

Peningkatan Literasi Fikih Muamalah melalui Sosialisasi Kontrak Akad Salam bagi Pedagang Online dan Jamaah Masjid

Kautsar Riza Salman¹, Entis Sutisna²

¹Universitas Hayam Wuruk Perbanas

²Universitas Yapis Papua

¹Email: ¹kautsar@perbanas.ac.id, ²entissutisnapapua@gmail.com

Abstrak

Masjid di lingkungan perkotaan memiliki peran strategis sebagai pusat edukasi untuk meningkatkan literasi muamalah jamaah, khususnya para pelaku usaha digital. Mitra pengabdian masyarakat di Masjid Al-Islamiyyah, Surabaya, menghadapi permasalahan berupa minimnya pemahaman pengusaha mengenai regulasi jual beli pesanan, sehingga muncul kekhawatiran bahwa transaksi barang yang belum tersedia secara fisik adalah tidak sah. Kondisi ini membatasi ruang gerak usaha jamaah dalam mengoptimalkan omzet penjualan. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah memberikan sosialisasi, penyuluhan, dan kepastian hukum syariah mengenai kontrak akad salam sebagai solusi transaksi bisnis yang sah. Metode pelaksanaan kegiatan melibatkan 35 peserta dari unsur takmir dan jamaah dengan berbagai latar belakang usaha. Tahapan kegiatan meliputi perencanaan bersama mitra, pemanfaatan media digital berupa flyer edukatif, serta pelaksanaan pelatihan melalui ceramah interaktif dan bedah kasus riil. Hasil pengabdian menunjukkan terjadinya peningkatan pemahaman jamaah yang signifikan mengenai rukun, syarat, serta mitigasi risiko hak khiyar dalam akad salam. Melalui penguatan pendapat Mazhab Syafi'iyah terkait legalitas salam tunai, kekhawatiran jamaah dalam transaksi perdagangan elektronik (e-commerce) berhasil teratasi. Pasca-kegiatan, takmir dan para pengusaha memiliki variasi model jual beli yang lebih beragam serta aplikatif untuk menaikkan omzet penjualan secara syariah di tengah persaingan bisnis online yang kompetitif.

Kata kunci: akad salam, pedagang online, literasi muamalah

PENDAHULUAN

Masjid memiliki peran krusial sebagai pusat ibadah sekaligus instrumen edukasi dan pemberdayaan ekonomi umat di lingkungan perkotaan (Fahmi, 2025; Imari & Ramadhan, 2025). Dalam konteks modern, masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat ritual keagamaan, tetapi juga sebagai sarana strategis untuk meningkatkan literasi fikih muamalah bagi para jamaah dan pelaku usaha di sekitarnya (Afriyanti, 2024; Khusnaini et al., 2026). Masjid Al-Islamiyyah yang berlokasi di Jalan Petemon Sidomulyo IV No. 13 (Jalan Pacuan Kuda), Surabaya, merupakan salah satu pusat kegiatan keagamaan yang aktif. Karakteristik jamaah dan masyarakat di sekitar Masjid Al-Islamiyyah sangat dinamis, di mana sebagian besar dari mereka berprofesi sebagai pelaku usaha, khususnya pedagang online (e-commerce).

Keberadaan komunitas pedagang online ini menunjukkan potensi ekonomi yang besar yang perlu dibimbing agar aktivitas bisnis mereka berjalan sesuai dengan koridor syariat Islam.

