

PENGARUH AKAD KHIYAR AIB TERHADAP MINAT KONSUMEN DALAM TRANSAKSI SYARIAH

Iklimah^{1*}, Wasilah², Moh Kholil Baitaputra³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah Bangkalan

202093290433@darul-hikmah.com, 202093290463@darul-hikmah.com,

kholil@darul-hikmah.com

Received: 22-08-2024

Revised: 25-08-2024

Approved: 22-09-2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Akad Khiyar Aib terhadap minat konsumen dalam transaksi online, khususnya di Toko Diana Olshop Klampis Bangkalan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dengan bantuan SPSS 16.0. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan populasi 250 konsumen dan sampel 23 konsumen yang diambil menggunakan rumus Slovin dan teknik accidental sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai T hitung sebesar 3.670 dengan taraf signifikansi 0,05, sehingga Ho ditolak dan Ha diterima. Ini berarti variabel Akad Khiyar Aib berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen, dengan kontribusi sebesar 18%, sementara 82% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Kesimpulannya, praktik khiyar di Toko Diana Olshop Klampis sesuai dengan prinsip transaksi syariah.

Kata Kunci: Khiyar, Minat, Konsumen, Toko

PENDAHULUAN

Transaksi jual-beli merupakan suatu kegiatan ekonomi yang di izinkan berdasarkan ajaran kitabullah (Al-Qur'an) dan tuntunan nabi muhammad SAW, serta kesepakatan dari seluruh umat islam (Fauzi, 2023). Jual-beli adalah suatu bentuk muamalah yang dapat memiliki hukum yang berbeda tergantung pada sejauh mana kita patuh terhadap prinsip-prinsip syariah (Akbar & Sucipto, 2018). Dalam konteks yang telah dijelaskan diatas, kita perlu memperhatikan aspek-aspek penting yang terkait dengan jual-beli. Hal ini relevan bagi para pedagang, pembeli, dan semua orang yang sehari-hari terlibat dalam aktivitas jual-beli (Abduruohman et al., 2020). Proses jual beli di kalangan masyarakat umum banyak sekali model transaksi baik transaksi secara *offline* (tatap muka) atau *online* (tidak bertatap muka) (Ubaidillah, 2023) sehingga menimbulkan pertanyaan serta pandangan di dalam fiqh muamalah, di dalam transaksi ada banyak sekali sesuatu yang mungkin tidak sesuai dengan keinginan costumer, lantas bagaimana fiqh muamalah dalam mengatasi hal tersebut (Mahfudhoh & Santoso, 2020).

Dalam bertransaksi ada banyak sekali aturan-aturan yang harus di ketahui dan laksanakan sesuai dengan aturan yang ada, yang sering terjadi di dalam transaksi baik di dunia nyata atau di dunia online adalah terjadinya pengembalian barang karena tidak sesuai dengan apa yang di deskripsikan atau di terangkan oleh si penjual barang, lantas solusi untuk hal tersebut di dalam fiqh muamalah yaitu dengan adanya akad khiyar (Munib, 2018). Secara etimologi, khiyar adalah memilih makna yang lebih baik dari dua hal atau lebih. Menurut Sayyid Sabiq, mendefinisikan khiyar adalah hak opsional (hak memilih) atau mencari kebaikan dari dua perkara, melangsungkan atau membatalkan jual-belinya. Akad khiyar adalah menurut bahasa yaitu memilih antara dua pilihan. sedangkan menurut istilah khiyar merupakan hak memilih bagi penjual atau pembeli untuk meneruskan akad jual beli atau membatalkannya. Khiyar hukumnya mubah bagi

penjual dan pembeli dengan cara membuat kesepakatan dalam transaksi jual beli (Hardiati & Latifah, 2024). Terkait dengan landasan hukum khiyar aib dalam Al- Qur'an tidak dijelaskan secara rinci. Ketetapan adanya khiyar ini dapat diketahui secara langsung secara terang-terangan atau secara implisit (Takhim, 2019). Dalam setiap transaksi, pihak yang terlibat secara implisit menghendaki agar barang dan penukaran bebas dari cacat. Hal ini masuk akal karena pertukaran itu harus dilangsungkan secara suka sama suka. Al-Qur'an hanya menyebutkan secara garis besar bahwa pengelolaan harta tidak boleh secara bathil sebagaimana firman Allah dalam surat An- Nisa' ayat 29.

