AL-FIKRAH: Jurnal Kajian Islam
Vol. 3, No. 6 (2026)
p.1098-1103
doi: 10.36701/fikrah.v3i6.3365

Keabsahan Emoji Jempol Sebagai *Ṣīgah* Akad Jual Beli Online di Indonesia Berdasarkan Kaidah *al-ʻĀdah Muḥakkamah*

The Validity of the Thumbs-Up Emoji as the Ṣīghah of an Online Sale and Purchase Contract in Indonesia Based on the Maxim al-ʻĀdah Muḥakkamah

Nurma Yunita
Institut Agama Islam STIBA Makassar, Indonesia
Email: nurmayunita260603@gmail.com

Riska
Institut Agama Islam STIBA Makassar, Indonesia
Email: riska@stiba.ac.id.

Mirnawati
Institut Agama Islam STIBA Makassar, Indonesia
Email: Mirnaafaqiihah@gmail.com

Article Info
Received : 03 June 2026
Revised : 11 June 2026
Accepted : 03 August 2026
Published : 05 November 2026

Keywords: *Thumbs-Up Emoji; Ṣīghah al-ʿAqd; Online Sale and Purchase; al-ʻĀdah Muḥakkamah*

Kata kunci: Emoji Jempol, *Ṣīgah* Akad, Jual Beli Online, *al-ʻĀdah Muḥakkamah*

Copyright: 2026, Nurma Yunita, Riska, Mirnawati

Abstract

In online buying and selling, qabūl (acceptance) is no longer expressed solely through verbal statements but may also be conveyed through nonverbal communication, such as the use of the thumbs-up emoji. This phenomenon raises questions regarding the validity of the thumbs-up emoji as a ṣīghah (contractual expression) in online sales transactions. This study aims to analyze the use of the thumbs-up emoji as a ṣīghah in online buying and selling in Indonesia and to examine its validity based on the legal maxim al-'Ādah Muḥakkamah. This qualitative study employs library research using normative and conceptual approaches. The findings indicate that the thumbs-up emoji functions as a form of nonverbal communication and may serve as a ṣīghah of qabūl when used in a clear transactional context, preceded by ījāb (offer), and interpreted consistently by the contracting parties. Based on the legal maxim al-'Ādah Muḥakkamah, its use may be regarded as valid provided that it does not contradict Islamic law, has become an established custom in digital communication, is understood by the parties before the contract is concluded, and is not accompanied by statements that contradict its commonly accepted meaning. The findings provide practical guidance for online business actors and contribute to the development of contemporary Islamic jurisprudence on online sales contracts while helping minimize misunderstandings and ambiguity in commercial transactions.

Abstrak

Dalam konteks jual beli online, pernyataan kabul tidak lagi selalu dinyatakan melalui ungkapan verbal, tetapi juga dapat disampaikan melalui komunikasi nonverbal, seperti penggunaan emoji jempol.

Fenomena tersebut menimbulkan persoalan mengenai keabsahan penggunaan emoji jempol sebagai *ṣīgah* akad dalam transaksi jual beli online. Penelitian ini bertujuan menganalisis bentuk penggunaan emoji jempol sebagai ṣīgah akad dalam jual beli online di Indonesia serta mengkaji keabsahannya berdasarkan kaidah *al-'Ādah Muḥakkamah*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan normatif dan pendekatan konseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa emoji jempol dalam jual beli online di Indonesia digunakan sebagai bentuk komunikasi nonverbal dan dapat berfungsi sebagai *ṣīgah* kabul apabila digunakan dalam konteks transaksi yang jelas, didahului oleh ijab, serta dipahami secara sama oleh para pihak. Berdasarkan kaidah *al-'Ādah Muḥakkamah*, penggunaan emoji jempol dapat dipandang sah sebagai *ṣīgah* akad sepanjang tidak bertentangan dengan syariat, telah menjadi kebiasaan dalam komunikasi digital, dipahami oleh para pihak sebelum akad berlangsung, serta tidak disertai pernyataan yang bertentangan dengan makna yang lazim dipahami. Penelitian ini memberikan implikasi bagi pelaku bisnis online, khususnya di Indonesia, sebagai bahan pertimbangan untuk memastikan bahwa akad yang dilakukan sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan fikih kontemporer, khususnya dalam kajian *ṣīgah* akad jual beli online, serta membantu meminimalkan kesalahpahaman dan ketidakjelasan dalam transaksi jual beli.

This work is licensed under a Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

How to cite: **Nurma Yunita, Riska, Mirnawati**. "Keabsahan Emoji Jempol Sebagai Ṣīgah Akad Jual Beli Online di Indonesia Berdasarkan Kaidah al-'Ādah Muḥakkamah", AL-FIKRAH: Jurnal Kajian Islam, Vol. 3, No. 6 (2026): 1054-1075. doi: 10.36701/fikrah.v3i6.3365

PENDAHULUAN

Salah satu bentuk muamalah dalam Islam yang dibolehkan oleh syariat dan memiliki kedudukan yang penting dalam kehidupan ekonomi masyarakat adalah jual beli. Legitimasi kebolehan jual beli ditegaskan secara eksplisit dalam Al-Qur'an, sebagaimana dalam firman-Nya Q.S. Al-Baqarah/2: 275.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Terjemahnya:

Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba[1]

Menurut al-Qurṭubī dalam *Al-Jāmi' li Aḥkām Al-Qur'ān*, ayat ini menjelaskan bahwa lafaz *al-bay'* (jual beli) dalam ayat tersebut termasuk lafaz yang bersifat umum. Huruf *alif-lam* pada kata tersebut menunjukkan makna jenis atau seluruh bentuk jual beli secara umum, bukan merujuk kepada transaksi tertentu yang telah disebutkan sebelumnya. Sebagaimana lafaz umum yang terdapat dalam firman Allah Swt., dalam Q.S. Al-'Aṣr:

[1]Kementrian Agama R.I., *Al-Qur'an Hafalan Mudah Terjemahan dan Tajwid Warna* (Cordoba, 2019), h. 47

AL-FIKRAH: Jurnal Kajian Islam
Vol. 3, No. 6 (2026): 1098-1103
doi: 10.36701/fikrah.v3i6.3365

وَالْعَصْرِ ﴿١﴾ إِنَّ الْإِنسَانَ لَفِي خُسْرٍ ﴿٢﴾ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ... ﴿٣﴾

Artinya:

> Sesungguhnya manusia benar-benar berada dalam kerugian, kecuali, orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh.[2]

Keumuman makna jual beli dalam ayat ini tidak berlaku secara mutlak, melainkan dapat dikhususkan oleh dalil lain yang melarang bentuk-bentuk transaksi tertentu. Di antara bentuk transaksi yang dikecualikan dari keumuman tersebut adalah riba serta berbagai transaksi yang dilarang oleh syariat, seperti jual beli khamar, bangkai, dan beberapa bentuk jual beli yang mengandung unsur penipuan atau ketidakjelasan. Larangan terhadap transaksi-transaksi tersebut ditetapkan melalui sunnah Nabi saw. dan diperkuat oleh ijmak ulama.[3] Lafaz umum menunjukkan kebolehan seluruh bentuk jual beli secara garis besar selama tidak terdapat dalil yang mengkhususkannya. Sementara itu, lafaz mujmal tidak dapat dipahami rincian hukumnya sebelum adanya penjelasan yang menerangkannya. Oleh karena itu, pendapat yang menyatakan bahwa ayat tersebut termasuk lafaz umum dinilai lebih kuat.[4]

Berdasarkan hal tersebut, Islam menjamin perlindungan hak kepemilikan harta setiap individu serta menyediakan mekanisme yang sah bagi perpindahan kepemilikan hak antar individu melalui cara-cara yang ditetapkan oleh syariat seperti jual beli. Prinsip fundamental yang melandasi keabsahan akad jual beli adalah adanya kesepakatan dan kerelaan bersama (*al-Tarāḍī*) antara para pihak yang bertransaksi, yakni penjual dan pembeli. Prinsip ini menjadi ruh utama dalam muamalah, karena menegaskan bahwa suatu transaksi tidak dapat dinilai sah apabila dilakukan dengan unsur paksaan, penipuan, atau ketidakjelasan.[5]

Sejalan dengan prinsip tersebut, para ulama menetapkan bahwa keabsahan transaksi jual beli mensyaratkan terpenuhinya rukun dan syarat akad, termasuk adanya ijab dan kabul (*ṣīgah*) sebagai representasi formal dari persetujuan bersama para pihak. Selain itu, kejelasan subjek hukum (penjual dan pembeli), kejelasan objek yang diperjualbelikan, serta kejelasan akad yang melandasinya juga merupakan unsur penting dalam transaksi jual beli. Islam juga menganjurkan penerapan *khiyār* sebagai hak memilih bagi para pihak yang berakad guna mencegah terjadinya penyesalan dan potensi sengketa di kemudian hari. Oleh karena itu, sikap kehati-hatian dan ketelitian menjadi tuntutan etis sekaligus yuridis dalam praktik muamalah.[6]

Dalam perkembangannya, formulasi ijab dan kabul dalam akad jual beli tidak terbatas pada ungkapan verbal semata. Para ulama fikih telah mengakui bahwa kehendak dan persetujuan para pihak yang berakad dapat diekspresikan melalui berbagai bentuk,

---

[2]Kementrian Agama R.I., *Al-Qur'an Hafalan Mudah Terjemahan dan Tajwid Warna* (Cordoba, 2019), h. 601.

[3]Abū 'Abdillāh Muḥammad ibn Aḥmad ibn Abī Bakr ibn Faraḥ al-Anṣārī al-Khazrajī Syams al-Dīn al-Qurṭubī, *Al-Jāmi' li Aḥkām al-Qur'ān Tafsīr al-Qurṭubī*, Juz 3 Cet. II; (Kairo: Dār al-Kutub al-Miṣriyyah, 1384 H/ 1962 M), h. 356.

[4]Abū 'Abdillāh Muḥammad ibn Aḥmad ibn Abī Bakr ibn Faraḥ al-Anṣārī al-Khazrajī Syams al-Dīn al-Qurṭubī, *Al-Jāmi' li Aḥkām al-Qur'ān Tafsīr al-Qurṭubī*, h. 357.

[5]Namirah Nazwa Kinanty dan Salsabillah, "Jual Beli Menurut Islam," *JEBESH: Journal of Econimocs Business Ethic and Science Histories* 1, no. 1 (2023): h. 97.

[6]Jamaludin, "Kontrak Jual Beli dalam Islam," *MUAMALATUNA* 11, no. 2 (22 September 2020): h. 73.

seperti ucapan lisan, pernyataan tertulis, maupun isyarat, khususnya bagi pihak yang memiliki keterbatasan dalam berbicara atau menulis. Selain itu, kesepakatan tersebut juga dapat dimanifestasikan melalui perbuatan nyata sesuai kebiasaan (*'urf*) yang dipahami masyarakat sebagai tanda adanya kerelaan dan persetujuan timbal balik antara penjual dan pembeli, yang dalam khazanah fikih Islam dikenal dengan istilah *al-Mu'āṭāh*.[7]

Seiring dengan perkembangan peradaban dan kemajuan teknologi, bentuk serta mekanisme transaksi jual beli telah mengalami transformasi yang signifikan. Pada masa-masa awal, transaksi dilakukan dengan cara yang sangat sederhana, seperti melalui sistem barter. Namun, pada era kontemporer, praktik jual beli telah mengalami modernisasi yang pesat, sehingga transaksi dapat dilakukan secara online hanya dengan sentuhan ujung jari, tanpa memerlukan interaksi fisik secara langsung antara penjual dan pembeli, serta tidak terbatas oleh ruang dan waktu.[8] Dalam konteks jual beli online, perwujudan kehendak persetujuan atau penolakan para pihak yang berakad tidak lagi selalu dinyatakan melalui ungkapan verbal, melainkan sering disampaikan melalui media tertulis, simbol, atau bentuk komunikasi digital lainnya.[9] Komunikasi yang sebelumnya didominasi oleh penggunaan kata-kata dan kalimat, kini berkembang dengan memanfaatkan berbagai bentuk komunikasi visual, seperti stiker dan emoji, sebagai sarana untuk menyampaikan makna, emosi, maupun respons dalam interaksi digital.[10]

Di sisi lain, penggunaan emoji telah menjadi bagian integral dari budaya komunikasi digital dalam masyarakat Indonesia dan dapat dikategorikan sebagai bentuk kebiasaan (*'urf*). Akan tetapi pada beberapa budaya, termasuk Australia, Yunani, dan Timur Tengah, gerakan mengacungkan jempol dapat dianggap tidak senonoh, setara dengan "Angkat jempolmu!" Di banyak budaya Barat, emoji jempol digunakan secara luas dalam pesan teks, kiriman media sosial, dan bentuk komunikasi digital lainnya. Emoji jempol sendiri dapat menunjukkan "OK" atau "Oke."[11]

Perkembangan ini menimbulkan pertanyaan hukum mengenai sejauh mana kebiasaan penggunaan simbol-simbol visual tersebut dapat diakui sebagai standar hukum dalam menentukan keabsahan *ṣīgah* akad. Oleh karena itu, diperlukan analisis berdasarkan kaidah fikih *al-'Ādah muḥakkamah* untuk menilai apakah (*'urf*) digital berupa penggunaan emoji jempol di Indonesia dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan

[7]Farhan Arangga dan Muhammad Aulia Firmansyah, "Akad Dan Hukum Jual Beli Online Pada Transaksi Digital Dalam Perspektif Islam," *Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 2, no. 4 (2023): h. 1033.

