

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1.1.1 Sistem *revenue sharing* yang diterapkan oleh Shopee merupakan bentuk kerja sama antara platform sebagai perantara (*simsar*) dengan seller sebagai pemilik barang, di mana Shopee memperoleh imbalan berupa komisi dan biaya layanan yang dipotong dari setiap transaksi yang berhasil. Mekanisme ini dilaksanakan melalui persetujuan syarat dan ketentuan penggunaan aplikasi yang bersifat kontrak baku. Shopee berperan menyediakan fasilitas *platform*, promosi, dan sistem pembayaran, sementara seller bertanggung jawab atas penyediaan barang dan pelaksanaan penjualan.
- 1.1.2 Ditinjau dari rukun dan syarat akad *samsarah*, sistem *revenue sharing* shopee pada dasarnya telah memenuhi unsur-unsur pokok akad, yaitu adanya para pihak (*simsar*, penjual, dan pembeli), adanya objek akad berupa jasa perantara yang halal dan bermanfaat, serta adanya *sighat* berupa persetujuan elektronik. Sistem upah yang diterapkan dalam bentuk persentase juga dibolehkan dalam fikih muamalah. Namun demikian, dalam praktiknya masih ditemukan keterbatasan terkait kejelasan perhitungan upah dan posisi tawar seller, yang berpotensi mengurangi kesempurnaan akad secara substantif. Berdasarkan prinsip-prinsip fikih muamalah, sistem *revenue sharing* Shopee pada dasarnya diperbolehkan karena tidak mengandung unsur yang secara eksplisit dilarang oleh syariat. Sistem ini membawa kemaslahatan berupa kemudahan akses pasar dan efisiensi transaksi. Namun, dari sisi prinsip *tauhid*, keadilan, kebebasan berkontrak, serta transparansi dan kejujuran, masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki, khususnya terkait keseimbangan hak dan kewajiban serta keterbukaan informasi biaya. Oleh karena itu, sistem *revenue sharing*

Shopee dapat dinilai sah secara normatif, tetapi perlu penyempurnaan agar lebih sejalan dengan nilai-nilai fikih secara menyeluruh.

5.2 Saran

Berdasarkan Kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Pihak shopee

Diharapkan shopee dapat meningkatkan transparansi dan kejelasan dalam sistem perhitungan komisi dan biaya layanan, serta memperhatikan prinsip keadilan dengan memberikan perlindungan yang lebih proposional bagi seller, khususnya pelaku UMKN, agar tidak terbebani secara ekonomi.

2. Bagi seller

Seller diharapkan lebih memahami ketentuan akad dan system *revenue sharing* yang diterapkan oleh platform sebelum menyetujui kerja sama, sehingga dapat meminimalisir potensi kerugian dan memastikan transaksi yang dilakukan sesuai dengan prinsip fikih muamalah.