Salah satu bentuk dari khiyar yang terdapat di dalam transaksi jual beli, istilah khiyar aib memiliki dua kata yang berbeda makna, namun masing-masing istilah ini menjadi bentuk frasa yang kemudian dijadikan sebagai salah satu konsep hukum tersendiri dalam muamalah (Nubahai, 2023). Khiyar secara definisi diartikan sebagai bentuk hak pilih bagi salah satu atau kedua belah pihak yang melaksanakan transaksi untuk melangsungkan atau membatalkan transaksi yang telah disepakati sesuai dengan kondisi masing-masing pihak yang melakukan transaksi. Apabila dilihat lebih jauh khiyar a'ib ini telah dikembangkan oleh ulama mazhab (Khulwah, 2019). Para ulama fiqh telah sepakat bahwa yang dimaksud dengan khiyar a'ib ini berlaku sejak diketahui cacat pada barang yang diperjual belikan dan dapat diwarisi oleh ahli waris pemilik hak khiyar, kondisi cacat tersebut yang akan menyebabkan hak khiyar. Khiyar aib adalah suatu keadaan yang memperbolehkan seseorang berakad memiliki hak untuk membatalkan akad atau menjadikannya ketika ditemukan a'ib atau kerusakan dari salah satu yang dijadikan alat tukar menukar yang tidak diketahui pemiliknya waktu akad, atau sesuatu yang bisa mengurangi nilai yang dijual (Matondang, 2018). Dari satu segi memang khiyar ini tidak praktis karena mengandung arti ketidak pastian suatu transaksi, namun segi kepuasan pihak yang melakukan transaksi, khiyar ini yaitu jalan yang terbaik (Amiruddin, 2016).

Khiyar aib adalah salah satu hak yang diberikan kepada pembeli dalam kontrak jual-beli untuk membatalkan kontrak jika pembeli menemukan cacat dalam barang yang telah dibelinya sehingga bisa menurunkan nilai barang tersebut (Jamilah & Firmansyah, 2018). Dengan demikian, dalam transaksi disyaratkan adanya kesempurnaan terhadap benda-benda yang diperjual-belikan. Hak khiyar diterapkan dalam syariat Islam bagi orang-orang yang melakukan transaksi agar tidak ada yang dirugikan dalam transaksi yang dilakukan, sehingga kemaslahatan dengan mengedepankan keikhlasan dari kedua belah pihak yang dituju (Saputri et al., 2023). Minat adalah keinginan yang kuat, gairah, kecenderungan hati yang sangat tinggi terhadap sesuatu (Nubahai, 2023). Hartuti, (2015) menjelaskan minat merupakan suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. W.S Winkel mengatakan bahwa minat adalah kecenderungan yang agak menatap untuk merasa tertarik pada bidang-bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu. Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh (Harianto, 2017). Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu hal diluar dirinya, semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar pula minatnya (Ariyanto, 2020).

Toko Diana Olshop merupakan toko yang menyediakan peralatan perlengkapan rumah tangga yang terletak jalan raya Klampis No. 2A toko ini memiliki lokasi yang sangat strategis di seberang jalan raya, lokasi ini sangat mudah di jangkau oleh banyak

masyarakat. Setiap hari toko menerima banyak pembeli baik yang sudah menjadi pelanggan tetap maupun pembeli baru yang tertarik terhadap barang-barang yang di tampilkan di toko. Perihal harga Toko Diana Olshop tidak dapat ditawar, karena harga ditoko tersebut sudah mencantumkan harga di setiap barang yang tersedia. Meskipun harga sudah tertera untuk setiap barang, masih ada banyak masyarakat yang terkadang masih mencoba untuk menawarnya demi mendapatkan harga yang lebih murah dari pada harga yang sudah tercantum. Toko Diana Olshop memang tidak melakukan tawar-menawar karena toko tersebut sudah menetapkan harga yang cukup mendekati harga grosir. Namun, terkadang tawar-menawar hanya diperbolehkan untuk konsumen yang merupakan pelanggan setia di Toko Diana Olshop.

