

Implementasi Akad *Wakalah Bil Ujroh* dalam Transaksi *Marketplace* pada Mahasiswa Santri An-Nawawi Berjan Purworejo

Siti Nur Soleha¹, Achmad Nursobah², Anwar Ma'rufi³

^{1,2,3}Institut Agama Islam An- nawawi Berjan Purworejo

Corresponding author e-mail: sitinursoleha1234@gmail.com

ABSTRACT

The advancement of digital technology has driven significant transformation in the economic sector, including trade through *marketplaces*, which offer transaction efficiency. This study examines the understanding and implementation of the *Wakalah bil ujroh* contract among students of An-Nawawi Berjan, Purworejo, who have a background in Islamic education and whose activities are not far behind digital applications. With a qualitative descriptive-analytical approach, data were obtained through interviews, observations, documentation, and literature reviews related to Islamic law. The analysis shows that the *Wakalah bil ujroh* contract is implemented by fulfilling the pillars and requirements of sharia, such as the legal capacity of the parties involved, clarity of *ijab-qabul*, halal transaction objects, and agreements regarding *ujrah*, accompanied by high values of trust and accountability. Although there are technical obstacles such as differences in perception regarding the nominal *ujrah*, the implementation of this contract reflects a good understanding of sharia principles in digital transactions. This research contributes to the literature on Islamic economic law and offers practical guidance for Muslim communities to integrate sharia values into the digital economy.

Keywords: *Wakalah bil ujrah*, Sharia, Digital Transactions, Islamic Economic Law, Accountability

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong *transformasi signifikan* dalam sektor ekonomi, termasuk perdagangan melalui *marketplace*, yang menawarkan efisiensi transaksi. Penelitian ini mengkaji *implementasi* akad *Wakalah bil ujroh* di kalangan mahasiswa santri An-Nawawi Berjan, Purworejo, yang memiliki latar belakang pendidikan keislaman salaf yang dalam aktivitas para santrinya tidak ketinggalan dengan aplikasi digital. Dengan pendekatan kualitatif *deskriptif-analitis*, data didapat melalui wawancara, observasi, dokumentasi, serta kajian literatur terkait hukum Islam. Analisis menunjukkan bahwa akad *Wakalah bil ujroh* diimplementasikan dengan memenuhi rukun dan syarat syariah, seperti kecakapan hukum pihak yang terlibat, kejelasan *ijab-qabul*, objek transaksi yang halal, serta kesepakatan mengenai *ujrah*, disertai nilai amanah dan akuntabilitas yang tinggi. Meskipun terdapat kendala teknis seperti perbedaan persepsi mengenai nominal *ujrah*, implementasi akad ini mencerminkan pemahaman yang baik terhadap prinsip syariah dalam transaksi digital. Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur hukum ekonomi Islam dan menawarkan panduan praktis bagi komunitas Muslim untuk mengintegrasikan nilai-nilai syariah dalam ekonomi digital.

Kata Kunci: *Wakalah bil ujrah*, Syariah, Transaksi Digital, Hukum Ekonomi Islam, Akuntabilitas.

PENDAHULUAN

Banyak aspek kehidupan yang terdampak *signifikan* oleh kemajuan teknologi digital, termasuk sektor ekonomi yang mengalami transformasi *signifikan*. *Digitalisasi* ekonomi telah merubah cara bertransaksi, membuka peluang baru bagi pelaku usaha dan konsumen untuk berinteraksi secara efisien melalui platform daring seperti *marketplace*. (Greenstein et al., 2014; Mourou, 2024) *Marketplace* kini menjadi salah satu inovasi paling menonjol dalam perdagangan modern, menawarkan kemudahan seperti akses luas ke produk, efisiensi transaksi, serta penghematan waktu dan biaya (Ajay Kumar & Md, 2023; Kotler & Keller, 2019). Namun, di balik manfaat ini, terdapat tantangan besar bagi komunitas Muslim guna menjamin semua transaksi sesuai prinsip dan nilai syariah, terutama terkait aspek kejelasan akad, *transparansi*, dan keadilan. Kompleksitas transaksi digital sering kali melibatkan peran pihak ketiga sebagai perantara, yang memerlukan landasan hukum syariah yang jelas untuk menjaga kesesuaian transaksi dengan *maqashid syariah*.

Dalam konteks ini, akad *Wakalah bil ujroh* menjadi salah satu solusi yang relevan dan aplikatif. Akad ini memungkinkan transaksi berbasis perwakilan dengan memberikan imbalan jasa (*ujroh*) kepada pihak yang mewakili, sehingga menciptakan fleksibilitas tanpa mengabaikan prinsip-prinsip syariah (Munadi, 2023; Yunus et al., 2023). Pada transaksi *marketplace*, akad ini dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan, seperti jasa perantara pembayaran, pengelolaan pengiriman barang, atau pengelolaan platform *marketplace* itu sendiri. *Marketplace* juga membuka ruang strategis bagi komunitas Muslim, khususnya generasi muda seperti mahasiswa santri, untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip muamalah Islami dalam aktivitas ekonomi modern (E. M. Sari et al., 2024). Namun, *implementasi* akad-akad syariah dalam ekosistem *marketplace* masih menghadapi tantangan besar, termasuk pemahaman yang terbatas, potensi ketidaksesuaian dengan hukum syariah, dan kebutuhan akan pengawasan yang lebih unggul. Oleh karenanya, penting mengkaji penerapan akad *Wakalah bil ujroh* di dalam transaksi *marketplace* guna memastikan bahwa kegiatan ekonomi berbasis digital dapat berjalan secara efisien sekaligus sesuai dengan standar etika dan hukum Islam.

Di sisi lain, mahasiswa santri sebagai generasi muda Muslim yang memiliki fondasi kuat dalam ilmu agama dan hidup di tengah arus kemajuan teknologi digital menjadi kelompok yang menarik untuk diteliti. Mereka berperan sebagai pelaku ekonomi yang turut berpartisipasi aktif di pasar selain sebagai pelajar. Kombinasi antara pendidikan keislaman yang mendalam dan keterlibatan dalam ekosistem ekonomi digital memberikan mereka potensi besar untuk menjadi teladan dalam mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dalam transaksi modern. Dalam konteks ini, mereka diharapkan mampu menghadirkan praktik transaksi yang tidak hanya efisien dan relevan dengan perkembangan zaman, tetapi juga selaras dengan nilai-nilai syariah.

Namun, realitas menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa santri terhadap prinsip-prinsip akad syariah, termasuk *Wakalah bil ujroh*, sering kali masih terbatas (Nugroho et al., 2024). Tantangan ini semakin kompleks

dengan praktik *marketplace* yang kerap menghadirkan kendala seperti ketidakjelasan akad, ketidaksesuaian dengan hukum syariah, dan rendahnya kesadaran terhadap pentingnya nilai-nilai keislaman dalam transaksi (Marlina & Juliana, 2020; Sauqi & Muyasarah, 2023). Hal ini menciptakan kesenjangan antara idealitas pendidikan keislaman yang dimiliki oleh mahasiswa santri dan realitas praktik ekonomi digital yang mereka jalani (Marlina & Juliana, 2020; Sauqi & Muyasarah, 2023). Oleh karena itu, penelitian terhadap pemahaman dan *implementasi* akad *Wakalah bil ujroh* di kalangan mahasiswa santri menjadi penting untuk menjembatani kesenjangan ini, sekaligus memberikan kontribusi nyata dalam menguatkan nilai-nilai syariah dalam ekonomi digital.

