

ANALISIS *KHIYAR MAJLIS* DI ERA *ONLINE SHOP*

M. Rif'an Humaidi
Universitas Kiai Abdullah Faqih Gresik
E-mail: Rizalmubid@gmail.com

Abstract: Buying and selling is a type of activity that is often carried out by humans in everyday life. This economic behavior has been formed since humans began to feel the need for other individuals who had goods/services that they did not have even though they needed or wanted them. It is from the development of forms of buying and selling transactions and marketing that we now know the term online shop. The definition of an online shop is a process of purchasing goods or services from those who sell via the internet. *Khiyār Majlis* is a voting right owned by the seller and buyer which is always attached to both of them and will not automatically expire unless they or one of them separates from the *Majlis Akad*. In online transactions, *Khiyār Majlis* is difficult to apply, because of the differences in *Majlis Akad* that occur in online transactions. The purpose of this article is to analyze the new formulation, so that it can apply to online transactions of any type. The results of this research show that the classic *Khiyār Majlis* concept is the right to choose for sellers and buyers to continue transactions that have been realized or cancel them in the same meeting. Conventional *Khiyār Majlis* does not find a point of relevance when applied to online shops, because online shops are very different from Conventional buying and selling is carried out by holding a meeting between the buyer and the seller in the same *Majlis*. The concept of *Khiyār Majlis* in online transactions is directly likened to two people transacting in one place which ends with the internet connection being cut off, while the concept of *Khiyār Majlis* in online transactions is not directly after The buyer accepts the agreement after the arrival of the *Ījāb* written message from the seller.

Keywords: *Khiyar majlis*, Concept, Online shop

Pendahuluan

Jual beli merupakan satu jenis kegiatan yang sering dilakukan oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari. Perilaku ekonomi ini sudah terbentuk sejak manusia sudah mulai merasa membutuhkan individu lain yang memiliki barang/jasa yang tidak dimilikinya sedangkan ia membutuhkannya ataupun menginginkannya. Manusia secara pribadi mempunyai kebutuhan beraneka ragam yang sedara jelas tidak mungkin dipenuhinya dalam kemandiriannya. Karena tidak ada secara jelast idak mungkin dipenuhinya dalam kemandiriannya. Karena tidak ada satu manusia pun yang sanggup menjalani kehidupan ini tanpa adanya interaksi dengan sesama manusia lainnya. Bentuk kegiatan ini pun berkembang seiring dengan perkembangan kebudayaan dan teknologi. Jual beli yang dulunya hanya berupa barter, yaitu pertukaran barang satu dengan barang lain, lalu kemudian jual beli berubah bentuk sejak manusia mulai mengenal alat transaksi berupa uang, maka transaksi jual beli mulai dilaksanakan dengan pertukaran barang dengan uang. Perkataan jual beli terdiri dari dua suku kata yaitu "jual dan beli". Sebenarnya kata jual dan beli mempunyai arti satu sama lainnya bertolak belakang. Kata jual membeli. Dengan demikian, perkataan jual beli menunjukkan bahwa adanya perbuatan menjual, sedangkan beli adalah adanya perbuatan membeli. Dengan demikian perkataan jual beli menunjukkan adanya dua perbuatan dalam satu peristiwa hukum jual beli.¹

Beberapa dekade setelah itu manusia menemukan teknologi kartu kredit sebagai pengganti uang real. Pada masa ini manusia sudah mulai merubah kebiasaan jual beli dari yang terlihat secara fisik ke sistem online. Begitu juga dengan perkembangan pemasaran barang yang diperjualbelikan (*marketing*). Media pemasaran yang awalnya hanya dilaksanakan dengan saling bertemu pihak penjual dan pembeli, sekarang hal-hal ini sudah bisa dilaksanakan tanpa harus bertemu langsung dengan adanya perkembangan alat telekomunikasi berupa jaringan internet. Perkembangan jual beli saat ini lebih sering transaksi jual beli di dunia maya atau internet. Kemajuan teknologi informasi, telah melahirkan banyak perubahan mendasar dalam kehidupan manusia saat ini. Ketersediaan informasi yang dapat diakses secara “instan” melalui telepon rumah, telepon genggam, televisi, komputer yang terhubung dengan internet dan berbagai media elektronik, telah

¹ Suharwadi K. Lubis *HukumEkononti Islam*, (Cet. I, Jakarta; Penerbit : SinarGrafika, 2000), h. 128

menggeser cara manusia bekerja, belajar, mengelola perusahaan, menjalankan pemerintahan, berbelanja atau melakukan kegiatan perdagangan. Kenyataan demikian seringkali disebut dengan era globalisasi ataupun revolusi informasi, untuk menggambarkan betapa mudahnya berbagai jenis informasi dapat diakses, dicari, dikumpulkan serta dapat dikirimkan tanpa lagi mengenal batas-batas geografis suatu negara. Masyarakat islam juga tentunya menghadapi kemajuan teknologi informasi seperti ini. Terutama dalam kemudahan internet untuk memenuhi kebutuhan jual beli.²

Dari perkembangan bentuk transaksi jual beli dan pemasaran itulah kemudian sekarang kita mengenal istilah *online shop*. Pengertian *online shop* adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet. Bentuk baru kegiatan jual beli ini tentu mempunyai banyak nilai positif, di antaranya kemudahan dalam melakukan transaksi (karena penjual dan pembeli tidak perlu repot bertemu untuk melakukan transaksi). *Online shop* biasanya menawarkan barangnya dengan menyebutkan spesifikasi barang, harga, dan gambar. Dari situ pembeli memilih dan kemudian memesan barang yang biasanya akan dikirim setelah pembeli mentransfer uang.

Namun ternyata dalam perjalanannya kemudian, banyak pembeli yang merasa dirugikan. Beberapa merasa dirugikan karena barang yang diterima tidak sesuai dengan gambar, atau barang yang diterima ternyata cacat, atau juga barang tidak sampai kepada pembeli, dan banyak lagi kasus yang lainnya. Hal ini tentu saja tidak serta merta menjadi kesalahan yang dibebankan kepada pihak penjual. Karena pembeli sebagai pelaku ekonomi juga punya kewajiban untuk menjaga hak-haknya sendiri dengan berhati-hati ketika melakukan transaksi sesuai yang dituangkan di dalam UU Perlindungan Konsumen. Meskipun di lain pihak UU Perlindungan Konsumen mutlak berisi hukum-hukum yang bertujuan untuk melindungi konsumen.

