

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat telah membawa perubahan besar dalam pola hidup masyarakat modern, termasuk dalam aktivitas jual beli. Jika dahulu jual beli dilakukan secara langsung (tatap muka), saat ini masyarakat semakin dimudahkan dengan adanya transaksi jual beli secara daring (online) melalui platform marketplace seperti Shopee. *E-commerce* tidak hanya menjadi tren, tetapi telah menjadi kebutuhan dalam memenuhi ekonomi sehari-hari, terutama pasca pandemi yang mendorong digitalisasi secara pasif di hampir seluruh sektor kehidupan. Shopee turut mendukung para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan perorangan untuk mengembangkan usaha mereka dengan memasarkan produk secara daring dengan pemerintah dan pihakpihak lainnya (Setiawan 2018, 63).

Shopee merupakan *marketplace* termuda setelah Tokopedia dan Lazada, yang telah berhasil mengguncangkan dunia e-commerce dalam waktu singkat, berdiri pada tahun 2015 yang di pimpin oleh Chris Feng sekaligus pendiri dan CEO, ia sendiri adalah lulusan terbaik di Universitas Singapura. Shopee juga bermitra dengan lebih dari 70 penyedia layanan kurir diseluruh pasarnya untuk menyediakan dukungan logistik bagi penggunanya. Shopee juga berkolaborasi dengan berbagai jasa logistik lokal, serta penyedia jasa transportasi daring. Shopee merupakan salah satu Website toko online yang menyediakan fasilitas penjualan produk Pakaian dari fashion pria & wanita bahkan fashion unisex yang dapat digunakan oleh siapapun, elektronik dari mulai barang fisik hingga non fisik seperti pulsa dan token, perlengkapan rumah tangga, dsb. Selain menyediakan fasilitas tersebut, Shopee juga hadir dan mengelompokkan toko-toko yang memberikan diskon atau potongan-potongan harga (Noviantri,2019).

Mekanisme akad antara seller dengan Shopee dilakukan melalui perjanjian tertulis yang mengatur hak dan kewajiban kedua belah pihak dalam penggunaan platform Shopee sebagai media transaksi jual beli. Seller diwajibkan menyetujui syarat dan ketentuan yang ditetapkan Shopee sebelum dapat mulai berjualan, sehingga hubungan hukum ini bersifat akad tertulis yang mengikat secara elektronik (Shopee, n.d.-c). Pada tahun 2025, Shopee mencatat terdapat lebih dari 5 juta seller aktif yang berjualan di platformnya, mayoritas merupakan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang menjadi penopang utama ekosistem ekonomi digital Indonesia (Kontan.co.id, 2021). Shopee menggunakan sistem *revenue sharing* dalam menjalankan bisnisnya sebagai dasar pemotongan komisi dan biaya layanan atas hasil penjualan yang dilakukan oleh seller. *Revenue sharing* adalah mekanisme pembagian pendapatan antara beberapa pihak berdasarkan tingkat kontribusi masing-masing dalam suatu usaha (Dini, 2023). Tujuan utama sistem ini adalah menciptakan pembagian risiko dan keuntungan yang adil serta memberikan dorongan bagi semua pihak untuk berkolaborasi mencapai kinerja keuangan yang maksimal.

Sistem revenue sharing di Shopee terdiri dari beberapa komponen potongan sebagai berikut:

1. Biaya Komisi (Komisi Penjualan)

Biaya komisi adalah potongan yang dikenakan oleh Shopee kepada seller dari setiap transaksi yang berhasil. Besarannya tergantung pada jenis akun seller:

- a. Seller Reguler: biasanya 1,5%–3% dari harga produk.
- b. Star Seller / Shopee Mall: 3%–5% tergantung kategori produk.

Shopee menyebut ini sebagai bentuk “biaya layanan” atas fasilitas yang diberikan kepada penjual untuk bisa berjualan di platform Shopee.

2. Biaya Layanan Tambahan

Biaya tambahan dikenakan untuk penggunaan fitur tertentu, seperti:

- a. Shopee Ads (Iklan Shopee): Penjual yang menggunakan fitur iklan otomatis (auto ads) akan dikenakan biaya berdasarkan jumlah klik dan jangkauan iklan.
- b. Program Gratis Ongkir Extra atau Cashback: Seller dikenakan biaya jika ikut program ini, karena Shopee menanggung sebagian ongkir atau memberikan cashback kepada pembeli.

Biaya tambahan ini biasanya tidak disampaikan secara eksplisit pertransaksi, tetapi diakumulasi dan dipotong otomatis dari saldo penjual.

3. Biaya Administrasi dan Pemrosesan

Beberapa seller juga dikenakan biaya pemrosesan transaksi tertentu seperti:

- a. Biaya transaksi untuk pembayaran melalui metode tertentu (ShopeePay, SPayLater, kartu kredit).
- b. Biaya logistik jika menggunakan jasa pengiriman Shopee Express dan seller tidak memenuhi syarat tertentu.