Penelitian ini menjadi penting untuk menjawab beberapa pertanyaan mendasar: sejauh mana mahasiswa santri memahami akad *Wakalah bil ujroh*? Bagaimana *implementasi* akad ini dalam transaksi *marketplace* yang mereka lakukan? Apa saja kendala yang dihadapi dalam memastikan kesesuaian transaksi dengan prinsip-prinsip syariah? Fokus pada mahasiswa santri An-Nawawi Berjan, Purworejo, memberikan perspektif unik, mengingat komunitas ini mengintegrasikan pendidikan agama yang mendalam dengan keterlibatan aktif dalam ekosistem ekonomi digital. Sebagai komunitas yang berada di persimpangan antara tradisi keislaman dan modernitas teknologi, mereka menawarkan gambaran yang relevan untuk mengkaji penerapan nilai-nilai syariah dalam transaksi digital.

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas akad wakalah bil ujroh dalam berbagai konteks. Penelitian Nurdiana Putri dan Kusnul Ciptanila Yuni K. mengkaji penerapan akad ini dalam bisnis jasa titip offline dengan studi kasus Jastip Garfield, menekankan aspek keadilan dan transparansi dalam kesepakatan imbalan antara pemilik usaha dan pelanggan (Putri & K, 2023). Sementara itu, penelitian Zendy Sellyfio Ardiana dan Radityo Dewandaru Basoeki membandingkan akad *wakalah bil ujroh* dan akad qard dalam pembelian barang sehari-hari, memberikan panduan agar penerapannya sesuai dengan hukum Islam (Ardiana & Dewandaru Basoeki, 2021). Selain itu, penelitian Rianti menganalisis penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di marketplace Lazada, menemukan bahwa prinsip kejujuran, transparansi, dan larangan riba belum sepenuhnya diterapkan (Rianti, 2021). Berbeda dari penelitian-penelitian tersebut, penelitian ini berfokus pada *implementasi* akad wakalah bil ujroh dalam transaksi marketplace online di kalangan mahasiswa santri pesantren An-Nawawi Berjan Purworejo. Jika penelitian sebelumnya lebih banyak membahas akad dalam bisnis tradisional atau etika bisnis digital secara umum, penelitian ini memberikan perspektif baru mengenai penerapan akad syariah dalam ekonomi digital di lingkungan pesantren.

Penelitian ini bertujuan tidak hanya untuk mendeskripsikan fenomena *implementasi* akad *Wakalah bil ujroh* di kalangan mahasiswa santri, tetapi juga untuk menganalisis relevansi, tantangan, dan peluang penerapan akad ini dalam konteks digital. Dengan pendekatan yang komprehensif, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi *signifikan* pada literatur hukum ekonomi Islam, khususnya terkait

adaptasi akad-akad syariah dalam transaksi modern. Lebih jauh, temuan riset ini bisa memberi saran yang berguna bagi masyarakat muslim untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang pentingnya kesesuaian syariah dalam ekonomi digital, serta mendorong pengembangan *marketplace* yang lebih inklusif, efisien, dan berbasis syariah.

METODE PENELITIAN

Riset ini memakai metode kualitatif dengan pendekatan *deskriptif-analitis*. Data primer didapat dengan wawancara mendalam bersama *mahasiswa santri An-Nawawi Berjan, Purworejo*, pada 11 November 2024 yang menggunakan akad *Wakalah bil ujroh* dalam transaksi *marketplace*, serta observasi dan dokumentasi. Data sekunder berupa literatur akad *Wakalah bil ujroh*, fatwa DSN-MUI, dan referensi terkait hukum transaksi Islam. Teknik analisis data meliputi reduksi, penyajian, dan inferensi dari pendekatan *maqashid syariah* dan normatif. Teori yang digunakan meliputi teori *maqashid syariah* untuk memahami tujuan syariah dalam transaksi, dan teori normatif hukum Islam untuk memastikan kesesuaian akad dengan ketentuan islam. Subjek penelitian yang diambil adalah santri An-nawawi Berjan karena mereka merupakan kelompok aktif dalam kehidupan beragama dan sosial, memiliki pemahaman kuat terhadap hukum syariah, serta lokasi pesantren yang strategis memudahkan akses penelitian. Dengan demikian, pemilihan subjek penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan data yang komprehensif dan akurat untuk menilai kesesuaian implementasi akad wakalah bil ujroh dengan prinsip-prinsip syariah. Metode ini bertujuan untuk memahami *implementasi* akad tersebut secara *komprehensif* dan menilai kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengertian *Wakalah bil ujroh*

Istilah "wakālah" dalam bahasa Arab memiliki kesamaan makna dengan "tafwīdh" yang berarti pendelegasian, serta "al-hīfzhu" yang berarti melindungi atau memelihara. Para ahli fikih menjelaskan bahwa wakālah merujuk pada perwakilan, yaitu izin atau permintaan yang diajukan oleh seseorang kepada orang lain untuk melakukan suatu perbuatan atau menggantikan kewajiban yang dapat diwakilkan, seperti transaksi jual beli barang dan jasa, perjanjian sewa-menyewa, dan pengaturan serupa lainnya (Praswati, 2020). Dalam hadis Muttafaq Alaih, Rasulullah memberikan kewenangan kepada pejabat zakat untuk mengumpulkan zakat. Hadis ini menunjukkan bahwa wakālah telah diterapkan dalam praktik kehidupan sehari-hari oleh Rasulullah saw. Contohnya, Rasulullah mewakilkan Amr bin Umayyah dalam menerima pernikahan Ummi Habibah, Ramlah binti Abi Sufyan (Atabik et al., 2022a).

Dasar hukum dari wakālah dapat ditemukan dalam Al-Qur'an, hadis, dan ijma'. Dalam Al-Qur'an, seperti yang tercantum dalam QS Yusuf: 55, wakālah dapat dipahami melalui ayat yang menyatakan Yusuf sebagai seorang yang dipercaya untuk mengelola harta negara Mesir. Hadis dari Abu Dawud juga mencatat praktik perwakilan yang dilakukan Nabi

Muhammad saw, seperti yang diterangkan dalam hadits Jabir r.a., di mana Rasulullah menyuruh mengambil 15 wasaq dari wakilnya di Khaibar (Atabik et al., 2022a). Selain itu, ijma' para ulama juga mengakui akad wakalah sebagai akad yang baik selama tidak digunakan dalam hal yang buruk. Jika digunakan dalam hal yang buruk, seperti membantu dalam kejahatan, maka hukumnya menjadi haram, sesuai dengan QS Al-Maidah: 2 yang melarang kerjasama dalam dosa dan pelanggaran.

Sedangkan *wakalah bil ujah* ialah pengalihan wewenang atau akad *wakalah* dengan imbalan ujah (pembayaran). Sedangkan ujah dalam wakalah ialah pihak yang diwakili memberikan imbalan (fee) kepada pihak yang diwakilinya (Madinah et al., 2019). Memberikan ujah dalam *wakalah* dimaksudkan menghormati kemurahan hati seseorang yang sudah membantu mewakili tugas sebagai penghargaan atas jasa wakil (Atabik et al., 2022b). *Wakalah bil ujah* merupakan akad pengalihan wewenang dengan imbalan sebagai bentuk penghargaan atas jasa wakil dalam menjalankan tugas yang diamanahkan.

