

Konfirmasi Bertahap dalam *Custom Order* Produk *Handmade* Tinjauan Akad *Istishna'*

Azahra Khoerunisya^{*}, Sandy Rizki Febriadi, Neng Dewi Himayasari

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

azahrakhoerunisya@gmail.com, sandyrizkifebriadi@unisba.ac.id, neng.dewi.h@unisba.ac.id

Abstract. The rapid growth of digital commerce on social media has given rise to custom order transactions for handmade products, particularly on Instagram. This study examines the staged confirmation mechanism implemented by a handmade product store (Store X) in managing custom orders and analyzes its compliance with *istishna'* contract principles in Islamic jurisprudence. Using a qualitative case study approach, data were collected through in-depth interviews with one seller and three buyers, alongside observation of transactions via Instagram. The findings reveal that the staged confirmation mechanism consists of four phases, namely ordering and specification, production progress delivery, confirmation and revision, and finalization. Four of the five analyzed aspects, namely contracting parties, manufactured goods, price, and offer-acceptance, have been fully fulfilled. Revisions made by buyers are categorized as accessory adjustments to technical details without altering the core contract object. This study concludes that the mechanism generally complies with *istishna'* principles. Referring to Abu Yusuf's opinion, the contract becomes binding (*lazim*) from the moment of offer and acceptance, with subsequent confirmations serving as reinforcement (*ta'kid*). Buyers who cancel after production has commenced without a valid sharia reason are obliged to compensate the seller for production costs incurred.

Keywords: *Istishna' Contract, Staged Confirmation, Custom Order.*

Abstrak. Pertumbuhan perdagangan digital di media sosial yang pesat telah mendorong munculnya transaksi custom order untuk produk handmade, khususnya melalui Instagram. Penelitian ini mengkaji mekanisme konfirmasi bertahap yang diterapkan oleh sebuah toko produk handmade (Toko X) dalam mengelola pesanan custom dan menganalisis kesesuaiannya dengan prinsip akad *istishna'* dalam fikih muamalah. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan satu penjual dan tiga pembeli Toko X, serta observasi terhadap proses transaksi melalui Instagram. Temuan menunjukkan bahwa mekanisme konfirmasi bertahap terdiri dari empat fase, yaitu pemesanan dan spesifikasi, pengiriman progres produksi, konfirmasi dan revisi, serta finalisasi. Empat dari lima aspek yang dianalisis yaitu *aqidain*, *masnu'*, *tsaman*, dan *sighat*, telah terpenuhi secara penuh. Revisi yang diajukan pembeli tergolong penyesuaian aksesori pada detail teknis tanpa mengubah pokok objek akad. Penelitian ini menyimpulkan bahwa mekanisme konfirmasi bertahap secara umum sesuai dengan prinsip akad *istishna'*. Dengan mengacu pada pendapat Abu Yusuf, akad telah bersifat mengikat (*lazim*) sejak ijab dan qabul terjadi, sementara konfirmasi selanjutnya berfungsi sebagai penguatan (*ta'kid*). Pembeli yang membatalkan setelah produksi berjalan tanpa alasan syar'i wajib mengganti biaya produksi yang telah dikeluarkan penjual.

Kata Kunci: *Akad Istishna', Konfirmasi Bertahap, Custom Order.*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat bertransaksi. Revolusi digital mengubah dunia maya tidak hanya menjadi tempat untuk berkomunikasi, tetapi juga sarana untuk melakukan berbagai kegiatan ekonomi yang tidak terbatas oleh jarak dan wilayah (Wardan, 2025). Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 79,5% pada awal tahun 2024 dengan total pengguna aktif sekitar 221 juta orang. Angka ini menempatkan Indonesia sebagai salah satu pasar digital terbesar di kawasan Asia Tenggara (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024).

Di antara berbagai platform media sosial yang ada, Instagram menempati posisi yang sangat strategis sebagai tempat berdagang secara digital di Indonesia. Laporan DataReportal tahun 2025 mencatat bahwa Indonesia memiliki sekitar 103 juta pengguna aktif Instagram. Keunggulan utama platform ini terletak pada kemampuannya menampilkan produk secara visual melalui foto, video, *reels*, dan stories (We Are Social & Meltwater, 2025). Selain itu, fitur *direct message* pada Instagram memungkinkan terjadinya negosiasi dan proses pemesanan secara langsung tanpa harus berpindah ke aplikasi lain. Dengan demikian, Instagram menjadi ekosistem perdagangan yang lengkap, mulai dari promosi hingga konfirmasi transaksi (Lestari et al., 2022).