[8]Wahyu Furgani Fauzi, "Kontrak Jual Beli Melalui Iternet (E-Commerce) dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam" *Tesis*, (Makassar: PPs Universitas Hasanuddin, 2023): h. 40.

[9]Muhammad Iqbal Sanjaya, "Kerelaan dalam Transaksi Jual Beli Menurut Teks Ayat dam Hadis Ahkam Jual Beli (Telaah Yuridis dan Sosiologi)," *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah* 1, no. 2 (17 Oktober 2022): h. 594.

[10]Faza Sazkiyah dan Antok Risldi, "Analisis Bahasa Stiker, Emotikon dan Emoji dalam Komunikasi Virtual Mahasiswa: Kajian Siber Paragmatik," *Arbitrer: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 7, no. 2 (2025): h. 185.

[11]Muhammad Ryan Ikbal, "'Analisis Pengaruh Penggunaan Emoji Jempol pada Aplikasi WhatsApp Terhadap Kualitas Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unimuda Sorong" *Skripsi* (Fak. Hukum Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, (2025), h. 28.

Vol. 3, No. 6 (2026): 1098-1103
doi: 10.36701/fikrah.v3i6.3365

hukum dalam transaksi jual beli digital.[12] Penelitian ini difokuskan pada Indonesia karena penggunaan dan pemaknaan emoji jempol dipengaruhi oleh kebiasaan masyarakat yang berbeda pada setiap negara. Mengingat kaidah *al-'Ādah Muḥakkamah* menjadikan *'urf* sebagai salah satu dasar pertimbangan hukum, pembatasan wilayah penelitian diperlukan agar analisis dilakukan sesuai dengan kebiasaan masyarakat Indonesia.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Keabsahan Emoji Jempol sebagai *Ṣīgah* Akad Jual Beli Digital di Indonesia Berdasarkan Kaidah *al-'Ādah Muḥakkamah*." Penelitian ini berupaya menganalisis secara mendalam tentang penggunaan emoji jempol sebagai *ṣīgah* akad dalam transaksi jual beli digital, sehingga pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah pertama, bagaimana bentuk penggunaan emoji jempol dalam jual beli online di Indonesia ?. Kedua, bagaimana keabsahan emoji jempol sebagai *ṣīgah* akad dalam jual beli online di Indonesia berdasarkan kaidah *al-'Ādah muḥakkamah?.* Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan emoji jempol dalam jual beli online di Indonesia dan untuk menganalisis keabsahan emoji jempol sebagai *ṣīgah* akad dalam jual beli online di Indonesia berdasarkan kaidah *al-'Ādah muḥakkamah.* Adapun alasan dari pembatasan penelitian

Penelitian ini merupakan studi kualitatif yang menggunakan metode penelitian kepustakaan *(library research)* yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data melalui kajian buku-buku dan tulisan-tulisan lainnya yang bersumber dari majalah, artikel ilmiah, serta sumber hukum primer, sekunder, dan juga literatur lain yang relevan dengan permasalahan yang dikaji. Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan normatif dan pendekatan konseptual. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui pengumpulan referensi yang relevan dan terpercaya, yang kemudian dianalisis secara kualitatif untuk memperoleh kesimpulan yang sesuai dengan fokus kajian.[13]

Pembahasan mengenai legitimasi transaksi tanpa lafaz akad berbasis adat kebiasaan telah menjadi perhatian sejumlah penelitian sebelumnya. Asri Nuraeni dan Udin Juhrodin, dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis *'Urf* Tentang Jual Beli Tanpa Lafaz Akad di Kp. Datar Jambe Kec. Naringgul Kab. Cianjur".[14]Menyimpulkan bahwa transaksi yang dilakukan secara tatap muka namun tidak melafazkan akad ijab dan kabul di Kp. Datar Jambe Kec. Naringgul Kab. Cianjur boleh berdasarkan *'urf* atau kebiasaan masyarakat pada saat ini. Adapun dari sudut pandang hukum nasional, pengakuan terhadap simbol visual dalam platform digital dipertegas dalam jurnal yang ditulis oleh Eva Rona Sihombing, Tasya Safiranita Ramli, dan Sherly Ayuna Putri, yang berjudul " "Emoji *Thumbs Up* Sebagai Bentuk Persetujuan Terhadap Kontrak Berdasarkan Hukum Positif di Indonesia''.[15] Penelitian tersebut menunjukkan bahwa Indonesia belum mengatur mengenai kedudukan emoji *thumbs up*. Namun, berdasarkan regulasi lainnya yang

[12]Kasman Bakry, dkk., "Aktualisasi Kaidah Fikih al-Muslimūna 'alā Syurūṭihim dalam Transaksi Jual Beli," *AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah dan Ekonomi Islam* 1, no. 1 (12 November 2021): h. 49.

[13]R. Zulki Zulkifli Noor, *Metodologi penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (CV BUDI UTAMA, 2015), h. 104.

[14]Asri Nuraeni dan Udin Juhrodin, "Analisis 'Urf Tentang Jual Beli Tanpa Lafadz Akad di Kp. Datar Jambe Kec. Naringgul Kab. Cianjur," *Jurusan Syari'ah dan Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah* 2, no. 2 (2021).

[15]Eva Rona Sihombing, dkk., "Emoji Thumbs Up Sebagai Bentuk Persetujuan Terhadap Kontrak Berdasarkan Hukum Positif di Indonesia,"

berkaitan dengan sistem elektronik, kedudukan emoji *thumbs up* sendiri belum bisa disamakan dengan bentuk-bentuk persetujuan elektronik lainnya.

Dalam konteks jual beli digital Azis Los'en dalam penelitiannya yang berjudul "Hukum Jual Beli Melalui Media Sosial Menurut Fiqih Muamalah".[16] hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transaksi jual beli secara daring melalui platform media sosial pada dasarnya diperbolehkan (mubah) dalam fiqih muamalah, salama memenuhi rukun dan syarat sah jual beli sebagaimana ditetapkan dalam hukum Islam. Sementara itu, seiring dengan pergeseran transaksi keruang siber, penerapan kaidah hukum Islam pada aktivitas internet mulai diuji, sebagaimana dipaparkan oleh Rachmad Risqy dan Farhan Rajal Tuha Rea dalam jurnal yang berjudul ''Kaidah *al-'Ādah muḥakkamah*: Implementasi *'Urf* Pada Aktivitas Transaksi Secara Online''.[17] Penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam perspektif hukum perdata Indonesia, transaksi ini diperbolehkan dan dinggap sah selama sistem dan prosedurnya jelas sehingga tidak menyeleweng dari syariat. Sementara itu, Muhammad Abdul Hakim Bin Mohd Muhsinul Nidzam, dalam skripsinya yang berjudul "Lafaz Jual Beli dalam Al-Qur'an Menurut Tafsir *Al-Qur'ān al-'Aẓīm* dan *fī Ẓilāl Al-Qur'ān*".[18] Temuan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lafaz jual beli dalam Al-Qur'an memiliki makna yang beragam. Dari lafaz-lafaz yang disebutkan di dalam Al-Quran terdapat beberapa macam lafaz yang berkaitan dengan lafaz jual beli, seperti lafaz *al-bay'*, *isytarā*, dan *tijārah*. Tafsir *Al-Qur'ān al- Aẓīm* menekankan aspek hukum syariah dalam jual beli, seperti kejelasan akad dan larangan riba, sedangkan Tafsir *fī Ẓilāl Al-Qur'ān* fokus terhadap dimensi sosial dan spiritualnya sebagai sarana keadilan dan pembersih jiwa dari keserakahan.

Jika penelitian sebelumnya hanya membahas mengenai hukum transaksi digital, penggunaan emoji dalam komunikasi digital, atau akad jual beli tanpa lafaz, dan juga persetujuan kontrak menggunakan emoji jempol menurut hukum positif di Indonesia maka penelitian ini secara khusus menganalisis keabsahan emoji jempol sebagai representasi *ṣīgah* akad jual beli online di Indoneisa berdasarkan kaidah *al-'Ādah muḥakkamah*. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan perspektif baru mengenai legitimasi hukum bentuk komunikasi digital nonverbal dalam pembentukan akad pada era teknologi informasi.

PEMBAHASAN

A. *Ṣīgah Akad dalam Jual Beli Online*

1. Pengertian *Ṣīgah*

Ṣīgah akad terdiri atas ijab dan kabul. Ijab merupakan pernyataan awal yang disampaikan oleh salah satu pihak yang bermaksud mengadakan akad, sedangkan kabul adalah pernyataan dari pihak kedua sebagai bentuk penerimaan terhadap penawaran

[16]Azis Los'en, "Hukum Jual Beli Melalui Media Sosial Menurut Fikih Muamalah," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan,* 11, no. 8 (Agustus 2025).

[17]Rachmad Risqy dan Farhan Rajal Tuha Rea, "Kaidah *Al-Adah Al-Muhakkamah* : Implementasi *'Urf* pada Aktivitas Transaksi secara Online," *Skripsi* (Depok, Jawa Barat Fak: Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI, 9 Desember 2021).

[18]Muhammad Abdul Hakim Bin Mohd Muhsinul Nidzam, "Lafaz Jual Beli dalam Al-Qur'an Menurut Tafsir *Al-Qur'ān al- Aẓīm* dan *fī Ẓilāl Al-Qur'ān*" (Banda Aceh: Fak. Ushuluddin dan Filsafat UIN AR-RANIRY, 2025).

Vol. 3, No. 6 (2026): 1098-1103
doi: 10.36701/fikrah.v3i6.3365

tersebut.[19] *Ṣīgah* menurut Kamus al-Munawwir Arab-Indonesia berarti bentuk atau susunan ungkapan yang digunakan untuk menyampaikan suatu makna.[20] Pada dasarnya, ijab dan kabul merupakan bentuk pertukaran kehendak antara dua pihak yang menunjukkan adanya kesepakatan dalam suatu transaksi. *Ṣīgah* dapat diwujudkan melalui pernyataan lisan, tulisan, isyarat, maupun perbuatan yang secara jelas menunjukkan adanya kerelaan dan kesepakatan.[21] Adapun *al-'Aqd* adalah keterkaitan atau pertemuan ijab dan kabul yang menimbulkan akibat hukum. Ijab adalah penawaran yang diajukan oleh salah satu pihak, dan kabul adalah jawaban persetujuan yang diberikan mitra akad sebagai tanggapan terhadap penawaran pihak pertama.[22]

Akad dalam transaksi elektronik memiliki karakteristik yang berbeda dengan akad yang dilakukan secara tatap muka. Dalam praktiknya, transaksi elektronik umumnya menggunakan media tertulis, seperti email, SMS, dan sarana komunikasi digital lainnya, atau dilakukan secara lisan melalui telepon maupun media audiovisual seperti telekonferensi. Jual beli yang dilakukan melalui media elektronik merupakan bentuk transaksi yang memanfaatkan perkembangan teknologi modern keabsahan transaksi tersebut ditentukan oleh terpenuhi atau tidaknya rukun dan syarat jual beli yang telah ditetapkan dalam syariat. Apabila seluruh rukun dan syarat tersebut terpenuhi maka transaksi elektronik tersebut dinilai sah dan memiliki kekuatan hukum yang mengikat para pihak yang berakad.[23]

Ketentuan hukum mengenai transaksi yang dilakukan melalui sarana teknologi modern, seperti telepon, telepon genggam, tablet maupun berbagai media internet lainnya, telah menjadi pembahasan dalam Muktamar Fikih Islam ke-VI yang diselenggarakan di Jeddah, Arab Saudi, pada 14-20 Maret 1990. Pembahasan tersebut tetap berlandaskan pada rukun dan syarat transaksi yang telah dirumuskan oleh para fukaha. Dalam muktamar tersebut ditetapkan beberapa keputusan terkait pelaksanaan transaksi melalui media teknologi modern sebagai berikut:[24] 1. Apabila suatu transaksi dilakukan oleh dua pihak yang tidak berada dalam satu tempat, tidak saling bertatap muka, serta tidak dapat melihat dan mendengar secara langsung, melainkan menggunakan media perantara seperti surat, faksmili, atau internet, maka transaksi tersebut dianggap sah dan mempunyai kekuatan hukum yang mengikat, selama kedua belah pihak memahami serta menyetujui maksud transaksi yang dilakukan. 2. Apabila transaksi dilaksanakan oleh dua pihak yang berjauhan dengan menggunakan sarana telepon atau teknologi komunikasi modern lainnya, maka kedudukan hukum transaksi tersebut disamakan dengan transaksi yang dilakukan secara langsung (*face to face*). 3. Apabila salah satu pihak melakukan wanprestasi terhadap transaksi yang telah disepakati

[19]Akhmad Farroh Hasan dan M Si, "Fiqh Muamalah dari Klasik hingga Kontemporer, t.t., t.th.," h. 22-23.

[20]Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah Republik Indonesia, "Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring, edisi V, https://kbbi.kemdikbud.go.id (25 Mei 2026).

[21]Taufiqur Rahman, *Buku Ajar Fikih Muamalah Kontemporer*, Cet. I (Lamongan Jawa Timur: AP Academia, 2021), h. 23.

[22]Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah,* (PT. Raja Grafindo Persada, 2010), h. 58.

[23]Daharmi Astuti, "Persepsi Masyarakat Terhadap Akad Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Syariah," *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 1, no. 1 (30 Juni 2018): h. 20.