Mendengar istilah perdagangan atau jual-beli, tentu tidak dapat dipisahkan dari kata pasar. Berdagang adalah aktifitas paling umum yang dilakukan di pasar. Pengertian pasar adalah alat yang memungkinkan individu berinteraksi untuk membeli dan menjual

² Muhammad Majdy Aminuddin, "Khiyar Dalam Transaksi Online." *FALAH Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol 1 No. 1 (Februari, 2016). 49.

barang atau jasa tertentu.³ Menurut kajian Ilmu Ekonomi, pasar itu adalah pertemuan antara pembeli-pembeli dan penjual-penjual (konsumen dan produsen) untuk suatu keinginan menentukan kondisi bagi pertukaran sumber daya (barang dan jasa) atau dengan kata lain merupakan pertemuan antara permintaan dan penawaran yang tidak dibatasi oleh ruang waktu dan tempat.⁴

Berdasarkan pembahasan di atas, perlu kita cermati beberapa hal tentang jual beli yang patut diperhatikan oleh para penjual dan pembeli atau seorang yang tiap harinya tidak lepas dari kegiatan jual beli. Hal tersebut dirangkum dalam hukum jual beli islam, aturan kemasyarakatan dikenal dengan istilah *fiqih muamalah*. Muamalah merupakan perbuatan manusia dalam menjalin hubungan atau pergaulan antar sesama manusia sedangkan ibadah merupakan hubungan atau “pergaulan manusia dengan Tuhan”. *Fiqih Mu’amalah* adalah fiqih⁵ yang mengatur hubungan antar individu dalam sebuah masyarakat.⁶ Dengan adanya ilmu *Fiqih Mu’amalah*, dapat menjadi sandaran umat muslim dalam praktik jual belinya.

Hukum syariat islam sendiri sudah mengatur kegiatan jual beli ini dengan cukup ketat. Baik dalam dalil Al-Quran, Hadits, Ijma’, dan juga Qiyas. Kejelasan rinci dari aturan-aturan ini termaktub dalam beberapa kitab karangan ulama era pertengahan. Antara lain kitab *Fathul Mu’in* karya Syaikh Zainuddin bin Abdul Aziz Al-Maliibariy, kitab *Fiqhul Manhaji* karya Asy-Syaikh Mustafa Said al-Khin dan asy-Syeikh Mustafa al-Bugha, *Fiqhu al-Islām Wa Adillatuhu* karya Prof. DR. Wahbah Az-Zuhaili yang membahas lebih ke permasalahan-permasalahan Fiqih Kontemporer, dan banyak lagi kitab-kitab lainnya. Dalam kitab-kitab ini kebanyakan membahas tentang syarat-syarat penjual, pembeli, barang yang dijual, juga tentang akad-akad jual beli yang dilarang karena menimbulkan kemudhorotan di salah satu pihak.

³ William A. McEachren, *Pengantar Ekonomi Mikro* (Jakarta: PT. Salemba Empat, 2001), h.50.

⁴ Kotler, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian* (Jakarta : Salemba Empat, 1995), h.14.

⁵ Fiqih secara bahasa artinya ‘pengetahuan’, ‘pemahaman’, dan ‘kecakapan’ tentang sesuatu. Secara istilah fiqih berarti “pengetahuan tentang hukum-hukum(al-ahkam) syara’ yang berkenaan dengan amal perbuatan manusia beserta dalil-dalilnya. Lihat Musthafa Ahmad Zarqa’, *al-Madkhal fi al-Fiqhi al-‘Am* (Dâr al-Fikr, 1967), juz 1, h.54.

⁶ Ghufroon A. Mas’adi, *Fiqih Muamalat Kontekstual* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), h.1

Untuk dapat mengaplikasikan nilai positif dan menghindarkan dari perbuatan-perbuatan yang negatif dalam perdagangan, sangat perlu kiranya untuk menerapkan prinsip-prinsip yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam, khususnya dalam perdagangan yang modern seperti sekarang ini yang sangat rentan terhadap aksi penipuan, sangat perlu adanya hak *khiyār* antara penjual dan pembeli supaya dari pihak pembeli tidak merasa dirugikan atau tertipu dari jual beli yang telah dilakukan ketika terdapat cacat atau rusak pada barang yang telah dibeli.

Khiyār ini dirancang untuk menjaga keseimbangan dalam transaksi dan untuk melindungi pihak yangrawan mengalami kerugian. *khiyār* merupakan tindakan pencegahan yang melindungi terhadap ketidakcocokan pada barang, yang berasal dari kurangnya pengetahuan tentang kualitas produk dan kurangnya kualitas yang diinginkan.

khiyār merupakan solusi yang tepat untuk menyelesaikan problem yang selalu menghantui para pembeli yang khawatir atas barang yang dijual dan ditawarkan melalui beberapa aplikasi online shop dengan menampilkan foto atau *display* yang berisikan barang dagangan dengan kualitas bagus bahkan ada yang ada diatas rata-rata karna efek kamera yang canggih dan momen yang pas saat mengambil gambar, sehingga banyak yang tertipu dari kalangan pembeli terlebih bagi pembeli yang notabennya baru mengenal *online shop*⁷.

Timbul suatu masalah dalam penetapan *khiyār* yakni, bahwa *khiyār* yang telah dahulu ada dan diterapkan secara menyeluruh di beberapa pasar jaman dahulu itu mempunyai karakteristik yang mungkin agak berbeda kalo diterapkan pada jual beli yang bersifat online. Kedua orang yang melakukan transaksi jual beli itu berada dalam satu *majlis* (tempat) sehingga merasa bisa saling mengetahui diri masing-masing dan keinginan masing-masing tanpa ada jarak dan waktu yang memisahkan sehingga fungsi *khiyār* akan bisa telaksana secara maksimal.

