

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis online di Indonesia semakin berkembang pesat. Bisnis online adalah segala aktivitas yang dilakukan di internet yang bertujuan menghasilkan transaksi.¹ Seperti halnya kegiatan bisnis biasa, bisnis online dijalankan untuk menghasilkan keuntungan. Bisnis online saat ini sudah tidak dapat dilepaskan dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Hal tersebut terlihat dari perubahan gaya belanja masyarakat Indonesia dari offline menjadi online, contohnya saja berdasarkan laporan Data Reportal Digital 2022, kegiatan belanja online masyarakat Indonesia mencapai 158,6 juta, meningkat 14,9% dari tahun sebelumnya.

Salah satu yang membedakan antara belanja secara offline dan belanja secara online adalah media yang digunakan dalam transaksi, dalam jual beli online pembeli dan penjual akan melakukan transaksi melalui platform digital yang disebut *e-commerce*. *Electronic commerce* atau *e-commerce* adalah suatu kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, *service providers*, dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan internet.² *Elektronik commerce* merupakan lingkup perdagangan yang dilakukan secara elektronik di mana di dalamnya termasuk perdagangan via internet (*internet e-commerce*), perdagangan dengan fasilitas web internet (*web e-commerce*) dan perdagangan dengan sistem pertukaran data terstruktur secara elektronik (*elektronik data interchange/EDI*).³

Hampir sama dengan *e-commerce*, adapula platform bernama *marketplace*. *Marketplace* ini merupakan platform atau media perantara antara penjual dan pembeli yang berbasis internet (*web based*), tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli

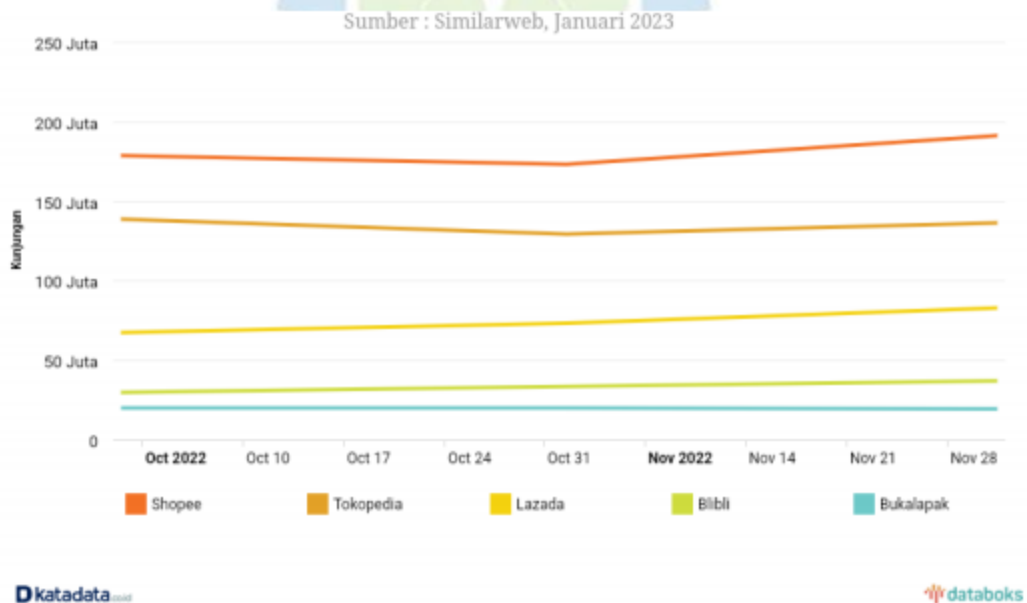
¹ Saiful Bahri Sidabalok, *Peta Sukses Membangun Kerajaan Bisnis Online*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, h.,2

² Abdul H B & Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, h., 2

³ Dian Citra Sari, dkk, *Perdagangan Elektronik: Berjualan di Internet*, , Yayasan Kita Menulis, Medan, h., 15

dapat mencari supplier sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan berdasarkan harga pasar dan begitupula supplier dapat mengetahui konsumen yang membutuhkan produk mereka.