[24]Daharmi Astuti, "Persepsi Masyarakat Terhadap Akad Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Syariah," *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, h. 21-22.

melalui media teknologi modern dengan ketentuan waktu tertentu, maka pihak tersebut tidak berhak membatalkan atau menarik kembali transaksi yang telah berlangsung. 4. Transaksi melalui teknologi modern tidak dapat diterapkan pada akad nikah karena adanya persyaratan kehadiran saksi. Selain itu, ketentuan tersebut juga tidak berlaku pada akad tukar-menukar yang mensyaratkan serah terima secara langsung serta pada jual beli inden yang mensyaratkan adanya pembayaran uang muka (*down payment*). 5. Apabila dalam pelaksanaan transaksi terjadi pemalsuan, penyangkalan, atau kekeliruan, maka penyelesaiannya mengikuti ketentuan hukum yang berlaku pada transaksi yang dilakukan secara langsung. Dalam transaksi elektronik, terdapat mekanisme pengawasan yang bertujuan untuk menjamin terpenuhinya hak dan kewajiban para pihak yang bertransaksi. Mekanisme ini dikenal dengan istilah *process control* yang merupakan bagian dari rangkaian proses transaksi elektronik.

2. Kedudukan *Ṣīgah* Akad dalam Jual Beli

Dalam suatu transaksi jual beli, harus terpenuhi rukun (unsur pokok) dan syarat-syaratnya.[25] Keduanya merupakan ketentuan mendasar dalam setiap perbuatan hukum.[26] Dan pendapat yang disepakati oleh jumhur ulama adalah bahwa rukun jual beli terdiri dari: *al-Bā'iʿ* (penjual), *al-Musytarī* (pembeli), *al-Mabīʿ* (barang yang dijual), *al-Ṡaman* (harga), dan *ṣīgah* (ijab dan kabul).[27] Adapun metode yang digunakan dalam pelaksanaan akad meliputi:[2829]

Pertama, melalui lafaz atau ucapan, yaitu cara yang paling umum dan mendasar untuk menyatakan kehendak para pihak yang berakad. Penyampaian akad melalui lafaz dapat menggunakan berbagai ungkapan yang menunjukkan adanya kerelaan dan kesepakatan kedua belah pihak, selama sesuai dengan kebiasaan yang berlaku di masyarakat. Hal ini dikarenakan adanya keridaan para pihak yang bertransaksi sebagai unsur pokok dalam akad.

Kedua, melalui perbuatan, yaitu akad yang dilakukan dengan tindakan nyata yang mencerminkan adanya kesepakatan antara para pihak tanpa disertai pengucapan ijab kabul secara verbal. Dalam bentuk ini, kerelaan para pihak dipahami melalui tindakan yang mereka lakukan dalam proses transaksi.

Ketiga, Melalui isyarat, yaitu penyampaian kehendak akad dengan menggunakan tanda atau gerakan yang dapat dipahami oleh pihak lain. Bentuk ini dapat dilakukan baik oleh orang yang mampu berbicara maupun orang yang memiliki keterbatasan dalam berbicara, selama isyarat tersebut dapat menunjukkan maksud akad secara jelas.

Keempat, Melalui tulisan, yaitu akad yang dilaksanakan dengan media tulisan sebagai sarana penyampaian kehendak para pihak. Akad melalui tulisan dapat dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak dapat berbicara, berada dalam satu majelis maupun berjauhan, serta menggunakan bahasa apapun yang dipahami oleh kedua belah pihak.

[25]Fredy Gandi Midhia, "Jual Beli dengan Konsep All You Can Eat dalam Perspektif Fikih Muamalah," *Mu'amalah : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 1, no. 2 (15 Juni 2022): h. 43.

[26]Ahmad Nilnal Muna Chifdlil ula, dkk., *Buku Ajar Fikih Muamalah*, Cet.I; (Pekalongan, Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management, 2023), h. 31.

[27]ʿAbd al-Nāṣir bin Khaḍr Mīlād, *al-Buyūʿ al-Muḥarramah wa al-Manhiyy ʿAnhā*, Cet. I; (Miṣr – al-Manṣūrah: Dār al-Hudā al-Nabawī, 1426), h. 16.

[28]Wahbah al-Zuhailī, *al-Fikih al-Islāmī wa Adillatuhu* (Damaskus: Dār al-Fikr, 1985), h. 3330.

[29]Sri Sudiarti, *Fikih Muamalah Kontemporer*, Cet. I; (FEBI UIN-SU PRESS, 2018), h. 58.

Keabsahan akad melalui tulisan mensyaratkan bahwa tulisan tersebut jelas, mudah dipahami, dan disusun dalam bentuk yang lazim digunakan dalam masyarakat, termasuk mencantumkan identitas pihak yang berkepentingan dan tanda tangan sebagai bentuk pengesahan.

Selain itu transaksi jual beli dapat dikatakan sah jika memenuhi syarat-syarat di antaranya, berkaitan dengan kedua pihak yang berakad, dan sebagian lainnya berkaitan dengan objek akad

Disyaratkan pada kedua pihak yang berakad:[30]

a. Adanya Kerelaan di antara keduanya. Jual beli tidak sah apabila salah satu dari keduanya dipaksa tanpa hak, berdasarkan firman Allah *Ta'ālā:* Q.S. al- Nisā/4: 29.

إِلَّا أَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

Terjemahnya:

Kecuali jika berupa perdagangan yang dilakukan atas dasar suka sama suka di antara kalian.[31]

Dan Nabi Muhammad saw. bersabda:

عَنْ دَاوُوْدَ بْنِ صَالِحُ المَدَنِيّ، عَنْ أَبِيْهِ، قَالَ: سَمِعْتُ أَبَا سَعِيْد الخُدْرِيْ يَقُوْلُ: قَالَ رَسُوْلُ اللهِ ﷺ : «إِنَّمَا البَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ» (رَوَاهُ ابن ماجة)[32]

Artinya:

Dari Dāwūd ibn Ṣāliḥ al-Madanī, dari ayahnya, yang berkata: "Saya mendengar Abū Sa'īd al-Khudrī berkata: Rasulullah saw. Bersabda: "Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan atas dasar kerelaan (persetujuan)." (H.R. ibn Mājah).

b. Disyaratkan pada masing-masing dari dua pihak yang berakad bahwa ia adalah orang yang bebas, *mukallaf,* dan cakap; maka tidak sah jual beli yang dilakukan oleh anak kecil, orang safih, orang gila, dan budak tanpa izin tuannya.

c. Disyaratkan pada masing-masing dari dua pihak yang berakad merupakan pemilik barang yang diakadkan atau menempati kedudukan pemiliknya, berdasarkan sabda Nabi saw.

عَنْ حَكِيْمِ بْنِ حِزَامٍ، قَالَ: قُلْتُ: يَا رَسُوْلَ الله! الرَّجُلُ يَسْأَلُنِيْ البَيْعَ وَلَيْسَ عِنْدِيْ، أَفَأَبِيْعُهُ؟ فَقَالَ:«لَا تَبِعْ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ» (رواه ابن ماجة)[33]

Artinya:

Dari Ḥakīm bin Ḥizām, berkata: Aku berkata, 'Wahai Rasulullah! Seseorang datang kepadaku meminta suatu barang untuk dibeli, sementara barang itu

[30]Al-Shaykh Ṣāliḥ bin Fawzān bin 'Abdullāh Al-Fawzān, *al-Mulakhkhaṣ al-Fiqhiyyah,* Cet. IV; Juz 2 (Dār al-jawzih, 1433).

[31]Kementrian Agama R.I., *Al-Qur'an Hafalan Mudah Terjemahan dan Tajwid Warna*, h. 83.

[32]Al-Imām al-Ḥāfiẓ Abī 'Abdillāh Muḥammad bin Yazīd bin Mājah al-Qazwīnī, *Sunan ibn Mājah*, Cet. I; (Beirut: Dār al-Risālah al-'Ālamiyyah 1430), h. 305.

[33]Al-Imām al-Ḥāfiẓ Abī 'Abdillāh Muḥammad bin Yazīd bin Mājah al-Qazwīnī, *Sunan ibn Mājah*, h. 308.

belum ada padaku. Apakah boleh aku menjualnya kepadanya?'" Beliau berkata: "Janganlah engkau menjual sesuatu yang tidak ada padamu." (H.R. ibn Mājah)

Dan disyaratkan pula beberapa hal pada barang yang diakadkan dalam jual beli:[34]

a. Barang yang diperjualbelikan harus termasuk sesuatu yang secara mutlak boleh dimanfaatkan menurut syariat. Oleh karena itu, tidak sah menjual barang yang haram dimanfaatkan, seperti khamar, babi, alat-alat hiburan yang melalaikan dan bangkai.

قَالَ عَطَاءُ بنُ أَبِيْ رَبَاح: سَمِعْتُ جَابِرَ بنَ عَبْدِ اللهِ يَقُوْلُ: قَالَ رَسُوْلُ اللهِ ﷺ، عَامَ الفَتْحِ وَهُوَ بِمَكَّةَ: إِنَّ اللهَ وَرَسُوْلَهُ حَرَّمَ بَيْعَ الخَمْرِ وَالمَيْتَةَ وَالخِنْزِيْرِ وَالأَصْنَامِ (رواه ابن ماجة)[35]

Artinya:

'Aṭā' bin Abī Rabāḥ berkata: Aku mendengar Jābir bin 'Abdillāh berkata: Rasulullah Saw. bersabda pada tahun penaklukan Makkah (Fatḥ Makkah), ketika beliau berada di Makkah: "Sesungguhnya Allah dan Rasul-Nya telah mengharamkan jual beli khamar, bangkai, babi, dan berhala-berhala." (H.R. ibn Mājah).

b. Disyaratkan harga dan alat pembayaran pada barang yang diakadkan dalam jual beli serta objek tersebut mampu untuk diserahkan, karena sesuatu yang tidak mampu diserahkan menyerupai barang yang tidak ada, maka tidak sah menjualnya. Maka tidak sah menjual budak yang melarikan diri, unta yang lepas, burung di udara, dan tidak sah menjual barang rampasan dari selain perampasnya atau dari selain orang yang mampu mengambilnya dari perampas.
c. Disyaratkan pada harga dan alat pembayaran bahwa masing-masing diketahui oleh kedua pihak yang berakad; karena sesungguhnya ketidaktahuan itu termasuk (garar), sedangkan garar itu terlarang. Oleh karena itu, tidak sah membeli sesuatu yang belum dilihat, atau melihatnya namun tidak diketahui, tidak sah menjual janin yang masih di dalam perut, susu yang masih di dalam ambing dalam waktu tertentu, dan tidak sah jual beli *mulāmasah*; yaitu seseorang berkata: pakaian mana saja yang engkau sentuh maka ia menjadi milikmu dengan harga sekian, dan tidak sah jual beli *munābażah*; yaitu seseorang berkata: pakaian mana saja yang engkau lemparkan kepadaku maka ia menjadi milikmu dengan harga sekian; berdasarkan hadis yang diriwayatkan oleh Abū Hurairah ra.

[34]Al-Shaykh Ṣāliḥ bin Fawzān bin 'Abdullāh Al-Fawzān, *al-Mulakhkhaṣ al- al-Fiqhiyyah*, h. 9-10.

[35]Al-Imām al-Ḥāfiẓ Abī 'Abdillāh Muḥammad bin Yazīd bin Mājah al-Qazwīnī, *Sunan ibn Mājah*, h. 294-295.

AL-FIKRAH: Jurnal Kajian Islam
Vol. 3, No. 6 (2026): 1098-1103
doi: 10.36701/fikrah.v3i6.3365

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ:«نَهَى رَسُولُ ﷺ عَنْ بَيْعِ الملَامَسَةِ وَالمنَابَذَةِ» متفق عليه وَبَيْعُ الحَصَاةِ: أَنْ يَقُوْلَ: «ارْمِ هَذِهِ الحَصَاةَ، فَأَيُّ ثَوْبٍ وَقَعَتْ عَلَيْهِ فَهُوَ لَكَ بِكَذَا» (رواه ابن ماجه)[36]

Artinya:

> Dari Abū Hurairah raḍiyallāhu 'anhu, ia berkata: "Rasulullah saw. melarang jual beli mulāmasah dan munābadzah." *(Muttafaq 'alaih, diriwayatkan oleh al-Bukhari dan Muslim).* Jual beli dengan cara melempar kerikil (*bai' al-Ḥaṣāh*). Seseorang berkata: "Lemparkanlah kerikil ini! Kain mana saja yang terkena lemparan kerikil tersebut, maka kain itu menjadi milikmu dengan harga sekian." (Diriwayatkan dari ibn Mājah).