B. Rukun Dan Syarat *Wakalah Bil Ujah*

Fatwa DSN MUI mengenai akad *wakalah bil ujah* antara lain sesuai syarat dan ketentuan akad *wakalah bil ujah*: (Madinah et al., 2019)

- a. *Muwakkil*, orang yang memberi kuasa disebut, sedangkan orang yang diberi kuasa oleh muwakkil disebut wali. Kedua belah pihak harus cakap secara hukum sesuai syariat dan hukum yang berlaku, meskipun bisa orang atau apa pun yang disamakan dengan orang, seperti badan hukum atau bukan badan hukum. Selain mampu memberi kuasa kepada orang lain, muwakkil juga harus mampu membayar ujah. Wali harus mampu melaksanakan kewajiban kuasa yang diwakilinya.
- b. Objek *Wakalah*, sepanjang hanya bisa dilaksanakan pada tugas yang termasuk lingkup wakalah, baik yang berbentuk kegiatan tertentu maupun pekerjaan, diketahui oleh wali dan muwakkil, serta dapat diselesaikan oleh wali. Dengan izin muwakkil, wakil bisa melimpahkan kuasa kepada pihak lain dan tidak bertanggung jawab atas kerugian kecuali akibat al-ta'addi, al-taqshir, atau pelanggaran syarat (mukhalafat al-syurth) (Rohma, 2022).
- c. *Sighah*, kad *wakalah bil ujah* yang dikatakan secara tertulis, lisan, isyarat, dan tindakan, sesuai hukum syariah dan UU yang berlaku. Dapat juga dilaksanakan melalui pemanfaatan teknologi internet.
- d. *Ujah*, berupa uang/barang yang bisa dipergunakan sesuai nilai guna barang. Kuantitas atau kualitas ujah harus transparan dan tidak ambigu dalam bentuk persentase, angka nominal, atau perhitungan yang dipahami dan disepakati kedua belah pihak yang mengadakan akad

Adapun Mekanisme *Wakalah bi al-Ujah* Dalam *Marketplace* Pada Fatwa DSN MUI NO. 144/DSN-MU1/X11/2021 antara lain:

- a. Dengan menyepakati besaran ujah yang menjadi hak prerogatif Penyedia *Marketplace* sebagai perwakilan, maka pedagang dan Penyedia *Marketplace* melakukan akad wakalah bi al-ujrah dalam rangka penawaran dan penjualan barang dan/atau jasa.

- b. Melalui Platform *Marketplace*, Penyedia *Marketplace* menawarkan barang/jasa kepada nasabah dengan harga nominal.
- c. Nasabah menerima tawaran tersebut dan membeli barang tersebut dengan harga nominal yang telah disepakati.
- d. Harga tersebut bisa dibayarkan sesuai kesepakatan dengan memakai metode yang sesuai peraturan yang berlaku serta prinsip syariah, seperti tunai di gerai ritel, uang elektronik, atau transfer.
- e. Sebagai imbalan atas penawaran/penjualan barang/jasa, Penyedia *Marketplace* diberikan ujarah.
- f. Setelah akad jual beli dilaksanakan, Penyedia *Marketplace* bertindak sebagai perwakilan Pedagang untuk:
 - 1) Menyerahkan Mabi berupa barang kepada pembeli, langsung atau melalui jasa pengiriman.
 - 2) Memberikan bukti hak pembeli atas manfaat Mabi, langsung atau melalui jasa pengiriman.
- g. Pembeli berhak memakai Hak Khiyar jika Mabi yang diterima tidak sesuai deskripsi saat transaksi.
- h. Penyedia Jasa Pengiriman bertanggung jawab atas kerugian Mabi akibat kecerobohan atau tindakan melampaui batas (DSN-MUI, 2021).
- i.

C. Marketplace

Marketplace ialah platform perdagangan yang dijalankan oleh suatu bisnis yang bertindak sebagai pihak ketiga guna membantu pembeli dan penjual terhubung secara daring. *Marketplace* dapat disamakan dengan pasar tradisional dan mal, tempat para pedagang mendirikan toko atau kios untuk menjual barang kepada pelanggan. Etalase virtual dengan fungsi etalase yang menampilkan foto-foto produk juga disediakan bagi para pedagang di *marketplace*. Pasar ini berkembang cukup pesat di Indonesia. Indonesia mendorong pertumbuhan e-commerce, khususnya *marketplace*, berkat jumlah populasinya yang besar dan kemampuannya mengasimilasi informasi baru serta kemajuan teknologi (Zed et al., 2023). *Marketplace* yakni bisnis yang menyediakan platform untuk menghubungkan pembeli dan penjual. *Marketplace* memungkinkan terjadinya transaksi antara dua pihak, dan bisnis tersebut memperoleh keuntungan dari komisi yang diperoleh dari setiap transaksi. Pada kenyataannya, *marketplace* dan pasar tradisional memiliki konsep yang sama. Pemilik platform tidak bertanggung jawab atas barang yang dijual (Sembiring & Sari, 2020).

Yang harus dilakukan organisasi *marketplace* ialah menyediakan tempat bagi pembeli dan penjual untuk membeli dan menjual barang dengan transaksi yang cepat dan mudah. Jika pembeli berminat, *marketplace* akan menangani seluruh transaksi, mulai dari pembayaran hingga konsumen menerima produk (Handayani et al., 2023). Aplikasi atau situs web bisa berfungsi sebagai platform *marketplace*. Perusahaan penyedia *marketplace* memfasilitasi semua aspek *marketplace*, mulai dari pengelolaan situs web hingga mekanisme pembayaran. Platform perusahaan *marketplace* menghilangkan kebutuhan penjual untuk menyewa tempat guna mendirikan stan; namun, sebelum melakukannya,

penjual harus mempertimbangkan keuntungan berjualan di platform pilihan mereka (Ariani et al., 2023).

Marketplace dibagi menjadi 2 (dua) bagian berdasar tujuannya, yakni (Habibi & Aprilian, 2020):

a. *Marketplace* murni

Jenis pertama yakni pasar murni, yang berfungsi sebagai perantara penting antara pembeli dan penjual. Selain mengelola pembayaran dan menampilkan informasi produk, penjual dapat melakukan berbagai transaksi produk di sini. Pasar internet hanya berfungsi sebagai perantara, mengirimkan barang kepada konsumen. Hasilnya, penjual produk memiliki fleksibilitas lebih besar dalam mengelola berbagai aktivitas sambil mematuhi batasan platform yang relevan. Selain itu, pembeli dapat menawarkan harga kepada vendor produk tanpa batasan platform. Selain itu, penjual harus memberikan informasi yang menyeluruh dan komprehensif tentang hal-hal yang mereka pasarkan, untuk memfasilitasi proses dan membujuk mereka untuk membeli produk. Selain itu, deskripsi barang harus sesuai bentuk dan kondisinya untuk menjaga kredibilitas merek atau toko (Muzakki, 2024).

b. *Marketplace* konsinyasi

Selain itu, ada jenis pasar daring yang disebut pasar konsinyasi di mana penjual hanya dapat mengakses barang konsinyasi. Dengan kata lain, vendor terbatas menawarkan produk dan mengirimkan deskripsi produk yang lengkap. Di sini, tugas pasar termasuk bertindak sebagai perantara dan menangani masalah pembayaran, pengiriman produk, gambar produk, dan tugas lainnya. Oleh karenanya, platform tersebut menangani semua jenis operasi pembelian dan penjualan. Hanya barang yang ditawarkan oleh penjual. Platform itu sendiri yang akan menangani prosedur penetapan harga. Berrybenka dan Zalora ialah dua contoh situs yang memiliki pasar konsinyasi. Kewajiban penjual produk dan prosedur transaksi pembelian dan penjualan adalah perbedaan paling mencolok antara pasar daring murni (Muzakki, 2024).