Berikut gambaran mekanisme potongan dalam sistem revenue sharing Shopee:

1. Pembeli melakukan pembelian senilai Rp100.000.
2. Shopee memotong biaya sebagai berikut (misal):
 - a. Komisi: 3% → Rp3.000
 - b. Biaya layanan promosi: Rp2.000
 - c. Biaya admin/logistik/iklan: Rp5.000
 - c. Penjual hanya menerima bersih: Rp90.000.

Dalam konteks Shopee, sistem ini melibatkan pembagian pendapatan antara platform dan seller dengan persentase tertentu, biasanya antara 2% hingga 5% dari nilai transaksi, tergantung pada kategori produk maupun layanan tambahan seperti promosi dan gratis ongkir. Model ini tidak hanya menjadi sumber pendapatan bagi Shopee, tetapi juga memberikan motivasi bagi penjual untuk meningkatkan performa penjualan melalui penggunaan

fitur promosi dan iklan berbayar. Walau demikian, persaingan pasar dan perubahan ekonomi bisa memengaruhi margin keuntungan seller, sehingga Shopee berupaya menjaga keseimbangan dengan menghadirkan program loyalitas dan dukungan pemasaran.

Namun, dalam praktiknya, sistem pemotongan komisi dan biaya layanan Shopee menimbulkan berbagai tantangan dan keluhan terutama dari pelaku UMKM yang menjadi mayoritas seller aktif. Kebijakan penentuan persentase pemotongan yang berbeda berdasarkan kategori seller dan produk, serta perubahan kebijakan yang dilakukan sepihak oleh Shopee tanpa persetujuan ulang menimbulkan ketidakpastian dan potensi ketidakadilan. Banyak pelaku usaha merasa keberatan karena margin keuntungan mereka tergerus oleh potongan yang cukup signifikan, yang kadang tidak disertai transparansi yang memadai terkait rincian biaya tersebut.

Tantangan ini sering kali diperburuk oleh struktur *e-commerce* di Indonesia, di mana UMKM menyumbang sekitar 60% dari total seller aktif di platform seperti Shopee (UKM, 2022). Misalnya, seller reguler dengan potongan 1,5-3% mungkin masih bisa bertahan, tetapi Star Seller atau Shopee Mall dengan 3-5% plus biaya tambahan seperti iklan dan logistik dapat menggerus hingga 10-15% dari pendapatan bersih, terutama untuk produk dengan margin tipis seperti pakaian atau makanan. Ketidakpastian muncul ketika Shopee mengubah kebijakan tanpa pemberitahuan awal, seperti penyesuaian komisi selama promosi besar, yang membuat seller sulit merencanakan biaya operasional. Keluhan tentang ketidakadilan sering terkait dengan perlakuan berbeda terhadap seller besar versus kecil misalnya, seller besar mendapat diskon atau prioritas, sementara UMKM kecil merasa terbebani. Transparansi rendah juga menjadi masalah, karena rincian biaya sering tersembunyi di *dashboard seller*, tanpa penjelasan jelas tentang kalkulasi, sehingga memicu tuduhan monopoli atau eksploitasi. Dampaknya, banyak UMKM beralih ke platform alternatif seperti Tiktok, Tokopedia atau Lazada, atau bahkan kembali ke penjualan offline, yang mengurangi inovasi digital di sektor ini.

Celah penelitian ini cukup besar karena kurangnya analisis mendalam tentang kepatuhan sistem bagi hasil Shopee pada asas-asas keadilan, transparansi, dan kesukarelaan menurut pandangan fikih muamalah. Bahkan, di tengah posisi penting *marketplace digital* sebagai penyangga ekonomi nasional, khususnya untuk UMKM, belum ada studi yang secara normatif mengevaluasi dan menyarankan perbaikan atas praktik pemotongan biaya yang mungkin memberatkan dan tidak transparan. Celah ini menunjukkan batasan literatur akademik di Indonesia, di mana riset *e-commerce* lebih banyak menekankan aspek teknis, pemasaran, atau ekonomi tradisional, tanpa menyertakan etika syariah. Contohnya, meski Shopee menjangkau jutaan penjual UMKM yang menyumbang 60% transaksi *e-commerce* nasional (Kominfo, 2023), kajian normatif yang menilai kesesuaian dengan fikih muamalah masih minim, sehingga praktik seperti biaya tersembunyi atau perubahan kebijakan tanpa persetujuan tidak mendapat kritik etis. Ini bisa memperlebar kesenjangan, sebab UMKM sering kali tidak mampu bernegosiasi, berbeda dari penjual besar yang mendapat fasilitas lebih. Solusi yang diperlukan termasuk penelitian lintas bidang antara fikih dan bisnis online, seperti model bagi hasil alternatif berdasarkan musyarakah (kemitraan syariah) yang menekankan pembagian risiko yang proporsional, bukan penguasaan platform.