Kondisi ini mendorong munculnya berbagai model usaha berbasis pesanan yang memanfaatkan Instagram sebagai media utama operasionalnya. Salah satu model yang tumbuh paling pesat adalah penjualan produk *handmade* berbasis *custom order*, seperti aksesoris dari manik-manik, kerajinan tangan, dan berbagai produk dekoratif lainnya. Produk-produk ini dibuat secara khusus berdasarkan spesifikasi dan keinginan pembeli (Febrianto et al., 2025). Berbeda dengan produk pabrik yang diproduksi secara massal, setiap produk *handmade custom order* bersifat unik dan dirancang khusus untuk satu pembeli tertentu. Keunikan inilah yang menjadi daya tarik utama bagi konsumen yang menginginkan barang dengan sentuhan personal (Tania & Purnamasari, 2025).

Salah satu ciri khas dari transaksi *custom order* melalui Instagram adalah adanya pengiriman dokumentasi progres produksi secara berkala dari penjual kepada pembeli. Dengan cara ini, pembeli dapat memantau bagaimana perkembangan pengerjaan produknya dan memberikan masukan apabila ada hal yang perlu disesuaikan sebelum produk benar-benar selesai (Utami, 2022). Praktik inilah yang kemudian disebut sebagai mekanisme konfirmasi bertahap. Mekanisme ini menjadi penting karena dalam transaksi *custom order*, produk yang dihasilkan tidak dapat dijual kepada pihak lain apabila pesanan batal, sehingga kepastian dan kesesuaian produk menjadi hal yang krusial bagi kedua belah pihak.

Dari sudut pandang fikih muamalah, transaksi pemesanan barang yang belum tersedia dan diproduksi sesuai permintaan memiliki kemiripan dengan akad *istishna'*. Kebolehan transaksi ini berpijak pada firman Allah SWT dalam QS. Al-Maidah (5):1 yang memerintahkan umat-Nya untuk memenuhi akad-akad (janji-janji) yang telah disepakati. Akad *istishna'* didefinisikan sebagai akad jual beli dalam bentuk pemesanan barang, di mana barang yang diperjualbelikan belum ada pada saat akad dilakukan dan akan diproduksi sesuai dengan spesifikasi yang disepakati (Siregar & Khoerudin, 2019). Fatwa DSN-MUI Nomor 06/DSN-MUI/IV/2000 mengatur bahwa dalam akad *istishna'*, spesifikasi barang harus jelas dan disepakati oleh kedua belah pihak, serta pesanan yang sudah dikerjakan sesuai dengan kesepakatan bersifat mengikat (Majelis Ulama Indonesia, 2000).

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji akad *istishna'* dalam konteks transaksi online, tetapi dengan fokus yang berbeda. (Khotimah et al., 2025) meneliti implementasi akuntansi syariah akad *istishna'* pada sistem *pre-order* di *marketplace* Shopee, namun penelitian tersebut tidak membahas bagaimana perubahan desain selama produksi diperlakukan. (Fadilla et al., 2024) mengkaji praktik *istishna'* pada pedagang *online shop* di Pangkalan Brandan dan menemukan bahwa pemahaman pelaku usaha terhadap rukun dan syarat akad masih terbatas. (Ulfah, 2025) melalui studi literatur menyimpulkan bahwa banyak praktik *e-commerce* yang secara substantif menyerupai *istishna'*, tetapi belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah karena rendahnya literasi pelaku usaha. Penelitian-penelitian tersebut umumnya menitikberatkan pada aspek makro transaksi *online*, tanpa secara khusus menganalisis mekanisme teknis yang terjadi selama proses produksi berlangsung, terutama yang berkaitan dengan perubahan spesifikasi dan waktu mengikatnya akad.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis yang secara bersamaan mengkaji tiga hal, yaitu pemenuhan rukun dan syarat akad *istishna'* dalam praktik *custom order* digital, batas toleransi perubahan spesifikasi