D. Implementasi *Wakalah bil ujah* oleh Mahasiswa santri An-Nawawi

Wakalah bil ujah ialah istilah untuk akad *wakalah* yang dilakukan dengan ujah. Sebuah ijtihad baru dalam muamalah modern, akad *wakalah bil ujah* lazimnya terlihat pada lembaga keuangan perbankan. Fatwa DSN MUI No.113/DSN-MUI/IX/2017 mengenai Akad Guna *Wakalah bil ujah* dibuat dalam rangka menjawab kebutuhan masyarakat dalam akad *wakalah bil ujah* yang ialah salah satu akad yang diciptakan dalam transaksi keuangan modern dan dapat ditemukan baik pada lembaga keuangan perbankan maupun transaksi lainnya dalam masyarakat. Kewajiban wakil dalam akad *wakalah bil ujah* adalah melaksanakan kewajibannya dan mendapat ujah. Karena upah tidak ditentukan dalam akad *wakalah bil ujah*, maka wakil berhak memperoleh ujah secara proporsional; hal ini juga bisa ditentukan oleh adat istiadat yang relevan (Musayadah & Wati, 2022).

Orang-orang sering meminta teman-teman mereka membelikan mereka sesuatu dalam kehidupan sehari-hari mereka, dan ini sering terlihat dalam bentuk fisik dan online di media sosial yang berkaitan dengan sistem pembelian konsinyasi. Dalam Islam, muammalah pada dasarnya diperbolehkan sampai ada bukti yang bertentangan. Ketika seseorang secara langsung mempercayakan orang lain untuk membeli barang, kontrak wakalah dibuat. Dalam skenario ini, muwakkil memberi perwakilan sejumlah uang di awal kontrak, dengan pembayaran dilakukan tepat waktu.

Perwakilan kemudian dapat mengambil untung dengan meminta biaya dari muwakkil yang disepakati di awal kontrak, Kontrak *wakalah bil ujah* kemudian terjadi. Ketika penjual tidak memiliki barang untuk dijual, ini bisa menjadi solusi yang layak untuk kegiatan jual beli online. Namun, perlu untuk memberi tahu pembeli tentang harga sebenarnya dari barang tersebut. Penjual sebagai perwakilan, kemudian bisa mengambil untung dengan membebaskan biaya kepada pembeli (Ardiana & Dewandaru Basoeki, 2021).

Pesantren berperan dalam mendidik santri untuk menguasai ilmu agama, berakhlak mulia, dan memiliki banyak ilmu, termasuk ilmu ekonomi selain agama Islam. Kita tahu bahwa di pesantren, santri belajar mengelola waktu, kebutuhan, aktivitas, dan berbagai aspek kehidupan lainnya secara mandiri. Selain itu, Di pesantren, terdapat wadah bagi santri untuk memperoleh pelatihan dalam mengembangkan ekonomi, yang nantinya dapat diterapkan di masyarakat. Salah satu bentuk *implementasinya* adalah melalui pengelolaan koperasi santri atau usaha pesantren yang dikelola oleh santri itu sendiri. Dengan adanya pelatihan ini, santri tidak hanya mendapatkan pengetahuan teori, tetapi juga pengalaman praktis dalam menjalankan usaha, mengelola sumber daya, serta memahami konsep ekonomi yang aplikatif.

Berdirinya minimarket di pesantren Indonesia dan dibukanya cabang di berbagai kota berdampak *signifikan* pada pertumbuhan ekonomi pesantren. Selain itu, perusahaan di luar pondok pesantren juga dapat memperoleh manfaat dari kemampuan menyalurkan barang hasil produksi ke minimarket yang telah ada, khususnya UMKM, produk mereka bisa ditampung dan dipasarkan sesuai ketentuan dan standar yang berlaku di minimarket pesantren. Sejak saat itu, pondok pesantren mulai berperan dalam mencetak santri menjadi wirausahawan yang mampu menjalankan usahanya sendiri. Santri bisa mendapat pelatihan mengenai cara pengambilan keputusan dan penyelesaian masalah terkait pengelolaan usaha pesantren (M. N. Choiruddin, 2023).

Selain mampu menimba ilmu agama guna berdakwah di tengah masyarakat, para santri diharapkan mampu menciptakan peluang usaha, yakni mereka terpacu untuk mandiri dalam perekonomian setelah lulus dari pondok pesantren. Dengan demikian para santri dapat mengembangkan pola pikir yang memungkinkan mereka untuk mandiri dalam perekonomian dengan merintis usaha atau bidang usaha, minimal untuk diri sendiri dan maksimal untuk masyarakat secara keseluruhan (Saifudin et al., 2024; Y. D. M. Sari et al., 2024).

Agar hal tersebut bisa terlaksana dalam praktik dengan sebaik-baiknya berdasar yang sudah dipelajari dan diterapkan selama di pesantren, maka harus dilandasi oleh motivasi internal yang kuat yang berkaitan dengan kemauan dan keikhlasan tentunya, serta ilmu tentang pengembangan ekonomi yang sesuai dengan ajaran Islam. (Suparman et al., 2020) Pondok pesantren dan santri harus terus melaksanakan transformasi digital dengan memanfaatkannya secara positif dalam pendidikan, dakwah, dan usaha, selain menciptakan peluang usaha. Maka, perkembangan tersebut akan semakin dikenal luas dan manfaatnya semakin terasa oleh masyarakat luas.

Dari segi ekonomi, digitalisasi sangat penting karena memungkinkan pesantren untuk memasarkan produk dan layanannya secara luas kepada masyarakat umum. Pesantren juga dapat memanfaatkan pemasaran digital untuk menjual atau memperkenalkan produknya. Misalnya, mereka bisa memanfaatkan platform seperti Facebook, Instagram, YouTube, Blogspot, situs web, grup WhatsApp, dan lainnya. Dengan demikian, manfaat pemasaran digital dapat dirasakan dalam memperkenalkan produk pesantren. Selain itu, mereka bisa memanfaatkan *marketplace* Indonesia untuk memasarkan produk, sehingga alumni, jemaah, dan masyarakat bisa mengaksesnya secara daring kapan saja dan di mana saja.