Adapun syarat sah jual beli terbagi menjadi dua kategori, yaitu syarat umum dan syarat khusus.[37]

a. Syarat umum, merupakan ketentuan yang wajib dipenuhi dalam setiap akad jual beli agar transaksi tersebut dinyatakan sah menurut hukum Islam. Oleh karena itu, akad jual beli harus terhindar dari enam bentuk cacat yang dapat memengaruhi keabsahannya, yaitu:

1. *Al-Jahālah* (ketidakjelasan) yaitu adanya unsur ketidakjelasan dalam akad, baik yang berkaitan dengan objek jual beli, harga, waktu pembayaran, maupun sarana yang memperkuat akad. Ketidakjelasan pada objek jual beli dapat berupa tidak jelasnya berupa jenis, sifat, atau jumlah barang yang diperjualbelikan. Selain itu, ketidakjelasan juga dapat terjadi pada harga, jangka waktu pembayaran yang ditangguhkan, maupun syarat tambahan seperti penjamin atau barang gadai yang dijadikan sebagai penguat akad.
2. *Al-Ikrāh* (paksaan), yaitu akad yang dilakukan di bawah tekanan atau paksaan, baik yang bersifat berat (*ikrah tām*) maupun paksaan yang lebih ringan (*ikrah nāqiṣ*). Keberadaan unsur paksaan dapat menghilangkan kerelaan para pihak yang menjadi dasar sahnya akad.
3. *Al-Tawqīt* (pembatasan waktu), yaitu akad jual beli yang dikaitkan dengan batas waktu tertentu. Misalnya, seseorang mengatakan, "Saya menjual pakaian ini kepada Anda selama satu bulan atau setahun." Pembatasan semacam ini menyebabkan akad jual beli menjadi tidak sah karena hak kepemilikan dalam jual beli pada dasarnya bersifat tetap dan tidak dibatasi oleh waktu.
4. Garar (ketidakpastian), yaitu adanya unsur ketidakjelasan atau spekulasi yang dapat menimbulkan perselisihan di kemudian hari. Contohnya adalah menjual seekor sapi dengan syarat menghasilkan jumlah susu tertentu, karena hasil yang disyaratkan tersebut belum dapat dipastikan keberadaannya.
5. Darar (kerugian atau kemudaratan), yaitu adanya unsur yang dapat menimbulkan kerugian atau dampak merugikan salah satu pihak dalam transaksi. Syariat Islam melarang

[36]Al-Imām al-Ḥāfiẓ Abī 'Abdillāh Muḥammad bin Yazīd bin Mājah al-Qazwīnī, *Sunan ibn Mājah*, h. 313.

[37]Wahbah al-Zuhailī, *al-Fikih al-Islāmī wa Adillatuhu,* Juz 5 (Damaskus: Dār al-Fikr, 1985), h. 3345-3349.

akad yang mengandung unsur kemudaratan karena bertentangan dengan prinsip keadilan dan kemaslahatan.

6. *Al-Syarṭ al-Mufsid* (syarat yang merusak akad), yaitu syarat yang dicantumkan dalam akad tetapi tidak memiliki dasar syariat serta tidak dikenal sebagai kebiasaan yang berlaku dalam transaksi. Keberadaan syarat semacam ini dapat memengaruhi keabsahan akad dan menyebabkan akad menjadi fasid menurut sebagian ulama.

b. Syarat khusus, merupakan ketentuan yang hanya berlaku pada jenis-jenis jual beli tertentu sesuai dengan karakteristik akad yang dilakukan. Syarat ini tidak berlaku secara umum pada seluruh transaksi jual beli, melainkan hanya pada akad tertentu yang memerlukan ketentuan tambahan. Beberapa syarat tersebut antara lain berkaitan dengan kemampuan objek transaksi untuk diserahterimakan, keharusan mengetahui harga pokok dalam jenis jual beli tertentu, kewajiban melakukan serah terima kedua barang sebelum para pihak berpisah dalam akad *ṣarf* (pertukaran mata uang), terpenuhinya seluruh ketentuan yang disyaratkan dalam akad salam, serta adanya kesamaan ukuran atau kadar pada barang-barang ribawi yang dipertukarkan. Selain itu piutang atau barang yang belum diterima secara sempurna tidak boleh diperjualbelikan kepada pihak lain sebelum berada dalam penguasaan pihak yang berhak menerimanya.

Ṣīgah akad terdiri atas ijab dan kabul. Ijab merupakan pernyataan awal yang disampaikan oleh salah satu pihak yang bermaksud mengadakan akad, sedangkan kabul adalah pernyataan dari pihak kedua sebagai bentuk penerimaan terhadap penawaran tersebut.[38] *Ṣīgah* menurut Kamus al-Munawwir Arab-Indonesia berarti bentuk atau susunan ungkapan yang digunakan untuk menyampaikan suatu makna.[39] Pada dasarnya, ijab dan kabul merupakan bentuk pertukaran kehendak antara dua pihak yang menunjukkan adanya kesepakatan dalam suatu transaksi. *Ṣīgah* dapat diwujudkan melalui pernyataan lisan, tulisan, isyarat, maupun perbuatan yang secara jelas menunjukkan adanya kerelaan dan kesepakatan.[40] Adapun *al-ʻAqd* adalah keterkaitan atau pertemuan ijab dan kabul yang menimbulkan akibat hukum. Ijab adalah penawaran yang diajukan oleh salah satu pihak, dan kabul adalah jawaban persetujuan yang diberikan mitra akad sebagai tanggapan terhadap penawaran pihak pertama.[41]

Akad dalam transaksi elektronik memiliki karakteristik yang berbeda dengan akad yang dilakukan secara tatap muka. Dalam praktiknya, transaksi elektronik umumnya menggunakan media tertulis, seperti email, SMS, dan sarana komunikasi digital lainnya, atau dilakukan secara lisan melalui telepon maupun media audiovisual seperti telekonferensi. Jual beli yang dilakukan melalui media elektronik merupakan bentuk transaksi yang memanfaatkan perkembangan teknologi modern keabsahan transaksi tersebut ditentukan oleh terpenuhi atau tidaknya rukun dan syarat jual beli yang telah ditetapkan dalam syariat. Apabila seluruh rukun dan syarat tersebut terpenuhi maka transaksi elektronik tersebut dinilai sah dan memiliki kekuatan hukum yang mengikat

[38]Akhmad Farroh Hasan dan M Si, "Fiqh Muamalah dari Klasik hing ga Kontemporer, t.t., t.th.," h. 22-23.

[39]Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah Republik Indonesia, "Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring, edisi V, https://kbbi.kemdikbud.go.id (25 Mei 2026).

[40]Taufiqur Rahman, *Buku Ajar Fikih Muamalah Kontemporer*, Cet. I (Lamongan Jawa Timur: AP Academia, 2021), h. 23.

[41]Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah,* h. 58.

para pihak yang berakad.[42] Ketentuan hukum mengenai transaksi yang dilakukan melalui sarana teknologi modern, seperti telepon, telepon genggam, tablet maupun berbagai media internet lainnya, telah menjadi pembahasan dalam Muktamar Fikih Islam ke-VI yang diselenggarakan di Jeddah, Arab Saudi, pada 14-20 Maret 1990. Pembahasan tersebut tetap berlandaskan pada rukun dan syarat transaksi yang telah dirumuskan oleh para fukaha. Dalam muktamar tersebut ditetapkan beberapa keputusan terkait pelaksanaan transaksi melalui media teknologi modern sebagai berikut:[43] 1. Apabila suatu transaksi dilakukan oleh dua pihak yang tidak berada dalam satu tempat, tidak saling bertatap muka, serta tidak dapat melihat dan mendengar secara langsung, melainkan menggunakan media perantara seperti surat, faksmili, atau internet, maka transaksi tersebut dianggap sah dan mempunyai kekuatan hukum yang mengikat, selama kedua belah pihak memahami serta menyetujui maksud transaksi yang dilakukan. 2. Apabila transaksi dilaksanakan oleh dua pihak yang berjauhan dengan menggunakan sarana telepon atau teknologi komunikasi modern lainnya, maka kedudukan hukum transaksi tersebut disamakan dengan transaksi yang dilakukan secara langsung (*face to face*). 3. Apabila salah satu pihak melakukan wanprestasi terhadap transaksi yang telah disepakati melalui media teknologi modern dengan ketentuan waktu tertentu, maka pihak tersebut tidak berhak membatalkan atau menarik kembali transaksi yang telah berlangsung. 4. Transaksi melalui teknologi modern tidak dapat diterapkan pada akad nikah karena adanya persyaratan kehadiran saksi. Selain itu, ketentuan tersebut juga tidak berlaku pada akad tukar-menukar yang mensyaratkan serah terima secara langsung serta pada jual beli inden yang mensyaratkan adanya pembayaran uang muka (*down payment*). 5. Apabila dalam pelaksanaan transaksi terjadi pemalsuan, penyangkalan, atau kekeliruan, maka penyelesaiannya mengikuti ketentuan hukum yang berlaku pada transaksi yang dilakukan secara langsung. Dalam transaksi elektronik, terdapat mekanisme pengawasan yang bertujuan untuk menjamin terpenuhinya hak dan kewajiban para pihak yang bertransaksi. Mekanisme ini dikenal dengan istilah *process control* yang merupakan bagian dari rangkaian proses transaksi elektronik.

3. Syarat *Ṣīgah*

Berdasarkan pendapat ulama fikih, ijab dan kabul memiliki beberapa syarat yang harus dipenuhi, yaitu:[44]

a. Adanya kejelasan maksud antara kedua belah pihak, misalnya pernyataan, "Aku serahkan benda ini kepadamu sebagai hadiah atau pemberian."
b. Adanya kesesuaian antara ijab dan kabul.
c. Adanya *ittiḥād al-majlis* (kesatuan majelis akad) serta kesepakatan antara kedua belah pihak, sehingga tidak terdapat indikasi penolakan atau pembatalan dari salah satu pihak.
d. Adanya kesungguhan kehendak dari para pihak yang berakad tanpa adanya paksaan, intimidasi, maupun ancaman dari pihak lain, karena dalam transaksi jual beli harus terdapat kerelaan (*al-Tarāḍī*) di antara para pihak.

[42]Daharmi Astuti, "Persepsi Masyarakat Terhadap Akad Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Syariah," *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 1, no. 1 (30 Juni 2018): h. 20.

[43]Daharmi Astuti, "Persepsi Masyarakat Terhadap Akad Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Syariah," *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, h. 21-22.

[44]Akhmad Farroh Hasan, *Fikih Muammalah dari Klasik hingga Kontemporer*, Cet. I; (UIN Maliki Press, 2018), h. 25.

4. Pengertian Jual Beli Online

Jual beli online adalah jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara online. Contohnya adalah penjualan produk secara online melalui internet seperti yang dilakukan oleh Bukalapak.com, Kaskus, Berniaga.com, dll. Adapun menurut Suherman (2002: 179), jual beli via internet adalah "sebuah akad jual beli yang dilakukan dengan menggunakan sarana elektronik (internet) baik berupa barang maupun berupa jasa)." Sedangkan menurut Urnomo (2000: 4) Jual beli via internet adalah akad yang disepakati dengan menentukan ciri-ciri tertentu dengan membayar harganya terlebih dahulu sedangkan barangnya diserahkan kemudian."[45]

Selain itu menurut Alimin (2004: 76) dalam Fitria, T. N (2017) jual beli online diartikan sebagai transaksi elektronik yang menjual barang, layanan dan informasi melalui kumpulan teknologi sebagai sarana penghubung perusahaan dengan para konsumen. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa segala bentuk transaksi yang membutuhkan akses internet dengan menggunakan media elektronik dapat disebut jual beli online. Indonesia sendiri memiliki beberapa *wibesite* yang digunakan sebagai wadah penjualan dan promosi produk melalui internet seperti Lazada, Shopee, Tokopedia.[46] Jual beli digital memiliki beberapa karakteristik:[47] 1.Adanya transaksi yang terjadi di antara Kedua belah pihak, 2.Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi, dan 3.Media utama dalam proses atau mekanisme akad tersebut terjadi melalui internet.

5. Hukum Jual Beli Online

Transaksi jual beli yang dilakukan secara *online* pada dasarnya merupakan bagian dari kegiatan muamalah yang dalam hukum Islam berstatus mubah (diperbolehkan). Praktik jual beli secara *online* tidak bertentangan dengan nash syariat serta dipandang sebagai bentuk kemaslahatan karena memberikan kemudahan dan manfaat bagi para pihak yang bertransaksi. Dalam literatur fikih klasik, para ulama telah membolehkan akad jual beli yang dilakukan melalui media surat maupun perantara. Praktik tersebut kemudian dapat dianalogikan (*qiyas*) dengan transaksi jual beli *online* yang dilakukan melalui berbagai platform digital, seperti Facebook, WhatsApp, Instagram, Shopee, dan media elektronik lainnya. Keabsahan transaksi tersebut tetap bergantung pada terpenuhinya prinsip kerelaan para pihak (*al-Tarāḍi minkum*), keterbukaan, dan kejujuran dalam pelaksanaan transaksi.[48]

B. *Kaidah Al-'Ādah Muḥakkamah dan Penerapannya dalam Jual Beli Online*

1. Konsep Kaidah *Al-'Ādah Muḥakkamah*

Al-'Ādah (العَادَةُ) Secara bahasa berasal dari kata *al-'Audah* (العَوْدَةُ) dan *al-Mu'āwadah* (المعَاوَدَةُ) yang bermakna pengulangan. Istilah ini merujuk pada perbuatan

[45]Tira Nur Fitria, "Jual Beli Online (Online shop) Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 3, no. 1 (Maret 2017): h. 55.

[46]Mirzam Arqy Ahmadi dkk., "Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Jual Beli Online Di Era Digital", *Al-Iqtishady: Jurnal Ekonimi Syariah* 1, no. 02 (Oktober 2023): h. 62.

[47]Akbar Maulana dan Abdyl Muttaqin, "Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Jual Beli Online" *Moral:Jurnal Kajian Pendidikan Islam*, 2, no. 1 (2025): h. 15.

