

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam kolaborasi bisnis di sektor kuliner. Salah satu inovasi yang paling dirasakan dampaknya adalah munculnya *platform* layanan pesan antar makanan digital. Ketersediaan platform digital seperti *ShopeeFood*, *GrabFood*, dan *GoFood* memberikan kemudahan bagi orang untuk memesan makanan dengan cepat dan efektif melalui aplikasi. Di sisi lain, kemajuan ini juga menciptakan kesempatan besar bagi pengusaha kecil untuk memperluas akses pasar tanpa kebutuhan akan lokasi fisik yang menguntungkan. (Tirto.id 2024)

Di Indonesia, *shopee* merupakan contoh salah satu bisnis model *marketplace*, dengan menggunakan website *shopee.co.id*. *Marketplace* merupakan *platform* transaksi bisnis online yang menyediakan metode elektrik untuk memfasilitasi transaksi komersil seperti menjual barang, jasa ataupun informasi secara online antara pembeli dan penjual. Sebagai *platform* digital, *shopee* menyediakan ruang transaksi antara penjual dan pembeli secara daring dengan sistem *marketplace*.

Aplikasi ini menawarkan berbagai kategori produk, mulai dari kebutuhan rumah tangga, fesyen, elektronik, makanan, hingga layanan digital. *Shopee* juga menyediakan fitur pembayaran terintegrasi melalui *shopeepay* serta program logistik seperti *shopee express* untuk mempercepat pengiriman barang. Selain itu, *shopee* juga melakukan ekspansi ke berbagai layanan lain seperti *shopeefood* (layanan pesan antar makanan), *shopee live*, dan layanan finansial digital (Wikipedia, diakses 13 maret 2023).

Shopee merupakan sebuah aplikasi mobile yang resmi diperkenalkan di Indonesia pada Desember 2015 di bawah naungan PT *Shopee* Internasional Indonesia. Pada awal tahun 2021, *shopee* meluncurkan sebuah fitur baru

dalam aplikasinya, yaitu *shopeefood*. *Shopeefood* adalah sebuah produk inovasi dari *shopee* yang menawarkan layanan pemasaran makanan dan minuman secara online, *shopeefood* hadir demi memenuhi kebutuhan masyarakat dibidang kuliner. (Shoppe.co.id,2020)

Shopeefood adalah suatu *platform* di bidang layanan aplikasi *shopee*, di dalam layanannya kita dapat menemukan resto yang sudah bermitra dengan pihak *shopee*, biasanya yang akan ditampilkan adalah *merchant* yang terdekat dengan lokasi *customer*, dan kita dapat bertransaksi jual beli makanan antara konsumen dengan penjual melalui *platform* tersebut. Seiring berkembangnya *shopeefood*, semakin banyak usaha-usaha yang mendaftarkan restorannya menjadi *merchant* dari *shopeefood* ada beberapa hal yang harus diperhatikan, seperti pendaftaran *merchant* syarat ialah, syarat untuk usaha perorangan yaitu: KTP atau KITAS asli, foto buku tabungan atas nama pemilik usaha, nomor rekening bank aktif, foto makanan atau minuman yang akan *merchant* jual, foto outlet tempat usaha, NPWPD (opsional). Dan syarat untuk usaha berbadan hukum (PT/CV) yaitu: KTP atau KITAS, SIUP atau TDUP, NPWP Perusahaan, TDP atau NIB, akta pendirian perusahaan, surat keterangan domisili, NPWPD, foto buku tabungan perusahaan(cikadu.id, 2026).

Shopeefood, yang merupakan salah satu layanan pengantaran makanan digital, mengelola sistem kemitraan yang melibatkan ribuan *merchant* di seluruh Indonesia termasuk di kota Padang khususnya kelurahan Balai Gadang Kecamatan Koto Tangah. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada beberapa pertimbangan, antara lain: semakin berkembangnya usaha kuliner di wilayah tersebut seiring dengan adanya pembangunan kampus baru UIN Imam Bonjol Padang, sehingga mendorong banyak pelaku usaha kuliner lokal mendaftarkan usahanya ke ShopeeFood. Dalam model ini, para *merchant* berfungsi sebagai penyedia produk, sementara platform bertindak sebagai jembatan bagi transaksi antara *merchant* dan pelanggan. Konsep ini seharusnya mencerminkan kolaborasi yang saling menguntungkan, di mana kedua belah pihak memperoleh keuntungan yang seimbang. Namun, dalam

praktiknya, hubungan antara *shopeefood* dan *merchant* sering menunjukkan ketidakadilan yang terlihat jelas, khususnya dalam hal distribusi keuntungan dan tanggung jawab.