Dalam era digital, banyak sekali keuntungan yang akan diperoleh, terutama dalam kaitannya dengan ekonomi digital. Salah satu keuntungan tersebut adalah potensial konsumen yang mengunjungi atau mengetahui produk di pesantren atau lokasi lain akan memperoleh informasi lebih lengkap karena mereka dapat membandingkan produk secara daring dan bahkan secara terbuka melihat tinjauan atau evaluasi produk yang telah dijual. Artinya, semua hal menjadi terbuka dan dapat dilihat oleh semua orang dengan menggunakan metode digital, termasuk layanan, pengemasan, kualitas, dan aspek lainnya. Oleh karenanya, penjual perlu memberi informasi yang benar serta layanan prima. Tak hanya itu, ekonomi dapat berhemat berkat manfaat digital. Misalnya, bisnis berhemat dengan menjalankan operasinya secara daring dan memakai jaringan internet untuk pemasaran, di antara berbagai keuntungan lainnya. (muhammad nanang Choiruddin, 2023)

Contoh praktik *Wakalah bil ujroh* di dalam pondok pesantren "Siti dengan alamat email sinusol69@gmail.com, seorang santri di Pondok Pesantren An nawawi, sangat ingin memiliki buku terbaru tentang sejarah Islam. Harga buku tersebut adalah Rp150.000. Namun, karena peraturan pondok yang melarang santri membawa ponsel, Siti kesulitan untuk membeli buku secara online. Mengetahui hal ini, Aisyah dengan alamat email Aisyasabrina12@gmail.com, seorang mahasiswi yang juga menjadi pengurus di pondok pesantren an nawawi, menawarkan bantuan. Siti sangat senang dan langsung memberikan uang sebesar Rp150.000 kepada Aisyah untuk membelikan buku tersebut. Selain itu, Siti juga memberikan uang tambahan sebesar Rp10.000 sebagai tanda terima kasih atas bantuan Aisyah. Aisyah kemudian memesan buku tersebut melalui aplikasi Shopee dan memilih opsi pengiriman tercepat. Diperkirakan, buku tersebut akan

sampai di pondok dalam waktu tiga hari kerja. Setelah buku tiba, Aisyah akan menyerahkan buku tersebut kepada Siti.”

Aksi saling membantu ini tidak hanya mencerminkan keakraban antar sesama anggota pondok pesantren, tetapi juga merupakan *implementasi* dari akad *Wakalah bil ujroh*. Akad ini sah secara hukum Islam jika memenuhi syarat-syarat tertentu, seperti adanya ijab qabul yang jelas, kedua belah pihak cakap hukum, dan objek wakalah adalah sesuatu yang halal. Selain aspek hukum, akad ini juga memiliki nilai-nilai etika yang mendalam, seperti amanah, tolong-menolong, dan saling percaya. Dalam kehidupan modern, akad *Wakalah bil ujroh* semakin relevan dengan maraknya transaksi online. Platform e-commerce seperti Shopee, Lazada, dan Tokopedia telah memfasilitasi terjadinya akad *Wakalah bil ujroh* dalam skala yang lebih luas. Misalnya, ketika kita meminta jasa kurir untuk mengirimkan barang, kita telah memberikan kuasa kepada kurir untuk mengantarkan barang kita kepada penerima. (Fattah et al., 2022)

"Berdasarkan hasil wawancara dengan Munawaroh, seorang mahasiswa santri di An-Nawawi Purworejo, terlihat adanya praktik akad *wakalah bil ujrah* dalam keseharian mereka. Dalam kasus Munawaroh, ia membutuhkan map tempat berkas untuk keperluan kuliahnya namun terkendala oleh peraturan pondok pesantren yang membatasi penggunaan perangkat elektronik. Sebagai solusinya, Munawaroh kemudian meminta bantuan seorang teman untuk melakukan transaksi pembelian map tempat berkas tersebut melalui aplikasi Shopee. Sebagai bentuk balas jasa atas bantuan temannya, Munawaroh memberikan imbalan berupa susu kotak senilai Rp7.000. Munawaroh menyatakan dirinya senang dengan pelayanan yang diberikan temannya dan tidak mempermasalahkan harga yang diberikan. Dari transaksi ini, disimpulkan bahwa objek wakalah dalam kasus ini adalah pembelian map tempat berkas melalui aplikasi Shopee. Praktik akad *wakalah bil ujrah* seperti ini menunjukkan adanya kreativitas dan fleksibilitas mahasiswa santri dalam memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari, sekaligus mencerminkan pemahaman mereka terhadap konsep akad wakalah dalam Islam." (Munawaroh, 2024)

"Lita, salah satu santri di Pondok Pesantren An-Nawawi Purworejo dengan alamat email litaqomariyah25@gmail.com, telah memanfaatkan akad *wakalah bil ujrah* dalam kesehariannya. Karena kebijakan pondok yang membatasi penggunaan ponsel, Lita tidak dapat secara langsung melakukan transaksi online. Oleh karena itu, ia menitipkan temannya untuk melakukan checkout beberapa barang di Shopee, seperti rok, tas selempang, dan lip tint. Sebagai bentuk terima kasih atas bantuan temannya, Lita memberikan sisa uang dari transaksi tersebut sebagai imbalan. Lita merasa puas dengan layanan yang diberikan temannya dan tidak keberatan dengan jumlah imbalan yang diberikan. Praktik akad *wakalah bil ujrah* ini menunjukkan adanya kreativitas dan fleksibilitas para santri dalam memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari, meski dalam kondisi yang terbatas" (Lita Nur Qomariah, 2024).

"Seseorang dengan alamat email soimahazza122@gmail.com telah berbagi pengalamannya tentang transaksi online melalui Shopee yang dilakukan dengan bantuan seorang teman. Dalam prosesnya, ia sangat

selektif dalam memilih produk. Ia biasanya mencari barang dengan rating tinggi, sekitar 4.8 atau 4.7, dan membaca ulasan dari pembeli lain untuk memastikan kualitas produk. Setelah yakin, ia kemudian langsung melakukan proses checkout. Objek dari perjanjian wakalah dalam kasus ini adalah transaksi jual beli online secara keseluruhan. Sebagai bentuk terima kasih atas bantuan temannya dalam proses transaksi, ia memberikan 'balas jasa' berupa penilaian bintang 5 pada produk yang dibeli. Meskipun bentuk balas jasanya berbeda dari biasanya, yaitu berupa penilaian, namun orang yang dimaksud mengaku dirinya senang dengan pelayanan yang diberikan temannya dan tidak keberatan. Hingga akhirnya, barang pesanan pun tiba dengan selamat." (Azza Soimah, 2024).

"Dalam penelitian yang kami lakukan, Fuad, seorang responden dengan alamat email fuad.hasan141102@yahoo.com, berbagi pengalamannya terkait transaksi online melalui platform Shopee. Fuad menjelaskan bahwa ia memiliki kebutuhan untuk membeli baju baru dan memilih Shopee sebagai platform belanjanya. Namun, karena kendala teknis atau alasan lainnya, Fuad memutuskan untuk meminta bantuan seorang teman untuk menyelesaikan proses checkout pembelian. Aksi tolong-menolong ini termasuk dalam kategori akad *wakalah bil ujah*. Sebagai pemilik kuasa (muwakkil), Fuad menugaskan temannya untuk bertindak sebagai agennya guna membeli pakaian. Sebagai bentuk imbalan atas jasa yang diberikan, Fuad dan temannya menyepakati jumlah tertentu, yaitu Rp12.000. Meskipun demikian, Fuad mengungkapkan adanya perasaan keberatan terhadap nominal imbalan tersebut.

Hal ini mengindikasikan adanya pertimbangan-pertimbangan lain yang mungkin mempengaruhi persepsinya terhadap nilai tukar jasa yang diberikan. Terlepas dari adanya keberatan tersebut, transaksi tetap berjalan dengan lancar dan barang pesanan Fuad akhirnya tiba dengan selamat. Kasus Fuad ini menunjukkan bahwa praktik *wakalah bil ujah* dalam konteks belanja online semakin umum terjadi, terutama di kalangan generasi muda yang memiliki ketergantungan tinggi terhadap teknologi digital." (Fuad Hasan, 2024).