Dalam dunia bisnis digital yang kompetitif saat ini, inovasi strategi penjualan dan kemampuan meningkatkan omzet menjadi kunci keberlanjutan usaha (Halik, 2020; Hayati & Fatarib, 2022). Salah satu skema transaksi syariah yang sangat relevan dan aplikatif untuk mendukung ekosistem perdagangan online adalah jual beli as-salam (Ainurrohman et al., 2025; Fadhli, 2016). Akad salam merupakan transaksi pemesanan barang dengan kriteria tertentu yang disepakati di muka, di mana pembayarannya dilakukan secara tunai penuh pada saat akad berlangsung, sedangkan penyerahan barang dilakukan secara tertunda pada waktu yang ditentukan (Jamaludin, 2019; Saprida, 2016). Bagi pedagang online, akad salam menawarkan keuntungan finansial yang signifikan, salah satunya sebagai instrumen untuk memperoleh modal kerja guna melakukan pengadaan barang tanpa terjerat praktik riba (Nugroho et al., 2024; Rahayu, 2020). Penjual juga memiliki kelonggaran waktu yang cukup untuk memproduksi atau mendatangkan komoditas sesuai permintaan pembeli (Fawaid, 2020; Herawati & Rosyidi, 2024). Bagi pembeli, akad ini memberikan jaminan ketersediaan barang dengan harga yang relatif lebih murah dibandingkan pembelian langsung di masa depan (Ahmadi et al., 2023; Rahayu, 2020).

Namun, realitas di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan yang besar antara konsep syariat dan praktik bisnis di kalangan jamaah. Mitra pengabdian masyarakat di Masjid Al-Islamiyyah menghadapi beberapa permasalahan mitra yang mendasar. Pertama, sebagian besar takmir, pengusaha, dan jamaah belum memahami konsep, syarat, dan ketentuan akad salam. Selama ini, para pengusaha hanya menjalankan model jual beli tradisional di mana barang harus sudah tersedia secara fisik di tempat (*'ainun musyadah*). Kedua, muncul kekhawatiran dan persepsi yang keliru di kalangan pedagang online bahwa transaksi jual beli pesanan atas barang yang belum siap atau belum dimiliki adalah tidak sah. Akibat ketidaktahuan terhadap legalitas akad salam, mereka memilih untuk menolak atau tidak melakukan transaksi jika tidak memiliki stok barang *ready stock*. Hal ini berdampak pada terbatasnya ruang gerak usaha dan hilangnya peluang optimalisasi omzet penjualan. Rendahnya literasi fikih muamalah ini berpotensi menghambat pertumbuhan ekonomi umat dan mengurangi keberkahan dalam berniaga.

Melihat urgensi tersebut, program pengabdian masyarakat berupa sosialisasi dan penyuluhan kontrak akad salam menjadi sangat mendesak untuk dilaksanakan. Pelaku usaha memerlukan pemahaman teknis yang mendalam mengenai batas-batas transparansi kriteria barang, penentuan tempo penyerahan, dan mekanisme pembayaran tunai di muka agar terhindar dari praktik gharar (ketidakpastian) maupun riba. Melalui kegiatan edukasi yang terstruktur ini, diharapkan literasi muamalah jamaah meningkat secara signifikan, kekhawatiran dalam bertransaksi pesanan dapat teratasi, dan para pengusaha mampu mengimplementasikan akad salam sebagai solusi pembiayaan mandiri yang sah demi menaikkan omzet usaha mereka di tengah persaingan bisnis digital.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara terstruktur guna memastikan penyampaian materi mengenai kontrak akad salam dapat diterima dengan optimal oleh para peserta. Kegiatan ini dilaksanakan di Masjid Al-Islamiyyah, Surabaya, dengan melibatkan 35 orang peserta yang terdiri dari pengurus takmir masjid serta jamaah dengan berbagai latar belakang sektor usaha, khususnya pedagang online. Secara umum, tahapan pelaksanaan kegiatan ini dibagi menjadi tiga fase utama, yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan (ceramah interaktif dan studi kasus), serta pemanfaatan media digital.

1. Tahap Perencanaan

Keberhasilan kegiatan ini diawali dengan koordinasi yang matang antara tim pengabdian dan pihak mitra. Pada tahap awal, tim penyusun berfokus pada pembuatan draf materi penyuluhan yang komprehensif, mencakup landasan syariah, rukun, syarat, serta aplikasi kontemporer akad salam dalam dunia bisnis digital. Selanjutnya, dilakukan koordinasi intensif dengan takmir Masjid Al-Islamiyyah guna menentukan penentuan waktu kegiatan agar tidak mengganggu jadwal ibadah rutin jamaah. Tahap ini diakhiri dengan perancangan media publikasi berupa pengumuman digital (*flyer*) kegiatan untuk menarik minat para jamaah.