Ketidakadilan ini lebih terlihat pada perjanjian kemitraan yang sangat menguntungkan satu pihak, di mana kesepakatan disusun sepenuhnya oleh *shopeefood*. *Merchant* hanya bisa menerima syarat yang sudah ditetapkan tanpa adanya kesempatan untuk bernegosiasi. Perjanjian yang dikeluarkan oleh *shopeefood* kepada setiap orang yang ingin mendaftarkan restonya adalah perjanjian baku, dimana setiap pelaku usaha wajib mematuhi segala perjanjian yang telah disediakan oleh pihak *shopeefood*. Artinya, dengan adanya system perjanjian baku, pelaku usaha tidak memiliki posisi tawar atau tidak memiliki hak untuk bernegosiasi (Faddly, 2022). Dalam pandangan *syirkah*, ketimpangan posisi tawar ini beresiko mencederai asas kerelaan, di mana *merchant* kecil seringkali tidak memiliki pilihan lain selain menyetujui kontrak tersebut demi kelangsungan usaha di era digital. Adanya perjanjian baku yang ditentukan secara sepihak oleh *platform* tanpa ruang negosiasi bagi *merchant* kecil menunjukkan adanya ketimpangan posisi tawar. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana prinsip keadilan distribusi laba dan risiko telah diterapkan dalam kemitraan digital ini.

Dalam perspektif fikih muamalah, bentuk kerja sama semacam ini secara substansi merupakan praktik *syirkah*. *Syirkah* adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko ditanggung bersama sesuai dengan kontribusi atau kesepakatan yang adil (Zuhaili, 2011:441). Mengingat adanya pengabungan modal masing-masing pihak (*shopee* dan *merchant*) memberikan kontribusi yang berbeda (*shopee* dengan *platform/teknologi*, *merchant* dengan produk/makanan) untuk tujuan mencari laba bersama. Namun dalam praktiknya, kemitraan antara *shopeefood* dan pelaku usaha kuliner sering kali merujukkan ketidakseimbangan yang bertentangan dengan prinsip dasar *syirkah*, yaitu keadilan (*al-'adl*) dan kesetaraan (*musawah*).

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan *merchant shopeefood* di kota Padang, kelurahan Balai Gadang, ditemukan sejumlah permasalahan mengenai komisi yang tinggi. Seorang pemilik Kedai Pempek Kenan, mengungkapkan keluhannya terkait tingginya potongan komisi yang ditetapkan oleh *shopeefood*. Persentase komisi yang diambil pihak aplikasi sangat memberatkan operasional usahanya. Agar modal usaha tetap berputar dan tidak mengalami kerugian, ia terpaksa mengambil kebijakan untuk menaikkan harga menu di aplikasi. "*Komisinya terlalu tinggi, kalau saya pakai harga normal yang di kedai, modalnya tidak akan balik, bahkan bisa rugi. Jadi, mau tidak mau harga yang tertera di shopeefood saya buat berbeda dan lebih mahal daripada harga asli di gerai Pempek Kenan,*" ujarnya. (Eva Nila Wati, Merchant 2026)

Salah satu ketidakadilan yang sering dikeluhkan oleh para *merchant* adalah besarnya komisi yang ditetapkan oleh *platform*. Komisi yang mencapai 20–25 persen dari total penjualan dianggap terlalu tinggi dan drastis mengurangi *profit margin*. Situasi ini semakin menyulitkan bagi pengusaha kecil yang memiliki modal terbatas dan biaya operasional yang tinggi. (Rohmah, 2024). Dalam konsep *syirkah*, pembagian keuntungan harus didasarkan pada prinsip keadilan dan kerelaan kedua belah pihak. Jika pembagian tersebut dirasa tidak adil atau memberatkan salah satu pihak, maka prinsip *masalah musytarakah* (kepentingan bersama) dalam *syirkah* tidak tercapai.