Tetapi pada era sekarang ketika melakukan belanja dengan aplikasi jual-beli *online* pembeli hanya cukup membuka gadgetnya dan menyalakan aplikasi tanpa harus berepot-repot pergi ke toko barang yang ia mau beli, sehingga antara pembeli dan penjual terpisah jarak yang cukup jauh bahkan pembeli tidak mengetahui sama sekali siapa penjual barang tersebut. Hal ini sangat jauh berbeda dengan jual beli

⁷ Hamza Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam*, (Bandung: CV Diponegoro, 1992), hlm 101.

pada zaman dahulu, dan melakukan *Khiyār Majlis* melalui komunikasi lewat *gadget* tanpa harus bertemu, hal ini juga tidak sesuai dengan nama *khiyār majlis* yang orientasinya meneruskan transaksi atau menggagalkan transaksi dalam satu tempat tersebut.⁸

Penerapan konsep *khiyār majlis* di berbagai *online shop* dirasa kurang bisa menjawab pada problematika yang terjadi di dalam *online shop*, karena masih kekeh menggunakan konsep *khiyār majlis* klasik yang notabennya berbeda dengan kondisi dan situasi yang terjadi pada proses transaksi jual beli yang bersifat *online*. Perbedaan mendasar yang mencolok terlihat dari kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli cenderung tidak berada dalam satu tempat (*majlis*) sehingga terjadinya perubahan tatanan konsep khiyar majlis klasik dari mulai masalah permulaan *ijāb* dari penjual sampai berakhirnya proses transaksi ditandai dengan ucapan *qobūl* dari pembeli, hal ini terjadi disebabkan perubahan konsep jual beli dari konvensional ke era *online shop* niscaya juga akan berupa tatanan konsep *khiyār majlis* itu sendiri.

Dari pemaparan diatas peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang isi konsep *khiyār majlis* melihat dari dalil-dalil dan *qowā'd* ulama' klasik dalam memproduksi hukum dan konsep *khiyār majlis* di zaman itu, untuk dikembangkan menjadi khiyar majlis yang relevantif demi menjawab dasyatnya pergerakan jual beli *online* di era sekarang.

Metodolog Penelitian

Dilihat dari judulnya maka pendekatan penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*), yakni penelitian yang memanfaatkan sumber perpustakaan untuk memperoleh data penelitiannya. Tegasnya riset pustaka membatasi kegiatannya hanya pada bahan-bahan koleksi perpustakaan saja tanpa memerlukan riset lapangan.⁹ Dalam penelitian ini nantinya akan menggambarkan suatu fenomena, yakni tentang Analisis *Khiyār Majlis* Di Era Online Shop.

⁸. Wahbah Zuhaili, *Al-Fiqhu As-Syafi'i Al-Muyassar*, Terj. Muhammad Afifi, Abdul Hafiz, "Fiqh Imam Syafi'i", (Jakarta: Almahira, Cet. Ke-1, 2010), hlm. 676.23

⁹ Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004), 1-2.

Pengertian Khiyar

Khiyār dalam arti bahasa berasal dari akar kata: *khāra-yakhīru-khairan-wa khiyaratan* (خار - يخير - خيار) yang sinonimnya:

أعطاه ما هو خير له

yang artinya” *memberikan kepadanya sesuatu yang lebih baik baginya*”.

Menurut *istilah* kalangan ulama fiqh yaitu mencari yang baik dari dua urusan baik dari meneruskan akad atau membatalkannya. Sayyid Sabiq memberikan definisi *khiyār* sebagai berikut.

الخيار هو طلب خير الأمرين من الامضاء والالغاء

Artinya: *khiyār adalah menuntut yang terbaik dari dua perkara, berupa meneruskan (akad jual beli) atau membatalkannya.*

khiyār itu dimaksudkan untuk menjamin adanya kebebasan berpikir antara pembeli dan penjual atau salah satunya yang membutuhkan *khiyār*. Terlebih jika barang yang diperdagangkan tidak real alias hanya memajang photo sebagai *display*, tentu hak *khiyār* sangat dibutuhkan sebagai bahan pertimbangan kedua belah pihak sebagaimana yang disabdakan nabi muhammad SAW:

من اشترى شيئاً لم يره ، فله الخيار إذا رآه. أخرجه الدارقطني

Yang artinya : “*barang siapa yang membeli sesuatu yang dia tidak melihatnya, maka dia memiliki hak khiyār jika melihat barang tersebut*”.¹⁰

Akan tetapi oleh karena dengan sistem *khiyār* ini adakalanya menimbulkan penyesalan kepada salah seorang dari pembeli atau penjual yaitu kalau pedagang mengharap barangnya segera laku, tentu tidak senang kalau barangnya dikembalikan lagi sesudah jual beli atau kalau pembeli sangat mengharapkan mendapat barang yang dibelinya, tentu tidak senang hatinya kalau uangnya dikembalikan lagi sesudah akad jual beli. Maka oleh karena itu, untuk menetapkan syahnya ada *khiyār* harus ada ikrar dari kedua belah pihak.¹¹

Khiyār termasuk salah satu hukum yang sudah dikhususkan oleh syariat dan undang undang perlindungan konsumen pada zaman sekarang dan sebenarnya ini hukum ini berlawanan dengan hukum esensi transaksi (akad) yang bersifat *luẓum* (tidak bisa dibatalkan), karena terdapat *nash* (dalil) dan sudah disepakati oleh para fuqoha.

¹⁰ Daruqutni, *Sunan Daruqutni*, hlm 435

¹¹ Abdul Aziz Muhammad Azzam..hlm. 25. 19

Sebenarnya para ahli fiqih membagi *khiyār* kepada beberapa bagian, ada yang tigabelas bagian, ada yang membagi hanya sampai enam bagian, diantaranya:

- a. *Khiyār majlis*
- b. *Khiyār syarat*
- c. *Khiyār aib*
- d. *Khiyār ru'yah*
- e. *Khiyār ijab*
- f. *Khiyār qobul*¹²

Pengertian Khiyar Majlis

Majlis secara bahasa adalah bentuk *masdar mimi* dari *julūs* yang berartitempat duduk, dan maksud dari majlis akad menurut kalangan ahli fiqih adalah tempat kedua orang yang berakad berada dari sejak mulai berakad sampai sempurna, berlaku dan wajibnya akad. Dengan begitu majlis akad merupakan tempat berkumpul dan terjadinya akad apapun keadaan pihak yang berakad. Adapun menurut istilah *khiyār majlis* adalah *khiyār* yang ditetapkan oleh syara' bagi setiap pihak yang melakukan transaksi, selama para pihak masih berada di tempat transaksi¹³. *khiyār majlis* berlaku dalam berbagai macam jual beli, seperti jual beli makanan dengan makanan, akad pemesanan barang (salam), syirkah.¹⁴

khiyār majlis termasuk salah satu *khiyār* yang ditetapkan oleh syariat islam tanpa harus disyaratkan oleh kedua belah pihak, akad jika suda terealisasi maka secara otomatis *khiyār majlis* menyertai akad tersebut, karena *khiyār majlis* merupakan hak asasi penjual dan pembeli dari syariat islam, sehingga tidak bisa meniadakan atau menggugurkan *khiyār majlis* kecuali atas persetujuan salah satu kedua belah pihak.