"Dalam penelitian yang dilakukan terhadap mahasiswa santri Pondok Pesantren An-Nawawi Purworejo, ditemukan praktik akad *wakalah bil ujah* yang cukup menarik. Salah satu responden, yang akan kita sebut Khairunnisa, membagikan pengalamannya terkait transaksi belanja online melalui aplikasi Shopee. Khairunnisa mengungkapkan bahwa ia pernah mengalami situasi di mana ia membutuhkan sebuah baju namun tidak memiliki akses langsung ke perangkat elektronik. "Karena saya tidak membawa HP, saya nitip ke teman saya untuk membelikan baju yang saya inginkan melalui Shopee," ungkapnya dalam wawancara. Dalam kasus ini, objek wakalah yang terjadi adalah pembelian baju melalui aplikasi Shopee.

Khairunnisa sebagai pemilik kuasa (muwakkil) mendelegasikan tugas pembelian tersebut kepada temannya sebagai wakil (wakil). Sebagai bentuk imbalan atas jasa yang diberikan, Khairunnisa memberikan sejumlah uang sebesar Rp10.000 kepada temannya. Menariknya, Khairunnisa menyatakan tidak keberatan dengan nominal imbalan tersebut. Praktik *wakalah bil ujah* dalam kasus Khairunnisa ini menunjukkan fleksibilitas dan

kemudahan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, terutama di kalangan mahasiswa santri yang mungkin memiliki keterbatasan akses terhadap teknologi. Meskipun nilai transaksi relatif kecil, namun praktik ini mencerminkan adanya hubungan saling percaya dan gotong royong di antara sesama mahasiswa santri."(Khairunnisa, 2024).

"Yunita, seorang responden dengan alamat email yunitaa273sari@gmail.com, telah berbagi pengalamannya terkait transaksi belanja online melalui aplikasi Shopee. Yunita mengungkapkan bahwa ia pernah melakukan transaksi Shopee bersama seorang temannya. Proses transaksi dimulai dengan keduanya masuk ke akun Shopee masing-masing. Mereka kemudian memilih barang yang ingin dibeli, melakukan proses checkout, menentukan alamat pengiriman, dan memilih metode pembayaran.

Dalam kasus ini, metode pembayaran yang dipilih adalah transfer bank. Setelah melakukan transfer, proses transaksi pun dianggap selesai. Objek wakalah dalam transaksi ini adalah barang yang dipesan melalui Shopee. Yunita mendelegasikan tugas pembelian kepada temannya, dan sebagai bentuk terima kasih atas bantuan tersebut, Yunita memberikan imbalan sebesar Rp2.000. Menariknya, Yunita menyatakan tidak keberatan dengan nominal imbalan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa praktik *wakalah bil ujah* dalam konteks belanja online semakin marak. Kemudahan akses terhadap platform belanja online dan adanya rasa saling percaya di antara teman menjadi faktor yang mendorong terjadinya praktik ini. Selain itu, nominal imbalan yang relatif kecil juga membuat praktik ini semakin populer di kalangan mahasiswa."(Yunita Dwi Mustika Sari, 2024)

E. Analisis Pemenuhan Rukun dan Syarat Akad *Wakalah bil ujah* dalam Implementasi oleh Mahasiswa Santri

Akad *wakalah bil ujah* ialah salah satu akad dalam hukum Islam yang membutuhkan terpenuhinya rukun dan syarat tertentu agar dapat dianggap sah secara syar'i. Dalam kasus yang dijelaskan, pemenuhan rukun dan syarat ini dapat dianalisis berdasarkan tiga komponen utama: pihak-pihak yang terlibat, objek akad, dan bentuk imbalan atau ujah.

1. Pihak-Pihak yang Terlibat (*Muwakkil* dan Wakil):

Kewajiban yang jelas dan sah dari muwakkil dan wakilnya dalam masing-masing kasus di atas memperlihatkan para pihak dalam akad *wakalah bil ujah* sudah memenuhi kewajibannya. *Muwakkil*, sebagai pemberi kuasa, memiliki kapasitas hukum untuk melakukan akad. Dalam hal ini, para muwakkil seperti Siti, Munawaroh, Lita, Khairunnisa, dan Yunita dianggap baligh, berakal, dan sadar akan keputusan mereka. Mereka memiliki pemahaman penuh tentang transaksi yang dilakukan, yang menunjukkan bahwa mereka memenuhi syarat kecakapan hukum (*ahliyyah*) yang merupakan salah satu prasyarat utama dalam syariat Islam untuk sahnya sebuah akad. Kejelasan peran ini juga menegaskan bahwa pihak-pihak yang terlibat berada dalam posisi yang tepat untuk melakukan transaksi yang sah, tanpa adanya paksaan atau ketidakjelasan mengenai status hukum mereka.

Sebagai wakil, Aisyah, teman-teman lainnya, serta kurir atau pihak ketiga yang terlibat dalam transaksi online juga memenuhi syarat kecakapan hukum. Mereka tidak hanya memahami peran mereka dalam mengurus transaksi, tetapi juga memiliki kapasitas untuk melaksanakan tugas tersebut dengan benar. Hal ini mencerminkan penerimaan kuasa yang sah dari muwakkil, di mana wakil memiliki keahlian dan kemampuan untuk melaksanakan pekerjaan yang diberikan. Saling pengertian antara muwakkil dan wakil, serta penerimaan kuasa yang dilakukan tanpa paksaan, menunjukkan bahwa agar akad *wakalah bil ujah* dianggap sah, kedua pihak wajib mematuhi peraturan hukum Islam.

2. Ijab dan Qabul:

Syarat ijab dan qabul dalam akad *wakalah bil ujah* juga terpenuhi dengan jelas melalui interaksi antara muwakkil dan wakil. Dalam setiap contoh yang ada, muwakkil secara tegas mengungkapkan keinginan untuk mendelegasikan tugas tertentu, misalnya dengan mengatakan "Saya nitip untuk membelikan barang" atau memberi tahu wakil tentang barang yang ingin dibeli. Pernyataan ini adalah bentuk dari ijab, yaitu permintaan atau tawaran untuk melakukan tugas yang dapat disetujui oleh wakil. Ijab ini menunjukkan bahwa muwakkil dengan sadar dan sukarela memberi kuasa kepada wakil untuk melakukan pekerjaan yang ditugaskan, dalam hal ini pembelian barang.

Qabul, atau penerimaan kuasa oleh wakil, juga terefleksikan dalam setiap narasi yang ada, seperti Aisyah yang dengan jelas menyatakan kesediaannya untuk membantu Siti, atau lebih banyak kenalan yang diberi kuasa melakukan bisnis atas nama muwakkil. Tindakan penerimaan ini menunjukkan adanya persetujuan yang eksplisit, baik dalam bentuk verbal maupun melalui tindakan nyata, seperti memesan barang sesuai dengan permintaan muwakkil. Proses ijab dan qabul yang jelas ini memastikan bahwa transaksi antara muwakkil dan wakil sah menurut hukum Islam, karena keduanya sepakat dan setuju atas akad yang terjalin.

3. Objek Wakalah (Mahal al-Wakalah):

Objek dalam akad *wakalah bil ujah* dalam semua kasus yang diuraikan adalah transaksi pembelian barang yang sah menurut hukum Islam, seperti buku, map, baju, dan barang lainnya. Setiap objek wakalah dalam akad ini adalah sesuatu yang halal dan diperbolehkan dalam syariat, sehingga tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip hukum Islam. Hal ini mencerminkan bahwa objek wakalah yang dipilih oleh muwakkil tidak hanya jelas, tetapi juga memenuhi ketentuan kesucian dan kehalalan dalam Islam. Misalnya, dalam kasus Siti, buku yang dibeli adalah produk yang diperbolehkan dalam Islam dan dibutuhkan oleh muwakkil untuk kepentingan pribadi.