Urgensi studi ini semakin tinggi karena risiko dominasi kekuatan platform digital yang dapat memengaruhi kelestarian dan keadilan dalam lingkungan bisnis *daring*. Studi ini bertujuan menyediakan gambaran normatif dan praktis tentang cara mengimplementasikan sistem bagi hasil secara adil dan sesuai syariah, sehingga bisa mendukung pertumbuhan UMKM yang lestari dan ekosistem *e-commerce* yang seimbang. Urgensi ini didukung oleh data bahwa platform seperti Shopee mengontrol 40% pasar *e-commerce* Indonesia (Statista, 2023), yang memungkinkan mereka membuat aturan tanpa pengawasan luar yang ketat. Penguasaan ini bisa menghasilkan monopoli daring, di mana penjual kecil harus menerima potongan besar untuk survive, mengancam keberlanjutan UMKM sebagai fondasi ekonomi nasional.

Studi normatif dibutuhkan untuk merancang kerangka syariah-compliant, seperti rekomendasi untuk regulator (misalnya, OJK atau MUI) guna memantau transparansi, serta panduan praktis bagi penjual, seperti alat hitung biaya syariah untuk memperkirakan laba. Dengan cara ini, riset ini tidak hanya bernilai akademis, tetapi juga sosial, mendorong lingkungan yang lebih adil dan berkelanjutan di masa digital.

Dalam kacamata Fikih Muamalah, sebagai disiplin hukum Islam yang mengatur transaksi dan hubungan ekonomi antar manusia, prinsip pokok seperti keadilan, transparansi, dan kesukarelaan menjadi dasar penting dalam setiap akad atau transaksi. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam AlQur'an surah An-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu" [QS. An-Nisa': 29].

Ayat diatas melarang mengambil harta orang lain secara tidak adil kecuali melalui transaksi yang saling rela. Oleh karena itu, praktik bisnis daring seperti Shopee perlu dianalisis apakah kebijakan komisi dan biaya layanan yang berlaku sudah memenuhi prinsip-prinsip syariah atau malah berpotensi menciptakan ketidakadilan dan kesengajaan menyusahkan penjual. Pandangan fikih muamalah menekankan bahwa setiap transaksi harus didasari akad yang valid, seperti bai' (jual-beli) atau syirkah (kemitraan), dengan syarat seperti ijab-qabul (penawaran-penerimaan) yang eksplisit dan tanpa gharar (ketidakpastian ekstrem). Dalam kasus Shopee, komisi 3-5% bisa dianggap adil jika transparan dan disetujui awalnya, tapi perubahan sepihak atau biaya tersembunyi melanggar transparansi, karena penjual tidak

mendapat informasi penuh tentang kalkulasi. QS. An-Nisa' ayat 29 menegaskan larangan kezaliman, yang bisa diterapkan pada penindasan penjual kecil oleh platform besar, sehingga analisis ini krusial untuk menghindari riba atau kezaliman tersamar.

Kajian fikih muamalah terhadap kebijakan bagi hasil Shopee juga vital karena *marketplace* daring kini menjadi pilar ekonomi nasional, terutama bagi UMKM. Studi ini diharapkan memberikan gambaran normatif dan praktis tentang cara sistem bagi hasil seharusnya dikelola agar tidak hanya efektif bisnis, tetapi juga adil dan bertanggung jawab secara syariah. Dengan demikian, riset ini urgen baik dari aspek akademik maupun social yang mana untuk meningkatkan keadilan ekonomi di era digital.

Kajian ini krusial karena UMKM di Indonesia menyumbang 99% usaha total dan 60% tenaga kerja (UKM, 2023), namun sering rentan terhadap praktik platform yang tidak etis. Dari segi normatif, studi bisa mengajukan model bagi hasil syariah, seperti pembagian berdasarkan nisbah tetap (misalnya, 20:80 antara platform dan penjual) dengan audit independen untuk transparansi, yang cocok dengan musyarakah. Secara praktis, ini bisa mencakup simulasi kasus di Shopee, di mana penjual UMKM mendapat opsi kontrak syariah-compliant, mengurangi risiko ketidakadilan. Urgensi akademik ada pada pengembangan teori fikih di zaman digital, sedangkan sosialnya adalah mempromosikan inklusi ekonomi yang adil, mencegah pengucilan UMKM, dan memperbaiki reputasi Indonesia sebagai negara dengan *e-commerce* yang syariah.

Dengan melihat kompleksitas dan signifikansi permasalahan ini, maka perlu dilakukan penelitian dengan pendekatan fikih muamalah untuk menelaah secara objektif dan ilmiah kebijakan komisi dan biaya layanan yang diterapkan oleh Shopee. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan ini ke dalam bentuk karya ilmiah dengan judul **“TINJAUAN FIKIH MUAMALAH TERHADAP KEBIJAKAN KOMISI DAN BIAYA LAYANAN DALAM SISTEM *REVENUE SHARING* PADA APLIKASI SHOPEE”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan di atas, rumusan masalah yang akan dibahas oleh peneliti adalah **“Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Kebijakan Komisi Dan Biaya Layanan Dalam Sistem Revenue Sharing Pada Aplikasi Shopee”**.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Adapun yang menjadi pertanyaan penelitiannya adalah:

1. Bagaimana mekanisme sistem komisi dan biaya layanan antara seller dan Shopee dalam sistem *revenue sharing*?
2. Bagaimana analisis penerapan sistem *revenue sharing* pada aplikasi shopee menurut perspektif fikih muamalah?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitiannya adalah:

1. Untuk mengetahui mekanisme sistem komisi dan biaya layanan antara seller dan Shopee dalam sistem *revenue sharing*.
2. Untuk mengetahui bagaimana analisis penerapan sistem *Revenue Sharing* pada aplikasi shopee menurut Perspektif fikih muamalah.

