

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan internet yang semakin meluas membawa perubahan dinamis dalam pola konsumsi masyarakat dan ekosistem perdagangan pada ekonomi digital di Indonesia, khususnya dalam kegiatan jual beli secara *online* melalui *e-commerce*. Pandemi Covid-19 menjadi faktor utama yang menyebabkan perubahan besar dalam pola konsumsi masyarakat dan pola bisnis. Pembatasan interaksi antar individu selama masa pandemi membuat perubahan yang signifikan dalam kebiasaan transaksi jual beli masyarakat, dari yang sebelumnya harus bertatap muka secara langsung (*offline*) menjadi *online* melalui internet.¹

Pesatnya perkembangan *e-commerce* di pasar Indonesia dipengaruhi oleh beberapa faktor. Alya Putri et al. menyebutkan bahwa para pelaku usaha yang mengalihkan usahanya dari yang sebelumnya berjualan secara *offline* (langsung di toko atau pasar) menjadi *online* melalui *e-commerce* dipengaruhi karena dengan berjualan melalui *e-commerce* jangkauan pasar menjadi semakin luas, pengeluaran operasional pelaku usaha lebih efisien, transaksi yang dilakukan lebih mudah, serta adanya fasilitas analisis data yang lebih akurat bagi pelaku usaha dalam pengambilan keputusan bisnisnya. Atas dasar pengaruh tersebut pola konsumsi masyarakat dan ekosistem perdagangan ekonomi digital saat ini mengalami perubahan yang sangat drastis.²

Satu diantara bentuk lain *e-commerce* yang digunakan dalam aktivitas transaksi jual beli digital saat ini adalah *marketplace*. *Marketplace* menjadi salah satu platform yang dapat menampung banyak pelaku usaha

¹ Handayani Ratna Sari et al., "Transformasi Digital E-Commerce Di Era Post-Pandemic: Analisis Tren Dan Dampak Pada Perilaku Konsumen Indonesia," *IKN: Jurnal Informatika Dan Kesehatan* 2, no. 2 (2025), <https://doi.org/https://jurnal.unw.ac.id/index.php/IKN>.

² Alya Putri et al., "Kelebihan Dan Kekurangan E-Commerce Dalam Perspektif Bisnis Digital," *An-Najah: Journal of Islamic Economics* 1, no. 1 (2025), <https://doi.org/https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/JNIE/en>.

di dalamnya. Mengingat banyaknya hal yang perlu dipersiapkan dalam membuat sebuah *e-commerce*, melalui *marketplace* para pelaku usaha tidak perlu mengeluarkan biaya mahal untuk membangun sebuah sistem, strategi promosi, dan perawatan secara berkala dalam memasarkan produknya karena hal tersebut telah difasilitasi oleh pihak *marketplace*.³

Menilik kepada hasil penelitian yang dilakukan oleh Zumhur Alamin et al yang menganalisis jumlah kunjungan bulanan *marketplace* pada kuartal satu hingga kuartal tiga pada tahun 2023, diketahui bahwa terdapat 5 *marketplace* yang banyak digunakan dalam transaksi jual beli secara *online* di Indonesia, di antaranya Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak. Dari kelima *marketplace* tersebut, Shopee menjadi platform *marketplace* dengan peringkat pertama yang banyak dikunjungi, dibuktikan dengan terjadinya peningkatan jumlah kunjungan dari kuartal satu sebanyak 157.97 kunjungan hingga 216.77 kunjungan pada kuartal ketiga, lalu disusul oleh Tokopedia di peringkat kedua, Lazada ketiga, Blibli keempat, dan Bukalapak kelima.⁴

Signifikannya kunjungan yang terjadi pada *marketplace* Shopee lahir dari beberapa pemicu. Beberapa faktor yang mempengaruhi meningkatnya kunjungan pada *marketplace* Shopee secara signifikan di antaranya: harga yang murah dibandingkan *marketplace* sejenis, produk yang berkualitas, adanya diskon barang yang dipasarkan, dan penawaran gratis ongkos kirim (*free ongkir*).⁵ Tidak hanya itu, terdapat fitur-fitur lain yang ditawarkan pada *marketplace* Shopee seperti, program *flash sale*, festival belanja bulanan, strategi iklan yang masif, pengenalan Shopeepay sebagai dompet digital keluaran Shopee, inovasi *mini games*, *official* dari berbagai brand, *free ongkos kirim*, serta merawat kualitas website dan kepuasan pelanggan,

³ Rini Yustiani and Rio Yunanto, "Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi," *Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika (Komputa)* 6, no. 2 (2017): 43–48, <https://doi.org/https://doi.org/10.34010/komputa.v6i2.2476>.

⁴ Zumhur Alamin et al., "Perkembangan E-Commerce: Analisis Dominasi Shopee Sebagai Primadona Marketplace Di Indonesia," *J-ESA Jurnal Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2023): 120–31, <https://doi.org/https://doi.org/10.52266/jesa.v6i2.2484>.