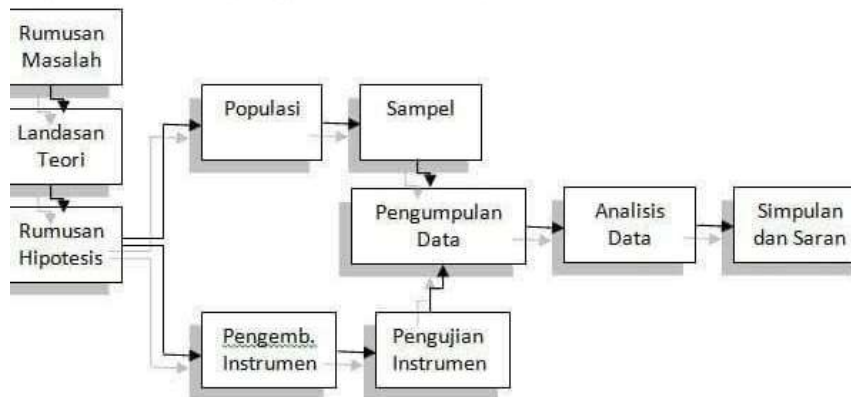
METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif melalui proses korelasi antara data berupa angka yang didapat melalui pemberian angket yang diolah dalam bentuk poin beserta pendalaman pada observasi dan wawancara secara langsung. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah jumlah konsumen Toko Diana Olshop Klampis Bangkalan pada tahun 2024 sejumlah 250 konsumen. Adapun teknik sapling yang digunakan adalah teknik metode non-probability sampling accidental (pengambilan sampel tanpa sengaja). Kemudian untuk menghitung jumlah sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Slovin. Berikut adalah rumusnya :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$\begin{aligned} & \frac{250}{1 + 250 \cdot 20\%^2} \\ & \frac{250}{1 + 250 \cdot 0,04} \\ & \frac{250}{11} \\ & = 23 \end{aligned}$$

Sumber data yang dikumpulkan menggunakan data primer dan data sekunder dengan survei dan observasi langsung. Adapun teknik pengumpulan data melibatkan penyebaran angket dan kuesioner serta diperbuat dengan observasi dan dokumentasi. peneliti memakai formula regresi linier sederhana untuk menganalisis menganalisis korelasi linier antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Dalam analisis regresi linier sederhana ini, dilakukan uji T untuk menentukan adanya perbedaan yang signifikan secara statistik antara dua nilai rata-rata sampel untuk dua variabel yang dibandingkan.



Gambar 1. Alur Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti merumuskan masalah terlebih dahulu untuk menentukan teori yang akan dijadikan landasan sehingga dapat memudahkan merumuskan hipotesis dalam memilih populasi dan sampel dalam penelitian. Setelah diberikan angket, maka peneliti mengumpulkan data untuk dianalisis dalam beberapa uji pada penelitian sehingga menghasilkan hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian.

HASIL PENELITIAN

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas Pertanyaan Variabel X

		X1	X2	X3	X4	X5	total
X1	Pearson Correlation	1	.205	.361	.501*	.378	.752**
	Sig. (2-tailed)		.349	.090	.015	.075	.000
	N	23	23	23	23	23	23
X2	Pearson Correlation	.205	1	.083	.224	.232	.542**
	Sig. (2-tailed)	.349		.708	.304	.288	.007
	N	23	23	23	23	23	23
X3	Pearson Correlation	.361	.083	1	.058	.287	.496*
	Sig. (2-tailed)	.090	.708		.794	.184	.016
	N	23	23	23	23	23	23
X4	Pearson Correlation	.501*	.224	.058	1	.398	.721**
	Sig. (2-tailed)	.015	.304	.794		.060	.000
	N	23	23	23	23	23	23
X5	Pearson Correlation	.378	.232	.287	.398	1	.711**
	Sig. (2-tailed)	.075	.288	.184	.060		.000
	N	23	23	23	23	23	23
total	Pearson Correlation	.752**	.542**	.496*	.721**	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.016	.000	.000	
	N	23	23	23	23	23	23

Dari hasil uji validitas pada pernyataan variabel X (Akad Khiyar Aib) di atas, sehingga rtabel terdapat 5 pernyataan dan hasil pernyataan tersebut valid semua. Karena nilai signifikan yang diperoleh dari 5 pertanyaan tersebut lebih dari 0,05.