Kejelasan objek ini juga penting dalam memastikan bahwa transaksi yang dilakukan tidak melibatkan tindakan terlarang menurut Islam. Setiap barang yang dibeli wakil melalui aplikasi

online, baik itu map, baju, atau barang lainnya, adalah sesuatu yang sah dan jelas keberadaannya. Selain itu, objek tersebut juga dapat direalisasikan sesuai dengan permintaan muwakkil, yang berarti akad tersebut tidak hanya sah, hal itu juga bisa dengan mudah dilaksanakan sesuai ketentuan yang disepakati. Pemilihan objek yang sesuai ini menjamin bahwa ketentuan akad *wakalah bil ujah* masih berlaku dan sesuai hukum Islam.

4. Imbalan atau Ujah:

Dalam akad *wakalah bil ujah*, hadiah, atau ujah, ialah komponen penting yang menjamin keabsahan akad. Dalam setiap contoh, imbalan diberikan sebagai bentuk penghargaan atas layanan yang diberikan oleh wakil. Seperti yang terlihat dalam kasus Siti yang memberikan uang Rp10.000 kepada Aisyah, atau Munawaroh yang memberikan susu kotak sebagai bentuk terima kasih, setiap pemberian ujah ini mencerminkan adanya penghargaan yang sah dan diterima oleh kedua belah pihak. Imbalan ini tidak hanya mencerminkan penerimaan jasa, tetapi juga menunjukkan adanya kesepakatan mengenai nilai ujah yang diharapkan oleh wakil dan yang dianggap adil oleh muwakkil.

Namun, seperti yang terlihat dalam kasus Fuad, terkadang ada ketidakpuasan terhadap nominal ujah yang diberikan, seperti keberatan terhadap imbalan sebesar Rp12.000. Meskipun demikian, meskipun terdapat perbedaan persepsi mengenai nominal tersebut, transaksi tetap berjalan dengan lancar dan sah karena keduanya sepakat atas besaran ujah yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada fleksibilitas dalam jumlah imbalan, yang terpenting adalah adanya kesepakatan antara kedua pihak mengenai nilai ujah tersebut. Kesepakatan ini tetap memenuhi syarat untuk sahnya akad dalam Islam, di mana nilai ujah, meskipun bervariasi, tidak menghalangi keabsahan akad *wakalah bil ujah* secara keseluruhan.

5. Amanah dan Akuntabilitas:

Praktik akad *wakalah bil ujah* ini juga mencerminkan nilai-nilai etika dalam Islam, seperti amanah dan *akuntabilitas*, yang sangat penting dalam transaksi ini. Wakil sebagai pihak yang menerima kuasa harus menjalankan tugasnya dengan penuh tanggung jawab, yang tercermin dalam pelaksanaan tugas-tugas mereka dengan baik, seperti memesan barang sesuai permintaan muwakkil dan memastikan barang sampai dengan selamat. Nilai amanah ini sangat penting dalam menjaga kepercayaan antara muwakkil dan wakil, yang menjadi fondasi utama dalam hubungan ini. Ketika wakil bertindak dengan jujur dan sesuai dengan permintaan, muwakkil merasa puas dan transaksi dapat dianggap berhasil.

Selain itu, *akuntabilitas* dalam transaksi ini terlihat dari tindakan wakil yang mempertanggungjawabkan tugas yang telah diberikan oleh muwakkil. Misalnya, dalam semua narasi, setelah barang sampai, wakil menyerahkan barang kepada muwakkil dengan

penuh tanggung jawab. Ini menunjukkan bahwa wakil tidak hanya sekedar melaksanakan tugas, tetapi juga menjunjung tinggi prinsip *akuntabilitas* dalam setiap langkah yang diambil. Praktik ini menggarisbawahi bahwa akad *wakalah bil ujah* bukan hanya sekedar transaksi ekonomi, tetapi juga melibatkan nilai moral dan etika dalam Islam yang menuntut setiap pihak untuk bertindak dengan amanah dan akuntabel.

PENUTUP

Analisis rukun dan syarat akad *wakalah bil ujah* dalam pelaksanaannya oleh para santri pondok pesantren menyimpulkan akad tersebut memenuhi setiap syarat dan rukun yang digariskan dalam hukum Islam. Pihak-pihak yang terlibat, baik muwakkil maupun wakil, memiliki kapasitas hukum yang sah dan melakukan transaksi dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan. Proses ijab dan qabul tercermin dengan jelas dalam komunikasi antara kedua belah pihak, yang menunjukkan adanya kesepakatan yang sah. Objek *wakalah* yang dipilih juga sesuai dengan prinsip halal dalam Islam, dan imbalan atau *ujrah* diberikan dengan kesepakatan bersama meskipun terkadang terdapat perbedaan persepsi mengenai nominalnya. Nilai amanah dan *akuntabilitas* sangat dijunjung tinggi dalam setiap tahap transaksi, melambangkan prinsip etika kontrak *wakalah bil ujah*. Dengan mempertimbangkan semua hal, pelaksanaan kontrak ini menunjukkan pemahaman yang kuat pada hukum Islam dan etika transaksi, meskipun ada beberapa kekurangan teknis yang tidak mempengaruhi keabsahan akad.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya cakupan sampel yang terbatas pada mahasiswa santri An-Nawawi Berjan Purworejo, sehingga temuan yang dihasilkan belum dapat digeneralisasi ke komunitas Muslim yang lebih luas dengan karakteristik berbeda. Selain itu, penelitian ini lebih menitikberatkan pada aspek kepatuhan syariah tanpa melakukan analisis mendalam terhadap implikasi ekonomi dari akad *wakalah bil ujah* dalam transaksi marketplace, seperti efisiensi biaya dan dampaknya terhadap kesejahteraan pelaku transaksi. Untuk penelitian mendatang, disarankan agar cakupan studi diperluas dengan melibatkan komunitas Muslim dari berbagai latar belakang sosial dan ekonomi, serta mempertimbangkan pendekatan kuantitatif untuk mengukur efektivitas implementasi akad ini dalam meningkatkan kepercayaan dan keberlanjutan transaksi digital berbasis syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajay Kumar, & Md, D. C. (2023). *Marketing strategies and challenges for emerging markets* (Issue August). Bharti Publication.
- Ardiana, Z. S., & Dewandaru Basoeki, R. (2021). Perbandingan Konsep Akad Wakalah bil ujah Dan Akad Qard Terhadap Permasalahan Akad Pembelian Barang Dalam Kehidupan Sehari-Hari. *Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*, 19, 36–57.
- Ariani, M., Zulhawati, Z., & Aulawi, D. F. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Marketplace Digital sebagai Sarana Promosi dan Transaksi Online. *PARAHITA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 86–90. <https://doi.org/10.25008/parahita.v3i2.80>
- Atabik, S., Ghozali, M., & Kusuma, A. R. (2022a). Analisis Penerapan Akad Wakalah Bil-Ujrah pada layanan Go-Mart (Studi Analisis). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3317–3322.
- Atabik, S., Ghozali, M., & Kusuma, A. R. (2022b). Analisis Penerapan Akad Wakalah Bil-Ujrah pada layanan Go-Mart (Studi Analisis). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3317. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6800>
- Azza Soimah (2024).
- Choiruddin, muhammad nanang. (2023). Peran pesantren, santri dalam perkembangan ekonomi masyarakat di era digital. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- Choiruddin, M. N. (2023). *Peran Pesantren, Santri dalam Perkembangan Ekonomi Masyarakat di Era Digital*.
- cipta dilindungi Undang-Undang, H. (2024). *Era Digitalisasi Ekonomi, Keuangan dan Bisnis untuk Keberlangsungan Perusahaan*.
- DSN-MUI. (2021). Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No: 144/DSN-MUI/XII/2021 tentang Marketplace Berdasarkan Prinsip Syariah. *Dsn-Mui*, 021, 1–15.
- Fattah, H., Riodini, I., Hasibuan, S. W., Rahmanto, D. N. A., Layli, M., Holle, M. H., Arsyad, K., Aziz, A., Santoso, W. P., & Mutakin, A. (2022). *Fintech dalam Keuangan Islam: Teori dan Praktik*. Publica Indonesia Utama.
- Fuad Hasan (2024).
- Greenstein, S., Goldfarb, A., & Tucker, C. (2014). The Economics of Digitization. *The Economics of Digitization*, 2. <https://doi.org/10.4337/9781784710408>
- Habibi, R., & Aprilian, R. (2020). *Tutorial dan penjelasan aplikasi e-office berbasis web menggunakan metode RAD* (Vol. 1). Kreatif.
- Handayani, M., Syafwan, H., Helmiah, F., & Ubaidillah, A. A. (2023). PELATIHAN PEMBUATAN TOKO ONLINE PADA MARKET PLACE BAGI UMKM KUBE KULINER ASAHAN. *Jurnal Pemberdayaan Sosial Dan Teknologi Masyarakat*, 3(1), 18–23.
- Hasanan, E. R. (2023). Analisis Pembiayaan Walimatul'Ursy dengan Akad Ijarah Multijasa pada KSPPS BMT Fanshob Karya Bojonegoro. *SHARF: JURNAL EKONOMI DAN PERBANKAN SYARIAH*, 4(1), 1–11.
- Khairunnisa (2024).