⁵ Alamin et al.

sehingga menjadikan Shopee sebagai salah satu *marketplace* dengan kunjungan terbanyak.⁶

Tingkat kepuasan minat belanja konsumen merupakan bagian terpenting dalam persaingan *e-commerce*. Salah satu metode yang banyak digunakan oleh *e-commerce* dalam menarik perhatian dan menjaga konsumennya agar tetap loyal serta tidak beralih kepada pesaingnya adalah melalui pemberian voucher. Voucher yang ditawarkan kepada setiap calon konsumen/pelanggan memiliki jenis varian yang berbeda-beda, seperti voucher gratis ongkos kirim dan potongan harga (diskon). Akan tetapi, setiap voucher yang diberikan memiliki syarat dan ketentuan yang berlaku sehingga syarat dan ketentuan tersebut pada akhirnya memengaruhi cara konsumen dalam memilih voucher yang dianggap paling menguntungkan dan dapat menekan biaya belanja. Oleh karena itu, penggunaan voucher sebagai metode promosi dalam menghadapi persaingan yang terjadi pada *e-commerce* menjadi salah satu metode yang sangat berpengaruh dalam persaingan *e-commerce* pada era ini.⁷

Dibalik banyaknya ragam penawaran yang diberikan melalui berbagai metode strategi promosi yang dilakukan oleh pihak *marketplace*, terdapat praktik penyalahgunaan yang dilakukan oleh sebagian pihak yang berjualan di dalam *marketplace* demi mencapai kepentingan pribadinya. Salah satu cara yang sering digunakan oleh sebagian pelaku usaha dalam mencapai kepentingan pribadi yang dikehendakinya adalah melalui pembuatan rekayasa order atau yang sering dikenal juga dengan istilah *fake order*. Melalui praktik rekayasa order (*fake order*) terdapat bermacam-macam motivasi yang dapat menjadi pemicu sebagian para pelaku dalam melakukan hal yang tidak semestinya tersebut. Motivasi yang umumnya

⁶ Endah Mustika Asih, "Analisis Pada Shopee Sebagai E-Commerce Terpopuler Di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika* 2, no. 1 (2024): 73–79, <https://doi.org/https://doi.org/10.70052/jeba.v2i1.299>.

⁷ D Novia Adi Ningtias et al., "Pengaruh Voucher Diskon Terhadap Daya Tarik Pembeli Di Aplikasi E-Commerce," *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 1 (2024): 10360–67, <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v4i1.8911>.

dilakukan oleh para pelaku usaha ketika melakukan rekayasa pesanan pada transaksi jual beli di *marketplace* adalah dengan memberikan ulasan palsu.⁸

Pemberian ulasan palsu tersebut dilakukan dengan tujuan agar trafik toko pelaku usaha meningkat, karena dengan meningkatnya trafik suatu toko dapat menumbuhkan kepercayaan kepada para calon konsumennya, sehingga dari kepercayaan tersebut berpotensi terhadap meningkatnya penjualan.⁹ Akan tetapi, motivasi digunakannya rekayasa order pada transaksi jual beli pada *marketplace* tidak lagi sebatas untuk membuat ulasan palsu agar dengan ulasan palsu tersebut toko dapat mengalami peningkatan dalam penjualannya. Terdapat motivasi berbeda yang digunakan oleh sebagian pelaku usaha dalam melakukan rekayasa order, yaitu mengambil keuntungan dari sebuah voucher diskon yang diberikan oleh pihak *marketplace* melalui rekayasa order.

Shopee menjadi salah satu *marketplace* yang dijadikan objek penerpaan praktik order rekayasa dengan motivasi penyalahgunaan pemanfaatan voucher diskon tersebut. Voucher diskon yang diberikan oleh pihak Shopee memiliki besaran potongan harga yang beragam, seperti voucher diskon 22% potongan hingga 100 ribu dan voucher diskon 25% potongan hingga 100 ribu. Lebih dari itu, terdapat voucher diskon lainnya yang memiliki potongan harga yang lebih besar, yaitu seperti voucher diskon ketika moment tanggal kembar dan voucher diskon ketika gajian *sale*. Moment tanggal kembar seringkali diidentikan dengan waktu belanja hemat, karena pada moment tersebut beberapa *marketplace* sering memberikan voucher diskon besar-besaran.¹⁰ Sedangkan moment gajian *sale* seringkali diidentikan dengan waktu belanja pasca gajian, serupa

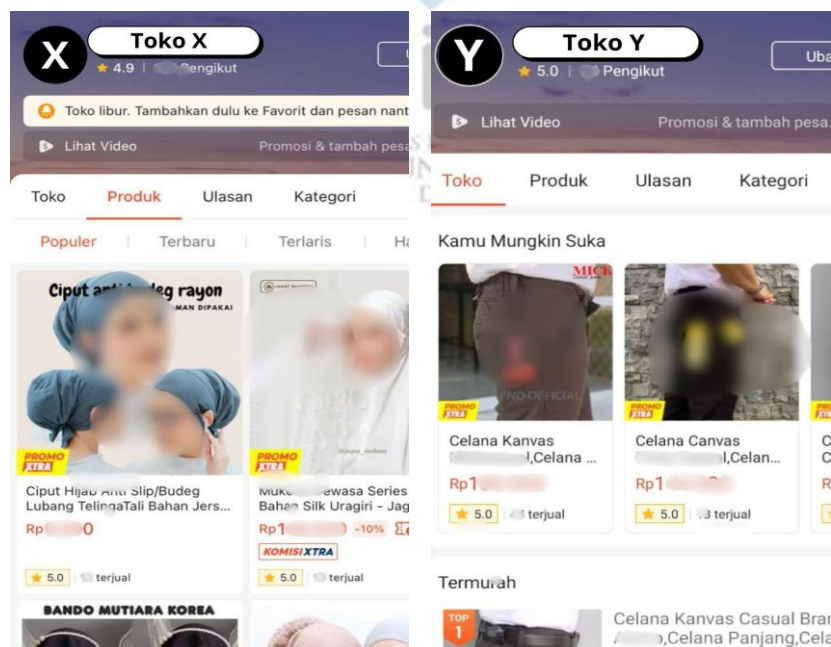
⁸ Moh Asra, "Fake Order Dan Retur Barang Dalam Jual Beli Di Marketplace Shopee Perspektif Hukum Ekonomi Syariah," *Jurnal Ekonomi & Hukum Islam Istidlal* 8, no. 2 (2024): 90–99, <https://doi.org/10.35316/istidlal.v4i1.163>.