dalam proses konfirmasi bertahap, serta waktu terjadinya pengikatan akad dalam skema tersebut. Ketiga aspek ini belum pernah dikaji secara bersamaan dalam satu penelitian yang berfokus pada transaksi *custom order* produk *handmade* berbasis media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan mekanisme konfirmasi bertahap dalam transaksi *custom order* produk *handmade* di Toko X dan menganalisis kesesuaiannya dengan ketentuan akad *istishna'* dalam fikih muamalah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan hukum ekonomi syariah serta menjadi rujukan praktis bagi pelaku usaha dalam menerapkan akad *istishna'* secara lebih sistematis. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada konsumen mengenai hak dan kewajibannya dalam transaksi *custom order*, sehingga tercipta praktik jual beli yang lebih adil dan sesuai dengan prinsip syariah.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis melalui studi kasus dan penelitian lapangan. Metode kualitatif dipilih karena data yang dibutuhkan berupa informasi verbal dari penjual dan pembeli mengenai mekanisme konfirmasi bertahap, sehingga tidak dapat diukur secara kuantitatif (Creswell, 2018). Studi kasus dipilih karena penelitian ini berfokus pada objek yang spesifik, yaitu mekanisme konfirmasi bertahap dalam transaksi *custom order* produk *handmade* di Toko X.

Data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan penjual Toko X dan tiga pembeli yang pernah melakukan transaksi *custom order*, serta observasi langsung terhadap alur transaksi melalui Instagram. Pemilihan informan pembeli dilakukan dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria, yaitu pernah melakukan transaksi *custom order* minimal satu kali dan bersedia diwawancarai secara mendalam (Sugiyono, 2023a). Jumlah informan ditentukan berdasarkan prinsip kecukupan data (*data saturation*), di mana peneliti menghentikan pengumpulan data ketika informasi yang diperoleh sudah berulang dan tidak ada lagi temuan baru. Data sekunder bersumber dari Al-Qur'an, hadis, kitab-kitab fikih muamalah, Fatwa DSN-MUI Nomor 06/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Istishna'*, jurnal ilmiah, dan penelitian-penelitian terdahulu yang relevan.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan terhadap interaksi antara penjual dan pembeli, tahapan spesifikasi pesanan, serta proses validasi ulang sebelum produk difinalisasi dengan mengamati percakapan melalui fitur *direct message* Instagram yang terdokumentasi dalam riwayat chat. Wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan pedoman yang mengacu pada rumusan masalah, yaitu mekanisme konfirmasi bertahap dan kesesuaiannya dengan akad *istishna'*. Wawancara dilakukan secara tatap muka dan melalui daring (*Zoom meeting*) dengan durasi antara 34 hingga 115 menit per informan. Dokumentasi berupa arsip percakapan digital dan foto produk yang relevan, seperti *screenshot* chat pemesanan, kesepakatan spesifikasi, pengiriman foto progres, permintaan revisi, persetujuan akhir, dan bukti pembayaran. Seluruh dokumen dianonimkan untuk menjaga kerahasiaan identitas informan.

Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2023b). Analisis dilakukan berdasarkan dua indikator utama, yaitu rukun dan syarat akad *istishna'* (*aqidain, masnu', tsaman, dan sighat*) serta waktu terjadinya dan mengikatnya akad. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan memfokuskan data yang relevan dengan penelitian, kemudian data disajikan dalam bentuk uraian deskriptif naratif yang menggambarkan secara sistematis temuan penelitian. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan memahami makna dari data yang telah diperoleh dan menghubungkannya dengan teori yang digunakan. Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari penjual dan ketiga pembeli, serta *member check* dengan mengonfirmasi kembali hasil wawancara kepada informan untuk memastikan akurasi data.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan terhadap penjual dan tiga pembeli Toko X, ditemukan bahwa mekanisme transaksi *custom order* berlangsung melalui empat fase utama. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis kesesuaian mekanisme tersebut dengan ketentuan akad *istishna'* berdasarkan lima aspek, yaitu *aqidain, masnu', tsaman, sighat*, serta waktu terjadinya dan mengikatnya akad.

Gambaran Umum Toko X

Toko X merupakan usaha mikro berbasis produk *handmade* yang didirikan pada tahun 2020 di Kecamatan Katapang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Usaha ini lahir dari transformasi hobi meronce manik-manik menjadi kegiatan ekonomi produktif di tengah masa pandemi COVID-19. Seluruh proses produksi dijalankan secara mandiri oleh pemilik sebagai pengrajin tunggal. Produk yang dipasarkan mencakup tiga kategori utama, yaitu *beaded accessories* (gelang, kalung, cincin, tali handphone, charms), *textile craft (punch needle coaster)*, dan *stationery (leather journal)*. Di antara ketiga kategori tersebut, *beaded accessories* merupakan produk unggulan yang paling banyak diminati oleh pembeli.