Secara legalitas, hukum *khiyār majlis* menurut 4 madzab dibagi menjadi dua golongan. Yaitu:

Golongan pertama: madzab syafi'i, madzab hambali, para sahabat, dan tabi'in berpendapat tentang berlakunya *khiyār majlis* dalam setiap transaksi jual beli, maka setelah transaksi jual beli, pembeli dan penjual boleh membatalkan transaksi atau tetap

¹² Ibnu Nujaim, *Bahrur Roiq*, (Darul Ma'rifah) juz 6 hal 2

¹³ Khotib Syirbini, *Mugni Muhtaj*, (Lebanon: Bairut,) juz 2 hlm 34-35

¹⁴ Wahbah Zuhaili, *Al-Fiqhu As-Syafi'i Al-Muyassar*, Terj. Muhammad Afifi, Abdul Hafiz, "Fiqh Imam Syafi'i", Jakarta: Almahira, Cet. Ke-1, 2010, hlm. 676.23

melanjutkan selama masih dalam satu majlis dan tidak berpisah dengan badanya.¹⁵

Golongan kedua: madzab hanafi, dan madzab maliki meniadakan *khiyār majlis* dalam setiap transaksi jual beli, dengan alasan bisak merusak esensi dari transaksi itu sendiri yang bersifat *luẓūm* (tidak bisa dibatalkan).¹⁶

legal standing hukum *khiyār majlis*

Merujuk dari pendapat yang mengesahkan adanya *khiyār majlis* yaitu mayoritas ulama umat, mereka mengacu pada dalil yang sah dari hadist nabawi yang diriwayatkan oleh imam bukhori dari ibnu umar yang berbunyi:

فإن صدقا وبينا بورك لهما في بيعهما وإن كذبا البيعان بالخيار ما لم يتفرقا
وكتما محقت بركة بيعهما

Yang artinya "*kedua pihak penjual dan pembeli boleh membatalkan jualan selagi keduanya belum berpisah (dari majlis jual-beli) dan sekiranya keduanya, adalah benar (tidak bohong) akan diberkati penjual-belian mereka, dan sekiranya mereka menyembunyikan dan berbohong niscaya akan dlenyapkan keberkatannya.*"¹⁷

Kedudukan khiyār majlis dan relevansinya

syariat islam merupakan hukum dan norma agama yang mengatur dan memberikan solusi terbaik dalam segala aktifitas perbuatan manusia, termasuk dalam bidang ekonomi khususnya dalam jual beli yang bertujuan untuk memberikan kemaslaahan ke pada penjual juga pembeli sehingga dapat mencapai target utama dalam jual beli yaitu *al-falah*, salah satu solusi yang diberikan oleh hukum syariat dalam jual beli yaitu diberlakukanya hukum *khiyār majlis* sebagai hak asasi ke pada kedua belah pihak sehingga tidak terjadi penyesalan dikemudian hari¹⁸.

Seiring berjalanya waktu walaupun model jual beli mengalami perubahan dan perkembangan yang luar biasa, baik dari segi transaksi, sistem pembayaran dan lain sebagainya maka *khiyār majlis* tetap eksis

¹⁵ Syairozy, *Mubadzab*, (Bairut Lebanon: Toha Fikr), juz 1 hal 298 dan Ibnu Qudamah, *Mugni*, (Bairut :Darul Fikr), juz 4 hal 5

¹⁶ kasani, *badai' sonai'*, juz 5 hal 134 dan al khattob *mawahibul jalil*, juz 3 hal 409

¹⁷ hr. Bukhori (no:n2005) hal 743/2

¹⁸ Abdus Sattar Abu Gudah, *Al-Khiyar Wa Atsaruhu*, (Kuwait : Makhari Press, 1985), hal 50

dan bisa menjadi solusi dan pencegah terjadi adanya ketidakjujuran dan ketidakhati-hatian dari kedua belah pihak, karena syariat islam akan tetap dan selalu sesuai dan patut untuk setiap masa dan tempat, ketika syariat islam memperomosikan suatu hukum untuk hal sesuatu, maka tidak akan terhenti pada zaman dan tempat tertentu, tetapi akan selalu cocok untuk diterapkan disegala kondisi dan situasi, dalam arti hukum tersebut tidak akan punah seiring dengan perubahan zaman dan tempat, melainkan hukum tersebut akan mengalami pengembangan atau metaforfosis, oleh karena itu mayoritas dalil atau landasan dasar hukum bersifat umum (universal) sehingga membiaskan multitafsir dalam pandangan para mujtahid. Dan itu terjadi pada hukum *khiyār majlis* jika diterapkan dalam jual beli *online* walaupun dalam format dan konsep yang berbeda dari konsep klasik, karena melihat dari dalilnya yang bersifat universal.¹⁹

Analisis *Majlis Akad* dalam Sistem Transaksi *Online*

Dalam *Khiyār Majlis* akan selalu melekat dengan transaksi, dan transaksi butuh dengan tempat sebagai wadah untuk membangun sebuah kesepakatan yang mengikat seperti akad, dalam transaksi konvensional yang dilakukan oleh dua orang dalam satu tempat (*Majlis*), saling berhadapan dan pada titik akhir saling meneruskan atau menggagalkan transaksi setelah mencapai kesepakatan jual beli awal, namun setelah zaman berupa dan transaksi tidak lagi dilakukan dalam satu *Majlis* yang sama sehingga terjadilah jarak yang memisahkan keduanya, hal ini menyebabkan perubahan awal *Ijab* yang disodorkan pihak penjual kepada pembeli, begitu juga berakhirnya *Qabul* dari pembeli, akhirnya mempengaruhi proses terjadinya *Khiyār Majlis*, kapan dimulainya hak *Khiyār* bagi penjual dan pembeli jika majlis akad sudah tidak pada satu tempat.