1.5 Signifikansi Penelitian

Signifikansi penelitian merujuk pada pentingnya atau relevansi sebuah penelitian, baik secara teoritis maupun praktis.

1. Teoritis

Penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu fikih muamalah kontemporer, khususnya dalam menilai keabsahan praktik *revenue sharing*, komisi, dan biaya layanan dalam transaksi ekonomi digital dengan menggunakan pendekatan fikih muamalah. penelitian ini dapat memperkaya literatur ilmiah mengenai transaksi *e-commerce* modern dari sudut pandang hukum Islam Indonesia.

2. Praktis

- a. Penelitian ini bermanfaat bagi para seller di Shopee, agar dapat menilai apakah sistem bagi hasil dan pemotongan komisi yang diberlakukan oleh Shopee sesuai dengan nilai-nilai keadilan dalam Islam. Penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi pengelola platform *e-commerce* sebagai bahan masukan untuk merancang sistem bisnis yang sesuai dengan prinsip syariah, sehingga mampu menjangkau segmen pasar Muslim yang luas dan taat.
- b. Implementasi terhadap teori-teori yang didapatkan di bangku perkuliahan untuk menjawab permasalahan yang aktual, sekaligus memecahkan masalah yang dihadapi.

Bagi masyarakat penelitian ini hendak menjadi gambaran konkrit atas studi yang hendak diteliti, sehingga masyarakat dapat meningkatkan pengetahuan mengenai dorongan terciptanya ekosistem *e-commerce* yang adil dan transparan.

1.6 Studi Literatur

Penulis karya ilmiah pada penelitian ini, penulis telah melakukan tinjauan kepustakaan dengan cara meneliti atau menelaah karya ilmiah yang pernah ditulis orang lain, sehingga penulis membedakan permasalahan yang sudah ditulis oleh orang lain. Karya ilmiah yang berkaitan dengan perlindungan hak seller dalam transaksi ecommerce shopee di antaranya:

1. Skripsi yang ditulis Yurike Yolanda (1913040135) Fakultas Syariah Universitas Imam Bonjol Padang, dengan judul, "*Sistem Denda Pada Shopee Paylater Menurut Hukum Islam (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang)*". Penelitian ini membahas tentang sistem denda pada layanan Shopee *PayLater* yang diterapkan kepada pengguna, khususnya mahasiswa, serta meninjau pelaksanaannya menurut hukum Islam. Fokus penelitian ini diarahkan pada mekanisme penerapan denda keterlambatan pembayaran, faktor-faktor yang mendorong penggunaan Shopee *PayLater*, serta kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip fiqh

muamalah, terutama terkait keadilan, kejelasan akad, dan potensi unsur riba dalam praktik transaksi kredit digital. Sementara penelitian yang dilakukan oleh peneliti Adalah mengangkat praktik ekonomi digital, khususnya kebijakan komisi dan biaya layanan pada aplikasi Shopee, yang melibatkan platform *e-commerce* berbasis teknologi, serta memperkaya kajian fikih muamalah di era digital dan inovasi bisnis online. Persamaan kedua penelitian di atas terletak pada penggunaan pendekatan fikih muamalah dalam menganalisis praktik ekonomi. Kesimpulannya kedua penelitian di atas sama-sama saling melengkapi dalam memperluas wawasan ekonomi syariah, namun penelitian yang di lakukan peneliti lebih membawa nuansa baru dengan mengangkat isu ekonomi digital yang belum banyak dikaji sebelumnya.

2. Skripsi yang di tulis oleh Desi Rahmadani (1913040025) Fakultas Syariah, dengan judul *"Upah Dalam Shopee Affiliate Progran Ditinjau Dari Perspektif Fikih Muamalah"*. Penelitiannya membahas tentang sistem pemberian upah atau komisi dalam Program Shopee Affiliate, termasuk mekanisme kerja affiliator, penentuan besaran upah, serta tinjauannya menurut perspektif fikih muamalah untuk menilai kesesuaian praktik tersebut dengan prinsip keadilan dan kejelasan akad dalam Islam. sementara penelitian yang akan dilakukan peneliti membahas kebijakan komisi dan biaya layanan yang diterapkan oleh aplikasi Shopee dalam sistem *revenue sharing* antara platform dan penjual, serta menelaah mekanisme pemotongan biaya tersebut dari perspektif fiqh muamalah. Fokus kajian diarahkan pada kejelasan akad, bentuk kerja sama yang terjaln, serta kesesuaian praktik tersebut dengan prinsip-prinsip syariah, seperti keadilan, transparansi, dan kerelaan para pihak. Melalui analisis ini, penelitian bertujuan untuk menilai apakah kebijakan komisi dan biaya layanan yang diberlakukan oleh Shopee telah memenuhi ketentuan fiqh muamalah atau masih mengandung potensi ketidak adilan dalam praktik transaksi ekonomi digital. Persamaan dengan kedua penelitian ini terletak pada objek kajian yang sama, yaitu praktik