[48]Wahibatul Maghfuroh, "Jual Beli Secara Online Dalam Tinjauan Hukum Islam", *JAS: Jurnal Ilmiah Ahwal Syakhshiyyah* 2, no. no.1 (2020): h. 39.

atau ucapan yang dilakukan secara berulang hingga menjadi suatu kebiasaan yang mudah dilakukan.[4950] Mayoritas ulama berpendapat bahwa suatu perbuatan dapat dikategorikan sebagai adat apabila dilakukan secara berulang dan konsisten, minimal tiga kali berturut-turut. Adapun *muḥakkamah* (مُحَكَّمَةٌ) merupakan bentuk *isim maf'ūl* dari kata *taḥkīm* (تَحْكِيْم) yang berarti menetapkan hukum atau memutuskan perkara di antara manusia.[51] Dengan demikian, kaidah *al-'Ādah muḥakkamah* secara kebahasaan dapat dipahami sebagai kebiasaan yang dijadikan dasar dalam penyelesaian perselisihan. Sementara itu, secara terminologis, kaidah ini merujuk pada adat kebiasaan yang dapat dijadikan landasan dalam penetapan hukum syariat, selama tidak terdapat dalil tegas yang bertentangan dengannya.[52]

Penggunaan emoji sebagai sarana pembentukan akad dalam transaksi digital dapat dipahami sebagai bagian dari kebiasaan sosial (*'ādah*) yang berkembang di masyarakat. Dalam perspektif kaidah *al-'Ādah muḥakkamah*, kebiasaan yang telah dikenal luas dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan hukum, yang kemudian didukung oleh beberapa kaidah turunan.

Kaidah pertama,

اسْتِعْمَالُ النَّاسِ حُجَّةٌ يَجِبُ العَمَلُ بِهَا[53]

Artinya:

> Kebiasaan yang digunakan atau dipraktikkan oleh masyarakat merupakan hujjah (dasar pertimbangan hukum) yang wajib dijadikan pedoman dalam penetapan hukum.

Sebagai contoh, dalam transaksi *marketplace*, istilah *checkout* dipahami secara umum oleh masyarakat sebagai tindakan melanjutkan pembelian suatu barang.[54] Meskipun istilah tersebut berasal dari bahasa asing, penggunaannya yang telah meluas dan dipahami oleh para pelaku transaksi menjadikannya sebagai kebiasaan yang dapat dijadikan dasar dalam memahami maksud para pihak.

Kaidah kedua,

الكِتَابَ كَالخِطَابِ[55]

Artinya:

Tulisan memiliki kedudukan yang sama dengan ucapan.

---

[49]Muḥammad Ṣidqī bin Aḥmad bin Muḥammad al-Burnū Abī al-Ḥāriṡ al-Gazzī, *al-Wajīz fī Īḍāḥ Qawā'id al-Fiqhiyyah al-Kulliyyah*, Cet. V; (Lebanon: al-Risālah, 1422), h. 273.

[50]Musallam ibn Muḥammad ibn Mājid al-Dūsarī, *al-Mumtiʿ fī al-Qawāid al-Fiqhiyyah,* Cet. I; (Riyadh: Dār Zidnī., 1428), h. 243.

[51]Ahmad Sabiq Bin Abdil Lathif Abu Yusuf, *kaidah-kaidah praktis memahami fikih islam* (t.t.), (t.th.), h. 104.

[52]Wahibatul Maghfuroh, *Jual Beli Secara Online Dalam Tinjauan Hukum Islam*, h. 104-105.

[53]Musallam ibn Muḥammad ibn Mājid al-Dūsarī, *al-Mumtiʿ fī al-Qawāid al-Fiqhiyyah,* h. 256.

[54]Dinda Yuanita dan Ning Karna Wjaya, "Pelaksaan Khiyar dalam Transaksi Jual Beli Online di shopee," *Jurnal Al-Hakim* 4, no. 1 (2022): h. 120.

[55]Musallam ibn Muḥammad ibn Mājid al-Dūsarī, *al-Mumtiʿ fī al-Qawāid al-Fiqhiyyah,*h. 271.

Dalam praktik jual beli daring, kesepakatan sering kali dilakukan melalui pesan tertulis pada aplikasi WhatsApp, Telegram, atau fitur percakapan *marketplace*. Pernyataan pembeli mengenai keinginan membeli barang dan persetujuan penjual disampaikan melalui tulisan tanpa adanya komunikasi lisan secara langsung.[56] Praktik tersebut menunjukkan bahwa tulisan dapat berfungsi sebagai sarana penyampaian kehendak yang memiliki kedudukan hukum setara dengan ucapan.

Kaidah ketiga,

المَعْرُوْفُ بَيْنَ التُّجَارِ كَالمَشْرُوْطِ بَيْنَهُمْ[57]

Artinya:

Kebiasaan yang berlaku di kalangan para pedagang berkedudukan seperti syarat yang disepakati diantara mereka.

Dalam praktik jual beli melalui *marketplace*, telah menjadi kebiasaan bahwa penjual akan mengirim barang setelah pembayaran dikonfirmasi oleh sistem. Ketentuan tersebut umumnya tidak dinyatakan kembali dalam setiap akad, namun telah dipahami oleh para pedagang dan pembeli sebagai mekanisme yang berlaku.[58] Oleh karena itu, kebiasaan tersebut memiliki kedudukan seperti syarat yang disepakati oleh para pihak dalam transaksi.

Kaidah Keempat,

لاَ يُنْكِرُ تَغَيُّرَ الأَحْكَامُ بِتَغَيُّرِ الأَزْمَان[59]

Artinya:

Perubahan hukum akibat perubahan kondisi zaman merupakan sesuatu yang tidak dapat dipungkiri.

Perkembangan teknologi telah mengubah cara masyarakat melakukan transaksi jual beli.[60] Jika pada masa lalu akad umumnya dilakukan secara tatap muka dengan ijab kabul secara lisan, maka pada masa kini akad dapat dilakukan melalui media elektronik seperti WhatsApp, *marketplace*, surat elektronik dan berbagai platform digital lainnya.[61] Perubahan saran transaksi tersebut merupakan bentuk perkembangan yang tidak bertentangan dengan prinsip syariat, selama rukun dan syarat akad tetap terpenuh. Oleh karena itu, perubahan mekanisme akad akibat perkembangan zaman merupakan sesuatu yang diakui dalam hukum islam.

---

[56]Lalu M. Ansori dan I Made Dedy Priyanto, *"Tinjauan Hukum Terhadap Penggunaan Aplikasi WhatsApp atau Transaksi Jual-Beli Online", KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu* 3, no 2 (Juni 2024): h. 323.

[57]Musallam ibn Muḥammad ibn Mājid al-Dūsarī, *al-Mumtī' fī al-Qawāid al-Fiqhiyyah,* h. 277.

[58]Gama Pratama, "Analisis Transaksi Jual Beli Online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemi Covid 19," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Jurnal Ecopreneur* 1, no. 1 (2022): h. 23.

[59]Musallam ibn Muḥammad ibn Mājid al-Dūsarī, *al-Mumtī' fī al-Qawāid al-Fiqhiyyah,* h. 279.

[60]Sriayu Artha Panggabean dan Azriadi Tanjung, "Jual Beli Online dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Negara" *JESYA* 5, no. 2 (Juni 2022): h. 1504.

[61]Padian Adi Salamat Siregar, *"Keabsahan Akad Jual Beli Melalui Internet Ditinjau dari Hukum Islam", Jurnal EduTech* 5, no. 1 (Maret 2019): h. 59.

Kaidah ini menunjukkan bahwa hukum Islam memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman tanpa meninggalkan nilai-nilai fundamental yang menjadi landasannya.[62]

2. Syarat Penerapan Kaidah *Al-'Ādah Muḥakkamah*

Kaidah *al-'Ādah muḥakkamah* hanya dapat diterapkan apabila memenuhi beberapa syarat berikut, yaitu:[63]

a. Bahwa *'urf* (adat kebiasaan) tidak boleh bertentangan dengan nas syariat yang bersifat khusus, sehingga penerapan adat tersebut menyebabkan terbengkalainya ketentuan nas**.** Apabila suatu *'urf* bertentangan dengan nas syariat yang secara khusus berkaitan dengan peristiwa yang hendak diterapkan padanya adat tersebut, maka *'urf* itu tidak memiliki nilai pertimbangan hukum.

b. Hendaknya suatu *'urf* (kebiasaan/adat) berlaku secara tetap (*muṭṭarid*) atau dominan (galib). Maksudnya ialah, bahwa praktik yang didasarkan pada adat dan kebiasaan tersebut berlangsung secara terus-menerus pada seluruh peristiwa tanpa mengalami penyimpangan, atau berlangsung pada sebagian besar peristiwa, sehingga penyimpangan darinya hanya terjadi dalam jumlah yang sangat sedikit. Syarat ini dikuatkan dalam sebuah kaidah yaitu:

(إِنَّمَا تُعْتَبَرُ العَادَةُ إِذَا اطَرَدَتْ أَوْ غَلَبَتْ)

Artinya:

Sesungguhnya adat hanya dapat dijadikan pertimbangan hukum apabila berlaku secara konsisten atau dominan.

c. Bahwa *'urf* (adat kebiasaan) yang hendak dijadikan dasar penetapan hukum harus telah ada dan berlaku ketika suatu tindakan hukum atau akad dilakukan.

Syarat ini dikuatkan oleh kaidah:

(العُرْفُ الذِيْ تَحْمِلُ عَلَيْهِ الأَلْفَاظ إِنَّمَا هُوَ المقَارَنَ السَّابِقَ دُوْنَ المتَأَخِّرِ)

Artinya:

Adat yang dijadikan dasar dalam memahami suatu lafaz hanyalah adat yang menyertainya atau telah ada sebelumnya, bukan adat yang muncul setelahnya.

Berdasarkan kaidah tersebut, lafaz-lafaz dalam akad tidak boleh ditafsirkan dengan adat yang mu ncul sebelum konteksnya ataupun adat yang lahir setelah akad berlangsung.

d. Bahwa *'urf* (adat kebiasaan) tidak boleh bertentangan dengan pernyataan yang tegas. Apabila terdapat pernyataan yang secara jelas bertentangan dengan adat tersebut, maka *'urf* tidak digunakan, dan yang dijadikan pegangan adalah pernyataan yang tegas itu.

[62]Muhammad Yasir, "Kaidah Fikih yang Berkaitan dengan Adat Kebiasaan" *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner* 1, no. 3 (2025): h. 953.

[63]Musallam ibn Muḥammad ibn Mājid al-Dūsarī, *al-Mumtī' fī al-Qawāid al-Fiqhiyyah,* h. 254-255.

Dengan terpenuhinya syarat-syarat tersebut, adat dapat dijadikan sebagai dasar penetapan hukum dalam perkara-perkara yang tidak memiliki ketentuan eksplisit dalam syariat.[64]

C. *Emoji Jempol Sebagai Ṣīgah Akad Jual Beli Online*

1. Pengertian Emoji

Melalui beragam aplikasi pesan instan dan media sosial, seperti WhatsApp, Telegram, Instagram, serta platform digital lainnya, pengguna dapat berkomunikasi secara efektif, cepat, dan tanpa dibatasi oleh ruang maupun waktu.[65] Dalam konteks tersebut, penggunaan emoji telah berkembang menjadi salah satu unsur penting dalam komunikasi digital yang berperan sebagai sarana pendukung untuk menyampaikan makna, emosi, maupun sikap tertentu dalam interaksi antarpengguna, dan mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahpahaman, serta menggantikan ekspresi wajah dan bahasa tubuh yang tidak dapat ditampilkan secara langsung dalam interaksi daring.[66]

Istilah "emoji" sendiri berasal dari bahasa Jepang: 'e' yang berarti gambar, dan 'moji' yang berarti karakter. Meskipun mirip dalam pengucapan, emoji tidak memiliki hubungan etimologis dengan kata bahasa Inggris "emotion" atau "emoticon".[67] Emoji, menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI), didefinisikan sebagai emotikon yang berasal dari Jepang. Emoji merupakan ilustrasi, ikon, atau kelompok karakter pada papan tombol yang menunjukkan ekspresi wajah, sikap, atau emosi, biasa digunakan dalam komunikasi elektronik, media sosial, dan sebagainya.[68] Emoji merupakan sebuah fitur yang disediakan aplikasi perpesanan tertentu berupa simbol, grafis atau ideogram (gambar yang menyampaikan ide) yang mempresentasikan berupa ekspresi wajah, emosi, ide, perasaan, aktivitas, tumbuhan maupun simbol-simbol tertentu lainnya.[69] Pada awal kemunculannya, tujuan emoji adalah untuk memudahkan pengguna dalam mengkomunikasikan informasi dalam ruang terbatas pada layar ponsel kecil. Salah satu emoji yang paling sering digunakan dalam komunikasi digital adalah emoji jempol (*thumbs up*), emoji jempol digunakan untuk menyatakan persetujuan, atau dorongan dalam komunikasi digital, terutama dalam budaya Barat.[70]

2. Emoji Jempol

Menurut Anthony Corbeill, seorang profesor yang mendalami bidang studi klasik dan penelitian mengenai gestur tangan, makna gestur jempol pada masa Romawi kuno

[64]Musallam bin Muhammad bin Mājid al-Dūsarī, *al-Mumti' fī al-Qawā'id al-Fiqhiyyah.* h. 255-256.

[65]Intan Aulia Cahya, dkk., *Analisis penggunaan emoji dalam percakapan di sosial media Whatsapp*, (Malang) 2, no. 3 (2024): h. 17-18.

[66]Miftahul Firmansyah, dkk., "Interpretasi Keterlibatan Makna dalam Penggunaan Emoji", *Seminar Nasional*, (2023): h. 426.

[67]Panduan Lengkap Arti Emoji WhatsApp: Ungkap Makna di Balik Ikon Ekspresif (22 Mei 2026).

