beli, serta memperhatikan semua prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah.

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan kesimpulan yang penulis uraikan di atas, maka penulis mengajukan beberapa saran sebagai implikasi dari penelitian yaitu:

1. Facebook, disarankan untuk melakukan pengembangan sistem dan fitur guna meningkatkan keamanan serta kepastian hukum dalam transaksi jual beli, khususnya bagi masyarakat Muslim. Pertama, Meta perlu mengadakan sistem pembayaran resmi yang sesuai dengan prinsip syariah, misalnya dalam bentuk *escrow* atau dompet digital syariah. Kehadiran sistem pembayaran ini dapat memberikan jaminan keamanan transaksi, mengurangi potensi penipuan, serta melindungi pengguna dari praktik *gharar* dan *riba*. Kedua, platform perlu menyediakan fitur rating dan ulasan pengguna. Dengan adanya sistem penilaian tersebut, calon pembeli dapat melihat rekam jejak penjual, sehingga lebih mudah memilah akun yang terpercaya. Ketiga, penting bagi Meta untuk mengembangkan mekanisme verifikasi barang. Verifikasi ini dapat dilakukan melalui label "*verified product*" atau kerja sama dengan pihak ketiga yang berkompeten, sehingga keaslian dan kondisi barang dapat dipastikan. Langkah ini akan mengurangi ketidakjelasan (*gharar*) serta mencegah praktik penipuan yang merugikan pembeli.
2. Konsumen Muslim di *Marketplace* Facebook dapat bermuamalah dengan mematuhi semua ketentuan syariat Islam agar transaksinya tidak hanya berjalan sesuai hukum positif tetapi juga sesuai hukum Islam. Disarankan pengguna menggunakan metode pembayaran yang paling aman untuk menghindari penipuan, yaitu *Cash on Delivery* (COD), serta menyimpan bukti percakapan atau kesepakatan yang sah sebagai langkah kehati-hatian. Selain itu, konsumen

juga wajib mematuhi rukun dan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah, seperti adanya penjual dan pembeli yang cakap hukum, objek akad yang halal dan jelas, serta *ijab qabul* yang didasarkan pada kerelaan (*ridha*). Dengan berpegang pada prinsip-prinsip tersebut, konsumen tidak hanya terlindungi dari praktik penipuan, *gharar*, dan transaksi yang merugikan, tetapi juga memastikan bahwa setiap akad jual beli yang dilakukan membawa keberkahan sesuai tuntunan Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, Mohammad Ainun Najib dan Muhammad. “Analisis Gharar dalam Jual Beli Online”, *Jurnal IQTISHOD* 2 no. 1 (2023).
- Ashiddiqy, Hasby, dkk. *Al-Qur’an dan Terjemahannya* (Cet. I; Madinah: Al-Mujamma’, 1999).
- Astuti, Ervina Widia. “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Khiyar dalam Jual Beli Online Sistem Cash on Delivery pada Mandiri Elektronik baradatu”, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 4 no. 1 (2023).
- Banton, Caroline. “Bagaimana Escrow Melindungi Pihak-pihak dalam Transaksi Keuangan”, <https://www.investopedia.com/terms/e/escrow> (25 Juni 2025).
- Basyariah, Nuhbatul. “Larangan Jual Beli Gharar: Kajian Hadist Ekonomi Tematis Bisnis di Era Digital”, *Jurnal Studi Islam* 7 no. 1 (2022).
- Bodi, Muhammad Idham Khalid. *Koroang Mala’bi: Al-Qur’an dan Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*.
- Dipl, Moh. Zuhri, dkk. *Tarjamah Sunan At-Tirmidzi* (Cet. I; Semarang: CV. Asy-Syifa’, 1992).
- Fatwa DSN-MUI No. 111/DSN-MUI/IX/2017 tentang Jual Beli Melalui Sistem Elektronik.
- Hanifuddin, Fahmy Ferizqo Almuzhid dan Iza. “Fenomena Jual Blei COD/Cek or Deal Lewat Marketplace Facebook”, *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis* 7 no. 2 (2024).
- Ibrahim, Duski. *Kaidah-kaidah Fiqih*, (Cet. I; Palembang: Noerfikri, 2019).
- Kaonang, Glen. “Facebook Marketplace Permudah Kegiatan Jual Beli dengan Komunitas Lokal”, <https://hybrid.co.id/post/facebook-marketplace-permudah-kegiatan-jual-beli-dengan-komunitas-lokal/> (25 Juni 2025).
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Cet. V; Jakarta: Prenadamedia Group, 2012).
- Meikendi, Ryen. “Data Statistik Pengguna Facebook di Indonesia 2025”, <https://www.garuda.website/blog/pengguna-facebook-di-indonesia/> (14 Juli 2025).
- Mulya, Abi. “Biografi Mark Zuckerberg-Founder Facebook Social Media Terbesar di Dunia”, https://voffice.co.id/blog/biografi-mark-zuckerberg/#Biografi_Mark_Zuckerberg (21 Agustus 2025).
- Musthofa, Adib Bisri. *Tarjamah Shahih Muslim*, (Cet. I; Kuala Lumpur: Victory Agencie, 1994).
- Nadzifa, Mawaddah. “Mengenal Jual Beli Mu’athah Menurut Fikih”, <https://bincangsyariah.com/hukum-islam/ubudiyah/mengenal-jual-beli-muathah-menurut-fikih/> (15 Juli 2025).
- Nandy. “Penemu Facebook dan Sejarah Perkembangannya”, <https://www.gramedia.com/literasi/penemu-facebook/> (21 Agustus 2025).
- Qothrunnada, Kholida. “Tips Jualan di Marketplace Facebook Agar Orderan Lancar”, <https://finance.detik.com/solusiukm/d-6288543/tips-jualan-di-marketplace-facebook-agar-orderan-lancar> (21 Agustus 2025).