Akibat potongan komisi yang tinggi, pihak *merchant* memilih untuk menaikkan harga makanan di aplikasi agar keuntungan yang diterima tetap seimbang dengan harga jual di tempat. Kondisi ini menyebabkan terjadinya perbedaan harga antara yang tercantum di aplikasi *shopeefood* dengan harga asli di restoran.

Bersarnya potongan komisi yang diambil dari pendapatan ini menciptakan ketidakseimbangan resiko. Pelaku usaha kuliner yang menanggung biaya bahan baku dan operasional merasa margin

keuntungannya tergerus draktis, sementara pihak *platfrom* mendapatkan porsi keuntungan tetap tanpa menanggung resiko kerusakan produk. Sebagai dampaknya, pelaku usaha kuliner terpaksa menaikkan harga jual di aplikasi.

Dalam teori *syirkah*, pembagian keuntungan (*nisbah*) seharusnya didasarkan pada kesepakatan yang adil dan tidak memberatkan salah satu pihak hingga memaksa mitra tersebut melakukan praktik yang merugikan pihak lain atau konsumen. Adanya praktik markup harga ini merupakan indikasi bahwa distribusi manfaat dalam *syirkah* tersebut belum mencapai keseimbangan. Jika kerja sama ini justru menciptakan keberatan di satu pihak dan beban harga yang tidak wajar di pihak konsumen, maka esensi *syirkah* sebagai sarana *ta'awun* (saling membantu) dan pencapaian masalah (kemaslahatan) menjadi tidak terpenuhi.

Oleh sebab itu, sangat penting untuk mengevaluasi apakah system kemitraan ini telah memenuhi kaidah *syirkah* yang adil atau justru mengandung unsur eksploitasi karena posisi tawar yang tidak seimbang. Berdasarkan berbagai isu tersebut, perlu dilakukan kajian menyeluruh tentang sistem kemitraan antara *shopeefood* dan pelaku usaha kuliner. Dengan demikian, penelitian ini sangat penting untuk dilakukan guna memberikan pemahaman yang menyeluruh tentang praktik *syirkah* dalam kemitraan digital antara *shopeefood* dan pelaku usaha kuliner.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang masalah yang telah dibahas diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah berfokus pada bagaimana mekanisme kerja sama antara *shopeefood* dan pelaku usaha kuliner di Kelurahan Balai Gadang, Kecamatan Koto Tangan Padang dimana terdapat ketentuan-ketentuan dalam kontrak yang perlu di tinjau lebih dengan teori *syirkah* dalam fikih muamalah?

1.3 Pertanyaan Penelitian

- 1.3.1. Bagaimana sistem kerja sama kemitraan antara *shopeefood* dengan pelaku usaha kuliner di Balai Gadang?
- 1.3.2. Bagaimana tinjauan konsep *syirkah* terhadap sistem kerja sama antara *shopeefood* dengan pelaku usaha kuliner?

1.4 Tujuan Penelitian

- 1.4.1. Untuk mengetahui sistem kerja sama antara *shopeefood* dengan pelaku usaha kuliner di Balai Gadang
- 1.4.2. Untuk menganalisis tinjauan konsep *syirkah* terhadap sistem kerja sama antara *shopeefood* dengan pelaku usaha kuliner

1.5 Signifikansi Penelitian

Signifikansi penelitian merupakan dampak dari tercapainya tujuan penelitian. Secara garis besar, signifikansi penelitian terdiri atas signifikansi ilmiah yang diarahkan pada pengembangan ilmu atau kegunaan teoritis; dan signifikansi praktis, yaitu membantu memecahkan dan mengantisipasi masalah yang ada pada obyek yang diteliti (Daniel, 2002, 53).

1.5.1 Secara Teoritis

Secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran ilmiah bagi perkembangan ilmu pengetahuan hukum ekonomi syariah pada umumnya, khususnya yang berkaitan dengan kajian akad dan kemitraan dalam konteks ekonomi digital. Tinjauan terhadap kerja sama *shopeefood* dan *merchant* dari perspektif *syirkah* dapat memperkaya literatur dan pemahaman tentang penerapan prinsip-prinsip syariah dalam praktik ekonomi modern.