Seluruh kegiatan operasional dijalankan melalui platform Instagram, yang berfungsi sebagai media promosi sekaligus ruang negosiasi dan konfirmasi transaksi melalui fitur *direct message*. Pemilihan Instagram sebagai platform utama didasarkan pada kemampuannya menampilkan produk secara visual dan menyediakan infrastruktur komunikasi langsung antara penjual dan pembeli. Selain itu, Toko X juga memanfaatkan Shopee sebagai kanal pembayaran tambahan, di mana pembeli dapat melakukan pelunasan melalui transfer bank maupun sistem pembayaran Shopee (*Shopeepay*).

Mekanisme Konfirmasi Bertahap di Toko X

Berdasarkan temuan lapangan, mekanisme transaksi *custom order* di Toko X berlangsung melalui empat fase utama sebagai berikut.

Fase Pemesanan dan Spesifikasi. Calon pembeli menghubungi penjual melalui *direct message* Instagram dengan mengirimkan foto referensi produk yang diinginkan disertai keterangan tentang warna, ukuran, dan detail lainnya. Penjual kemudian menilai apakah pesanan tersebut dapat dipenuhi berdasarkan ketersediaan bahan dan kemampuan teknis yang dimiliki. Jika pesanan dapat dipenuhi, kedua pihak mendiskusikan spesifikasi secara lebih rinci hingga tercapai kesepakatan awal yang mencakup model, warna, ukuran, bahan, dan harga. Penjual juga memiliki kebijakan untuk tidak menerima pesanan yang merupakan tiruan produk pihak lain sebagai bentuk pertimbangan etis dan hukum dalam berdagang.

Fase Produksi dan Pengiriman Progres. Setelah kesepakatan awal tercapai, penjual memulai proses produksi secara bertahap. Penjual tidak langsung menyelesaikan produk secara keseluruhan, melainkan menghentikan pengerjaan pada titik-titik tertentu untuk mendokumentasikan progres dan mengirimkannya kepada pembeli. Dokumentasi progres dimulai dari pemilihan bahan, bentuk dan model produk, hingga tampilan produk setengah jadi. Penjual menghentikan sementara produksi apabila pembeli tidak segera memberikan respons, sebagai bentuk komitmen untuk tidak melanjutkan pengerjaan tanpa persetujuan pembeli. Praktik ini menunjukkan adanya upaya penjual untuk menjaga kejelasan objek akad sepanjang proses produksi.

Fase Konfirmasi dan Revisi. Pembeli memberikan respons berupa persetujuan untuk melanjutkan ke tahap berikutnya atau permintaan revisi atas bagian tertentu. Jika ada revisi, penjual menyesuaikan produk sesuai permintaan dan mengirimkan kembali dokumentasi hasil revisi untuk mendapatkan persetujuan ulang. Proses ini dapat berlangsung lebih dari satu kali hingga pembeli menyatakan puas. Penjual menyatakan tidak ada batasan formal mengenai jumlah revisi, meskipun umumnya pembeli sudah merasa cocok setelah satu atau dua kali revisi. Fleksibilitas ini menjadi ciri khas transaksi *custom order* di Toko X yang mengutamakan kepuasan pelanggan.

Fase Finalisasi dan Penyerahan. Setelah pembeli memberikan persetujuan akhir, penjual menyelesaikan *finishing* produk dan mengirimkan foto hasil akhir untuk konfirmasi terakhir. Pembeli kemudian melakukan pelunasan pembayaran melalui transfer atau Shopee, dan penjual mengirimkan produk kepada pembeli. Sistem pembayaran di akhir ini memberikan rasa aman bagi pembeli karena pembayaran baru dilakukan setelah produk benar-benar sesuai dengan keinginan. Seluruh proses terekam dalam riwayat percakapan yang berfungsi sebagai dokumentasi kesepakatan.