Oleh karena itu hal ada elemen mendasar yang perlu kiranya diketahui dan dikaji dalam penelitian ini ,yaitu analisis *Majlis Akad* jika diterapkan di praktek jual beli *online*, tapi sebelum itu perlu kiranya membahas tentang teori dasar dari kata maslis .

a. *Majlis Akad*

Majlis Akad termasuk kaidah islami yang telah dibahas dan diatur dalam fiqh islami secara intens oleh para Fuqoha' terdahulu, sehingga menelurkan beberapa pendapat yang berbeda tentang batasan dan penjelasan *Majlis Akad*, sedangkan tujuan untuk

¹⁹ Ali Toha Royyan, *Mudlakaroh Fi Tarikh Tasyri' Al Islami*, Hal 14

memahami dan menelusuri arti dari *Majlis Akad* adalah batasan jedah waktu yang memisahkan kata *Qabūl* dari kata *Ījāb*, sehingga memungkinkan orang yang dilayangkan *Ṣigḥab Ījāb* berfikir sejenak untuk mau meneruskan akad atau malah membatalkannya.

Setelah menelusuri beberapa kitab-kitab fiqih klasik, kami menemukan bahwa para fuqoha' terdahulu bukan hanya meletakkan definisi *Majlis Akad* saja, tetapi juga meletakkan hukum-hukum ketika berada di berbagai akad yang berbeda-beda terutama akad jual beli.

Ada tiga diskripsi *Majlis Akad* yang ditawarkan oleh para Fuqoha' klasik antara lain:

Majlis Akad diartikan sebagai satuan tempat didalamnya terdapat penjual dan pembeli, jika diadakan suatu *Majlis* dalam dua tempat yang berbeda maka suatu akad tersebut divonis tidak sah, maka harus menyodorkan kata *Qabūl di Majlis* tersebut.²⁰

Majlis Akad digambarkan sebagai satuan masa transaksi antara penjual dan pembeli, sehingga walaupun mereka berdua dal proses transaksi berjalan berpindah-pindah dari tempat satu ke tempat yang lain. Maka tidak disyaratkan menyodorkan kata *Qabūl* di majlis yang sama tempat keluarnya kata *Ījāb* dari penjual.²¹

Majlis Akad digambarkan sebagai bentuk keadaan tertentu, jika dua orang bernaung pada satu keadaan atau posisi sama ketika kata *Ījāb* terucap dengan keluarnya kata *Qabūl* dan tidak ada suatu penghalang maka akad dianggap sah.²²

maka bagi kami perlu kiranya pertama kali mengetahui subtransi *majlis akad* melalui definisi etimologi dan terminologi *majlis akad*.

Kata *majlis* berasal dari kata *jalasa* secara etimologi mempunyai arti tempat atau posisi duduk lawan kata dari kata berdiri, kata ini dipakai untuk makna setiap tempat yang diduduki oleh manusia,²³ sedangkan yang dimaksud disini adalah waktu dan tempat terjadinya transaksi.

Sedangkan secara terminologi yang dimaksud dengan *Majlis* adalah *Majlis* akad dan mempunyai arti sebuah keadaan yang berada didalamnya dua kontraktor yang sedang sibuk membangun sebuah

²⁰ Syairāzi, *Mubadhdhab*, (Bairut Lebanon: Darul Fikr, 1994). Juz 1 Hal 257-258

²¹ Ibnu 'ābidīn, *Ḥashīyah Raddul Mukhtar*, (Beirut: Darul Fikr, 2000). Juz 3 Hal 14

²² Al-Bahūti, *Kashful Qanā'*, (Beirut: Darul Fikr, 1402H). Juz 3 Hal 147

²³ Ibnu Manzūr, *Lisānul Arab*, (Beirut: Darun Nafa'is, 2010). Juz 3 Hal 357

akad, atau kesepakatan ucapan dalam suatu tempat berlangsungnya transaksi.²⁴

Kata *Majlis Akad* juga berarti suatu masa yang didalamnya dimulainya kata *Ijāb* dari penjual, sedangkan kedua belah pihak sibuk melakukan transaksi tanpa ada suatu yang menghalangi atau memalingkan keduanya atau salah satunya dari proses transaksi.²⁵

Maka dapat diambil pemahaman bahwa *Majlis* akad itu suatu proses keadaan dimana dua orang yang sedang bertransaksi mau merealisasikan kesepakatan yang mengikat dalam satu tempat dan waktu sekiranya mereka saling mendengar omongan satu dengan yang lain secara langsung, jadi tidak dianggap suatu *Ijāb* dari penjual jika *Majlis* akad itu belum terbentuk dengan cara kosongnya *Majlis* tersebut dari kata *Qabūl*, baik dengan cara memisahkan tubuh dari majlis akad atau menyibukkan diri sambil mengalihkan pembahasan dari yang berhubungan dengan akad, walaupun keduanya masih berada dalam satu tempat.

Online shop adalah sebuah proses terlahirnya pembentukan suatu kesepakatan untuk mewujudkan saling mengisi kebutuhan masing-masing melalui suatu akad yang dijalankan dari jauh dengan dua tempat yang berbeda. Satu sama lain bahkan tidak saling mengenal, tetapi hal terpenting adalah satunya *Majlis Akad* yang menjadi tempat dan waktu bertemunya kata *Ijāb* dan kata *Qobūl*.

Akhirnya kami bisa mengambil pemahaman tentang *Majlis Akad* dalam *online shop* setelah menganalisis beberapa pengertian yang ditawarkan oleh para pakar fiqih klasik dan beberapa keterangan yang lain, sebagai berikut:

Majlis Akad terbentuk atas kesepakatan kedua belah pihak dimulai penjual menyodorkan kata *Ijāb* dan di akhiri dengan keluarnya kata *Qabūl* dari pembeli.

Majlis Akad akan terbentuk jika antara penjual dan pembeli selalu terkoneksi dalam jaringan internet ketika mengucapkan kata *Ijāb* sampai dengan terucapnya kata *Qabūl* dari pembeli, jika menggunakan sistem transaksi *online* secara langsung, dan terputus *Majlis Akad* dengan terputus koneksi antara keduanya atau pihak pembeli tidak mau meneruskan akad.

²⁴ Wahbah Zuhaili, *Al-Fiqh al-islāmī wa Adillatuh* (Damsyik: Dār al-Fikr, 1989). Juz 9 hal 107

²⁵ Mushtofa Zarqo', *Syarab Qonun Madani Suri*, (Damaskus: Mathbaah Jamiah, 1961H). Hal 133

Jika menggunakan transaksi *online* tidak langsung seperti *email*, maka Majelis akad akan terbentuk ketika sampainya *email* dari penjual yang berisikan kata *Ijab* kepada pembeli yakni tempat dimana *email* sampai kepada pembeli dan memanjang sampai pembeli menerima dengan mengucapkan kata *Qabul* ataupun menolaknya.