⁹ "Pentingnya Trafik Ke Toko Shopee Anda, Dan Meningkatkan Trafik," n.d., <https://www.bigseller.com/blog/articleDetails/1262/Pentingnya-Trafik-ke-Toko-Shopee-Anda-dan-Cara-Meningkatkan-Trafik.htm%0A>.

¹⁰ "5 Tips Makin Untung Manfaatin Promo Tanggal Kembar," n.d., <https://shopeepay.co.id/blog/5-tips-makin-untung-manfaatin-promo-tanggal-kembar>.

dengan tanggal kembar pada kesempatan ini terdapat voucher diskon besar-besaran yang diberikan oleh Shopee.¹¹

Banyaknya ragam voucher yang ditawarkan platform Shopee tersebut ternyata memiliki celah untuk disalahgunakan oleh sebagian pelaku usaha yang membuka toko pada *marketplace* Shopee. Celah pada voucher diskon tersebut dimanfaatkan oleh oknum pelaku usaha agar memperoleh keuntungan dari voucher diskon yang diberikan tanpa perlu menunggu orderan dari konsumen *real*. Voucher yang semestinya digunakan untuk meringankan beban belanja konsumen justru dimanfaatkan secara tidak semestinya melalui transaksi yang direkayasa. Dalam praktiknya, pelaku usaha yang mengetahui celah tersebut menjalankan aksinya dengan menciptakan pesanan yang seolah-olah merupakan transaksi jual beli yang *real*, padahal pada kenyataannya transaksi tersebut dibuat untuk mencapai keuntungan tertentu di luar tujuan jual beli yang sebenarnya. Toko pada *marketplace* Shopee yang melakukan praktik rekayasa order dengan voucher diskon tersebut di antaranya toko Toko X dan Toko Y.



¹¹ "Sambut Gajian Dengan Shopee Gajian Sale, Ada Gratis Ongkir Dan Cashback Kilat," n.d., <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/shopeegajiansale/>.

Gambar 1. 1 Toko X dan toko Toko Y

Sumber: Penjual Toko X dan Toko Y

Toko Toko X dan Toko Y dalam mencari keuntungan melalui voucher yang diberikan oleh pihak Shopee melibatkan pihak ketiga sebagai pihak yang membantu dalam proses transaksinya. Pihak ketiga dalam transaksi ini berperan seolah-olah sebagai seorang pembeli yang bertugas membuat orderan dengan memesan sebuah barang/produk yang tersedia pada etalase toko Toko X atau Toko Y dengan menggunakan voucher diskon yang dimiliki oleh pihak ketiga itu sendiri. Setelah pesanan dibuat, pihak toko (pelaku usaha) lalu mengirimkan barang yang diorder tersebut kepada pihak ketiga, tetapi barang yang dikirim tidak sesuai dengan produk yang tercantum dalam pesanan pada katalog toko. Dalam praktik tersebut, terdapat selisih nominal dari pengurangan harga diskon terhadap harga awal penjualan produk.

Selisih nominal atas pengurangan harga diskon pada transaksi tersebut merupakan keuntungan yang menjadi tujuan pihak pelaku usaha (toko). Kendati demikian, keuntungan yang diperoleh dari potongan voucher diskon tersebut menjadi persoalan karena transaksi yang dilakukan melalui praktik rekayasa order. Voucher diskon yang semestinya diberikan oleh Shopee untuk transaksi jual beli yang nyata justru dimanfaatkan melalui mekanisme pesanan yang dibuat secara fiktif. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa keuntungan yang diperoleh toko Toko X atau Toko Y bersumber dari penggunaan voucher diskon yang diberikan oleh pihak Shopee namun melalui metode yang bukan yang seharusnya dikehendaki oleh pihak Shopee, yakni jual beli secara *real* antara penjual dan pembeli.

Maqashid syariah menjadi acuan terhadap setiap fenomena yang terjadi dalam mencapai tujuan-tujuan hukum Islam. Lima aspek fundamental yang menjadi tujuan dalam setiap hukum islam iniyaitu *hifzh al-din* (menjaga agama), menjaga jiwa (*hifzh al-nafs*), menjaga akal (*hifzh al-'aql*), menjaga keturunan (*hifzh al-nasl*), dan menjaga harta (*hifz al-mal*). *Maqashid syariah* sangat menekankan pentingnya mewujudkan

kemaslahatan dan mencegah kemudharatan. Apabila praktik rekayasa order voucher diskon Shopee ditinjau dari sudut pandang *maqashid syariah*, fenomena ini memiliki hubungan terhadap kelima aspek *maqashid syariah* tersebut. Pertama, aspek menjaga agama (*hifzh al-din*) yaitu aspek yang menghendaki seorang muslim untuk menjalankan aturan-aturan yang telah ditetapkan dalam ajaran agama Islam. Sedangkan praktik rekayasa order semacam itu diduga termasuk ke dalam perbuatan yang melanggar aturan-aturan agama, karena terdapat unsur kecurangan dalam bermuamalah di dalamnya.¹²