1.5.2 Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Bagi pelaku usaha kuliner (*merchant*), penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang hak-hak mereka dalam hubungan kemitraan dengan *platform* digital, sehingga mereka dapat mengambil keputusan yang lebih informed dalam menjalankan

usahnya. Bagi pihak *Shopeefood* dan pengelola platform digital lainnya, penelitian ini dapat menjadi masukan untuk meninjau kembali sistem kemitraan yang diterapkan agar lebih memenuhi prinsip keadilan dan keseimbangan

1.6 Studi Literatur

Penulis mendapati studi literatur yang mirip dengan penelitian ini, agar dapat membedakan penelitian penulis dengan penelitian yang sudah ada. Beberapa studi literatur yang penulis dapatkan antara lain:

- 1.6.1. Skripsi yang ditulis oleh Ridho Perdian dengan nim 311235 program studi hukum ekonomi syariah, fakultas syariah, Universitas Islam Negri Imam Bonjol Padang dengan judul “Pelaksanaan layanan go-food pada aplikasi go-jek di Kota Padang menurut perspektif maqashid syariah” dengan pertanyaan penelitian yaitu Bagaimana pelaksanaan layanan Go-Food pada aplikasi Go-Jek menurut perspektif maqashid syari’ah? Siapa yang menanggung kerugian? jika terjadi pembatalan dan bagaimana hal itu ditinjau dari perspektif maqashid syari’ah? Darimana asal sumber dana bonus dari perusahaan Go-Jek yang diberikan untuk driver Go-Jek?. berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh hasil dan kesimpulan sebagai berikut: Pelaksanaan layanan Go-Food pada aplikasi Go-Jek di Kota Padang pada dasarnya dibolehkan dalam perspektif maqashid syari’ah karena mengandung unsur kemaslahatan dan kemudahan bagi masyarakat. Namun, dalam praktiknya masih terdapat persoalan, khususnya terkait pembatalan pesanan yang menyebabkan kerugian sepihak pada driver Go-Jek akibat sistem talangan pembayaran. Kondisi tersebut belum sepenuhnya mencerminkan prinsip keadilan dan perlindungan harta sebagaimana tujuan utama maqashid syari’ah. Oleh karena itu, diperlukan penyempurnaan mekanisme layanan agar tercapai keseimbangan hak dan kewajiban seluruh pihak yang terlibat. Sedangkan penulis meneliti tentang perjanjian kerja sama kemitraan shopeefood dengan pelaku usaha kuliner ditinjau dari perspektif *syirkah*

1.6.2. Skripsi yang ditulis oleh Athifa Latif dengan nim 2113040091 program studi hukum ekonomi syariah, fakultas syariah, universitas islam negeri (UIN) imam bonjol Padang dengan judul “Konsenkuensi kemitraan maxim perspektif konsep syirkah (studi terhadap maxim kota padang) dengan pertanyaan penelitian yaitu bagaimana pemahaman driver terhadap konsenkuensi kemitraan maxim di kota padang dan bagaimana tinjauan konsep syirkah terhadap konsenkuensi kemitraan maxim di kota padang. Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh hasil dan kesimpulan sebagai berikut: Bahwa driver Maxim belum sepenuhnya paham dengan kemitraan Maxim Kota Padang, hal ini disebabkan karena pendaftaran menjadi driver dilakukan secara online sehingga mengenai ketentuan kemitraan seperti penjanjian, potongan komisi, kemudian hak dan kewajiban sebagai mitra kurang dapat dipahami oleh para driver. Kurangnya pemahaman dan edukasi terhadap kesadaran sebagai mitra tersebut sehingga membuat para driver cuma terfokus untuk mengambil orderan dari konsumen tanpa menghiraukan apa yang menjadi hak dan kewajibannya dan ketentuan-ketentuan yang ada pada kemitraan tersebut. Hal ini mengakibatkan tidak seimbangnya antara hak dan kewajiban yang didapatkan oleh driver dibandingkan dengan yang diperoleh oleh pihak Maxim. Bedanya dengan penelitian penulis yaitu penelitian ini membahas tentang konsenkuensi pemahaman driver terhadap kemitraan maxim di kota Padang yang ditinjau dari konsep syirkah. Sedangkan penulis meneliti tentang perjanjian kerja sama kemitraan *shopeefood* dengan pelaku usaha kuliner ditinjau dari perspektif *syirkah*.