Majlis Akad yang terbentuk dengan kesepakatan *Ijab* dan *Qabul* tidaklah harus terjadi di satu tempat yang sama maupun masa yang sama, sebagaimana yang sering terjadi di dunia bisnis *online*, bahkan sampai lintas negara.

b. Permulaan *Ijab* dari Penjual

Dalam menganalisis dan mengkaji konsep *Ijab* dalam *online shop*, kita terlebih dahulu harus mengetahui makna *Ijab* itu sendiri menurut fuqoha' yang sudah dipaparkan di kitab-kitab fiqh karangan mereka.

Menurut bahasa *Ijab* adalah mewajibkan atau mengharuskan,²⁶ sedangkan menurut terminologi ada dua pendapat: Madzhab Hanafiah mendefinisikan suatu ucapan yang keluar pertama kali dari salah satu kontraktor,²⁷ sedangkan menurut mayoritas ulama' bahwa *Ijab* adalah sesuatu ucapan dari orang yang akan memindahkan kepemilikan barang seperti penjual, penyedia jasa sewa dan yang lain dalam akad walaupun datang belakangan,²⁸

Dalam kasus jual beli konvensional transaksi akan dimulai ketika penjual menyodorkan *lafadl Ijab* kepada pembeli atau pembeli terlebih dahulu menyodorkan *lafadl Qabul* kepada penjual ketika mereka bertemu dalam pasar atau tempat transaksi-transaksi lainnya, berbeda dengan jual beli via *online* yang keduanya tidak harus bertatap muka, maka awal mula akad dimulai ketika keduanya tersambung lewat internet dalam suatu aplikasi langsung atau tidak langsung sambil melayangkan *Ijab* atau *Qabul*.

Melayangkan *Ijab* via *online* terkadang menggunakan format tulisan atau ucapan, mungkin suatu *Ijab* terwujud dengan format telekomunikasi via telephon, fax ataupun *video call*. Dalam melayangkan *Ijab* penjual juga terkadang menunjukan kepada orang tertentu ataupun komunitas tertentu, atau juga kepada seluruh elemen masyarakat pengguna *online shop* dengan maksud mengadakan kesepakatan akad, hal ini sesuai dengan definisi *Ijab* dalam sistem

²⁶ Ibnu Mandlur, *Lisan Arab*, (Darun Nafa'is) Juz 1 Hal 793

²⁷ Ibnu Nujaim, *Bahr Robiq*, (Darul Ma'rifah). Juz 5 Hal 278

²⁸ Syarqowi, *Hasyiah Syarqowi Ala Tuhfatit Tullab*, (Beirut: Darul Kutub Ilmiyyah, 1997) Juz 3 Hal 38

online yang dipaparkan oleh Adnan Sarhar dan Nuri Khotir bahwa yang dimaksudkan dengan *Ījāb* dalam *online* adalah suatu ungkapan pasti yang keluar dari salah satu kontraktor dan ditujukan kepada kontraktor lainnya dengan maksud mengadakan kesepakatan akad.²⁹

Dapat dimengerti bahwa *Ījāb* dari penjual harus ada sasaran yang dituju baik itu personal tertentu maupun komunitas, ditambah dengan niat mengadakan kesepakatan antara keduanya. Adapun ketika hanya melayangkan produk yang mau dijual, agar diketahui masyarakat *online* secara luas dan dapat menarik mereka supaya bisa mengadakan kesepakatan akad, maka aktifitas tersebut bukan termasuk *Ījāb*, melainkan promosi produk dan strategi pemasaran, karena tidak terdapat orang tertentu yang dituju untuk mengadakan kesepakatan akad.

Oleh karena itu ada dua syarat yang harus terpenuhi dalam *Ījāb* sistem jual beli *online*, agar kontrak akad dikatakan sah sebagai berikut:

1. Sasaran *Ījāb* harus terarah dan tertentu baik diarahkan ke personal maupun komunitas bahkan orang umum.
2. Sebuah *Ījāb* yang dilayangkan harus ada indikasi maksud mengadakan kesepakatan akad, bukan sebuah agenda promosi produk tertentu.³⁰

c. Berakhirnya *Qābul* Dari Pembeli

Sebuah *Ījāb* dari seorang penjual saja tidak cukup dan mampu untuk menciptakan sebuah kesepakatan akad tanpa adanya *Qābul* dari pembeli, walaupun *Ījāb* berkali-kali keluar dari mulut seorang penjual. Akad merupakan kontrak yang dibangun di atas kesepakatan dua belah pihak yang saling terikat didalamnya, jika salah satu dari keduanya belum menemukan kata sepakat, maka tentulah sebuah transaksi tidak bisa terwujud. Tentulah penting mengetahui konsep terjadinya kesepakatan dari pihak kedua yaitu pembeli dengan kata *Qābul*nya dan menganalisis jika itu terjadi di dunia *online* terkhusus pada permasalahan jual beli.

Para fuqoha' telah merumuskan makna *Qābul* dalam jual beli secara detail, sehingga diharapkan bisa menarik benang merah dari definisi tersebut konsep *Qābul* dalam *online shop*.

²⁹ Muhammad Amin Rumi, *Itsbat Muharror Al-Elektroni*, (Jamiah Iskandarian: Darul Fikr, 2006) Hal 47

³⁰ Muhammad Bin Arafah, *Hashiah Dasuki*, (Beirut: Darul Fikr). Juz 3 Hal 3

Qābul menurut bahasa adalah menerima,³¹ sedangkan menurut terminologi dibagi menjadi dua:

Menurut Hanafiah *Qābul* adalah suatu ucapan yang muncul setelah datangnya *Ījāb* sebagai balasan dari *Ījāb* tersebut, sedangkan menurut mayoritas ulama' adalah sesuatu ucapan yang muncul dari orang yang akan memiliki barang seperti pembeli, penyewah dan yang lain dalam akad walaupun datang mendahului *Ījāb*.³²

Dalam *Qābul* tidak ada ungkapan tertentu yang harus diungkapkan oleh pembeli jika ingin menerima kesepakatan dari penjual setelah melayangkan *Ījāb*, akan tetapi *Qābul* bisa saja menggunakan ucapan atau pun simbol tulisan yang biasanya terdapat pada beberapa aplikasi *online shop*, yang terpenting adalah semua ungkapan tersebut mengarah pada kerelaan untuk menerima kesepakatan dari penjual.