Analisis Kesesuaian dengan Akad *Istishna'*

Analisis kesesuaian mekanisme konfirmasi bertahap di Toko X dengan akad *istishna'* dilakukan berdasarkan lima aspek, yaitu *aqidain* (para pihak), *masnu'* (objek pesanan), *tsaman* (harga), *sighat* (ijab qabul), serta waktu terjadinya dan mengikatnya akad.

1. Aspek Para Pihak (*Aqidain*)

Akad *istishna'* mensyaratkan para pihak yang berakad memiliki kecakapan hukum, yaitu berakal, baligh, dan bertindak atas kehendak sendiri tanpa paksaan (Wahbah Az-Zuhaili, 2011a). Penjual Toko X berusia 24 tahun dan beragama Islam, serta menjalankan usaha atas kemauan sendiri. Ketiga informan pembeli seluruhnya beragama Islam dan berusia antara 19 hingga 24 tahun saat melakukan pemesanan, sehingga telah memenuhi syarat baligh dan berakal. Seluruh pihak menyatakan bertindak atas kehendak pribadi tanpa paksaan, sehingga syarat *taradhī* yang ditegaskan dalam QS. An-Nisa ayat 29 sebagai fondasi sahnya transaksi muamalah telah terpenuhi. Dengan demikian, aspek *aqidain* telah terpenuhi secara penuh.

2. Aspek Objek Pesanan (*Masnu'*)

Objek dalam akad *istishna'* harus memenuhi syarat kejelasan jenis, kualitas, ukuran, dan sifat-sifat barang agar terhindar dari *gharar* (Wahbah Az-Zuhaili, 2011a). Penjual Toko X selalu memastikan seluruh detail spesifikasi disepakati sebelum produksi dimulai, meliputi model, warna, ukuran, bahan, hingga detail kecil lainnya. Penyampaian spesifikasi dilakukan melalui kombinasi teks dan foto referensi melalui *direct message* Instagram, yang memungkinkan kedua pihak memiliki pemahaman yang sama dan terverifikasi secara visual tentang produk yang akan dibuat.

Mengenai revisi spesifikasi selama produksi, seluruh revisi yang terjadi di Toko X bersifat penyesuaian pada detail teknis seperti perubahan warna, pilihan manik-manik, atau panjang tali. Revisi-revisi ini tidak mengubah pokok akad secara fundamental. Fatwa DSN-MUI Nomor 06/DSN-MUI/IV/2000 diktum kedua angka 7 menyatakan bahwa jika terdapat cacat atau barang tidak sesuai dengan kesepakatan, pemesan memiliki hak *khiyar* untuk melanjutkan atau membatalkan akad. Hak *khiyar* inilah yang secara hukum melegitimasi mekanisme konfirmasi bertahap, di mana setiap sesi konfirmasi progres merupakan bentuk penyaluran hak *khiyar* pembeli secara bertahap sebelum barang dinyatakan final. Revisi dalam batas penyempurnaan (*tashih*) tidak merusak keabsahan akad karena tidak mengubah pokok objek yang telah disepakati di awal. Dengan demikian, mekanisme ini justru berfungsi sebagai instrumen pengendalian *gharar* yang memperkuat keabsahan akad.

3. Aspek Harga (*Tsaman*)

Kepastian harga merupakan salah satu syarat sahnya akad *istishna'*, di mana harga harus diketahui secara jelas oleh kedua belah pihak (Wahbah Az-Zuhaili, 2011b). Harga dalam transaksi *custom order* di Toko X ditetapkan sebelum produksi dimulai. Untuk produk *customize by request*, harga ditetapkan di awal setelah spesifikasi disepakati, sedangkan untuk produk yang mengacu pada katalog, harga mengikuti ketentuan yang telah ditetapkan. Perubahan harga hanya terjadi jika ada penambahan detail atau penggunaan bahan yang lebih mahal atas permintaan pembeli, dan selalu dikonfirmasi terlebih dahulu. Sistem pembayaran di Toko X dilakukan tanpa uang muka dengan pelunasan setelah produk selesai dan disetujui. Sistem ini diperbolehkan dalam akad *istishna'* berdasarkan Fatwa DSN-MUI Nomor 06/DSN-MUI/IV/2000 dan menjadi salah satu keistimewaan akad *istishna'* dibandingkan akad *salam* yang mewajibkan pembayaran penuh di awal.