Variabel X	r hitung	r tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,752	0,351	Valid
Pernyataan 2	0,542	0,351	Valid
Pernyataan 3	0,496	0,351	Valid
Pernyataan 4	0,721	0,351	Valid
Pernyataan 5	0,711	0,351	Valid

Tabel 2.
Hasil Uji Validitas Pernyataan Y

		y1	y2	y3	y4	y5	Total
y1	Pearson Correlation	1	.114	.050	.149	.330	.517*
	Sig. (2-tailed)		.606	.820	.497	.124	.012
	N	23	23	23	23	23	23
y2	Pearson Correlation	.114	1	.585**	.128	.412	.670**
	Sig. (2-tailed)	.606		.003	.559	.050	.000
	N	23	23	23	23	23	23
y3	Pearson Correlation	.050	.585**	1	.275	.342	.715**
	Sig. (2-tailed)	.820	.003		.204	.110	.000
	N	23	23	23	23	23	23
y4	Pearson Correlation	.149	.128	.275	1	.373	.584**
	Sig. (2-tailed)	.497	.559	.204		.079	.003
	N	23	23	23	23	23	23
y5	Pearson Correlation	.330	.412	.342	.373	1	.754**
	Sig. (2-tailed)	.124	.050	.110	.079		.000
	N	23	23	23	23	23	23
total	Pearson Correlation	.517*	.670**	.715**	.584**	.754**	1
	Sig. (2-tailed)	.012	.000	.000	.003	.000	
	N	23	23	23	23	23	23

Dari hasil uji validitas pada pernyataan variabel Y (Minat Konsumen) di atas, sehingga R tabel terdapat 5 pernyataan dan hasil pernyataan tersebut valid semua. Karena nilai signifikan yang diperoleh dari 5 pertanyaan tersebut lebih dari 0,05.

Variabel Y	r hitung	r tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,517	0,351	Valid
Pernyataan 2	0,670	0,351	Valid
Pernyataan 3	0,715	0,351	Valid
Pernyataan 4	0,584	0,351	Valid
Pernyataan 5	0,754	0,351	Valid

Tabel 3.
Hasil Uji Reabilitas Variabel X

Cronbach's Alpha	N of Items
.757	6

Tabel 4.
Hasil Uji Reabilitas Variabel Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	6

Sesuai tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai reabilitas dari variabel X (Akad Khiyar Aib) terdapat hasil perhitungan dari uji reabilitas skala minat konsumen sebesar .756 hal ini dapat membuktikan bahwa dari hasil skala minat konsumen memiliki tingkat reabilitas dibuktikan dengan nilai r alpha .757 karena hasil dari Variabel X dan Y lebih dari 0.6.

Tabel 5.
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		23
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.98004450
Most Extreme Differences	Absolute	.140
	Positive	.072
	Negative	-.140
Kolmogorov-Smirnov Z		.671
Asymp. Sig. (2-tailed)		.759

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,759 yang berarti data tersebut valid karena lebih dari 0.05 dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Tabel 6.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.536	2.696		1.682	.107
Akad Khiyar Aib	-.128	.119	-.230	-1.082	.291

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa uji heteroskedastisitas diketahui nilai signifikan dari variabel X 0.291 > 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 7.
Regresi Linier Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.760	5.112	.134	3.670	.001
	Akad Khyar Aib	.139	.225		.619	.543

Pada tabel di atas untuk mengetahui bahwa persamaan dapat sebagai berikut:

$$Y = a + b x$$

$$Y = 18.760 + 0.139 + 5.112$$

Dapat disimpulkan dari atas berdasarkan hasil konstanta (a) atau dependen Y sebesar 18.760 menunjukkan jika hasil variabel Akad Khiyar Aib (X) sama dengan 0.139, maka variabel Minat Konsumen (Y) adalah sebesar 18.760 keterangan di atas menunjukkan nilainya semakin tinggi maka Minat Konsumen semakin meningkat.