1.6.3. Skripsi ini yang ditulis oleh Yurike Yolanda dengan nim 1913040135 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang dengan judul skripsi “Sistem denda pada shopee paylater menurut hukum islam (studi kasus mahasiswa universitas islam negeri imam bonjol Padang)” dengan pertanyaan

penelitian yaitu, bagaimana pelaksanaan denda pada Shopee PayLater terhadap mahasiswa Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang?, apa saja faktor-faktor mahasiswa Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang menggunakan Shopee PayLater? bagaimana tinjauan hukum islam terhadap sistem denda pada Shopee PayLater menurut hukum Islam terhadap mahasiswa Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang?. Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh hasil dan kesimpulan sebagai berikut: adanya penerapan sistem denda pada fitur Shopee PayLater yang dinilai merugikan pengguna, khususnya mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang, serta menimbulkan persoalan dari perspektif hukum Islam. Praktik pengenaan denda keterlambatan, biaya penanganan, dan bunga dinilai belum disampaikan secara jelas sejak awal penggunaan, sehingga banyak pengguna tidak memahami konsekuensi akad yang dijalani. Selain itu, terdapat kasus tagihan tetap berjalan meskipun barang telah dikembalikan dan limit Shopee PayLater telah dipulihkan, yang menunjukkan adanya ketidakadilan dalam pelaksanaan sistem. Kondisi ini menimbulkan dugaan adanya unsur riba, gharar, dan ketidakseimbangan hak dan kewajiban para pihak, sehingga perlu dikaji lebih lanjut kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip hukum Islam. Sedangkan penulis meneliti tentang perjanjian kerja sama kemitraan *shopeefood* dengan pelaku usaha kuliner ditinjau dari perspektif *syirkah*.

- 1.6.4. Skripsi yang ditulis oleh Inddy Wizalita Zerlinda Putri dengan nim 1802036119 program studi hukum ekonomi syariah, fakultas syariah, universitas islam negeri walisongo Semarang, dengan judul “Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktek sewa menyewa akun shopee food milik mitra shopee (studi kasus komunitas driver shopeefood Semarang)” dengan pertanyaan penelitian yaitu Bagaimana praktek sewa menyewa akun shopee milik mitra shopee food di komunitas driver Shopee Food Semarang?, Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktek sewa menyewa akun Shopee Food?. Berdasarkan penelitian yang

dilakukan diperoleh hasil dan kesimpulan sebagai berikut: Tingginya permintaan masyarakat terhadap layanan ShopeeFood mendorong Shopee membuka pendaftaran mitra dengan kuota terbatas. Keterbatasan kuota tersebut menyebabkan sebagian masyarakat tidak dapat mendaftar sebagai mitra, sehingga muncul praktik penyewaan akun ShopeeFood, baik melalui media sosial maupun secara langsung. Padahal, praktik sewa menyewa akun telah dilarang dalam kode etik ShopeeFood. Namun demikian, pelanggaran tetap terjadi dengan berbagai motif. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini merumuskan dua permasalahan, yaitu praktik sewa menyewa akun ShopeeFood di komunitas driver ShopeeFood Semarang dan tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik tersebut. Sedangkan penulis meneliti tentang perjanjian kerja sama kemitraan *shopeefood* dengan pelaku usaha kuliner ditinjau dari perspektif *syirkah*.