3. Bagi akademis dan peneliti selanjutnya

Penelitian ini masih terbatas pada analisis normative fikih muamalah. Oleh karena itu, peneliti *selanjutnya* di sarankan untuk melakukan kajian empiris yang lebih mendalam, seperti penelitian lapangan terhadap dampak sistem revenue sharing terhadap keberlangsungan UMKN atau perbandingan dengan platform marketplace lain dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, A. G. (2010). *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Anurogo, D., Ula, A. N. M., Hamidah, S., Abas, M., & Adnan, M. (2023). *Fiqh Muamalah*. Kota Solok, Sumatera Barat: PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA.
- az- Zuhaili wahbah. (2003). *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*. Damaskus: Dar al-Fikr.
- Az-Zuhaili, W. (2009). *Fiqh Islam wa Adillatuhu. terj. Abdu Hayyie alKattani, dkk* (Jilid 5 (ed.)). Jakarta: Gema Insani.
- Azhari, A. A. (2024). *Perlindungan Hukum Bagi Seller di Aplikasi Shopee. Jurnal Penelitian Syariah dan Hukum Islam*,.
- Baruri, M. A. (2012). *al-Wasathah al-Maliyyah: Abraz, al-Tahbiq al-Mu'ashir. Beirut: Dar al-Nawadir*.
- Biteship. (2024). *Mengenal Shopee Pinjaman, Syarat dan Cara Pengajuannya*. <https://biteship.com/blog/syarat-dan-pengajuan-shopee-pinjaman/>
- Cahyani, A. I., Ag, S., Ag, M., & Muamalah, F. (2013). *Fiqh muamalah*.
- Cantika, P. (2025). *Fitur – fitur Pada Shopee*. Metodeku. <https://metodeku.com/fitur-fitur-pada-shopee/>
- Dewi, T. (2019). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Dengan Sistem Dropship*. 2(1), 16–31.
- Dini, N. R. (2023). *Revenue sharing pada platform e-commerce*.
- Doxadigital. (2024). *Keuntungan Menggunakan Iklan Shopee Untuk Bisnis Anda*. <https://doxadigital.com/tips-pemasaran/keuntungan-menggunakan-iklan-shopee-untuk-bisnis-anda/>
- Fatimah. (2022). *Penyelesaian Wanprestasi Jual Beli Melalui Shopee Pay Later Bagi Konsumen Shopee Di Kota Palangka Raya*. 68.
- Fauzia, I. Y. (2015). Akad Wakalah dan Samsarah Sebagai Solusi Atas Klaim Keharaman Dropship Dalam Jual Beli Online. *Islamica: Jurnal Studi Kelslaman*, 339.

- Ginee. (2021). *2 Cara Membuat Toko Gratis Ongkir di Shopee yang Super Mudah*. <https://ginee.com/id/insights/cara-membuat-toko-gratis-ongkir-shopee/>
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hackley, C. (2017). *Advertising & Promotion: An Integrated Marketing Communications Approach*.
- Hanifuddin, I. (2014). *Fiqh Samsarah Dan Praktik Pemakelaran*. Batusangkar: *Stain Batusangkar*, 9.
- Hasan, M. A. (2003). *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*. RajaGrafindo Persada.
- INAIS. (2022). *Prinsip-prinsip dasar fikih muamalah dalam praktik bisnis modern*. Institut Agama Islam Nasional.
- Kartono, K. (1990). *Metodologi penelitian sosial*. Mandar Maju.
- Kominfo, K. (2023). *Data e-commerce dan kontribusi UMKM di Indonesia*. Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- KONTAN.CO.ID. (2021). *Punya lebih dari 5 juta penjual aktif, Shopee dorong pertumbuhan ekonomi digital*. https://industri.kontan.co.id/news/punya-lebih-dari-5-juta-penjual-aktif-shopee-dorong-pertumbuhan-ekonomi-digital?utm_source=chatgpt.com
- Kurniawan, A. (2023). *Hukum Perdagangan Elektronik di Indonesia: Analisis Platform Marketplace*. Jakarta: Penerbit Akademika Press.
- Latterly.org. (2023). *Shopee Business Model: Marketplace Flywheel with ShopeePay and Logistics*. https://www.latterly.org/shopee-business-model/#google_vignette
- Marzuki, P. M. (2005). *Penelitian hukum normatif*. Jakarta: Bina Aksara, hlm. 35.
- Maulidina, I. D. A. (2024). *PROFESOR KIAI, HAJI, SAIFUDDIN ZUHRI*.
- Miracuves. (2024). *Shopee Revenue Model: How Shopee Makes Money*. <https://miracuves.com/category/blockchain-development/ecommerce/ecommerce-development/>