Untuk memperluas jangkauan edukasi dan memastikan keberlanjutan pemahaman materi, kegiatan ini mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi. Media digital dimanfaatkan melalui pembuatan desain *flyer* edukatif yang menarik dan informatif. *Flyer* tersebut tidak hanya berfungsi sebagai undangan sebelum acara, tetapi juga sebagai materi ringkas (*micro-content*) yang disebarluaskan secara masif ke beberapa grup WhatsApp jamaah Masjid Al-Islamiyyah. Pola diseminasi digital ini memungkinkan jamaah yang berhalangan hadir tetap mendapatkan poin-poin penting mengenai regulasi akad salam.

2. Tahap Pelatihan dan Ceramah Interaktif

Pelaksanaan edukasi dilakukan pada hari Ahad tanggal 3 Mei 2026 secara langsung di ruang utama Masjid Al-Islamiyyah dengan memanfaatkan jeda waktu ibadah yang strategis. Tahap ini dibagi menjadi dua sesi utama sebagai berikut:

Sesi Ceramah Teoretis (Pukul 18.00 - 18.45 WIB). Sesi ceramah dilaksanakan selepas salat Magrib hingga menjelang azan Isya. Pada sesi ini, materi disajikan menggunakan metode ceramah satu arah yang interaktif. Fokus materi berada pada pelurusan persepsi keliru mengenai keabsahan jual beli pesanan barang yang belum tersedia secara fisik, serta penjelasan syarat kontrak salam agar terhindar dari unsur gharar.

Sesi Dialog Interaktif dan Studi Kasus (Pukul 18.45 - 19.00 WIB). Sesi dialog dilaksanakan pasca-azan Isya hingga menjelang pelaksanaan salat Isya berjamaah. Sesi ini diisi dengan diskusi dua arah di mana jamaah diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan konseptual. Selain itu, tim pengabdian memberikan bedah studi kasus berdasarkan masalah aktual yang dihadapi langsung oleh para jamaah dalam bisnis online mereka sehari-hari, seperti

penanganan pembatalan pesanan dan kejelasan spesifikasi barang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada tanggal 3 Mei 2026 di Masjid Al-Islamiyyah Surabaya, berjalan dengan lancar dan dihadiri oleh 35 peserta dari kalangan takmir serta jamaah pelaku usaha. Hasil dan pembahasan ini disajikan secara runtun, dimulai dari pemaparan konseptual akad salam yang disosialisasikan, diikuti oleh analisis pemecahan kasus riil yang muncul selama sesi diskusi interaktif, dan diakhiri dengan evaluasi dampak kegiatan.

Konsep dan Regulasi Kontrak Akad Salam dalam Muamalah

Untuk menyamakan persepsi dan membangun fondasi pemahaman para jamaah, narasumber memaparkan draf materi konseptual mengenai akad salam. Berdasarkan fikih muamalah Islam, akad salam (*as-salam*) didefinisikan sebagai transaksi jual beli barang pesanan (*muslam fih*) di mana spesifikasi, jenis, dan kualitas barang ditentukan secara jelas di awal (Muin et al., 2025), dengan ketentuan pembayaran dilakukan secara tunai penuh di muka pada saat akad berlangsung (*samannya ditunaikan*) (Muin et al., 2025; Ramadhani et al., 2025), sedangkan penyerahan barang dilakukan secara tertunda pada waktu yang disepakati bersama (Ramadhani et al., 2025).