Qāidah fiqhīyah sudah menjelaskan bahwa dalam transaksi apapun yang dilihat adalah tujuan dan makna yang tersimpan pada transaksi tersebut, bukan pada lafad dan kontruksinya, dengan kata lain apapun model lafadl yang terucap baik *Ījāb* ataupun *Qābul*, dan model akad yang bermacam-macam, akan tetapi yang terpenting adalah kesemuanya tersebut mampu mengarah kepada makna akad jual beli yaitu kesepakatan dan kerelaan yang melahirkan komitmen melakukan sesuatu antara satu sama lain. Sebagaimana yang tertera pada *Qāidah Fiqhīyah* yang berbunyi:

العبرة في العقود بالمقاصد والمعاني لا بالألفاظ والمباني³³

Pada kata *Qābul* haruslah selaras dengan *Ījāb*, dalam arti kesepakatan yang dibuat oleh penjual dengan ucapan *Ījāb*nya harus dibalas dengan kesepakatan yang sama dari pembeli dengan ucapan *Qābul*nya, seperti seorang penjual menjual produk berupa baju kepada pembeli seraya berkata: saya jual baju ini dengan harga segini, merk ini dan kriteria seperti ini, maka pembeli jika menginginkan terusny akad, maka harus berucap “saya beli baju tersebut” tidak boleh menyepakati dengan produk lain selain baju tersebut.

Imam Nawawi dalam kitab *Minhājul thālibin* berkata” antara *Ījāb* dan *Qābul* tidak boleh ada jarak lama sekiranya ada indikasi ketidak

³¹ Ibnu Mandlur, *Lisan Arab*, (Darun Nafa'is) Juz 11 Hal 540

³² Kasani, *Bada'i' Sona'i'*, (Mesir: Syirkah al- Mathbū'ah). Juz 5 Hal 133

³³ Ibnu Taimiyah, *Majmu' Fatawa*, (Beirut: Darul Ma'rifah). Hal 154

kesepakatan yang disebabkan dari lamanya jedah tersebut, dan *Qābul* harus selaras dengan *Ījāb* dalam hal produk yang dijual.³⁴

Dari pemaparan para fuqoha' tersebut proses transaksi akan terus berlangsung diantara keduanya sampai pembeli mengakhirinya dengan menyatakan *lafadl Qābul* selama koneksi internet masih berlangsung atau keduanya dan atau salah satunya memilih untuk menggagalkan transaksi.

Analisis Konsep Baru *Khiyār Majlis* di Era *Online Shop*

Hadist diatas adalah landasan kuat yang dipegang oleh mayoritas ulama untuk mengesahkan hak *Khiyār Majlis* kepada penjual dan pembeli yang secara makna sempitnya mengandung arti bahwa hak *Khiyār* akan selalu ada sebelum mereka berpisah dengan badannya dari *Majlis Akad*, makna seperti ini senada dengan apa yang sudah ditafsiri oleh para ulama klasik.

Mengacu pada makna diatas memang pantas dan cocok kalau diterapkan pada jual beli konvensional yang kedua penjual dan pembeli masih saling bertatap muka dalam satu *majlis*, sehingga ketika mereka berpisah dengan cara memalingkan tubuhnya dari *Majlis Akad*

Setelah melalui beberapa tahapan analisa, dimuali dari analisa awal terbentuknya kata *Ījāb* kemudian disusul analisa terbentuknya kata *Qābul* dan diakhiri dengan analisa *Majlis Akad*, maka pada tahapan yang terakhir adalah analisa *Khiyār Majlis* dalam naungan konsep baru, guna dapat menyelami dasyatnya *online shop* serta ikut andil dalam memberikan perlindungan positif kepada pihak penjual terlebih kepada pihak pembeli.

Kami membagi analisa konsep baru *Khiyār Majlis* menjadi dua bagian dasar, sebab mengacu pada pembagian akad dalam sistem *online* secara garis besar terbagi menjadi dua yaitu: transaksi *online* secara langsung dan transaksi *online* secara tidak langsung seperti yang sudah dipaparkan dalam pembahasan diatas.

1. Konsep baru *Khiyār Majlis* dalam sistem transaksi *online* secara langsung.

Setelah mengetahui bahwa *Majlis Akad* adalah jangkah waktu dimana dimulai dengan munculnya kata *Ījāb*, sedangkan kedua kontraktor bersiap melakukan transaksi tanpa ada yang memalingkan dari proses kesepakatan transaksi, kemudian masa terjadinya proses awal transaksi akan memanjang selama keduanya masih sibuk dalam

³⁴ khotib as-shirbini, *Mugni Muhtaj*, (Beirut: Darul Fikr). Juz 2 Hal 331

proses transaksi tanpa adanya sesuatu yang memutuskan, seperti contoh menarik kembali ijabnya penjual, atau tidak cocoknya pembeli untuk meneruskan transaksi, atau sibuknya keduanya dengan hal-hal yang tidak ada hubungan dengan transaksi.

Dari situ, transaksi elektronik via internet dengan cara koneksi langsung antara keduanya mengambil satu hukum sebagaimana keduanya hadir dari segi waktu atau masa transaksi dan keduanya tidak hadir dari segi tempat transaksi.

Jadi penentuan *Majlis Akad* dalam kondisi diatas adalah satunya masa atau waktu terjadinya proses transaksi langsung via internet, selama keduanya masih sibuk melakukan transaksi maka *Majlis Akad* masih berlangsung walaupun membutuhkan waktu yang lama. Contoh: penjual ketika sudah mulai menjajakkan jualanya kepada pembeli lewat koneksi langsung, kemudian pembeli langsung menerima dan menyetujui transaksi, maka seketika itu akan dihukumi sempurna dan sah, baik transaksi via berbagai macam transaksi *online* terbaru atau lewat website tertentu, dan *Majlis Akad* ini akan terus berlangsung selama koneksi antara keduanya via internet masih aktif, dan keduanya sudah mengutarakan kata sepakat lewat *Ījab* dan *Qābul* serta mempunyai hak *Khīyār Majlis* untuk tetap meneruskan atau membatalkan transaksi selama keduanya masih bersambung.

2. Konsep baru *Khīyār Majlis* dalam sistem transaksi *online* secara tidak langsung.

Jika memilih menggunakan sistem transaksi *online* tidak langsung seperti via *email*, maka keduanya dihukumi seperti melakukan transaksi pakai tulisan.