Kedua, aspek menjaga jiwa (*hifzh al-nafs*) yaitu aspek yang menghendaki akan pentingnya perlindungan terhadap diri manusia. Sedangkan praktik rekayasa order voucher diskon Shopee ini diduga termasuk ke dalam perbuatan yang melanggar nilai-nilai prikemanusiaan, karena dalam praktik tersebut terdapat unsur penipuan yang mengambil hak orang lain yang diambil oleh pelaku praktik order tersebut. Ketiga, aspek menjaga akal (*hifzh al-aql*) yaitu aspek yang menghendaki akan pentingnya menjaga akal sehat manusia.¹³ Sedangkan praktik rekayasa order voucher diskon Shopee ini diduga termasuk ke dalam perbuatan yang merusak akal sehat, karena dengan adanya praktik rekayasa order ini membuat pelaku kehilangan akal sehatnya untuk senantiasa menaati peraturan yang telah disepakati bersama antara pihak Shopee dengan Toko X atau Toko Y.

Keempat, aspek menjaga keturunan (*hifzh al-nasl*) yaitu aspek yang menghendaki tentang pentingnya menjaga keturunan dan persatuan dalam hidup manusia.¹⁴ Sedangkan praktik rekayasa order voucher diskon Shopee ini diduga termasuk ke dalam tindakan yang dapat merusak persatuan atau memutus hubungan silaturahmi antar para pihak, karena apabila praktik tersebut terungkap maka akan mengakibatkan putusnya hubungan

¹² Asli Nasution et al., "Tingkatan Al-Maqashid Al-Khamsah Dan Penerapannya," *Jurnal Kolaboratif Sains* 7, no. 12 (2024): 4656–70, <https://doi.org/https://doi.org/10.56338/jks.v7i12.6609>.

¹³ Nasution et al.

¹⁴ Nasution et al.

kerjasama antara pihak Shopee dengan Toko X atau Toko Y.¹⁵ Kelima, aspek menjaga harta (*hifzh al-mal*) yaitu aspek yang menekankan tentang pentingnya perlindungan terhadap harta, kejujuran dalam bertransaksi, serta pencegahan terhadap praktik yang dapat menimbulkan kerugian pihak lain. Sedangkan praktik rekayasa order voucher diskon ini diduga dapat memberikan keuntungan pada satu pihak, namun merugikan pihak lainnya.¹⁶

Voucher diskon yang diberikan oleh pihak Shopee merupakan fasilitas promosi yang memiliki tujuan tertentu, yaitu meringankan beban belanja konsumen dalam transaksi yang nyata. Akan tetapi apabila dalam penerapannya voucher tersebut dimanfaatkan melalui rekayasa order, maka terdapat potensi penyimpangan terhadap tujuan pemberian voucher dan berkemungkinan menimbulkan kerugian bagi pihak *marketplace*, pelaku usaha lain, ataupun ekosistem perdagangan digital. Praktik rekayasa order voucher diskon Shopee dapat memicu terjadinya perselisihan dengan tujuan-tujuan syariah karena keuntungan yang diperoleh berasal dari pemanfaatan potongan harga melalui transaksi yang direkayasa.

Potensi terjadinya persoalan hukum dalam praktik rekayasa order ini tidak terpisahkan dalam perspektif hukum ekonomi syariah. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, ditegaskan bahwa setiap aktivitas jual beli harus dilaksanakan berdasarkan prinsip kejujuran, keadilan, kerelaan para pihak, serta terhindar dari unsur penipuan dan pengambilan keuntungan secara batil.¹⁷ Akad jual beli tidak cukup hanya dilihat dari adanya penjual, pembeli, objek, dan kesepakatan, tetapi juga harus memperhatikan kesesuaian antara praktik transaksi dengan prinsip kejujuran, kejelasan objek, serta tidak adanya rekayasa yang merugikan

¹⁵ Nasution et al.

¹⁶ Muhammad Syukri Albani Nasution Nasution, Rahmat Hidayat Nasution, and Ahmad Tamami, *Filsafat Hukum Islam & Maqashid Syariah Edisi Kedua* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2025), h. 47.

¹⁷ Maftuh Ahnan, Magfur, and Dian Lestari, "Rekayasa Penilaian Di Online Shop: Studi Perbandingan Hukum Ekonomi Syariah Dan Hukum Positif Indonesia," *El Hisbah Journal of Islamic Economic Law* 4, no. 2 (2024): 129–40, <https://doi.org/https://doi.org/10.28918/elhisbah.v4i2.9229>.

pihak lain. Hal tersebut sebagaimana dengan firman Allah Swt. yang termaktub di dalam Al-Quran, yaitu QS. An-Nisa (4): 29 yang berbunyi: “Wahai orang-orang yang beriman janganlah kalian memakan harta sesama kalian dengan cara yang batil, kecuali kalian lakukan melalui jual beli atas dasar saling ridha/sama-sama suka di antara kalian...”.¹⁸