1.6.5. Skripsi yang ditulis oleh Fina Novitasari dengan nim 18103080045 program studi hukum ekonomi syariah, fakultas syariah, universitas islam negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul “ Perjanjian kemitraan antara pt. Shopee internasional Indonesia dengan mitra pengemudi pada layanan shopeefood di Yogyakarta. Dengan pertanyaan penelitian yaitu bagaimana praktik perjanjian kemitraan antara PT shopee internasional Indonesia dengan mitra pengemudi pada layanan shopee food di Yogyakarta dan bagaimana tinjauan hukum positif dan hukum islam terhadap perjanjian kemitraan PT shopee internasional Indonesia dengan mitra pengemudi pada layanan shopee food di Yogyakarta. Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh hasil dan kesimpulan sebagai berikut: Ketidakseimbangan kedudukan hukum antara pihak Shopee (perusahaan) dan mitra pengemudi dalam pelaksanaan perjanjian kemitraan. Meliputi Kedudukan mitra pengemudi lemah, terutama karena adanya klausul eksonerasi yang membebaskan seluruh tanggung jawab dan risiko (seperti suspend dan pemutusan kemitraan sepihak) kepada mitra. Sedangkan

penulis meneliti tentang perjanjian kerja sama kemitraan *shopeefood* dengan pelaku usaha kuliner ditinjau dari perspektif *syirkah*.

1.7 Landasan Teori

Landasan Teori ini akan membahas tentang teori-teori yang ada hubungan dengan objek kajian. Landasan teori ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam menganalisis masalah yang dikaji dalam permasalahan. Teori *syirkah* digunakan sebagai kerangka utama untuk menganalisis kedudukan hukum dari hubungan kerja sama antara *platform shopeefood* dan pelaku usaha kuliner.

Syirkah menurut bahasa berarti *al-ikhtilath* yang artinya campur atau percampuran. Demikian dinyatakan oleh Taqiyuddin. Maksud percampuran di sini ialah seseorang mencampurkan hartanya dengan harta orang lain sehingga tidak mungkin untuk dibedakan (Suhendi, 2017). Secara terminologi, *syirkah* adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi modal atau amal dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama.

Menurut ulama Malikiyah, *syirkah* adalah pemberian izin kepada kedua mitra kerja untuk mengatur harta (modal) bersama. Maksudnya, setiap mitra memberikan izin kepada mitranya yang lain untuk mengatur harta keduanya tanpa kehilangan hak untuk melakukan hal itu. Menurut ulama Hanabilah, *syirkah* adalah persekutuan hak atau pengaturan harta. Menurut ulama Syafi'iyah, *syirkah* adalah tetapnya hak kepemilikan bagi dua orang atau lebih sehingga tidak terbedakan antara hak pihak yang satu dengan hak pihak yang lain. Menurut ulama Hanafiyah, *syirkah* adalah transaksi antara dua orang yang bersekutu dalam modal dan keuntungan. Ini adalah definisi yang paling tepat bila dibandingkan dengan definisi-definisi yang lain, karena definisi ini menjelaskan hakikat *syirkah*, yaitu sebuah transaksi. (Az-Zuhaili, 2011:441)

Landasan diperbolehnya *syirkah* bersumber dari Al-Quran, di antaranya QS. An-Nisa ayat 12 yang menyebutkan tentang persekutuan dalam bagian

sepertiga, serta QS. Shaad ayat 24 mengenai orang-orang yang bersekutu. Adapun Rukun dan Syarat *Syirkah* menurut ulama Hanafiyah rukun hanya ada dua yaitu ijab (ungkapan penawaran melakukan perserikatan) dan kabul (ungkapan penerimaan perserikatan). Istilah ijab dan kabul sering disebut dengan serah terima.

Contoh lafal ijab kabul, seseorang berkata kepada partnernya "Aku ber untuk urusan ini" partnernya menjawab "telah akau terima". Jika ada yang menambahkan selain ijab dan kabul dalam rukun seperti adanya kedua orang yang berakad dan objek akad menurut Hanafiyah itu bukan termasuk rukun tetapi termasuk syarat. Adapun menurut Abdurrahman al-Jaziri rukun meliputi dua orang yang berserikat, shigat, objek akad baik itu berupa harta maupun kerja. Adapun menurut jumhur ulama rukun sama dengan apa yang dikemukakan oleh al-Jaziri di atas.