Secara yuridis syariah, legalitas akad salam bersandarkan pada Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 282 mengenai perintah mencatat transaksi tidak tunai (Muin et al., 2025), serta hadis sahih riwayat Bukhari dan Muslim dimana Rasulullah bersabda: "Barangsiapa melakukan salam, hendaknya ia melakukannya dalam takaran yang jelas, timbangan yang jelas, dan jangka waktu yang jelas" (Ramadhani et al., 2025). Rukun akad salam yang wajib dipenuhi oleh para pelaku usaha meliputi: (1) Pelaku akad: Penjual (*muslam ilaih*) dan pembeli (*muslam/rabbu as-salam*); (2) Objek akad: Uang pembayaran (*tsaman/ra'sul maal*) dan barang yang dipesan (*muslam fih*); dan (3) Pernyataan kehendak: Ijab dan kabul (*sighat*) (Muin et al., 2025).

Adapun syarat mengikat agar akad ini sah dan terhindar dari unsur ketidakpastian (*gharar*) yang diharamkan adalah nilai pembayaran harus diketahui jumlahnya dan diserahkan lunas di awal majelis akad (tidak boleh utang bertemu utang) (Muin et al., 2025; Ramadhani et al., 2025). Selain itu, karakteristik barang yang dipesan harus dapat diidentifikasi secara jelas melalui kriteria kuantitas, kualitas, jenis, serta waktu penyerahan yang pasti. Nilai kemaslahatan (*maslahah*) dari akad ini sangat tinggi untuk ekosistem niaga perkotaan; penjual memperoleh modal kerja langsung untuk pengadaan barang tanpa bunga, sementara pembeli mendapatkan jaminan ketersediaan barang dengan harga yang umumnya lebih ekonomis (Muin et al., 2025; Ramadhani et al., 2025).

Analisis Kasus Riil dan Solusi Syariah dalam Diskusi Interaktif

Setelah pemaparan materi teoretis, kegiatan dilanjutkan dengan sesi dialog interaktif. Sesi ini membedah dua kasus riil aktual yang dihadapi oleh para jamaah dalam praktik perdagangan

digital mereka:

1. Batasan Waktu Penyerahan Barang dan Validitas Transaksi E-Commerce

Jamaah mengajukan pertanyaan kritis mengenai apakah model transaksi belanja online saat ini—di mana pembeli mentransfer uang penuh di awal melalui aplikasi dan barang dikirim beberapa hari kemudian oleh kurir—dapat dikategorikan sebagai akad salam. Jamaah mempertanyakan apakah ada batasan waktu minimal atau ketentuan khusus mengenai jarak antara pelunasan uang dan pengiriman barang.

Merespons kasus ini, narasumber menjelaskan bahwa terdapat silang pendapat (ikhtilaf) di kalangan ulama mazhab. Jumhur ulama (Mazhab Hanafi, Maliki, dan Hanbali) mensyaratkan adanya tenggat waktu (tempo) yang cukup panjang di antara waktu akad dan penyerahan barang (Ramadhani et al., 2025). Alasan jumhur adalah agar pembeli memperoleh keuntungan berupa potongan harga (diskon) dan penjual memiliki ruang yang cukup untuk memanfaatkan modal kerja tersebut dalam memproduksi atau mengadaakan barang (Muin et al., 2025; Ramadhani et al., 2025). Namun, dalam mengantisipasi dinamika perdagangan online modern, narasumber lebih menguatkan pendapat dari Mazhab Syafi'iyah. Ulama Syafi'iyah berpendapat bahwa tidak ada batasan waktu minimal dalam akad salam (Muin et al., 2025). Oleh karena itu, skema ini dikenal dengan istilah Salam Tunai (*Salam al-Hal*). Sepanjang uang pembayaran ditransfer secara lunas di awal majelis transaksi dan penjual memberikan jaminan penuh untuk menyerahkan barang dengan spesifikasi yang disepakati, maka transaksi belanja online tersebut sah secara syariat dan dikategorikan sebagai bentuk kontrak salam yang diperbolehkan (Muin et al., 2025; Ramadhani et al., 2025).