muamalah pada platform Shopee, khususnya yang berkaitan dengan sistem pembagian keuntungan, komisi, atau upah antara pihak platform dan pengguna. Kedua penelitian sama-sama menggunakan perspektif fiqh muamalah sebagai landasan analisis untuk menilai keabsahan akad, kejelasan mekanisme pembagian keuntungan, serta kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, transparansi, dan kerelaan para pihak. Selain itu, kedua skripsi juga menitikberatkan pada praktik muamalah kontemporer berbasis digital yang berkembang seiring kemajuan teknologi ekonomi.

3. Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Alif Fathul Muna (S20182092) Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dengan judul *“Penggunaan Shopee paylater Dalam Pembelian Barang Di Aplikasi Shopee Perspektif Fiqh Muamalah”*. Penelitian ini membahas tentang mengenai penggunaan fitur ShopeePayLater dalam pembelian barang pada aplikasi Shopee yang dianalisis dari perspektif fiqh muamalah. Fokus penelitian ini terletak pada mekanisme penggunaan ShopeePayLater sebagai metode pembayaran kredit, khususnya terkait pengenaan bunga dalam transaksi pembelian serta denda keterlambatan pembayaran. Penelitian tersebut bertujuan untuk menilai kesesuaian praktik ShopeePayLater dengan prinsip-prinsip hukum Islam, terutama dalam kaitannya dengan rukun dan syarat akad serta potensi adanya unsur riba dan ketidakadilan dalam transaksi jual beli online. Sementara penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti kebijakan komisi dan biaya layanan dalam sistem *revenue sharing* yang diterapkan oleh aplikasi Shopee sebagai salah satu bentuk praktik muamalah kontemporer di bidang ekonomi digital. Kajian ini difokuskan pada mekanisme pemotongan komisi dan biaya layanan antara platform dan penjual, serta dianalisis berdasarkan perspektif fiqh muamalah untuk menilai kejelasan akad, keadilan transaksi, dan kesesuaian praktik tersebut dengan prinsip-prinsip syariah. Persamaan kedua penelitian ini adalah pada penggunaan perspektif fiqh muamalah

sebagai landasan analisis dalam menilai praktik transaksi ekonomi yang berkembang di masyarakat. Keduanya sama-sama mengkaji praktik muamalah kontemporer dengan menitikberatkan pada kesesuaian akad yang digunakan terhadap rukun dan syarat akad dalam hukum Islam, serta menilai ada atau tidaknya unsur yang dilarang seperti riba, gharar, dan ketidakadilan. Selain itu, kedua penelitian bertujuan untuk memberikan pemahaman dan kepastian hukum Islam terhadap praktik ekonomi modern agar pelaksanaannya sesuai dengan prinsip keadilan, kejelasan, dan kemaslahatan bagi para pihak yang terlibat.

4. Skripsi yang ditulis oleh Priscilla liestiono (931216219) dari Fakultas Sayriah, Institut Agama Islam Negeri Kediri, dengan judul *"Jual Beli Pakaian Reject Sale Pada Marketplace Shopee Ditinjau Dari Fiqh Muamalah"*. Penelitian ini membahas tentang praktik jual beli pakaian *reject sale* pada *marketplace* Shopee yang ditinjau dari perspektif fiqh muamalah. Penelitian ini mengkaji bagaimana mekanisme penjualan pakaian yang memiliki cacat atau ketidak sempurnaan kualitas dilakukan secara online, serta menilai kesesuaiannya dengan rukun dan syarat jual beli dalam Islam, termasuk aspek kejelasan objek transaksi, kejujuran penjual, kerelaan para pihak, dan penerapan hak khiyar. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah praktik jual beli pakaian *reject sale* di *marketplace* Shopee dapat dikategorikan sah dan dibolehkan menurut fiqh muamalah atau justru mengandung unsur yang bertentangan dengan prinsip syariah. Sementara penelitian yang dilakukan penulis kebijakan komisi dan biaya layanan dalam sistem *revenue sharing* yang diterapkan oleh aplikasi Shopee sebagai salah satu bentuk praktik muamalah kontemporer di bidang ekonomi digital. Kajian ini difokuskan pada mekanisme pemotongan komisi dan biaya layanan antara platform dan penjual, serta dianalisis berdasarkan perspektif fiqh muamalah untuk menilai kejelasan akad, keadilan transaksi, dan kesesuaian praktik tersebut dengan prinsip-prinsip syariah. Persamaannya terletak pada fokus kajian terhadap praktik muamalah

kontemporer yang terjadi di masyarakat dan dianalisis menggunakan perspektif fiqh muamalah. Kedua penelitian sama-sama menelaah praktik transaksi yang berlangsung secara nyata, baik dalam bentuk jasa/sewa maupun jual beli online, dengan menitikberatkan pada kesesuaian akad, rukun, dan syarat transaksi menurut hukum Islam. Selain itu, keduanya bertujuan untuk menilai ada atau tidaknya unsur yang bertentangan dengan prinsip syariah, seperti ketidakjelasan (gharar), ketidakadilan, serta cacat ridha, sehingga hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kepastian hukum dan perlindungan bagi para pihak dalam praktik muamalah modern.