Tabel 8.
Uji R

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.134a	.018	-.029	2.02664

Tabel 9
Uji Regresi Linieritas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Konsumen * Akad Khiyar Aib	Between Groups	(Combined)	16.064	6	2.677	.597	.729
		Linearity	1.573	1	1.573	.351	.562
		Deviation from Linearity	14.491	5	2.898	.646	.668
	Within Groups		71.762	16	4.485		
	Total		87.826	22			

Berdasarkan tabel di atas hasil dari uji linieritas dapat diketahui nilai signifikan dari deviation from linearity $0.668 > 0.05$, maka dinyatakan bahwa terdapat hubungan linier Pengaruh Akad Khiyar Aib terhadap Minat Konsumen (H_a diterima).

Tabel 10.
Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	222670.060	1	222670.060	3.4914	.000a
	Residual	141.940	22	6.452		
	Total	222812.000	23			

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung yaitu 3.4914 dan F tabel 3.47 dengan taraf 0,05 sedangkan nilai signifikan yang di hasilkan 0.00 lebih kecil dari 0.05 maka dengan ini menyatakan bahwa model regresi sederhana ini layak digunakan.

Tabel 11.
Hasil Uji T

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.760	5.112	.134	3.670	.001
	Akad Khiyar Aib	.139	.225		.619	.543

Berdasarkan tabel uji T diperoleh hasil T hitung sebesar 3.670 dari taraf sig 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa T hitung lebih besar dari T tabel 0.351 maka pengaruhnya signifikan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Alad Khiyar Aib Terhadap Minat Konsumen Dalam Transaksi Syariah di Toko Diana Olshop Klampis Bangkalan. Berdasarkan hasil data yang diperoleh dari jawaban responden yang telah dipaparkan di atas yang diperoleh dari uji validitas dan reabilitas dari bantuan program SPSS.16.0 dimana uji validitas menggunakan standar uji, jika R hitung lebih besar dari R tabel dengan sig 0.05 maka dinyatakan valid. Hasil dari uji validitas variabel X secara keseluruhan 0.711 dan variabel Y 0.715 hal ini sudah melebihi R tabel sebesar 0.351 maka dapat disimpulkan sudah dikatakan valid.