Jadi *Khīyār Majlis* dalam corak seperti ini dimulai dari tersambunganya kata *Qābul* dengan kata *Ījab* dalam *majlis* tempat tibanya *email* tersebut kepada pembeli, dan terus berlangsung sampai berakhirnya waktu yang sudah ditentukan jika ada, dan apabila tidak ada batasan waktu tertentu maka dikembalikan kepada hukum adat istiadat (*urf*) yakni jika dalam suatu keadaan dianggap berpisah dalam hukum adat istiadat maka juga dianggap berpisah dalam hal ini, dan juga akan berakhir hak *Khīyār* apabila pihak pembeli tidak mengindahkan permintaan kesepakatan akad dari pihak penjual sama halnya seperti transaksi model yang pertama.

Dapat dipahami dari model nomer dua, bahwa yang menjadi prioritas dalam terbentuknya majlis akad adalah *majlis* lafadl *Qābulnya* pembeli, seperti contoh: ada seorang penjual menjual suatu produk

dan *dishare* ke beberapa daerah, dan ternyata yang menerima pinangan tawaran penjual ialah pembeli dari daerah A, maka majlis akad pada contoh ini adalah daerah A.

Kesimpulan

Konsep *Khiyār Majlis* terbagi menjadi dua sebagaimana pembagian *Majlis Akad*: pertama, *Khiyār Majlis* dalam model transaksi online langsung yakni elektronik via internet dengan cara koneksi langsung antara keduanya mengambil satu hukum sebagaimana keduanya hadir dari segi waktu atau masa transaksi dan keduanya tidak hadir dari segi tempat transaksi. Jadi penentuan Majlis Akad dalam kondisi diatas adalah satunya masa atau waktu terjadinya proses transaksi langsung via internet, selama keduanya masih sibuk melakukan transaksi maka *Majlis Akad* masih berlangsung walaupun membutuhkan waktu yang lama, serta diikuti oleh hak *Khiyār Majlis* untuk tetap meneruskan atau membatalkan transaksi selama keduanya masih bersambung. sampai mereka berpisah dengan memutuskan koneksi atau terputus salah satunya.

Kedua, *Khiyār Majlis* dalam model tidak langsung, dimulai dari tersambunganya kata *Qabūl* dengan kata *Ijāb* dalam majlis tempat tibanya email tersebut kepada pembeli, dan terus berlangsung sampai berakhirnya waktu yang sudah ditentukan jika ada, dan apabila tidak ada batasan waktu tertentu maka dikembalikan kepada hukum adat istiadat (*urf*) yakni jika dalam suatu keadaan dianggap berpisah dalam hukum adat istiadat maka juga dianggap berpisa dalam hal ini, dan juga akan berakhir hak *Khiyār* apabila pihak pembeli tidak mengindahkan permintaan kesepakatan akad dari pihak penjual sama halnya seperti transaksi model yang pertama.

Daftar Pustaka

Abu Gudah, Abdus Sattar. *Al-Khiyar Wa Atsaruhu*, (Kuwait : Makhari Press, 1985).

Ali Toha Royyan, Ahmad. *Mudlkaroh fi tarikh tasyri' al-islami*.

Al-Kasani, Alauddin. *Badā al-Tsanā'i fī al-Tartib al-Syarā'i* (Mesir: Syirkah al- Mathbū'ah).

Amīn Bin 'ābidīn, Muhammad. *Ḥashiyah Raddul Mukhtār*, (Beirut: Darul Fikr, 2000).

- Amīn Rūmi, Muhammad. *Itbbāt Mubarror Al-Elektrani*, (Jamiah Iskandarian: Darul Fikr, 2006).
- A. McEachren, William. *PengantarEkonomiMikro*(Jakarta:PT.Salemba Empat, 2001).
- Bin ‘Arafah, Muhammad. *Hashiyah Dasūqi ‘ala Sharḥil Kabīr*, (Beirut: Darul Fikr).
- Bin Yūnus Al-Bahūti, Mansur. *Kashful Qanā’*, (Beirut: Darul Fikr, 1402H).
- Dāruquṭṭni, *Sunan Dāruquṭṭni*, (Beirut: Darul Ma’rifah, 2001).
- Ghufron A. Mas’adi, *Fiqih Muamalat Kontekstual* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002).
- Ibnu Ismāīl, Muhammad. *Shohih Bukhori*, (Beirut: Dar Ibu Katsir, 1987).
- kasani, *badai’ sonai’*, juz 5 hal 134 dan al khattob *mawahibul jalil*, juz 3 hal 409
- Kotler, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian* (Jakarta : Salemba Empat, 1995).
- Majdy Aminuddin, Muhammad. “Khiyar Dalam Transaksi Online.” *FALAH Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol 1 No. 1 (Februari, 2016).
- Manzūr, Ibnu. *Lisānul Arab*, (Beirut: Darun Nafa’is, 2010).
- Nujaim, Ibnu. *Babru Rahiq*, (Beirut: Darul Ma’rifah, 1997).
- Suharwadi K. Lubis, *Hukum Ekononti Islam*, (Cet. I , Jakarta; Penerbit : Sinar Grafika, 2000).
- Syairozy, *Muhadzab*, (Bairut Lebanon: Toha Fikr),juz 1 hal 298 dan Ibnu Qudamah, *Mugni*, (Bairut :Darul Fikr).
- Syarqāwi, *Ḥasyiyah Syarqāwi ‘Alā Tuhfatit Tullab*, (Beirut: Darul Kutub Ilmiyyah, 1997)

Syirbini, Khotib. *Mugni Muhtaj*, (Lebanon: Bairut,).

Taimīyah, Ibnu .*Majmū' Fatāwā*, (Beirut: Darul Ma'rifah, 2004).

Ya'qub, Hamza. *Kode Etik Dagang Menurut Islam*, (Bandung: CV Diponegoro, 1992).

Zarqā', Muṣṭafā Ahmad, *al-Madkhal fi al-Fiqhi al-'Am* (Dâr al-Fikr, 1967).

Zed, Mestika .*Metode Penelitian Kepustakaan* (Jakarta:Yayasan Obor Indonesia,2004).

Zuhaily, Wahbah. *Al-Fiqh al-islāmī wa Adillatuh* (Damsyik: Dâr al-Fikr, 1989).

Zuhaili, Wahbah. *Al-Fiqhu As-Syafi'i Al-Muyassar*, Terj. Muhammad Afifi, Abdul Hafiz, “ *Fiqih Imam Syafi'i*”, Jakarta: Almahira, Cet. Ke-1, 2010.