4. Aspek Kesepakatan (*Sighat*)

Sighat akad dalam *istishna'* mensyaratkan adanya ijab dan qabul yang jelas, dilakukan atas kerelaan kedua belah pihak (Syaichoni, 2023). Dalam praktik di Toko X, ijab dilakukan oleh pembeli melalui chat Instagram berupa penyampaian keinginan untuk memesan beserta spesifikasi yang diinginkan. Qabul dilakukan oleh penjual dengan menyatakan secara eksplisit menerima atau menyanggupi pesanan tersebut. Akad melalui chat digital diakui sah karena tulisan memiliki kedudukan yang sama dengan ucapan (*al-kitābah ka al-khitāb*) (Patahuddin et al., 2022). Riwayat percakapan melalui *direct message* Instagram berfungsi sebagai dokumentasi kesepakatan yang dapat dirujuk kembali jika diperlukan. Hal ini menjadi penting karena dalam transaksi digital, dokumentasi tertulis menjadi bukti utama adanya kesepakatan antara para pihak.

5. Aspek Waktu Terjadinya dan Mengikatnya Akad

Penentuan kapan akad lahir dan menjadi mengikat merupakan persoalan paling kompleks dalam praktik *custom order*. Menurut sebagian ulama Hanafiyah, akad *istishna'* lahir sejak ijab dan qabul tetapi belum mengikat sebelum produksi dimulai. Berbeda dengan Abu Yusuf yang berpendapat bahwa akad *istishna'* bersifat *lazim* (mengikat) sejak terjadinya ijab dan qabul (Wahbah Az-Zuhaili, 2011b).

Mengacu pada pendapat Abu Yusuf, akad di Toko X lahir dan mengikat pada saat ijab dan qabul terjadi melalui chat Instagram, yaitu ketika pembeli menyampaikan pesanan dan penjual menyatakan kesanggupan. Pada saat itulah pesanan secara resmi masuk ke dalam daftar *pre-order* penjual. Konfirmasi-konfirmasi bertahap yang dilakukan selanjutnya berfungsi sebagai penguatan (*ta'kid*) atas akad yang telah mengikat, bukan sebagai pembentuk ikatan baru. Hal ini penting untuk dipahami karena berkaitan dengan hak dan kewajiban para pihak, terutama dalam hal pembatalan sepihak.

Pandangan penjual yang menyatakan bahwa akad baru benar-benar mengikat ketika produk 100% selesai dinilai kurang tepat dan berpotensi merugikan penjual. Dalam fikih muamalah, keterikatan akad (*luzum*) dianggap telah terbentuk ketika salah satu pihak sudah mulai menjalankan kewajibannya secara nyata, dalam hal ini ditandai dengan dimulainya pengerjaan pesanan dan keluarnya biaya produksi. Jika pembeli membatalkan setelah produksi berjalan tanpa alasan ketidaksesuaian barang yang dibenarkan syariat, penjual memiliki dasar untuk meminta ganti rugi atas kerugian yang timbul. Hal ini sesuai dengan prinsip bahwa seseorang tidak boleh menimbulkan kerugian sepihak terhadap pihak lain dalam akad yang telah mengikat (Adam, 2019).

Implikasi Praktis Mekanisme Konfirmasi Bertahap

Mekanisme konfirmasi bertahap yang diterapkan di Toko X memiliki beberapa implikasi praktis yang penting. Pertama, mekanisme ini memberikan perlindungan bagi kedua belah pihak dengan memastikan bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan keinginan pembeli sebelum proses produksi selesai. Kedua, mekanisme ini mengurangi potensi sengketa karena setiap tahap produksi telah mendapat persetujuan dari pembeli. Ketiga, mekanisme ini membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli melalui komunikasi yang transparan dan berkelanjutan. Keempat, mekanisme ini menjadi instrumen pengendalian *gharar* yang efektif karena kejelasan objek akad dijaga sepanjang proses produksi.

Rekapitulasi Kesesuaian Mekanisme Konfirmasi Bertahap dengan Akad *Istishna'*

Berdasarkan pembahasan di atas, kesesuaian mekanisme konfirmasi bertahap di Toko X dengan akad *istishna'* dapat diringkas dalam bentuk tabel berikut.