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *A Framework for Marketing Management* (6th ed., Vol. 11, Issue 1). Pearson.
- Lita Nur Qomariah (2024).
- Madinah, S. H., Sari, P. K., & Rofiqoh, I. (2019). Analisis Akad *Wakalah bil ujarah* Pada Jasa Titip Beli Online Dalam Prespektif Kaidah Fikih Ekonomi (Studi Kasus Pada Akun Instagram@ jastiperopa777). *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 9(2), 196–214.
- Marlina, R., & Juliana, J. (2020). The Level of Student Literacy Towards The Sharia Cooperatives. *Review of Islamic Economics and Finance*, 1(1), 25–31. <https://doi.org/10.17509/rief.v1i1.23744>
- Mourou, E. (2024). Assessing the Correlation Between Digitalization and Performance: An Empirical Analysis for European Countries. *Journal of Information Economics*, 2(3), 36–48. <https://doi.org/10.58567/jie02030003>
- Munadi. (2023). Al-Ijarah: Understanding, Legal Basis and Problems of Contemporary Practices in Sharia Business. *International Journal of Humanities, Social Sciences and Business (INJOSS)*, 2(1), 11–20.
- Munawaroh (2024).
- Musayadah, N., & Wati, A. (2022). Akad *Wakalah bil ujarah* Pada Pembayaran Listrik. *Jurnal Al-Hakim*, 4(2), 147–164.
- Muzakki, A. S. (2024). Analisis Perlindungan Hukum bagi Konsumen dan Pelaku Usaha dari Anomali Perdagangan Online dalam Era Digitalisasi. UNS (Sebelas Maret University).
- Nugroho, B., Ma'rufi, A., Fathudin, & Jankauskienė, D. (2024). *Cultural Integration in Islamic Financial Innovation: Implementation of Istishlahi Principles in Musyarakah Mutanaqishah Contracts in Multicultural Indonesia*. 5(2), 173–185. <https://doi.org/10.30984/KIJMS.v5i2.1186>
- Praswati, I. B. (2020). Implementasi Akad *Wakalah* Pada Pemesanan Makanan Melalui Go-Food. *Jurnal Al-Hakim: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Studi Syariah, Hukum Dan Filantropi*, 2(1), 93–105. <https://doi.org/10.22515/alhakim.v2i1.2498>
- Putri, N., & K, K. C. Y. (2023). Penerapan Akad *Wakalah Bil Ujroh* Pada Usaha Jasa Titip (Studi kasus pemilik usaha Jastip Garfield). *JIES: Journal of Islamic Economics Studies*, 4(3), 182–191.
- Rahmad, R. (2023). PENGARUH KEPERCAYAAN MUZAKKI KEPADA INSTITUSI ZAKAT DALAM MENUNAIKAN ZAKATNYA DI BAITUL MAL KABUPATEN PIDIE. *Jurnal Tahqiqat: Jurnal Ilmiah Pemikiran Hukum Islam*, 17(2), 49–62.
- Rianti, R. (2021). Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Pada Marketplace Lazada. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v1i1.57>
- Rohma, V. N. (2022). Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Mekanisme Penetapan Upah Pada Praktik Jasa Titip Beli Online Di Akun Instagram@ Jastipbojonegoro09. Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri.

- Saifudin, Sudarmaji, S., Muhajir, & Annafi, I. (2024). Praktik Jual Beli di Nmtstore.id Pada Aplikasi Shopee Perspektif Hukum Islam. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(4), 1822–1829.
- Sari, E. M., Gustianda, E., & Elfitra, M. R. R. (2024). Investigating the Application of Islamic Economic Law in Modern Economics: A Qualitative Study on the Concepts of Riba and Zakat. *SAQIFAH: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 9(1), 56–63.
- Sari, Y. D. M., Nursobah, A., & Khasanah, F. (2024). Maqāṣid Al-Mu'aṁalah Dalam Fatwa DSN-MUI Tentang Dropship. *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(03), 2766–2777.
- Sauqi, M., & Muyasarah, I. (2023). Literacy of Sharia Banking Contracts: Increasing Sharia Contract Understanding of Islamic Bording Scool Students in Raudhatunnasyi'in Banjarbaru. *AMALA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 135–141. <https://doi.org/10.23971/amala.v2i1.78>
- Sembiring, F., & Sari, D. P. (2020). Penerapan teknik scraping python pada website marketplace indonesia. *Integrated (Journal of Information Techcology and Vocational Education, Vol 2 No. 1.*
- Suparman, M. P. I., Sultinah, S., Supriyadi, M. P. I. D., & Achmad, M. P. D. A. D. (2020). *Dinamika psikologi pendidikan Islam*. BuatBuku. com.
- Yunita Dwi Mustika Sari (2024).
- Yunus, M., Darsono, M. M., Athoillah, M. A., Syariah, E., Qanun, F. D. D., Yunus, M., Darsono, M. M., & Athoillah, M. A. (2023). Akad *Wakalah bil ujarah* Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, Fatwa DSN-MUI Dan Qanun Muhammad. *AL-AFKAR: Journal for Islamic Studies*, 6(3), 389–399. <https://doi.org/10.31943/afkarjournal.v6i3.800>.
- Zed, E. Z., Ratnaningsih, Y. R., & Ningsih, M. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Online Customer Review dan Kenyamanan terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Mask Duckbill di Shopee. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 5334–5348.