2. Mitigasi Risiko Kegagalan Penyerahan Objek Akad oleh Penjual

Kasus kedua yang dikeluhkan oleh pengusaha jamaah adalah risiko operasional ketika penjual gagal mendatangkan atau menyerahkan barang pesanan sesuai dengan spesifikasi yang diperjanjikan di awal, atau hanya mampu menyerahkan sebagian kecil barang yang sesuai kriteria akibat kendala dari pihak pemasok (supplier).

Narasumber memberikan solusi preventif dan kuratif syariah berbasis regulasi kontrak salam. Apabila kondisi wanprestasi ini terjadi, pembeli secara hukum Islam memiliki hak khiyar (hak memilih untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi). Solusi konkretnya dibedakan menjadi dua opsi (Muin et al., 2025):

Solusi pertama adalah pembatalan kontrak (*fasakh*). Pembeli berhak membatalkan akad salam secara sepihak jika penjual sama sekali tidak mampu menemukan atau menyediakan barang dengan kriteria yang disepakati sampai batas waktu tempo berakhir. Dalam opsi ini, penjual wajib mengembalikan uang pembayaran pembeli secara utuh tanpa potongan sedikit pun (Muin et al., 2025; Ramadhani et al., 2025).

Solusi kedua adalah penundaan jangka waktu (*ta'zir*). Pembeli dapat memilih untuk memberikan kelonggaran waktu tambahan (*rescheduling*) kepada penjual untuk mencari barang

yang sesuai di pasar, atau menerima barang yang ada dengan melakukan penyesuaian (*refund*) terhadap selisih harga barang yang tidak sesuai spesifikasi.

Dampak Kegiatan Terhadap Literasi Muamalah Jamaah

Pelaksanaan sosialisasi ini terbukti memberikan dampak positif yang signifikan bagi mitra pengabdian. Melalui pemaparan materi yang komprehensif dan pemecahan kasus riil secara kontekstual, keluhan dan kekhawatiran dari 35 peserta berhasil teratasi dengan baik. Takmir masjid dan para jamaah menyatakan menjadi sangat jelas mengenai regulasi, rukun, persyaratan, serta pemetaan hak dan kewajiban masing-masing pihak (penjual dan pembeli) dalam kontrak salam.

Edukasi ini berhasil meruntuhkan persepsi keliru jamaah yang selama ini menganggap jual beli pesanan barang yang belum *ready stock* sebagai tindakan yang tidak sah. Pasca-pelatihan, para pelaku usaha di Masjid Al-Islamiyyah kini memiliki pilihan model transaksi jual beli yang lebih beragam dan variatif untuk diaplikasikan dalam operasional bisnis online mereka. Pemahaman baru ini memberikan rasa aman (*thuma'ninah*) secara syariah bagi para pedagang dalam berinovasi menaikkan omzet penjualan, sekaligus membentengi komunitas Muslim perkotaan dari praktik ekonomi non-syariah.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Masjid Al-Islamiyyah, Surabaya, telah berhasil dilaksanakan sebagai solusi konkrit atas rendahnya literasi fikih muamalah terkait transaksi pesanan. Melalui metode ceramah interaktif dan bedah studi kasus riil, program ini sukses meluruskan persepsi keliru para pelaku usaha mengenai keabsahan jual beli barang yang belum tersedia secara fisik (*ready stock*). Sebanyak 35 peserta yang terdiri dari pengurus takmir masjid dan jamaah pelaku usaha kini telah memiliki pemahaman yang jelas, komprehensif, dan mendalam mengenai konsep, rukun, persyaratan, serta pemetaan hak dan kewajiban dalam kontrak akad salam.

Dampak konkret dari kegiatan ini adalah hilangnya keraguan di kalangan jamaah pedagang online dalam menjalankan sistem penjualan prapesan (*pre-order*). Bersandarkan pada pendapat Mazhab Syafi'iyah mengenai validitas salam tunai, para pengusaha kini memiliki alternatif model transaksi yang lebih variatif dan aman secara syariat. Implementasi kontrak akad salam ini tidak hanya berfungsi sebagai instrumen pengadaan modal kerja mandiri yang bebas riba, tetapi juga menjadi strategi aplikatif yang siap dipraktikkan oleh jamaah untuk mengoptimalkan omzet penjualan di tengah ketatnya persaingan bisnis digital saat ini.