Hasil dari uji reabilitas yang dihasilkan dari kriteria pengujian apabila R alpha lebih besar dari R tabel 0.351 dengan sig 0.05 maka dikatakan reabel. Hasil yang diperoleh dari bantuan program SPSS 16.0 R alpha variabel X 0.757 dan variabel Y 756 melebihi R tabel 0.351 maka dapat disimpulkan bahwa hasil skala minat konsumen memiliki tingkat reabilitas. Adapun hasil yang diperoleh dari uji normalitas 0.759 dan heteroskedastisitas variabel X 0.107 dan variabel Y 0.291 yang dibantu dengan program SPSS.16.0 dimana uji normalitas dengan kriteria jika taraf signifikan yang diperoleh > 0,05 maka data kuesioner angket berdistribusi normal. Sedangkan hasil uji lineritas 0,668 dan uji F 3,4914 dinyatakan linier dengan taraf > 0,05 dengan Ftabel 3.47. Berdasarkan tabel uji T diperoleh hasil T hitung sebesar 3.670 dari taraf sig 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Karena dapat disimpulkan bahwa T hitung lebih besar dari T tabel 3.51 maka pengaruhnya signifikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian serta analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS 16.0 maka dapat disimpulkan berdasarkan uji T dapat disimpulkan bahwa T hitung sebesar 3.670 dari taraf signifikan 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel X Pengaruh Akad Khiyar Aib berpengaruh pada variabel Y Minat Konsumen. Berdasarkan uji regresi linier sederhana menjelaskan bahwa variabel (X) Akad Khiyar Aib yaitu 0.139, maka variabel Minat Konsumen (Y) adalah 18.760. Keterangan ini menunjukkan minat konsumen cukup baik. Berdasarkan analisis dari data Angket R square yaitu $0.18 \times 100\% = 18\%$ maka hasil dari determinasi yaitu sebesar 18% yang menjelaskan bahwa Pengaruh Akad Khiyar Aib (X) terhadap Minat Konsumen (Y) yaitu sebesar 18% jadi kesimpulannya untuk variabel (X) terhadap variabel (Y) yaitu ada pengaruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohman, D., Putra, H. M., & Nurdin, I. (2020). Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Jual Beli Online Dede. *Abdurohman, D., Putra, H. M., & Nurdin, I. (2020). Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Jual Beli Online Dede. 1, 35–48., 1, 35–48.*
- Akbar, A., & Sucipto, M. C. (2018). Analisis transaksi akad salam dalam jual beli online. *EKSISBANK, 2(2), 11–17.*
- Amiruddin, M. M. (2016). *Khiyār (hak untuk memilih) dalam Transaksi On-Line : Studi Komparasi antara Lazada , Zalara dan Blibli. 1(1), 47–62.*
- Ariyanto, D. (2020). Analisis Minat Umat Buddha Dalam Melaksanakan ATṬhasīla Pada Sebulan Penghayatan Dhamma Di Vihara Virya Jayaloka, Desa Gembongan, Kecamatan Ponggok, Kabupaten Blitar. *Jurnal Patisambhida, 1(1).*
- Fauzi, M. I. F. (2023). Jual Beli Online Bentuk Muamalah Di Masa Modern Di Tinjau Dalam Hukum Islam. *Al-Bayan: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam, 6469(1), 18–31.*
- Hardiati, N., & Latifah, I. (2024). Klasifikasi Bentuk-Bentuk Khiyar Jual Beli Perpektif Ulama Dalam Perekonomian Islam. *Journal of International Multidisciplinary Research Klasifikasi, 2(5).*
- Harianto, F. (2017). *Hubungan Penggunaan Media Pembelajaran Audio Visual dengan Minat Peserta Didik pada Pembelajaran Pendidikan Agama Islam di SMAN 1 Bangkinang Kota. 14(2).*
- Hartuti, P. M. (2015). Peran konsep diri, minat dan kebiasaan belajar peserta didik terhadap prestasi belajar fisika. *Jurnal Formatif, 5(2), 91–99.*
- Jamilah, & Firmansyah. (2018). Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Penerapan Khiyar Dalam Transaksi E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 6(1), 49–62.*
- Khulwah, J. (2019). Jual Beli Dropship Dalam Prespektif Hukum Islam. *Al-Mashlahah: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam, 7(1), 101–116.*
- Mahfudhoh, Z., & Santoso, L. (2020). Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli Melalui Media. *SERAMBI, 2(1), 29–40.*
- Matondang, A. (2018). Pengaruh Antara Minat Dan Motivasi Dengan Prestasi Belajar. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia, 2(2), 24–32.*
- Munib, A. (2018). Hukum Islam Dan Muamalah (Asas-Asas Hukum Islam Dalam Bidang Muamalah). *Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Keislaman, 5(1), 72–80.*
- Nubahai, L. (2023). Implementasi dan Eksistensi Khiyar (Studi Transaksi Jual Beli melalui Marketplace). *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law, 6(1), 105–122.*
- Saputri, P. S., Cindy, V., & Arsitatri, P. (2023). Penerapan Khiyar ‘ Aib Dalam Jual Beli Sepeda (Studi Kasus di Toko Jujur Pacitan). *Al-Iqtishady: Jurnal Ekonomi Syariah, 01(01).*
- Takhim, M. (2019). Saddu al- Dzari ‘ ah dalam Muamalah Islam Dasar Hukum Saddu Al- Dzari ‘ ah. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 14(1), 19–25.*
- Ubaidillah. (2023). Analisis Hukum Islam terhadap Shopee Paylater Pada Sistem Jual Beli Online. DOI: 10.35316/Istidlal.v7i1.163 *Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam, 7(April).* <https://doi.org/10.35316/istidlal.v7i1.163>