Dalam kajian fikih, terdapat beberapa jenis *syirkah*, namun yang paling relevan deengan penelitian ini ialah. *Syirkah 'inan* adalah suatu persekutuan atau kerja sama antara dua pihak atau lebih dalam harta (modal) untuk diperdagangkan dan keuntungan dibagi di antara mereka. *Syirkah 'Inan* digunakan untuk membedah kerja sama di mana kedua belah pihak berkontribusi modal dan kerja. Dalam hal ini, *shopeefood* berkontribusi pada penyediaan infrastruktur teknologi (*platform*), sedangkan pelaku usaha berkontribusi pada penyediaan produk kuliner dan operasional. Analisis ini penting untuk melihat apakah pembagian porsi keuntungan sudah sesuai dengan kontribusi masing-masing.

Dari definisi tersebut dapat dipahami bahwa *syirkah 'inan* adalah persekutuan dalam modal dan keuntungan, termasuk kerugian. Dengan demikian, dalam *syirkah 'inan* seorang pesero tidak dibenarkan hanya bersekutu dalam keuntungan saja, sedangkan dalam kerugian ia dibebaskan. *Syirkah Mufawadhah* dalam arti bahasa adalah *al-musâwah*, yang artinya "persamaan". *Syirkah* ini dinamakan *syirkah mufawadhah* karena di dalamnya terdapat unsur persamaan dalam modal, keuntungan, melakukan tasarruf

(tindakan hukum), dan lain-lainnya. Menurut satu pendapat, mufawadhah diambil dari kata *at-tafwidh* (penyerahan), karena masing-masing peserta menyerahkan hak untuk melakukan tasarruf kepada teman serikat yang lainnya (Muslich, 2010).

Dalam arti istilah, *syirkah mufawadhah* didefinisikan oleh Wahbah Zuhaili sebagai berikut. *Syirkah mufawadhah* menurut istilah adalah suatu akad yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk bersekutu (bersama-sama) dalam mengerjakan suatu perbuatan dengan syarat keduanya sama dalam modal. *Syirkah Mufawadah* digunakan untuk melihat sisi kontribusi amal atau jasa. *Shopeefood* menyediakan layanan jasa pengantaran dan pemasaran, sementara pelaku usaha menyediakan keterampilan mengolah makanan. Teori ini membantu peneliti menilai keabsahan kerja sama yang menitikberatkan pada penggabungan tenaga dan keahlian profesi.

Akad kerja sama ini dapat dipandang berakhir apabila terjadi hal-hal seperti pembatalan oleh salah satu pihak, hilangnya kecakapan hukum salah satu anggota (seperti meninggal dunia atau gila), atau karena rusaknya modal yang diserikatkan.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan cara mendapatkan data, penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan mengamati secara langsung untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek peneliti dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan Bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. (Moleong 2018,148)

Adapun penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dimana penulis melakukan penelitian di Kelurahan Balai Gadang Kecamatan Koto Tangah Padang, Karena *shopeefood* hanya beroperasi di wilayah tertentu yang di anggap potensial, dan seiring dengan adanya

pembangunan kampus baru di wilayah Balai Gadang, fenomena ini mendorong para pelaku usaha kuliner lokal mendaftarkan usahanya di *shopeefood* dan untuk mendapatkan data yang berkaitan langsung dengan kemitraan *shopeefood* yang ditinjau dari *syirkah* dalam fikih muamalah.

Berdasarkan pendekatan, jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi di lokasi penelitian. Penulis menggunakan jenis penelitian ini dengan mewawancarai Pelaku Usaha di Kelurahan Balai Gadang Kecamatan Koto Tengah dan Pihak Shopee guna mendapatkan data yang berkaitan dengan penulis bahas secara lengkap dengan menggunakan metode kualitatif.

Berdasarkan sumber data, ada tiga macam penelitian. Pertama, penelitian hukum normatif merupakan penelitian hukum yang dilakukan melalui studi literatur atau data sekunder semata. Kedua, penelitian hukum empiris merupakan metode penelitian hukum yang bertujuan untuk memahami hukum alam yang melihat hukum dalam artian nyata dan meneliti bagaimana kerja hukum dalam masyarakat. Ketiga, penelitian hukum filosofis yaitu upaya untuk memahami dan menganalisis konsep-konsep, ide-ide dan prinsip-prinsip fundamental dalam berbagai bidang pengetahuan dan kehidupan manusia (Rifa'i Dkk, 2023:6-9). Adapun penelitian ini menggunakan penelitian hukum empiris, karena penelitian ini didasarkan atas data dan melakukan observasi langsung di lapangan mengenai sistem kerja sama antar *shopeefood* dengan pelaku usaha kuliner dalam Perspektif *syirkah*.