Berdasarkan tafsir yang dijelaskan di dalam kitab Tafsir Jalalain disebutkan bahwa larangan memakan harta dengan cara yang batil pada surah An-Nisa ayat 29 yaitu memakan harta seperti riba dan ghasab/merampas.¹⁹ Kata batil oleh Al-Syaukani dalam kitabnya Fathul Qadir diterjemahkan sebagai *ma laisa bihaqqin* (segala sesuatu yang tidak benar). Bentuk batil ini sangat banyak. Dalam konteks ayat yang terdapat di atas, sesuatu dapat dikatakan batil dalam jual beli apabila dilarang dan tidak sesuai dengan syara’, atau yang dalam konteks saat ini terdapat unsur “*MAGHRIB*” yaitu *maisir* (judi), *gharar* (penipuan), *riba* dan *batil*. Oleh karena itu, perbuatan yang melanggar *nash-nash syar’i* juga dipandang sebagai batil seperti mencuri, merampok, korupsi dan sebagainya.²⁰

Rekayasa order umumnya terjadi pada transaksi jual beli *online* melalui platform *marketplace*. Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 146 Tahun 2021 yang menegaskan bahwa transaksi jual beli secara *online* pada dasarnya diperbolehkan selama memenuhi ketentuan yang telah ditetapkan dan tidak melakukan hal-hal yang dilarang. Salah satu larangan dalam jual beli *online* yaitu larangan melakukan *tadlis*.²¹ *Tadlis* merupakan suatu perbuatan yang mengandung unsur penipuan, yaitu menyampaikan sesuatu dalam suatu transaksi ekonomi dengan informasi yang tidak sesuai dengan fakta yang ada pada

¹⁸ Al-Quran Cordoba, *Al-Quran Per Kata Sambung* (Bandung: Cordoba, 2018), h. 83.

¹⁹ Imam Jalaluddin Al-Mahalli and Imam Jalaluddin As-Suyuti, *Kitab Tafsir Al-Jalalain* (Surabaya: Cv. Pustaka Assalam, 2022), h. 77.

²⁰ Lena Ishelmiani Ziarahah, Nasrudin Nasrudin, and Rosihon Anwar, “Akad Mudharabah Dan Relevansinya Dengan Tafsir Qur’an Surah An-Nisa Ayat 29 Tentang Larangan Mencari Harta Dengan Cara Yang Bathil,” *Equality: Journal of Islamic Law* 1, no. 1 (2023), <https://doi.org/10.15575/ejil.v1i1.480>.

²¹ *Fatwa DSN-MUI Nomor 146 Tahun 2021 Tentang Online Shop Berdasarkan Prinsip Syariah*, n.d.

sesuatu tersebut, baik berupa *tadlis tahfif* (curang dalam timbangan) maupun *tadlis* dengan melakukan jual beli fiktif sebagaimana Hadis Rasulullah Saw. “Tidaklah halal penjualan ijon, tidak pula dua syarat (yang bertentangan) dalam (suatu transaksi) penjualan dan tidak ada penjualan atas suatu barang yang tidak ada padamu”.²²

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk menyelidiki lebih dalam praktik rekayasa order memanfaatkan voucher diskon Shopee berdasarkan perspektif *maqashid syariah*, dengan membatasi kajiannya pada aspek *hifzh al-mal*. Di mana pada aspek *hifzh al-mal* sangat menekankan pentingnya penjagaan, pengelolaan dan perolehan harta yang bertujuan tercapainya kemaslahatan dan mencegah dari adanya kemudharatan. Kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatan teori yang digunakan dalam menjelaskan fenomena praktik rekayasa order dengan memanfaatkan voucher diskon Shopee, yaitu melalui pendekatan teori *maqashid syariah* dalam aspek *hifzh al-mal*nya. Oleh karena itu, peneliti akan meneliti masalah ini ke dalam bentuk skripsi dengan judul **“TINJAUAN MAQASHID SYARIAH PADA PRAKTIK REKAYASA ORDER VOUCHER DISKON SHOPEE”**.

B. Rumusan Masalah

Perbuatan rekayasa dalam transaksi jual beli merupakan perbuatan yang bertentangan dengan prinsip-prinsip hukum Islam. Ketika sebuah transaksi terjadi di mana penjual dan pihak lain berniat untuk mengelabui pihak platform *marketplace* yang pada kasus ini adalah Shopee, hal ini merupakan sebuah perbuatan yang termasuk ke dalam bentuk rekayasa order. Dengan demikian, berdasarkan latar belakang di atas peneliti merumuskan beberapa rumusan masalah pada penelitian ini, di antaranya:

1. Bagaimana praktik rekayasa order voucher diskon di aplikasi Shopee?

²² Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), h. 36.

2. Bagaimana tinjauan maqashid syariah pada praktik rekayasa order voucher diskon Shopee?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, agar penelitian tidak melebar maka perlu adanya tujuan dari masalah yang akan diteliti, di antaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui praktik rekayasa order voucher diskon di aplikasi Shopee;
2. Untuk mengetahui tinjauan maqashid syariah pada praktik rekayasa order voucher diskon Shopee.

D. Manfaat Hasil Penelitian

Kebermanfaatan yang dapat diperoleh dari penelitian ini terbagi ke dalam dua bentuk, yakni manfaat akademik dan manfaat praktis.

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan dan wawasan terhadap perkembangan teknologi transaksi jual beli, khususnya pada platform *online shop* Shopee. Dan dari hasil penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan yang sifatnya akademis untuk pengembangan penelitian berikutnya.