[68]Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan Dasar dan M enengah Republik Indonesia, (*KBBI*) *Daring*, edisi V, https://kbbi.kemdikbud.go.id (21 Mei 2026).

[69]Ariq Bakhtiar, dkk., "Efektivitas Penggunaan Emoji dalam Komunikasi Digital," *Seminar Ilmu Ilmu Sosial* (Surabaya) 1 (Oktober 2022): h. 621.

[70]Muhammad Ryan Ikbal, "'Analisis Pengaruh Penggunaan Emoji Jempol pada Aplikasi WhatsApp Terhadap Kualitas Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unimuda Sorong" h. 28.

berbeda dengan pemahaman saat ini. Pada masa tersebut, gestur jempol ke atas diartikan sebagai isyarat untuk menjatuhkan hukuman mati kepada seorang gladiator, sedangkan kepalan tangan dengan ibu jari berada di dalam genggaman dimaknai sebagai permohonan agar gladiator tersebut diampuni. Selanjutnya, pada abad pertengahan, gestur jempol ke atas digunakan oleh para pemanah Inggris sebagai tanda bahwa busur yang mereka gunakan berada dalam kondisi aman serta menunjukkan kesiapan mereka untuk memasuki pertempuran. Sementara itu, Desmond Morris dalam karyanya *Gestures: Their Origins and Distribution* menjelaskan bahwa penggunaan gestur jempol dapat ditelusuri hingga praktik transaksi bisnis pada abad pertengahan. Dalam konteks tersebut, gestur jempol berfungsi sebagai simbol yang merepresentasikan kesepakatan, hubungan yang harmonis, dan niat baik antarpihak. Seiring perkembangan zaman, makna tersebut terus mengalami evolusi hingga akhirnya dikenal secara luas sebagai simbol persetujuan atau dukungan dalam komunikasi modern.[71]

Meskipun secara umum emoji jempol (👍) dimaknai sebagai simbol persetujuan, dukungan, atau konfirmasi, dalam konteks komunikasi tertentu emoji ini juga dapat ditafsirkan sebagai bentuk respons pasif-agresif maupun sarkastik. Perbedaan penafsiran tersebut sangat bergantung pada konteks percakapan, hubungan antarpengguna, serta budaya komunikasi yang melatarbelakanginya. Kendati demikian, emoji jempol tetap menjadi salah satu simbol yang paling banyak digunakan dalam komunikasi digital sebagai sarana untuk menyampaikan persetujuan secara cepat, ringkas, dan tulus. Secara teknis, emoji ini pertama kali distandardisasi dalam Unicode 6.0 pada tahun 2010 dengan nama "*Thumbs Up Sign*", kemudian dimasukkan ke dalam Emoji 1.0 pada tahun 2015, sehingga dapat digunakan secara luas dan konsisten pada berbagai platform digital.[72]

Emoji jempol ke atas identik dengan persetujuan. Di Indonesia, emoji ini sering digunakan sebagai jawaban singkat yang berarti setuju, oke, atau sudah dipahami. Menariknya, dalam beberapa konteks informal, emoji ini juga bisa terasa dingin atau terlalu singkat. Namun tetap saja, ia menjadi salah satu emoji paling sering dipakai karena efisien. Jempol adalah bahasa cepat orang yang ingin praktis.[73]

Emoji dengan kode Unicode U+1F44D dikenal sebagai *thumbs up* atau Jempol ke atas, yang menggambarkan sebuah tangan dengan ibu jari mengarah ke atas. Simbol ini secara umum dipahami sebagai bentuk persetujuan, dukungan, atau kesepakatan. Emoji tersebut merupakan karakter Unicode tunggal dan bukan hasil penggabungan beberapa karakter (*non-combined Unicode*). Dalam penggunaannya, emoji jempol berfungsi untuk menyampaikan persetujuan, penerimaan, apresiasi, maupun dukungan terhadap suatu pernyataan, pendapat, atau tindakan. Pada berbagai platform media sosial, emoji ini lazim digunakan untuk menunjukkan bahwa pengguna menyukai suatu unggahan, komentar, maupun foto. Selain itu, dalam komunikasi melalui pesan instan atau surat elektronik, emoji jempol sering dimanfaatkan sebagai respons singkat yang menunjukkan kesepakatan atau penilaian positif terhadap suatu informasi.

[71]Fergi Nadira, "Jangan Kasih Tanda Jempol Saat di Negara Ini, Artinya Beda", *CNBC Indonesia*, https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20250707173348-33-647017/jangan-kasih-tanda-jempol-saat-di-negara-ini-artinya-beda (27 Juni 2026)

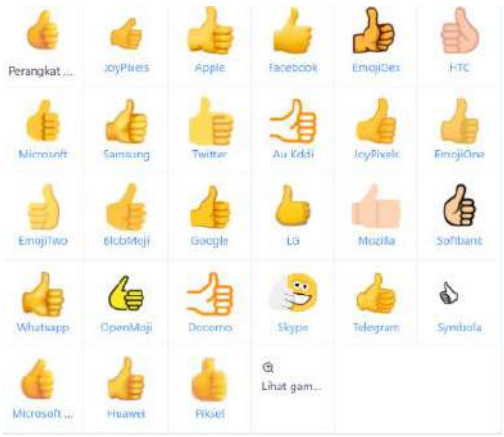
[72]"Thubs up Emoji", *Emojigraph*, https://emojipedia.org/thumbs-up (27 Juni 2026).

[73]"10 Emoji Paling Banyak Digunakan Warganet di Indonesia", *BOOKSBEYOND*, https://booksbeyond.co.id/teknologi/10 Emoji Paling Banyak Digunakan Warganet di Indonesia. (27 Juni 2026).

AL-FIKRAH: Jurnal Kajian Islam
Vol. 3, No. 6 (2026): 1098-1103
doi: 10.36701/fikrah.v3i6.3365

Di luar fungsi tersebut, emoji jempol juga dapat merepresentasikan berbagai makna positif lainnya, seperti dukungan terhadap suatu gagasan, keyakinan bahwa suatu keadaan berjalan dengan baik, serta ekspresi optimisme dan rasa percaya diri. Oleh karena itu, emoji ini tidak hanya berfungsi sebagai simbol persetujuan, tetapi juga sebagai sarana komunikasi nonverbal yang mampu menyampaikan beragam ekspresi positif. Sebagai salah satu emoji yang paling banyak digunakan di dunia, emoji jempol memiliki pengaruh yang cukup besar dalam komunikasi digital lintas budaya. Keberadaannya telah dikenal luas sejak awal perkembangan emoji dan didukung oleh hampir seluruh platform digital, sehingga maknanya relatif mudah dipahami oleh pengguna dari berbagai bahasa dan budaya. Popularitasnya juga terlihat pada berbagai media sosial, seperti Facebook dan Instagram, yang memanfaatkan emoji tersebut sebagai simbol untuk memberikan tanda suka atau dukungan terhadap suatu konten. Meskipun secara umum dimaknai sebagai simbol persetujuan, penggunaan emoji jempol juga dipengaruhi oleh konteks dan budaya. Sebagai contoh, pada aplikasi Snapchat, emoji ini digunakan sebagai penanda hubungan pertemanan, sedangkan di Instagram berfungsi sebagai simbol tanda suka terhadap unggahan atau komentar.[74]

Di Indonesia, penggunaan emoji dalam komunikasi digital telah diadopsi oleh berbagai platform, baik *e-commerce* maupun aplikasi perpesanan. Misalnya, Shopee, menyediakan fitur *chat* yang dilengkapi pilihan *auto-message* dengan emoji *thumbs up* (👍), sedangkan WhatsApp memungkinkan pengguna memberikan respons melalui fitur *message reactions* maupun *auto-reply* menggunakan emoji yang sama. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa emoji telah menjadi salah satu bentuk komunikasi yang lazim digunakan dalam aktivitas sehari-hari, termasuk dalam interaksi yang berkaitan dengan transaksi.[75]



Gambar 1.1 Jenis-jenis emoji jempol pada berbagai platform.[76]

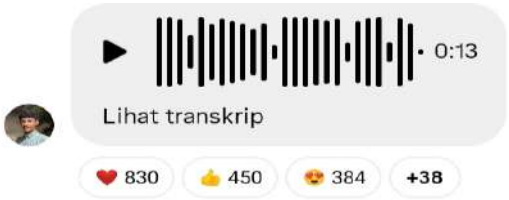
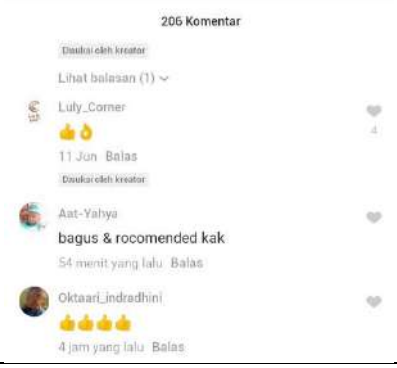
Berikut ini beberapa contoh penggunaan emoji jempol pada sebagian platform:

[74]"Jempol Ke Atas Emoji Salin & tempel", *Emojidb,* 👍 Jempol ke Atas Emoji | 👍 | Salin & Tempel (27 Juni 2026).

[75]Eva Rona Sihombing, dkk., "Emoji Thumbs Up Sebagai Bentuk Persetujuan Terhadap Kontrak Berdasarkan Hukum Positif di Indonesia," *Jurnal Multidisiplin West Science* h. 324.

[76]moji (Emot) Jempol Ke Atas", *Emojiall,* " 👍 " Emoji (emot) jempol ke atas — arti (artinya) · simbol | Emojiall (27 Juni 2026).

AL-FIKRAH: Jurnal Kajian Islam
Vol. 3, No. 6 (2026): 1098-1103
doi: 10.36701/fikrah.v3i6.3365

No.	Jenis Aplikasi	Contoh Penggunaan Emoji dalam Jual Beli Online
1.	WhatsApp	
2.	Instagram	
3.	Tiktok	
4.	Shopee	

5.	Youtube	

D. *Analisis Umum Berdasarkan Kaidah al-'Ādah muḥakkamah*

Kaidah *al-'Ādah muḥakkamah* memiliki beberapa kaidah turunan yang digunakan dalam menganalisis hukum transaksi menggunakan emoji jempol diantaranya adalah pertama, "Kebiasaan yang digunakan masyarakat merupakan hujah yang harus diperhatikan." Kaidah ini merupakan penerapan dari konsep *'urf*, yaitu kebiasaan yang berlaku di masyarakat dapat dijadikan dasar pertimbangan hukum selama tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Sunnah. Dalam transaksi jual beli online di Indonesia, emoji jempol (👍) telah menjadi kebiasaan komunikasi yang dipahami sebagai bentuk persetujuan atau konfirmasi. Oleh karena itu, penggunaan emoji jempol dapat dikategorikan sebagai *'urf ṣaḥīḥ* yang dapat dijadikan dasar untuk memahami kehendak para pihak dalam akad elektronik. Kaidah Kedua, "Tulisan memiliki kedudukan yang sama dengan ucapan." Dalam fikih muamalah, akad dapat dilakukan melalui tulisan apabila maknanya dipahami dengan jelas oleh para pihak. Pada transaksi jual beli online, komunikasi umumnya dilakukan melalui media tertulis, termasuk penggunaan emoji sebagai bagian dari sistem penulisan digital. Oleh karena itu, emoji jempol (👍) yang digunakan setelah adanya penawaran dapat dipahami sebagai bentuk kabul tertulis, selama maknanya jelas dan dipahami oleh kedua belah pihak. Kaidah ketiga, "Sesuatu yang telah dikenal berdasarkan kebiasaan sama kedudukannya dengan syarat yang disepakati." Kaidah ini menjelaskan bahwa kebiasaan yang berlaku di masyarakat dapat diperlakukan sebagai syarat yang disepakati selama tidak bertentangan dengan syariat. Dalam transaksi jual beli online di Indonesia, emoji jempol (👍) telah dipahami secara umum sebagai tanda persetujuan atau penerimaan. Oleh karena itu, penggunaan emoji jempol dapat dianggap sebagai bentuk kesepakatan yang dipahami bersama (*implied agreement*), sehingga ketika dikirim sebagai tanggapan atas suatu penawaran, emoji tersebut dapat menunjukkan adanya penerimaan (kabul) dalam akad. Kaidah keempat, "Tidak diingkari perubahan hukum karena perubahan zaman." Kaidah ini menunjukkan bahwa penerapan hukum dapat menyesuaikan perkembangan zaman tanpa mengubah prinsip syariat. Dalam akad, perkembangan teknologi menghadirkan bentuk komunikasi digital, termasuk penggunaan emoji sebagai media penyampaian kehendak. Meskipun sarana komunikasi berubah, prinsip dasar akad tetap sama, yaitu adanya ijab, kabul, kerelaan para pihak, dan kejelasan kehendak. Oleh karena itu, emoji jempol (👍) dapat

dipandang sebagai bentuk baru media penyampaian kabul selama memenuhi rukun dan syarat akad.

Berdasarkan analisis terhadap keempat kaidah turunan *al-'Ādah Muḥakkamah*, penggunaan emoji jempol (👍) memiliki dasar untuk dipertimbangkan sebagai bentuk *ṣīgah* akad dalam transaksi jual beli online. Namun, untuk menentukan keabsahannya secara lebih komprehensif, analisis tersebut perlu dilengkapi dengan pengujian terhadap syarat-syarat *ṣīgah* akad menurut hukum Islam. Berdasarkan syarat-syarat penerapan kaidah *al-'Ādah muḥakkamah,* penggunaan emoji jempol di Indonesia dianalisis sebagai berikut.