DAFTAR REFERENSI

Afriyanti, R. (2024). *Mosques-Based Community Empowerment in Developing Sustainable*

- (Issue Osc). Atlantis Press SARL. <https://doi.org/10.2991/978-2-38476-340-5>
- Ahmadi, M. A., Wawan, E., Rofiud, A., Salsabila, D., Elcovano, G., Julian, B., & Indah, F. (2023). Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Jual Beli Online di Era Digital. *Al-Iqtishady: Jurnal Ekonomi Syariah*, 01(02), 52–61.
- Ainurrohman, C., Cahyono, A. A., & Lasmana, I. T. (2025). Penerapan Akad Salam dalam Transaksi Jual Beli Online: Antara Syariah dan Praktik Bisnis. *SUMBULA: Jurnal Studi Keagamaan, Sosial Dan Budaya*, 10(2), 205–212.
- Fadhli, A. (2016). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Akad As-Salam Dalam Transaksi E-Commerce. *MAZAHIB: Jurnal Pemikiran Hukum Islam*, 15(1), 1–19.
- Fahmi, R. A. (2025). Inclusive Mosques and Economic Empowerment: A Study from an Islamic Economics Perspective in Urban Muslim Communities. *Unisia*, 43(1). <https://doi.org/10.20885/unisia.vol43.iss1.art14>
- Fawaid, I. (2020). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Operasional Akad Salam Dalam Jual Beli Secara Online. *Jurnal Al-Hukmi*, 1(2), 317–328.
- Halik, A. (2020). The Impact on Trust and Online Buying Decisions Through Information Quality, Celebrity Endorser and Price Perception at Instagrams in Surabaya. *Archives of Business Research*, 8(2), 79–97.
- Hayati, S., & Fatarib, H. (2022). Shariah Analysis of E-Commerce Transactions from The Perspective of Islamic Economics. *Journal of Social Research*, 1(11), 424–430.
- Herawati, C. P., & Rosyidi, M. (2024). Penerapan Akad Salam dalam Jual Beli Online di Marketplace Shopee. *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*, 7(1), 88–99.
- Imari, I., & Ramadhan, M. U. C. (2025). Establishing Economic Empowerment System Through Mosque Based Community. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(1), 1–17.
- Jamaludin. (2019). Kontrak Jual Beli Dalam Islam. *MUAMALATUNA: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 11(2), 73–100.
- Khusnaini, Liyana, N. F., & Kustiani, N. A. (2026). The Strategic Role of Mosques in Empowering The Community's Economy: A Case Study of The Bintaro Jaya Grand Mosque. *Journal of Tourism Economics and Policy*, 6(2), 434–443.
- Muin, S., Musthofa, M. A., Marwendi, R. O., Almunip, & Kuswanto. (2025). Salam Contract in Online Transactions: A Review Based on the Compilation of Sharia Economic Law. *ZIJIS: Zabags International Journal of Islamic Studies*, 2(2), 375–384.
- Nugroho, A. P., Luthfi, M., Alfiana, Bakri, A. A., & Zulbetti, R. (2024). Analisis Akad Salam (PSAK Syariah 103) pada Transaksi Jual Beli Online. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 2997–3007. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.4880>
- Rahayu, A. K. S. (2020). Penerapan Jual Beli Akad Salam Dalam Layanan Shopee. *Ar-Ribhu*, 3(2), 92–106.

- Ramadhani, A. F. A., Mahdalena, L., Maysarah, L., Lestari, G. A., & Arsyad, K. (2025). Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif Terhadap Risiko dan Keuntungan Dalam Kontrak Akad Salam. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah*, 6(4), 1596–1605.
- Saprida. (2016). Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli. *Mizan: Jurnal Ilmu Syariah*, 4(1), 121–130.