2. Secara Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan untuk penelitian selanjutnya dan menjadi informasi bagi masyarakat serta penyedia jasa layanan *online shop* dalam menanggapi bagaimana pandangan hukum ekonomi syariah terhadap adanya fenomena praktik pemanfaatan voucher dengan melakukan rekayasa order yang terjadi saat ini.

E. Kerangka Berfikir

Sejak berkembangnya teknologi internet banyak dari pola interaksi individu mengalami perubahan yang cukup signifikan. Salah satu implikasi

dari perkembangan tersebut seperti kebiasaan dalam bermain sosial media. Media sosial mengalami perkembangan sangat cepat di seluruh dunia. Perkembangan media sosial sangat memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap perbuatan sehari-hari suatu individu di masyarakat. Perubahan ini perlu disikapi dengan bijak dalam memilih dan memilah setiap informasi yang beredar di sosial media. Banyak dari informasi yang beredar memuat berita yang sifatnya positif, akan tetapi berita bersifat negatif pun tidaklah kalah banyaknya beredar di sosial media. Hal ini menjadi sebuah tantangan tersendiri di mana jika suatu individu tidak dapat mengontrol atas informasi yang diterima maka hal ini akan berdampak negatif terhadap kehidupannya.²³

Banyak kegiatan yang dapat dilakukan oleh suatu individu di media sosial, salah satunya adalah melakukan transaksi jual beli di *online shop*. Istilah *online shop* pertama kali muncul sejak tahun 1990an di Indonesia ketika masyarakat mulai mengenal dengan yang namanya internet. *Online shop* disebut juga sebagai *electronic commerce (e-commerce)* atau perdagangan elektronik, yaitu sebuah kegiatan baik itu berupa penjualan, pembelian, pemasaran produk serta penyebarannya, dengan menggunakan bantuan teknologi jaringan telekomunikasi seperti internet dan jaringan komputer agar dalam proses transaksi jual beli dapat berjalan dengan mudah.²⁴ Transaksi melalui media sosial memiliki keunggulan tersendiri karena tanpa perlu mengeluarkan ongkos untuk pergi langsung ke tempat penjual. Namun, disisi lain transaksi ini masih sangat memungkinkan untuk disalahgunakan oleh para oknum yang tidak bertanggung jawab.

Pratama menyebutkan bahwa pada umumnya jenis-jenis *e-commerce* dibedakan berdasarkan sifat transaksinya, salah satu contohnya seperti *e-commerce Business to Consumer (B2C)*. *E-Commerce B2C* adalah

²³ Arifatul Hasanah et al., "Pengaruh Media Sosial Dalam Transaksi Jual Beli Di Era Digital," *Journal of Beauty and Cosmetology (JBC)* 4, no. 1 (2022), <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jbc.v4n1.p1-5>.

²⁴ Dhiraj Kelly Sawlani, *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan, Dan Kepercayaan* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021), h. 10.

bagian dari *e-commerce retail* yang berfokus kepada proses-proses seperti pembelian, penjualan produk, atau jasa dengan menggunakan media jaringan internet. Jenis *e-commerce* ini membuat penjual dan pembeli dapat berinteraksi langsung dan bertransaksi secara elektronik dan *online* yang melibatkan pelaku atau pihak ketiga, dapat berupa *Customer*, *Business Organization*, dan *Website*. Contoh dari *e-commerce* B2C yaitu seperti Shopee, Lazada, Blibli, dan Zolora.²⁵

Transaksi jual beli pada *online shop* merupakan termasuk fenomena kontemporer yang terjadi di dunia Islam. Ketentuan hukum Islam yang spesifik membahas terkait jual beli *online* belum pernah ada sebelumnya. Setelah banyaknya dari masyarakat muslim yang membutuhkan pandangan tentang bagaimana hukum jual beli *online* muncul, ulama-ulama di Indonesia melalui Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) pada akhirnya mengeluarkan fatwa atas fenomena tersebut. Fatwa Nomor 46 Tahun 2021 Tentang *Online Shop* Berdasarkan Prinsip Syariah.²⁶ Dalam hukum Islam setiap aktivitas antar individu yang berhubungan dengan ekonomi disebut juga dengan *fiqh muamalah malliyah*. Bentuk-bentuk dari *fiqh muamalah malliyah* seperti akad jual beli, *musyarakah* (kerja sama), *rahn* (gadai), dsb.

Hukum-hukum yang ditetapkan dalam syariat Islam senantiasa bermuara kepada kemaslahatan, baik dalam hal ibadah maupun *muamalah*. Kemaslahatan tersebut merupakan inti, tujuan, atau nilai-nilai filosofis yang terkandung dari ditetapkannya hukum Islam, yang mana hal ini dikenal juga dengan istilah *maqashid syariah*. *Maqashid syariah* dapat diartikan sebagai suatu konsep hukum yang menjadikan filsafat hukum Islam sebagai pendekatannya untuk mewujudkan kemaslahatan umat manusia dan perhatiannya terhadap dampak-dampak penerapan hukum.²⁷

²⁵ Sawlani, h. 13.

²⁶ Fatwa DSN-MUI Nomor 146 Tahun 2021 Tentang *Online Shop* Berdasarkan Prinsip Syariah.

²⁷ Bahrudin, *Ushul Fiqh* (Bandung: Mimbar Pustaka, 2020), h. 180.