Pertama, penggunaan emoji jempol (👍) sebagai sarana penyampaian kabul dalam transaksi jual beli online pada dasarnya tidak bertentangan dengan nas atau ketentuan syariat Islam. Dalam fikih muamalah, tidak terdapat ketentuan yang membatasi *ṣīgah* akad hanya pada bentuk lafaz tertentu. Yang menjadi tolok ukur keabsahan akad adalah adanya pernyataan kehendak (*ta'bīr 'an al-Irādah*) yang dapat dipahami secara jelas serta menunjukkan kerelaan (*al-Tarāḍī*) para pihak. Oleh karena itu, apabila emoji jempol digunakan dalam konteks transaksi dan dipahami bersama sebagai simbol persetujuan atas penawaran yang diajukan penjual, maka emoji tersebut dapat berfungsi sebagai media penyampaian kabul. Dengan demikian, penggunaan emoji jempol sebagai *ṣīgah* akad tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariat selama mampu merepresentasikan kehendak para pihak secara jelas.

Kedua, penggunaan emoji jempol sebagai simbol persetujuan dalam transaksi digital telah memenuhi syarat keberlakuan *'urf* yang berlaku secara umum (galib) atau konsisten (*muṭṭarid*). Dalam praktik komunikasi digital di Indonesia, emoji jempol telah menjadi simbol yang lazim digunakan untuk menyatakan persetujuan, konfirmasi, maupun penerimaan terhadap suatu pernyataan. Kebiasaan tersebut menunjukkan adanya pemahaman yang relatif seragam di kalangan pengguna media digital mengenai makna emoji jempol. Dengan demikian, penggunaan emoji jempol sebagai bentuk kabul dalam transaksi jual beli online dapat dipertimbangkan sebagai *'urf ṣaḥīḥ* yang memenuhi syarat berlakunya adat sebagaimana kaidah fikih yang menyatakan bahwa adat hanya dapat dijadikan dasar pertimbangan hukum apabila berlaku secara dominan atau terus-menerus di tengah masyarakat.

Ketiga, penggunaan emoji jempol sebagai bentuk penyampaian persetujuan dalam transaksi jual beli online merupakan kebiasaan yang telah dikenal dan dipahami oleh para pihak sebelum akad berlangsung. Salah satu syarat diterimanya *'urf* sebagai dasar pertimbangan hukum adalah bahwa kebiasaan tersebut telah ada ketika akad dilakukan, bukan muncul setelah terjadinya akad. Dalam konteks jual beli online, para pihak pada umumnya telah memahami makna emoji jempol sebagai simbol persetujuan berdasarkan kebiasaan komunikasi yang berkembang di lingkungan digital. Oleh sebab itu, ketika emoji jempol tersebut digunakan sebagai respons atas penawaran penjual, maknanya telah diketahui dan dipahami bersama sehingga memenuhi syarat keberadaan *'urf* pada saat akad dilangsungkan.

Keempat, penggunaan emoji jempol sebagai *ṣīgah* akad harus dipahami berdasarkan makna yang berlaku dalam kebiasaan masyarakat sepanjang tidak terdapat pernyataan tegas yang menunjukkan maksud yang berbeda. Dalam kaidah fikih, kebiasaan hanya dijadikan dasar penafsiran apabila tidak bertentangan dengan penjelasan yang lebih eksplisit dari para pihak. Oleh karena itu, apabila emoji jempol digunakan tanpa disertai keterangan lain yang mengubah maknanya, maka emoji jempol tersebut dapat ditafsirkan

sebagai bentuk persetujuan sesuai dengan kebiasaan yang berlaku. Sebaliknya, apabila terdapat pernyataan yang secara tegas menunjukkan penolakan, pembatalan, atau maksud lain yang berbeda dari makna umum emoji jempol, maka yang menjadi dasar penafsiran adalah pernyataan yang tegas tersebut. Dengan demikian, keabsahan penggunaan emoji jempol sebagai bentuk kabul tetap bergantung pada konteks komunikasi dan tidak dapat dilepaskan dari keseluruhan rangkaian pernyataan para pihak dalam akad .

Dalam konteks masyarakat digital Indonesia, penggunaan emoji jempol (👍) telah menjadi kebiasaan komunikasi yang secara umum dipahami sebagai bentuk persetujuan atau konfirmasi. Selama makna tersebut dipahami secara sama oleh penjual dan pembeli, penggunaan emoji jempol dapat dipertimbangkan sebagai bentuk penyampaian kehendak (*ta'bīr 'an al-irādah*) berdasarkan kaidah *al-'Ādah muḥakkamah*. Namun, apabila konteks komunikasi menunjukkan adanya kemungkinan multitafsir, maka emoji tersebut tidak dapat dijadikan sebagai *ṣīgah* akad karena tidak memenuhi unsur kejelasan kehendak.

E. *Analisis Berdasarkan Syarat Ṣīgah Akad Jual Beli*

Salah satu bentuk penyampaian *ṣīgah* akad yang diakui dalam fikih adalah melalui tulisan (*al-kitābah*). Bentuk ini digunakan ketika kehendak para pihak tidak disampaikan secara lisan, tetapi dituangkan dalam media tertulis yang dapat dipahami oleh pihak lain. Dalam transaksi jual beli digital, komunikasi antara penjual dan pembeli pada umumnya berlangsung melalui pesan teks pada berbagai platform digital. Dalam praktik tersebut, emoji jempol tidak berdiri sendiri sebagai gambar semata, melainkan menjadi bagian dari komunikasi tertulis yang digunakan untuk menyampaikan maksud atau respons terhadap suatu penawaran. Oleh karena itu, penggunaan emoji jempol dapat dianalisis sebagai bagian dari *ṣīgah* melalui tulisan karena disampaikan dalam media tulis dan memiliki makna yang dipahami oleh para pihak.

Dalam konteks tersebut, emoji jempol (👍) dapat berfungsi sebagai bentuk komunikasi nonverbal yang menunjukkan kehendak pembeli. Namun, keabsahannya sebagai *ṣīgah* akad harus dianalisis berdasarkan syarat-syarat *ṣīgah* akad sebagai berikut.

1. Adanya kejelasan maksud antara kedua belah pihak

Ṣīgah akad harus menunjukkan maksud yang jelas sehingga tidak menimbulkan keraguan mengenai kehendak para pihak. Dalam konteks transaksi digital, emoji jempol dapat dianggap memenuhi syarat ini apabila digunakan dalam percakapan yang secara jelas membahas transaksi jual beli dan telah dipahami oleh kedua belah pihak sebagai bentuk persetujuan. Contoh:

Penjual: "Harga produk ini Rp250.000. Jika setuju, saya kirim hari ini."
Pembeli: " 👍 "

Dalam konteks tersebut, emoji jempol dipahami sebagai bentuk persetujuan terhadap harga dan kesediaan melanjutkan transaksi. Oleh karena itu, makna emoji menjadi jelas karena didukung oleh konteks percakapan yang tidak menimbulkan multitafsir. Sebaliknya, apabila pembeli hanya mengirim emoji (👍) tanpa didahului pembicaraan mengenai objek, harga, atau syarat transaksi, maka emoji tersebut belum dapat dipastikan sebagai bentuk kabul karena masih memungkinkan ditafsirkan sebagai sekadar tanda telah membaca pesan atau bentuk apresiasi.

2. Adanya kesesuaian antara ijab dan kabul

AL-FIKRAH: Jurnal Kajian Islam
Vol. 3, No. 6 (2026): 1098-1103
doi: 10.36701/fikrah.v3i6.3365

Salah satu syarat sahnya *ṣīgah* akad adalah adanya kesesuaian pemahaman antara para pihak terhadap bahasa atau media komunikasi yang digunakan dalam akad, sehingga maksud ijab dan kabul dapat dipahami secara sama tanpa menimbulkan kesalahpahaman maupun perbedaan penafsiran. Contoh:

Penjual: "Saya jual laptop ini seharga Rp6.500.000 dengan pengiriman besok. Apakah Anda setuju?"

Pembeli: " 👍 "

Emoji jempol pada contoh tersebut menunjukkan penerimaan terhadap seluruh isi penawaran yang disampaikan penjual, baik mengenai barang, harga, maupun waktu pengiriman. Dengan demikian, terdapat kesesuaian antara ijab dan kabul. Sebaliknya, apabila penjual menawarkan harga Rp6.500.000, kemudian pembeli mengirim 👍 tetapi setelah itu mengatakan, "Saya maunya Rp6.000.000," maka kesesuaian antara ijab dan kabul tidak terpenuhi karena pembeli tidak menerima penawaran sebagaimana adanya, melainkan mengajukan penawaran baru (*counter offer*). Dan apabila terjadi sengketa antara pembeli dan penjual mengenai perbedaan pemahaman mengenai arti jempol. Contoh:

Penjual: "Harga barang Rp500.000. Kalau setuju kirim 👍 ."

Pembeli: 👍 (Barang dikirim).

Kemudian pembeli berkata: "Saya tidak bermaksud membeli. Emoji 👍 saya artikan hanya 'saya sudah membaca'."

Sedangkan penjual berkata: "Saya memahami 👍 sebagai persetujuan."

Maka perkataan siapakah yang diterima? Dikembalikan pada kaidah turunan *al-'Ādah muḥakkamah* yaitu "Sesuatu yang telah dikenal berdasarkan kebiasaan diperlakukan seperti syarat yang disebutkan." Artinya: kalau dalam kebiasaan komunikasi digital 👍 memang dipahami sebagai “Setuju” maka hakim terlebih dahulu melihat *'urf* komunikasi kemudian melihat pengakuan para pihak.

3. Adanya *Ittiḥād al-Majlis* (kesatuan majelis akad) serta tidak adanya penolakan atau pembatalan

Dalam transaksi elektronik, konsep *ittiḥād al-majlis* tidak lagi dipahami sebagai berada di tempat yang sama secara fisik, melainkan sebagai kesinambungan komunikasi dalam satu rangkaian transaksi tanpa adanya pemutusan pembicaraan atau indikasi pembatalan. Contoh:

(Pukul 10.00) Penjual: "Jika setuju dengan harga Rp350.000, silakan konfirmasi."

(Pukul 10.02) Pembeli: " 👍 "

(Pukul 10.03) Penjual: "Baik, saya proses pesanannya."

Dalam contoh tersebut, emoji jempol dikirim sebagai respons langsung terhadap penawaran penjual dalam satu rangkaian komunikasi. Tidak terdapat jeda yang menunjukkan putusnya pembicaraan maupun adanya pernyataan penolakan. Oleh karena itu, syarat *ittiḥād al-Majlis* dapat dianggap terpenuhi. Berbeda halnya apabila setelah penawaran dikirim, pembeli baru mengirim (👍) beberapa hari kemudian, sementara penjual telah menyatakan bahwa penawaran tersebut telah dibatalkan atau barang telah terjual kepada pihak lain. Dalam kondisi demikian, emoji jempol tidak lagi dapat dianggap sebagai kabul yang sah karena kesinambungan majelis akad telah berakhir.

4. Adanya kesungguhan kehendak (*al-Irādah*) dan kerelaan (*al-Tarāḍī*)

Akad harus lahir dari kehendak yang sungguh-sungguh dan dilakukan atas dasar kerelaan para pihak tanpa adanya paksaan, intimidasi, maupun ancaman.
Dalam transaksi digital, emoji jempol dapat menunjukkan adanya kerelaan apabila dikirim secara sadar sebagai respons atas penawaran yang telah dipahami oleh pembeli.
Contoh:
Penjual: "Apakah Anda setuju membeli produk ini dengan harga Rp180.000?"
Pembeli: " 👍 "

Setelah itu pembeli melakukan pembayaran sesuai harga yang disepakati.Rangkaian tindakan tersebut menunjukkan bahwa emoji jempol bukan sekadar simbol, melainkan merupakan manifestasi kehendak pembeli yang kemudian diperkuat dengan tindakan nyata berupa pembayaran. Hal ini mencerminkan adanya kerelaan (*al-Tarāḍī*) dari kedua belah pihak. Namun, apabila emoji jempol dikirim karena akun pembeli digunakan oleh orang lain tanpa izin, atau dikirim akibat adanya paksaan maupun ancaman, maka syarat kesungguhan kehendak tidak terpenuhi. Dalam keadaan demikian, emoji tersebut tidak dapat dijadikan sebagai *ṣīgah* akad yang sah karena tidak mencerminkan kehendak yang sebenarnya dari pihak yang berakad.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka dapat ditarik dua kesimpulan berikut:

1. Bentuk penggunaan emoji jempol (👍) dalam jual beli online di Indonesia menunjukkan bahwa emoji tersebut berfungsi sebagai salah satu sarana komunikasi nonverbal untuk menyampaikan persetujuan, konfirmasi, atau penerimaan terhadap penawaran dalam proses akad. Pada berbagai platform digital, emoji jempol dapat dipahami sebagai bentuk kabul apabila digunakan dalam konteks transaksi yang jelas, didahului oleh adanya ijab, serta dimaknai secara sama oleh para pihak, sehingga dapat dipertimbangkan sebagai bentuk penyampaian kehendak yang memiliki akibat hukum. Sebaliknya, apabila penggunaannya masih menimbulkan multitafsir atau berada di luar konteks akad, maka emoji tersebut tidak dapat diposisikan sebagai bentuk kabul karena tidak memenuhi unsur kejelasan kehendak yang menjadi dasar keabsahan akad.
2. Ditinjau dari perspektif kaidah *al-'Ādah muḥakkamah*, penggunaan emoji jempol dapat dipandang sebagai *ṣīgah* akad yang sah dalam transaksi jual beli online sepanjang memenuhi syarat-syarat berlakunya *'urf* dan ketentuan akad menurut fikih muamalah. Keabsahan tersebut didasarkan pada kenyataan bahwa penggunaannya tidak bertentangan dengan nas maupun prinsip syariat, telah menjadi kebiasaan yang berlaku secara umum (galib) dalam komunikasi digital, menjadi bagian dari kebiasaan komunikasi digital yang dipahami oleh para pihak sebelum akad berlangsung, serta tidak terdapat pernyataan yang secara tegas menunjukkan makna yang berbeda. Dalam konteks ini, emoji jempol diposisikan sebagai bentuk komunikasi tertulis yang berfungsi menyampaikan kehendak para pihak sehingga memiliki kedudukan yang setara dengan lafaz selama maknanya dipahami secara jelas dalam proses akad.