- Rifai, Awal. "Implementasi *Qawā'id Fiqhiyyah* dalam Ekonomi Syariah", *Jurnal Bidang Muamalah dan Ekonomi Islam* 2 no. 1 (2022).
- Rozalinda. *Fiqih Ekonomi Syariah: Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan Syariah*, (Cet. III; Depok: Rajawali Pers, 2019).
- Salim, Munir. "Jual Beli Secara *Online* Menurut Pandangan Hukum Islam", *al-daulah* 6 no. 2 (2017).
- Simatupang, dkk. "Facebook Marketplace Serta pengaruhnya terhadap Minat Beli", *Jurnal Analisis Prediksi dan Informasi* 22, no. 1 (2021).
- Siswadi, dkk. "Jual Beli yang Dilarang dalam Pandangan Hukum Islam", *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* 2 no. 1 (2023).
- Suaidi. *Fiqh Muamalah*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2021).
- Sugiarto, Fitrah. *Fiqih Mu'amalah*.
- Syaikhu, dkk. *Fikih Muamalah*, (Cet. I; Yogyakarta: K-Media, 2020).
- Syarifal, Jamaluddin dan Reza. "Konsep Dasar Ekonomi Syariat Islam", *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 12 no. 1 (2020).
- Wahyuni, Eka Sri. "Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam", *Baabu Al-Ilmi* 4 no. 2 (2019).
- Wati, Destiya, dkk. "Analisis Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam dalam Trnsaksi Jual Beli *Online* di Humaira Shop", *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* 5 no. 1 (2020).
- Zuhaili, Wahbah. *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2011).

BIOGRAFI SINGKAT PENULIS



Penulis bernama Sintia, lahir pada tanggal 17 Oktober 1999 di dusun Katitting, Desa Tandung, Kecamatan Tinambung, Kabupaten Polewali Mandar, Provinsi Sulawesi Sulawesi Barat. Penulis merupakan anak ke delapan dari sembilan bersaudara, dari pasangan suami istri, Abd. Rasak dan Husnia. Riwayat Pendidikan bermula di SDN 15 Tandung pada tahun 2006-2013, kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 6 Tinambung pada tahun 2013-2016, selanjutnya melanjutkan ke jenjang SMA Negeri 1 Majene dengan mengambil jurusan IPS (Ilmu Pengetahuan Sosial) dan tamat pada tahun 2019. Adapun prestasi yang pernah diraih oleh penulis selama mengenyam pendidikan di SMA Negeri 1 Majene adalah Juara 1 LCC 4 Pilar MPR RI tingkat SLTA Kabupaten Majene tahun 2016, Juara 2 LCC 4 Pilar MPR RI tingkat SLTA Provinsi Sulawesi Barat tahun 2016, Anggota PASKIBRAKA Kabupaten Majene tahun 2017, dan Juara 3 LCC 4 Pilar MPR RI tingkat SLTA Kabupaten Majene tahun 2018. Setelah menempuh Pendidikan selama kurang lebih 13 tahun lamanya, selanjutnya pada tahun 2019 penulis melanjutkan studi di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene, dengan mengambil jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah dan berhasil menyelesaikan studi pada tahun 2025 dengan meraih gelar Sarjana Hukum (S.H).