- Muayyad, D. M., Chan, N., Firdayetti, Entaresmen, R. A., & Damayanti, S. (2023). Samsarah In An Iskamic Perspective. *Social and Behavioral Scuenes*, 592–594. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2023.11.02.46>
- Muhaimin. (2020a). *Metode penelitian hukum*. Rajawali Pers.
- Muhaimin. (2020b). *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press.
- Muzayanah, Aljahwara, R. (2023). *Samsarah Pada Transaksi Jual Beli Tanah Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus di Desa Pelayangan Kecamatan Muara Tembesi Kabupaten Batanghari)*. 7(1), 140–151.
- Ningsih, P. K. (2021). *Fiqh Muamalah*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Noorhaeni, A. F., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Jakarta, I. (2020). *Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee Di Kota Bogor) Proposal Skripsi Program Sarjana Prodi MANAJEMEN S1*.
- Noviantri. (2019). *Analisis strategi bisnis Shopee dalam meningkatkan penjualan online*. Universitas Negeri Padang.
- Nugroho, A., et al. (2025). *Hukum Perjanjian Elektronik dalam E-Commerce: Studi Kasus Shopee di Indonesia*.
- Pusparini, E. T. (2025). *15 Marketplace Online Terbaik dan Terpopuler di Indonesia*. Mekari Qontak. <https://qontak.com/blog/marketplace-online-di-indonesia/>
- Rahmawati, Hanisa, L., Fasa, & Iqbal, M. (2025). *TRANSFORMASI DIGITAL : PERAN E-COMMERCE (SHOPEE) DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI INDONESIA DIGITAL TRANSFORMATION : THE ROLE OF E-COMMERCE (SHOPEE) IN IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF UMKM IN INDONESIA*. April, 6704–6712.
- Rihaniyah, Akhmad, M., & Riyantoro, S. F. (2025). *Tafsir Progresif Ayat-Ayat Al-Quran dalam Fatwa Dsn-Mui Tentang Akad Samsarah*. 4(3), 2472–2483.
- Roughgarden, Avelin, T. I. M., & York, N. (2026). *Transaction Fee Mechanism Design*. 71(4). <https://doi.org/10.1145/3674143>
- Setiawan. (2018). *Perkembangan e-commerce dan dampaknya terhadap perilaku konsumen Indonesia*. Gramedia.

- Setyaningsih, karina nur. (2020). *Tinjauan Hukum Ekonomi Islam Terhadap Samsarah Dalam Jual Beli Online Di Kampung Marketer Desa Tamansari Karangmoncol Purbalingga*. IAIN Purwokerto.
- Shidiq, S. (2019). *Fikih Kontemporer*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Shopee. (n.d.-a). "Apa Ketentuan program gratis ongkir." <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-ketentuan-Program-Gratis-Ongkir>
- Shopee. (n.d.-b). *Apa syarat dan ketentuan Berbelanja dengan Spaylater*. <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-syarat-ketentuan-berbelanja-dengan-ShopeePayLater>
- Shopee. (n.d.-c). *Terms of service*. <https://shopee.co.id/docs/terms>
- Shukla, S., Kumari, R., & Thakur, S. (2025). *Effectiveness of Subscription Model in Modern Marketing*. 3(2), 269–281.
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2011). *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Rajawali Press.
- Statista. (2023). *Market share e-commerce Indonesia 2023*. <https://www.statista.com>
- Suhendi, H. (2002). *Fiqh Muamalah*. RajaGrafindo Persada.
- Syaltut, M. (1990). *Islam: Akidah dan syari'ah*. Bulan Bintang.
- Tekno, H. T. (2022). *Cara Main Game di Shopee agar Dapat Hadiah*. Kumparan. <https://kumparan.com/how-to-tekn0/cara-main-game-di-shopee-agar-dapat-hadiah-1xoavYkyBCE/full>
- UKM, K. K. dan. (2022). *Laporan tahunan sektor UMKM Indonesia*. Kemenkop UKM.
- UKM, K. K. dan. (2023). *Statistik kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional*. Kemenkop UKM.
- Wulandari, R. (2024). *Analisis Hukum Perjanjian Baku dalam Platform E-Commerce: Kasus Komisi Seller Shopee*. Jurnal Hukum Bisnis dan Kontrak
- Yuhasnibar. (2021). *Jual Beli Tanah Melalui Perantara (Samsarah)(Analisis Terhadap Penerapan Akad Wakalah, Jualah, dan Ijarah)*. Jurnal Almudharabah.

Zuhdi, M. (1993). *Masail Fiqhiyah: kapita selekta hukum islam*. Haji Masagung.