Secara sistematis konsep *maqashid syariah* dikemukakan oleh Imam Al-Syatibi. Konsep *maqashid syariah* yang dituangkan di dalam kitabnya yang fenomenal yaitu kitab *Al-Muawafaqat Fii al-Uhshul Al-Syariah*. Al-Syatibi memperkenalkan konsep *dharuriyyat al-Khamsah*, sebagai kebutuhan dasar manusia yang harus dipenuhi dan dilindungi. *Dharuriyyat Al-Khamsah* terbagi menjadi lima aspek, yaitu menjaga agama (*hifzh al-din*), menjaga jiwa (*al-nafs*), menjaga akal (*hifzh al-aql*), menjaga keturunan (*hifzh al-nasl*), dan menjaga harta (*hifzh al-mal*). Al-Syatibi juga membagi konsep *maqashid syariah* tersebut ke dalam tiga tingkatan yaitu *dharuriyyat* (aspek primer), *hajiyyat* (aspek sekunder), dan *tahsinat* (aspek tersier).²⁸

Pertama, *dharuriyat* (keperluan primer/asas). *dharuriyyat* adalah konsep *maqashid syariah* dengan tingkatan tertinggi sekaligus penentu lahirnya kemaslahatan dunia dan akhirat, dengan memelihara atau merawat setiap kebutuhan manusia yang sifatnya esensial dalam menjalankan kehidupannya. Kebutuhan pokok manusia tersebut ada lima yaitu, agama (*al-din*), jiwa (*an-nafs*), keturunan (*an-nasl*), harta (*al-mal*), dan akal (*al-aql*). **Kedua**, *Hajiyyat*. *Hajiyyat* (keperluan sekunder) adalah bagian dari kebutuhan manusia untuk mencapai kemaslahatan namun sifatnya tidaklah esensial seperti *dharuriyyat*, namun apabila dimiliki dapat mencegah manusia dari *masyaqqah* (kesulitan hidup). **Ketiga**, *tahsiniyyat*. *Tahsiniyyat* (keperluan tersier) adalah kebutuhan manusia yang sifatnya tambahan dan dianggap baik menurut pandangan umum, namun apabila tidak dilaksanakan tidak akan menimbulkan kesulitan.²⁹

Maqashid syariah terutama yang berkaitan dengan *hifzh al-mal* menjadi landasan filosofis dalam lingkup kajian hukum ekonomi syariah. Prinsip *maqashid syariah* yang sangat erat kaitannya dengan ekonomi syariah yaitu *hifz al-mal* (menjaga harta). Ibnu Asyur menegaskan bahwa

²⁸ Danu Aris Setiyanto, "Maqasid As-Syariah Dalam Pandangan Al-Gazzali (450-505 H/ 1058-1111 H)," *Ijtihad* 35, no. 2 (2019): 1–10.

²⁹ Nasution, Nasution, and Tamami, *Filsafat Hukum Islam & Maqashid Syariah Edisi Kedua*, h. 47.

Hifz al-mal adalah menjaga harta umat dari kerusakan.³⁰ Dapat dikatakan bahwa *Hifz al-Mal* merupakan salah satu prinsip yang menekankan terhadap pentingnya manusia dalam menjaga setiap aktivitas yang berhubungan dengan harta benda yang dimilikinya, baik dalam hal menjaganya maupun perolehannya harus senantiasa terhindar dari cara-cara yang dilarang dalam ketentuan syariat.

Bentuk-bentuk penerapan *hifz al-mal* dapat diklasifikasi ke dalam tiga tingkatan: (1) Tingkatan *dharuriyyat*, seperti tentang bagaimana tata cara manusia dalam menjaga hartanya dan larangan mendapatkan harta dengan cara yang batil. Seperti, tidak berbohong dalam menjual suatu barang. Jika dilanggar maka akan mengancam keabsahan harta yang dimiliki; (2) tingkatan *hajiyyat*, contohnya seperti kemudahan dalam membeli suatu barang melalui *paylater*. Namun, apabila sistem *paylater* tersebut menetapkan bunga (*riba*), maka fasilitas hajiyyat ini menjadi haram digunakan; (3) tingkatan *tahsiniyyat*, contohnya seperti mengejar rating bintang 5 lima ulasan transaksi sebagai pelengkap toko agar terlihat menarik namun dicapai melalui rekayasa order, maka fasilitas tahsiniyyat ini menjadi haram.³¹

Persaingan dagang di era digital membuat para penyedia layanan jasa *online shop* seperti Shopee harus terus menerus berinovasi agar dapat menarik perhatian para calon konsumennya. Terdapat banyak metode yang telah digunakan untuk dapat menarik para konsumen agar tertarik membeli produk-produk yang ditawarkan. Salah satu metode yang cukup sering digunakan oleh Shopee adalah metode pemberian potongan harga melalui voucher diskon yang diberikan oleh pihak platform. Setiap calon konsumen yang hendak berbelanja akan diberikan voucher diskon oleh pihak Shopee dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