Tabel 1. Rekapitulasi Kesesuaian

No.	Aspek	Indikator	Kesesuaian
1	Aqidain	Kecakapan hukum, kerelaan (<i>taradhī</i>)	Terpenuhi
2	Masnu'	Kejelasan spesifikasi, bebas <i>gharar</i>	Terpenuhi
3	Tsaman	Kepastian harga, sistem pembayaran	Terpenuhi
4	Sighat	Ijab qabul jelas, terdokumentasi	Terpenuhi
5	Waktu terjadinya dan mengikatnya akad	<i>Lazim</i> sejak ijab qabul (Abu Yusuf)	Terpenuhi dengan penyempurnaan

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2026

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari lima aspek yang dianalisis, seluruhnya telah sesuai dengan ketentuan akad *istishna'* dalam fikih muamalah. Meskipun demikian, terdapat satu catatan penting mengenai pemahaman penjual tentang waktu mengikatnya akad yang lebih melindungi kepentingan penjual.

D. Kesimpulan

Mekanisme konfirmasi bertahap di Toko X terdiri atas empat fase, yaitu pemesanan dan spesifikasi, produksi dan pengiriman progres, konfirmasi dan revisi, serta finalisasi dan penyerahan. Pembeli mengirimkan referensi produk melalui *direct message* Instagram, kemudian penjual menilai kesanggupan sebelum menyepakati spesifikasi dan harga. Selama proses produksi, penjual mengirimkan progres secara berkala dan menghentikan produksi jika pembeli tidak merespons. Pembeli dapat memberikan persetujuan atau mengajukan revisi secara berulang tanpa batasan formal hingga produk sesuai dengan keinginan. Seluruh proses terekam dalam riwayat percakapan yang berfungsi sebagai dokumentasi kesepakatan.

Mekanisme konfirmasi bertahap di Toko X secara umum sesuai dengan ketentuan akad *istishna'*. Empat dari lima aspek yang dianalisis, yaitu *aqidain*, *masnu'*, *tsaman*, dan *sighat*, telah terpenuhi secara penuh. Para pihak cakap hukum dan bertransaksi atas dasar kerelaan. Spesifikasi barang jelas dan revisi yang terjadi bersifat aksesori pada detail teknis pelengkap tanpa mengubah pokok objek akad, sehingga tidak menimbulkan *gharar* yang merusak keabsahan akad. Harga ditetapkan sebelum produksi dan sistem pembayaran di akhir diperbolehkan oleh Fatwa DSN-MUI. Ijab dan qabul melalui chat Instagram jelas, dilandasi kerelaan, dan terdokumentasi dengan baik.

Mengenai waktu mengikatnya akad, dengan mengacu pada pendapat Abu Yusuf, akad dinyatakan telah bersifat mengikat (*lazim*) sejak terjadinya ijab dan qabul. Dengan demikian, sejak kesepakatan awal terbentuk, kedua belah pihak telah terikat secara hukum dan tidak dapat membatalkan akad secara sepihak tanpa alasan yang dibenarkan syariat. Konfirmasi bertahap yang dilakukan selanjutnya berfungsi sebagai penguatan (*ta'kid*) atas akad yang telah mengikat. Apabila pembeli membatalkan pesanan setelah penjual mulai memproduksi tanpa alasan ketidaksesuaian barang, penjual berhak meminta ganti rugi atas biaya produksi yang telah dikeluarkan.

Penelitian ini merekomendasikan agar pelaku usaha menyusun kebijakan tertulis sederhana yang disampaikan di awal transaksi, setidaknya memuat batas revisi, konsekuensi pembatalan sepihak, dan penegasan bahwa akad terikat sejak produksi dimulai. Hal ini penting untuk kepastian hukum dan perlindungan penjual. Bagi konsumen, disarankan untuk menyadari bahwa kesepakatan yang telah dibuat memiliki konsekuensi hukum yang mengikat, terutama setelah produksi dimulai. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan ke pelaku usaha sejenis di berbagai platform dan melibatkan lebih banyak informan untuk memperkaya hasil penelitian.

Ucapan Terimakasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu kelancaran penelitian ini, khususnya kepada penjual dan pembeli Toko X yang telah bersedia menjadi informan, serta kepada dosen pembimbing Bapak Sandy Rizki Febriadi dan Ibu Neng Dewi Himayasari yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama proses penelitian dan penulisan artikel ilmiah.