1.8.2 Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian subjek dari mana data diperoleh. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu primer dan skunder.

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono 2018, 137). Data primer dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh langsung dari para *merchant* yang menjadi mitra *shopeefood* tersebut serta melakukan wawancara dengan pihak shopeefood melalui fitur chat di aplikasi shopee dan pihak mitra *merchant* di Kelurahan Balai Gadang Kecamatan Koto Tangah Padang

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai macam literatur serta hasil penelitian yang telah dipublikasikan (Sugiyono 2018, 456). Sumber sekunder dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari literatur yang berkaitan dengan kemitraan shopeefood seperti buku fikih muamalah dan referensi lain yang relevan dengan objek yang diteliti.

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yang digunakan oleh penulis diantaranya adalah dengan wawancara, dan dokumentasi, agar mampu mendapatkan informasi yang tepat antara teori yang didapat dengan praktek yang ada di lapangan.

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu metode pengumpulan data dengan jalan komunikasi, yakni melalui kontrak antara pewawancara dengan orang yang memberi informasi baik secara langsung maupun tidak langsung data tersebut harus sesuai dengan informasi yang diharapkan dalam hal ini mengenai pelaksanaan. Wawancara ini dilakukan atau ditujukan langsung pada orang yang bersangkutan yang mengetahui secara detail (Riyanto 2004,70). Dalam hal ini peneliti melakukan teknik wawancara secara terbuka kepada para *merchant shopeefood* di Kelurahan Balai Gadang

Kecamatan Koto Tengah Padang, Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara dengan pihak fhopeefood melalui fitur chat aplikasi Shopee guna mendapatkan data yang berimbang dari kedua belah pihak

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau orang lain oleh subjek. Dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan (Yusuf 2014,384). Dokumen yang di ambil pada penelitian ini adalah dokumentasi yang berkaitan dengan kegiatan *merchant* pada penggunaan aplikasi *shopeefood* di kelurahan Balai Gadang Kecamatan Koto Tengah Padang.

3. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang melakukan kegiatan pengamatan atau peninjauan langsung yang dilakukan di Lokasi penelitian dengan mengamati aktivitas (Fathoni, 2006:114). Pengumpulan data melalui observasi ini penulis melihat langsung dengan mengunjungi dan mengamati langsung di lapangan permasalahan serta digunakan untuk memperoleh data mengenai sistem kerja sama antara shoppeefood dengan pelaku usaha.

1.8.4 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, teknik analisis data lebih banyak dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data secara interaktif melalui proses data reduction, data *display*, dan *verification* yang dilakukan secara berurutan (Sugiyono 2018, 294).

Teknik analisis data yang di pakai adalah analisis deskriptif yaitu menggambarkan permasalahan yang terjadi di lapangan sesuai apa adanya. Karena analisis data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif, maka seluruh data mengenai aspek-aspek penelitian didapat dengan cara terjun langsung ke lapangan. Untuk menjaga konsistensi proses analisis maka masing-masing pertanyaan penelitian ini dianalisis satu persatu. Selanjutnya dideskripsikan dalam suatu penjelasan deskriptif dalam bentuk bahasa verbal yang kemudian ditarik kesimpulan, pada akhirnya dengan analisis tersebut dapat mengemukakan gambaran yang jelas mengenai kemitraan shopeefood di Kelurahan Balai Gadang Kecamatan Koto Tengah Padang.

1.8.5 Informan Peneliti

Informan dalam penelitian ini adalah *merchant shopeefood* di Kelurahan Balai Gadang Kecamatan Koto Tengah Padang dan Pihak Shopee. Dalam pengambilan informan, Teknik yang digunakan adalah *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah sebagai teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian informan ini disuruh memilih teman-temannya untuk dijadikan informan begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel semakin banyak. Ibarat bola salju yang menggelinding semakin lama semakin besar. (Creswell 2010, 87). Adapun alasan peneliti dalam memilih Teknik ini karena jumlah *merchant shopeefood* cukup banyak.