5. Skripsi yang ditulis oleh Ahmad Fauzi Rahman (NIM 201504001) dari Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan judul *“Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Praktik Jual Beli Online di Platform E-Commerce (Studi Kasus pada Tokopedia)”*. Penelitian ini mengkaji praktik transaksi jual beli daring melalui platform e-commerce, termasuk aspek keabsahan akad, perlindungan konsumen, dan potensi risiko seperti gharar atau penipuan dalam konteks ekonomi digital, dengan fokus pada bagaimana prinsip fikih muamalah diterapkan untuk memastikan transaksi yang syariah-compliant di lingkungan marketplace online. Sementara itu, penelitian penulis yang berjudul *“Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Kebijakan Komisi dan Biaya Layanan dalam Sistem Revenue Sharing pada Aplikasi Shopee”* lebih spesifik menyoroti aspek pendapatan platform melalui komisi dan biaya layanan, serta bagaimana sistem revenue sharing ini dikaji dari perspektif fikih muamalah untuk menilai keadilan bagi penjual dan pembeli dalam ekosistem digital. Perbedaan utama terletak pada objek kajian: skripsi Fauzi lebih luas mencakup seluruh proses jual beli online, sedangkan penelitian penulis menekankan mekanisme monetisasi platform seperti komisi dan biaya layanan yang spesifik pada Shopee. Namun, persamaan keduanya terletak pada penggunaan fikih muamalah sebagai kerangka analisis utama, dengan penekanan pada prinsip kejelasan

akad, keadilan transaksi, dan penghindaran unsur riba, gharar, atau eksploitasi. Keduanya juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi syariah di era digital, meskipun dalam konteks aplikasi e-commerce yang berbeda. Kesimpulannya, kedua skripsi ini saling melengkapi dalam memperkaya literatur fikih muamalah terkait ekonomi digital, dengan penelitian penulis memberikan wawasan lebih dalam tentang aspek revenue sharing yang sering diabaikan dalam kajian serupa.

1.7 Kerangka Teori

1.7.1 Akad Samsarah

Samsarah secara bahasa adalah mufrad dari *simsar*, yaitu perantara di antara penjual dan pembeli untuk menyempurnakan jual beli. *Simsar* menunjukkan kepada pembeli dan penjual suatu produk/jasa. Makna *samsarah* secara terminologis, menurut Imam Abu Hanifah, adalah suatu nama yang diperuntukkan bagi seseorang yang bekerja untuk orang lain dengan suatu upah yang berkaitan dengan penjualan dan pembelian. Menurut Imam Mâlik, makna *samsarah* adalah orang yang berputar-putar di dalam pasar dengan suatu produk yang mengakibatkan bertambah nilai produk tersebut. Para ulama tidak ada satupun yang melarang adanya praktik *samsarah*. Dikarenakan ini adalah perkara yang mubah (diperbolehkan), maka ijma' ulama menyatakan bahwa *samsarah* adalah boleh. *Simsar* tidak menjual dan membeli, *simsar* hanya menjadi perantara di antara penjual dan pembeli. *Simsar* jugalah yang menunjukkan kepada manusia suatu produk/jasa dan harganya. Bisa jadi seseorang menggunakan tenaga seorang *simsar* untuk membantu-nya bertransaksi (Dewi, 2019).

Konsep ini memiliki relevansi langsung dengan model bisnis Shopee. Sebagai platform *marketplace*, Shopee pada hakikatnya berperan sebagai *simsar* digital yang mempertemukan penjual dan pembeli melalui layanan yang disediakan dalam aplikasinya. Shopee tidak menjual barang milik sendiri, melainkan menyediakan fasilitas perantara dan informasi yang memudahkan

terjadinya akad. Oleh sebab itu, komisi dan biaya layanan yang dipungut Shopee dapat dipahami sebagai *ujrah* (upah jasa) dalam akad samsarah. Dalam fikih, pengambilan komisi oleh perantara dibolehkan selama imbalannya jelas, disetujui di awal, tidak mengandung gharar, dan tidak menimbulkan penipuan atau eksploitasi.

1.7.2 Prinsip Dasar Fiqh Muamalah

1. Prinsip Ketuhanan (tauhid)

Apapun jenis muamalah yang dilakukan oleh seorang muslim harus senantiasa dalam rangka mengabdikan kepada Allah dan senantiasa berprinsip bahwa Allah selalu mengontrol dan mengawasi tindakan tersebut. Prinsip ini juga berarti bahwa seluruh persoalan muamalah yang dilakukan harus mempertimbangkan persoalan-persoalan keakhiratan, memperhatikan keseimbangan nilai kebendaan dengan nilai kerohanian (Ningsih 2021, 15).