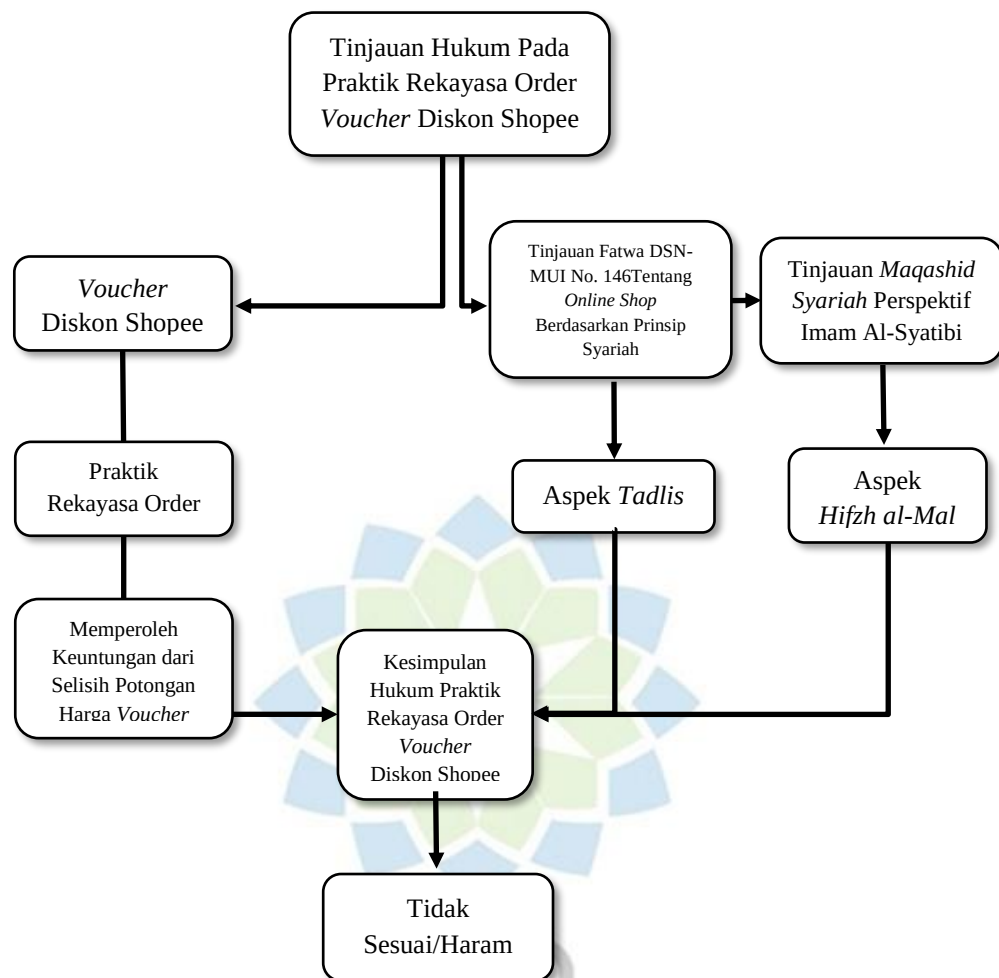
³⁰ Eni Haryani Bahri, "Green Economy Dalam Perspektif Maqashid Syariah," *Tansiq Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam* 5, no. 2 (2022): 1–19, <https://doi.org/10.30829/tq.v5i2.15086>.

³¹ Moh Mufid, *Filsafat Hukum Ekonomi Syariah Kajian Ontologi, Epistemologi, Dan Aksiologi Akad-Akad Muamalah Kontemporer* (Jakarta: Kencana, 2021), h. 72.

Dibalik pemberian voucher diskon oleh Shopee tersebut terdapat celah yang dimanfaatkan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. Dengan menggunakan metode rekayasa order oknum memanfaatkan celah yang ada sebagai cara mendapatkan keuntungan pribadi. Mulai dari karena ingin menaikkan rating toko, memberi ulasan palsu, ataupun menyalahgunakan penggunaan voucher diskon. Karena transaksi tersebut dibuat tidak seperti yang seharusnya dibuat, melanggar regulasi yang berlaku. Fenomena praktik rekayasa order pada marketplace Indonesia terbilang lebih banyak terjadi dibandingkan transaksi yang sebenarnya atau oleh konsumen akhir. Berdasarkan data dari Riset Cube Asia bahwa dari 5 – 10 persen transaksi pada *marketpalce* Indonesia adalah *fraudulent sales*, yang terjadi pada Shopee dan Tiktok Shop. Data tersebut menyebutkan bahwa rekayasa order terjadi hingga 15 persen dari kategori toko mal dan 25 persen pada kategori non-mal.³²

Perbuatan manipulatif atau rekayasa tersebut secara terang-terangan telah bertentangan dengan prinsip yang ada pada *maqashid syariah*. Prinsip yang bertentangan dengan tindakan manipulatif tersebut adalah prinsip *hifz al-amal*. Tindakan manipulatif seperti rekayasa order termasuk ke dalam kategori tindakan yang dilarang, sehingga dapat dinyatakan bahwa perbuatan tersebut adalah perbuatan yang bertentangan dengan *maqashid syariah* karena telah berseberangan dengan salah satu prinsipnya yaitu *hifz al-mal*. Berangkat dari teori di atas penelitian ini akan difokuskan pada kerangka berfikir sebagai berikut:

³² Caecilia Mediana, “5-10 Persen Transaksi Di ‘Marketplace’ Indonesia Hanya Tipu-Tipu,” Kompas.id, 2025, <https://www.kompas.id/artikel/penjualan-palsu-mengintai-pasar-e-dagang>.



Gambar 1. 2 Kerangka Berfikir