Apabila terjadi perselisihan mengenai penafsiran maknanya, penyelesaiannya terlebih dahulu dikembalikan kepada *'urf* komunikasi yang berlaku sebelum mempertimbangkan pengakuan atau klaim masing-masing pihak.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an al-Karīm

Buku:

Anwar, Syamsul. *Hukum Perjanjian Syariah,*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.

Al-Burnū, Muḥammad Ṣidqī bin Aḥmad bin Muḥammad Abī a l-Ḥāriṡ al-Gazzī. *Al-Wajīz fī Īḍāḥ Qawā'id al-Fiqhiyyah al-Kulliyyah*. (Cet. V; Lebanon: (al-Risālah), 1422.

Al-Dūsarī, Musallam ibn Muḥammad ibn Mājid. *Al-Mumtī' fī al-Qawāid al-Fiqhiyyah,*. Cet. I; Riyadh: Dār Zidnī., 1428.

Al-Fawzān, Al-Shaykh Ṣāliḥ bin Fawzān bin 'Abdullāh. *Al-Mulakhkhaṣ al-Fikihī*. Juz 2 Cet. IV; Dār al-jawzih, 1433.

Hasan, Akhmad Farroh, dan M Si. *Fiqh Muamalah dari Klasik hingga Kontemporer*, t.t., t.th.

Kementrian Agama R.I. *Al-Qur'an Hafalan Mudah Terjemahan dan Tajwid Warna*. Bandung: Cordoba, 2019.

Maghfuroh, Wahibatul. *Jual Beli Secara Online Dalam Tinjauan Hukum Islam*, t.t., t.th.

Mīlād, ʿAbd al-Nāṣir bin Khaḍr. *al-Buyūʿ al-Muḥarramah wa al-Manhiyy ʿAnhā*. Cet. I; Miṣr al-Manṣūrah: Dār al-Hudā al-Nabawī, 1426.

Al-Qazwīnī, al-Imām al-Ḥāfiẓ Abī 'Abdillāh Muḥammad bin Yazīd bin Mājah. *Sunan ibn Mājah*. Juz 1. Cet. I; Beirut: Dār al-Risālah al-'Ālamiyyah, 1430.

Al-Qurṭubī, Abū 'Abdillāh Muḥammad ibn Aḥmad ibn Abī Bakr ibn Faraḥ al-Anṣārī al-Khazrajī Syams al-Dīn. *Al-Jāmi' li Aḥkām al-Qur'ān Tafsīr al-Qurṭubī*, Juz 3 Cet. II; Kairo: Dār al-Kutub al-Miṣriyyah, 1384 H/ 1962 M.

Rahman, Taufiqur. *Buku Ajar Fikih Muamalh Kontemporer*. Cet. I; Lamongan Jawa Timur: AP Academia Publication, 2021.

Sudiarti, Sri. *Fikih Muamalah Kontemporer*. Cet. I; Jl.Williem Iskandar Pasar V Medan Estate: FEBI UIN-SU PRESS, 2018.

Tysara, Laudia. "Panduan Lengkap Arti Emoji WhatsApp: Ungkap Makna diBalik Ikon Ekspresif." t.t. 7 Februari 2025.

Ula, Ahmad Nilnal Muna Chifdlil, dkk. *Buku Ajar Fikih Muamalah*. Cet.I. Pekalongan, Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management, 2023.

Yusuf, Ahmad Sabiq Bin Abdil Lathif Abu. *kaidah-kaidah praktis memahami fikih islam* (t.t.), (t.th.), h. 104.

Al-Zuhailī, Wahbah. *Al-Fikih al-Islāmī wa Adillatuhu*. Juz 5. Damaskus: Dār al-Fikr, 1985.

Noor, R. Zulki Zulkifli, *Metodologi penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Jakarta: CV BUDI UTAMA, 2015).

Jurnal:

Ansori, Lalu M. dan I Made Dedy Priyanto. "Tinjauan Hukum Terhadap Penggunaan Aplikasi WhatsApp atau Transaksi Jual-Beli Online", *KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu* 3. no. 2 (Juni 2024): h. 317-326.

Arangga, Farhan, dan Muhammad Aulia Firmansyah. "Akad Dan Hukum Jual Beli Online Pada Transaksi Digital Dalam Perspektif Islam." *Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 2, no. 4 (2023): h. 1024-1037.

Astuti, Daharmi. "Persepsi Masyarakat Terhadap Akad Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Syariah." *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 1, no. 1 (30 Juni 2018): h. 13–26. doi:10.25299/syarikat.2018.vol1(1).2625.

Azizah, Nova, dkk. "Implementasi Kaidah Fiqhiyyah Al - ʿĀdah Muḥakkamah Dalam Praktik Muamalah Digital: E - Commerce Dan Fintech Syariah" 7, no. 1 (2026): h. 38-51.

Bakhtiar, Ariq, dkk. "Efektivitas Penggunaan Emoji dalam Komunikasi Digital." *Seminar Ilmu Ilmu Sosial* 1 (4 Oktober 2022): h. 620-632.

Bakry, Kasman, dkk. "Aktualisasi Kaidah Fikih al-Muslimūna 'alā Syurūṭihim dalam Transaksi Jual Beli." *AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah dan Ekonomi Islam* 1, no. 1 (12 November 2021): h. 45–59. doi:10.36701/al-khiyar.v1i1.447.

Cahya, Intan Aulia, dkk. "Analisis penggunaan emoji dalam percakapan di sosial media Whatsapp" 2, no. 3 (2024): h.17-28.

Fadhilah, Nurul Alvi Chindi, dan Muhammad Zen. "Al-'Urf Dalam Fiqih Klasik Dan Implikasinya Pada Transaksi Online Kontemporer" 3, no. 6 (2025): h. 8911-8933.

Fitria, Tira Nur.*"Jual Beli Online (Online shop) Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara", Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 3, no. 1 (Maret 2017): h. 52-62.

Firmansyah, Miftahul, dkk. "Interpretasi Keterlibatan Makna dalam Penggunaan Emoji", *Seminar Nasional* (2023): h. 425-436.

Jamaludin. "Kontrak Jual Beli dalam Islam." *MUAMALATUNA* 11, no. 2 (22 September 2020): h. 73-100. doi:10.37035/mua.v11i2.3300.

Kinanty, Namirah Nazwa, dan Salsabillah. "Jual Beli Menurut Islam." *Journal of Econimocs Business Ethic and Science Histories* 1, no. 1 (2023): h. 95-100.

Los'en, Azis, "Hukum Jual Beli Melalui Media Sosial Menurut Fiqih Muamalah," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan,* 11, no. 8 (Agustus 2025), h. 460-468. doi:https://jurnal.penelitian.net/index.php/JIWP/article/view/13140.

Maulana, Akbar, dan Abdul Muttaqin. "Tinjauan Fiqih Muamalah terhadap Jual Beli Online." *Moral : Jurnal kajian Pendidikan Islam* 2, no. 1 (20 Desember 2024): h. 11–24. doi:10.61132/moral.v2i1.449.

Midhia, Fredy Gandi. "Jual Beli dengan Konsep All You Can Eat dalam Perspektif Fikih Muamalah." *Mu'amalah : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 1, no. 2 (15 Juni 2022): h. 39-52. doi:10.32332/muamalah.v1i2.5000.

Nafsah, Zakiyah, dan Ali Arifin. "Jual Beli Dalam Ekonomi Islam (Aplikasi Jual Beli Dalam Fiqih Dan Perbankan Syariah)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 2 (14 Juli 2023): h. 1-9. 2071. doi:10.29040/jiei.v9i2.8680.

Nuraeni, Asri, dan Udin Juhrodin. "Analisis 'Urf Tentang Jual Beli Tanpa Lafadz Akad di Kp. Datar Jambe Kec. Naringgul Kab. Cianjur." *Jurusan Syari'ah dan Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah* 2, no. 2 (2021): h. 1-17.

Panggabean, Sriayu Artha, dan Azriadi Tanjung. "Jual Beli Online dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Negara" *JESYA* 5, no. 2 (Juni 2022): h. 1504.

Pratama, Gama. "Analisis Transaksi Jual Beli Online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemi Covid 19"*Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Jurnal Ecopreneur* 1, no. 1 (2020): h. 21-34.

Salsabillah, Namirah Nazwa Kinanty, "Jual Beli Menurut Islam," *JEBESH: Journal of Econimocs Business Ethic and Science Histories* 1, no. 1 (2023). h.

Sanjaya, Muhammad Iqbal. "Kerelaan dalam Transaksi Jual Beli Menurut Teks Ayat dam Hadis Ahkam Jual Beli (Telaah Yuridis dan Sosiologi)." *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah* 1, no. 2 (17 Oktober 2022): h. 587–595. doi:10.55681/sentri.v1i2.255.

Sazkiyah, Faza dan Antok Risldi, "Analisis Bahasa Stiker, Emotikon dan Emoji dalam Komunikasi Virtual Mahasiswa: Kajian Siber Paragmatik," *Arbitrer: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 7, no. 2 (2025): h 183-194.

Sihombing, Eva, dkk.,. "Emoji Thumbs Up Sebagai Bentuk Persetujuan Terhadap Kontrak Berdasarkan Hukum Positif di Indonesia." *Jurnal Multidisiplin West Science* 3, no. 03 (28 Maret 2024): h. 323–333. doi:10.58812/jmws.v3i03.1036.

Siregar, Padian Adi Salamat. "Keabsahan Akad Jual Beli Melalui Internet Ditinjau dari Hukum Islam", *Jurnal EduTech* 5, no. 1 (Maret 2019): h. 57-65. https://doi.org/10.30596/edutech.v5i1.2762

Surbakti, Alika Nathania, dkk.,. "Emojis as Modern Punctuation and Their Effect on Digital Communication" 9, no. 1 (2025): h. 4583–4588.

Yasir, Muhammad. "Kaidah Fikih yang Berkaitan dengan Adat Kebiasaan" 1, no. 3 (2025): h. 945-959.

Yuanita, Dinda dan Ning Karna Wjaya. "Pelaksaan *Khiyar* dalam Transaksi Jual Beli Online di shope e" *Jurnal Al-Hakim* 4, no. 1, (2022): h. 117-128.

Disertasi, Tesis, dan Skripsi:

Fauzi, Wahyu Furgani. "Kontrak Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam." *Tesis,* Makassar: PPs Universitas Hasanuddin, 2023.

Ikbal, Muhammad Ryan. "'Analisis Pengaruh Penggunaan Emoji Jempol pada Aplikasi WhatsApp Terhadap Kualitas Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unimuda Sorong" *Skripsi* (Fak. Hukum Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, (2025).

Nidzam, Muhammad Abdul Hakim Bin Mohd Muhsinul. "Lafaz Jual Beli dalam Al-Qur'an Menurut Tafsir *Al-Qur'ān al- Aẓīm* dan *fī Ẓilāl Al-Qur'ān*." *Skripsi*, Banda Aceh: Fak. Ushuluddin dan Filsafat UIN AR-RANIRY, 2025)., 2025.

Risqy, Rachmad, dan Farhan Rajal Tuha Rea. "Kaidah Al-Adah Al-Muhakkamah : Implementasi 'Urf pada Aktivitas Transaksi secara Online." *Skripsi.* Depok, Jawa Barat Fak: Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI, 9 Desember 2021. doi:10.31219/osf.io/xubp5.

Situs dan Sumber Online:

Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah Republik Indonesia. "Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring, edisi V, https://kbbi.kemdikbud.go.id. (20 Mei 2026).

Panduan Lengkap Arti Emoji WhatsApp: Ungkap Makna di Balik Ikon Ekspresif (22 Mei 2026).

Nadira, Fergi. "Jangan Kasih Tanda Jempol Saat di Negara Ini, Artinya Beda", *CNBC Indonesia*, https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20250707173348-33-647017/jangan-kasih-tanda-jempol-saat-di-negara-ini-artinya-beda (27 Juni 2026)

"Thubs up Emoji", *Emojigraph*, https://emojipedia.org/thumbs-up (27 Juni 2026).

"10 Emoji Paling Banyak Digunakan Warganet di Indonesia", *BOOKSBEYOND*, https://booksbeyond.co.id/teknologi/10 Emoji Paling Banyak Digunakan Warganet di Indonesia. (27 Juni 2026).

"Jempol Ke Atas Emoji Salin & tempel", *Emojidb,* 👍 Jempol ke Atas Emoji | 👍 | Salin & Tempel (27 Juni 2026).

"Emoji (Emot) Jempol Ke Atas", *Emojiall,* " 👍 " Emoji (emot) jempol ke atas — arti (artinya) · simbol | Emojiall (27 Juni 2026