Daftar Pustaka

- Adam, P. (2019). *Hukum Islam (Konsep, Filosofi, dan Metodologi)* (K. Hasanah, Neneng Ahmad, Ed.; Cet. 1). Sinar Grafika.
- Ajidin, Z. A., & Kuswanjono, A. (2025). Epistemologi Mulla Sadra dan Relevansinya dalam Pengilmuan Ekonomi Islam. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 173–182. <https://doi.org/10.29313/jres.v5i2.8000>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024*.
- Creswell, J. W. C. J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Fadilla, N., Saleh, M., & Sinaga, A. (2024). Analisis Penggunaan Akad Istishna Pada Sistem Pre Order Dengan Study Kasus Pedagang Online Shop di Pangkalan Brandan. *JEKSya Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(3), 294–306.
- Febrianto, V., Clarissa, M., Karyaadi, A., Hudiyah, I. F., Rahmatillah, R. A., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2025). Strategi Pengembangan dan Pemasaran Produk Aksesoris Handmade “Manikara Beads” Melalui Media Digital dan Segmentasi Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 17098–17106.
- Khotimah, L. K., Angraini, Z. N., Nurfianti, A. I., & Kharisma, M. (2025). Implementasi Akuntansi Syariah Akad Istishna Pada System Pre Order Studi Kasus Jual Beli Online Marketplace Shopee. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(4), 3521–3531. <https://doi.org/doi.org/10.63822/featn165>

- Lestari, R. I., Suci, N. W., Amalia, E. M., & Islam, B. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Terlibat Dalam Transaksi Jual Beli Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Analisis Hukum(JAH)*, 5(8), 189–202. <https://doi.org/10.38043/jah.v5i2.3621>
- Majelis Ulama Indonesia. (2000). *Fatwa DSN-MUI Nomor 06/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli Istishna'*. DSN-MUI.
- Nadianti, N. A., & Anshori, A. R. (2023). Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Praktik Jual Beli dengan Sistem Cashback di Tokopedia. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 27–34. <https://doi.org/10.29313/jres.v3i1.1738>
- Patahuddin, A., Dunia, J. P., & Mursyid, F. (2022). Kaidah al-Kitābah ka al-Khiṭāb dan Penerapannya dalam Fikih Muamalah. *AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah Dan Ekonomi Islam*, 2(1), 56–69. <https://doi.org/10.36701/al-khiyar.v2i1.536>
- Siregar, H. S., & Khoerudin, K. (2019). *Fikih Muamalah: Teori dan Implementasi* (P. Latifah, Ed.; Cet. 1). PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2023a). *Metode Penelitian Kualitatif* (Cet. 6). PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo, Ed.; 2nd, Cet. 5 ed.). Alfabeta.
- Syaichoni, A. (2023). *Fikih Muamalah Konsep Dasar Transaksi Bisnis Islam* (Cet. 1). Bintang Semesta Media.
- Tania, F. D., & Purnamasari, P. (2025). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Handmade Di Era Pasar Digital: Studi Kasus Pada Media Sosial Instagram @ Idekuhandmade. *Jurnal Perubahan Ekonomi*, 9(1), 152–158.
- Tika Noerhidayah, & Maman Surahman. (2024). Analisis Hukum Islam pada Denda Keterlambatan atas Piutang Kelompok terhadap Pembiayaan Perempuan Prasejahtera. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 45–50. <https://doi.org/10.29313/jres.v4i1.3704>
- Ulfah, I. F. (2025). Analisis Akad Istishna dalam Praktik Jual Beli Online. *JMI: Jurnal Muamalat Indonesia*, 5(1), 841–855. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26418/jmi.v5i2>
- Utami, I. P. (2022). Praktik Jual Beli Pre Order dengan Sistem Online. *Al-Muamalat : Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(1), 20–28. <https://doi.org/10.15575/am.v9i1.14045>
- Wahbah Az-Zuhaili. (2011a). *Fiqh Islam Wa Adillatuhu Jilid 4* (Terj. Abdul Hayyie al-Kattani, dkk) (Cet. 1). Gema Insani.
- Wahbah Az-Zuhaili. (2011b). *Fiqh Islam Wa Adillatuhu Jilid 5* (Terj. Abdul Hayyie al-Kattani, dkk) (Cet. 1). Gema Insani.
- Wardan, S. (2025). Dampak Kemajuan Teknologi Informasi dalam Transformasi Bisnis dan Ekonomi di Indonesia. *Economica Insight*, 2(1), 21–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.71094/ecoin.v2i1.200>
- We Are Social & Meltwater. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>