2. Prinsip kemaslahatan (Pengambilan manfaat) dan Mafsadah (Pencegahan kemudharatan)

Prinsip mendatangkan masalah dan menolak mudarat merupakan ruh dan semangat hukum yang ditetapkan oleh Al-Qur'an dan Hadis. Akibat dari prinsip ini, maka segala bentuk muamalat yang merusak sendi-sendi kehidupan masyarakat tidak dibenarkan oleh hukum Islam. Berdasarkan prinsip hukum ini, menjadikan sebuah teori hukum Islam, bahwa setiap transaksi (akad) muamalat jenis apapun (termasuk dalam pasar modal) harus bebas dari unsur-unsur *riba*, *najasy*, *ihtikar*, dan *gharar* (Ningsih 2021, 16).

3. Prinsip kebebasan berkontrak

Kebebasan berkontrak dalam islam merupakan refleksi dan prinsip kemerdekaan individu dalam mengatur urusan ekonomi dan social mereka. Namun, kebebasan ini meskipun luas, harus tetap dibatasi oleh kerangka syariah yang mendasarinya. Prinsip ini menegaskan bahwa sementara individu bebas untuk membuat pilihan, Keputusan mereka haruslah

dilandasi oleh keadilan, kejujuran dan pertimbangan terhadap kesejahteraan Masyarakat.

4. Prinsip Transparansi (*Shaffafiyah*)

Transparansi, atau "*Shaffafiyah*", merupakan keterbukaan dalam memberikan informasi yang sebenarnya. Ini berarti tidak ada yang disembunyikan, baik itu kualitas, kuantitas, atau sifat dari barang atau jasa yang ditawarkan. Transparansi menghindari terjadinya "*Gharar*" (ketidakpastian atau ambigu) dalam transaksi, yang dilarang dalam Islam karena dapat mengarah pada ketidakadilan. Transparansi adalah prinsip penting yang mencakup keterbukaan dalam setiap transaksi bisnis. Dalam fiqh muamalah, setiap perjanjian atau kontrak harus jelas dan tidak menyisakan keraguan atau ambiguitas. Hal ini membantu menghindari konflik dan sengketa di kemudian hari. Misalnya, dalam perjanjian kerja sama atau kontrak bisnis, semua syarat dan ketentuan harus dijelaskan secara rinci dan disepakati oleh semua pihak (INAIS, 2022).

5. Prinsip keadilan

Prinsip keadilan adalah salah satu nilai dasar dalam fiqh muamalah. Dalam manajemen bisnis, ini berarti semua transaksi harus dilakukan dengan adil dan tidak merugikan pihak mana pun. Misalnya, dalam jual beli, harga yang ditetapkan haruslah wajar dan tidak ada unsur penipuan atau manipulasi. Keadilan juga mencakup perlakuan yang sama terhadap karyawan, pelanggan, dan mitra bisnis. Prinsip keadilan dalam fikih muamalah menuntut agar setiap pihak yang terlibat dalam transaksi atau akad memperoleh hak dan kewajiban yang seimbang, tanpa ada pihak yang merasa dirugikan atau dizalimi. Dalam konteks ekonomi digital, khususnya di platform seperti Shopee, keadilan diwujudkan melalui pembagian keuntungan (komisi dan biaya layanan) yang adil antara platform, penjual, dan afiliator, serta transparansi dalam proses penentuan dan pemotongan biaya tersebut (Syaltut, 1990).

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kepustakaan (Library Research). Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan bermacam-macam material yang terdapat di ruangan perpustakaan (Kartono, 1990). Proses pengumpulan data dilakukan secara sistematis melalui penelaahan, pengklasifikasian, dan pengolahan bahan hukum guna memperoleh jawaban atas permasalahan penelitian. Dalam konteks ini, data yang digunakan berupa bahan hukum primer dan sekunder yang berkaitan dengan fikih muamalah serta kebijakan komisi dan biaya layanan dalam sistem *revenue sharing* pada aplikasi Shopee (Muhaimin, 2020).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis Netnografi. Netnografi adalah metode penelitian kualitatif dan menghadirkan pendekatan baru etnografi yang mempelajari budaya dan komunitas online melalui CMC (*Computer-Mediated Communication*) yakni komunikasi yang dilakukan antar dua orang atau lebih melalui perangkat teknologi. Kozinets menjelaskan bahwa penelitian etnografi terkini berfokus pada hal seperti Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest (Kozinets, 2015). Metode netnografi tidak hanya berkulat dengan kata-kata saja namun juga gambar, files suara, dan artefak digital lainnya. Metode ini membutuhkan interpretasi komunikasi manusia yang dilakukan melalui teknologi baru (Kozinets, 2015: 35; Ulfah, 2024: 11).

Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan hukum normatif dalam menganalisis permasalahan yang diteliti. Pendekatan hukum normatif merupakan metode penelitian yang menelaah hukum sebagai norma atau kaidah yang berlaku dalam masyarakat, khususnya yang berkaitan dengan prinsip-prinsip fikih muamalah (Marzuki 2005, 35). Dalam penelitian ini, hukum tidak dipahami sebagai praktik empiris semata, tetapi sebagai seperangkat nilai dan ketentuan syariah yang menjadi standar penilaian

terhadap suatu praktik ekonomi digital. Pendekatan normatif digunakan untuk menilai kesesuaian kebijakan komisi dan biaya layanan dalam sistem *revenue sharing* pada aplikasi Shopee dengan prinsip-prinsip fikih muamalah, seperti keadilan ('*adl*), transparansi (*shaffafiyah*), kerelaan (*tarāḍin*), dan kebebasan berkontrak. Analisis dilakukan dengan mengkaji konsep akad *samsarah*, *wakālah bi al-ujrah*, serta kaidah-kaidah fikih muamalah yang relevan, kemudian membandingkannya dengan praktik yang terjadi dalam sistem *marketplace* Shopee. Dengan demikian, penelitian ini secara khusus bertujuan untuk menganalisis dan menilai kebijakan komisi serta biaya layanan dalam sistem *revenue sharing* pada aplikasi Shopee berdasarkan perspektif fikih muamalah guna menentukan kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah.

1.8.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini berupa bahan hukum yang diperoleh secara sekunder melalui penelitian kepustakaan (*library research*) (Soekanto & Mamudji 2011, 13). Dalam penelitian hukum normatif, bahan hukum menjadi sumber utama yang digunakan untuk menganalisis permasalahan berdasarkan ketentuan dan prinsip hukum yang berlaku (Muhaimin 2020, 47). Bahan hukum dalam penelitian ini terdiri atas bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, yaitu:

1. Bahan Hukum Primer, yaitu sumber-sumber normatif yang menjadi dasar dalam kajian fikih muamalah. Bahan hukum primer yang digunakan meliputi Al-Qur'an, hadis, serta kitab-kitab fikih klasik dan kontemporer yang membahas akad dan muamalah, seperti *Al-Mughni* Jilid 5 (Beirut: Dar al-Fikr), *Fiqh al-Sunnah* Jilid 3 (Kairo: Dar al-Fikr, 1996), dan *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu* Jilid 4 (Damaskus: Dar al-Fikr, 2009). Selain itu, peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan praktik ekonomi digital juga digunakan sebagai bahan hukum primer pendukung.

2. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan dan analisis terhadap bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder dalam penelitian ini meliputi buku-buku fikih muamalah seperti *Fiqh Muamalah* karya M. Yazid Alfandi (2009), *Fiqh Muamalah* karya Andi Intan Cahyani (2013), serta *Fiqh Muamalah* karya Dr. Prilla Kurnia Ningsih (2021). Selain itu, digunakan pula jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, artikel akademik, serta dokumentasi kebijakan dan ketentuan layanan yang diperoleh melalui website resmi Shopee dan akun-akun Shopee pada berbagai platform media sosial.

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah riset kepustakaan, yaitu mengumpulkan data penelitian dengan cara membaca dan menelaah sumber-sumber data yang terdapat di sosial media. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini, yaitu dengan mengumpulkan, menelaah buku-buku, jurnal, makalah ilmiah, kamus, *ensiklopedi*, informasi sosial media dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan permasalahan penelitian yang bersumber dari bahan kepustakaan atau bahan hukum baik bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier (Muhaimin, 2020a).

1.8.4 Teknik Analisis Data

Analisis data yakni melakukan kajian atau telaah terhadap hasil pengolahan data yang dibantu atau dengan menggunakan teori-teori yang telah didapatkan sebelumnya. (dalam kerangka teori/kepustakaan). Analisis data yaitu menguraikan data dalam bentuk kalimat yang baik dan benar, sehingga mudah dibaca dan diberi arti atau diinterpretasikan (Muhaimin, 2020a). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, yaitu data skunder dianalisis untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena hukum yang sedang diteliti.

Selain menggunakan analisis deskriptif, penelitian ini juga menerapkan analisis normatif, yaitu dengan menelaah bahan hukum yang telah dikumpulkan berdasarkan kaidah dan prinsip-prinsip fikih muamalah. Analisis dilakukan dengan cara mengidentifikasi konsep-konsep hukum yang relevan, seperti akad *samsarah*, *wakālah bi al-ujrah*, serta prinsip keadilan ('adl), transparansi (shaffafiyah), dan kerelaan (tarāḍin), kemudian menghubungkannya dengan praktik kebijakan komisi dan biaya layanan dalam sistem *revenue sharing* pada aplikasi Shopee.

Selanjutnya, data yang telah dianalisis secara deskriptif dan normatif tersebut dibandingkan untuk melihat tingkat kesesuaian antara teori dan praktik. Proses ini dilakukan melalui penafsiran hukum (interpretasi) terhadap ketentuan fikih muamalah, sehingga diperoleh kesimpulan yang argumentatif mengenai status hukum dan kesesuaian kebijakan tersebut dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah. Dengan demikian, analisis data dalam penelitian ini tidak hanya bersifat menggambarkan, tetapi juga memberikan penilaian hukum secara sistematis dan rasional.