Salah satu *marketplace e-commerce* yang saat ini mendominasi adalah *marketplace* shopee asal Singapura yang telah berkembang sampai ke Indonesia.⁴ Berdasarkan data SimilarWeb, Shopee merupakan *e-commerce* dengan kunjungan situs terbanyak di Indonesia sepanjang kuartal IV 2022. Pada oktober 2022 Shopee mencapai 179 juta kunjungan, kemudian naik menjadi 191 juta kunjungan pada Desember 2022. Begitupula lazada yang terus mengalami kenaikan kunjungan yaitu rata-rata sekitar 75 juta kunjungan perbulan. Berbeda dengan shopee dan lazada, tokopedia justru mengalami penurunan kunjungan, pada oktober 2022 ada sekitar 139 juta kunjungan, menurun menjadi 129 juta pada November 2022. Sedangkan untuk kunjungan di *e-commerce* lainnya relatif mengalami kenaikan meskipun kenaikan tersebut tidak menunjukkan angka yang signifikan.



Gambar 1.1
Lima *E-Commerce* dengan Jumlah Kunjungan Situs Terbanyak di Indonesia (Kuartal IV 2022)

⁴ Didik Gunawan, *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*, Penerbit IPI, Padang Sidempuan, h., 2

Jika dibandingkan dengan jumlah populasi muslim di Indonesia yaitu sebanyak 237,55 juta jiwa. Maka sebagian besar pengunjung *e-commerce* merupakan konsumen muslim. Besarnya kebutuhan konsumen muslim akan transaksi di *e-commerce* menunjukkan bahwa diperlukan suatu konsep *e-commerce* yang dapat sesuai dengan prinsip konsumen muslim, yaitu prinsip syariat islam. Apalagi melihat besarnya peluang pasar syariah di *marketplace* Indonesia terkait produk-produk halal, sejalan dengan besarnya basis konsumen Indonesia di sektor industri halal, maka perlu dikembangkan konsep *e-commerce* syariah atau *marketplace* halal di Indonesia untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atas sistem jaminan halal dalam berbelanja di *e-commerce* ataupun *marketplace*. Konsep *marketplace* halal ini sebagai pasar yang dapat digunakan oleh penduduk muslim dalam melakukan transaksi jual beli yang sesuai dengan syariat islam. *E-commerce* syari'ah sendiri merupakan jual beli, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik dengan syarat dan ketentuan yang sesuai dengan syari'at islam.

Peningkatan kesadaran dan minat masyarakat terhadap produk-produk halal didorong oleh adanya perkembangan konsep *marketplace* halal mendorong *e-commerce* konvensional mulai mengeluarkan fitur-fitur islami dalam *marketplace*-nya. Dimulai oleh tokopedia yang mengeluarkan fitur islami bernama tokopedia salam, kemudian disusul oleh shopee yang mengeluarkan fitur shopee barokah, adapula lazada amanah dan blibli hasanah. Masih banyak pula *website marketplace* halal lainnya yang memiliki konsep sama seperti ruanghalal.com, halalpedia.com, marketplace.halal.io, dan lain-lain.

Tokopedia Salam menyebutkan bahwa dalam mekanisme transaksi dalam Tokopedia Salam tidak ada perbedaan secara umum dengan Tokopedia. Perbedaannya hanya ada di mekanisme metode pembayarannya, dimana dalam tokopedia salam diutamakan pembayaran melalui bank syariah. Adapun lazada amanah merupakan halaman khusus di platform lazada yang mengumpulkan dan mengawasi produk kebutuhan umat muslim, dalam lazada amanah disediakan fitur cek sertifikasi halal MUI. Sedangkan Blibli

Hasanah merupakan halaman dalam *marketplace* blibli yang khusus memasarkan berbagai macam kebutuhan pelanggan dengan konsep “*muslim friendly*”, produk yang ditawarkan merupakan produk dengan kategori halal, seperti pakaian muslim, buku islami, zakat, donasi, dan perlengkapan ibadah.

Sebagai *marketplace* dengan jumlah kunjungan terbanyak di akhir tahun 2022, *Marketplace* Shopee juga terus melakukan perkembangan agar praktik dalam *marketplace*-nya dapat sesuai dengan kebutuhan masyarakat Indonesia yang mayoritasnya memegang prinsip islam. Salah satunya adalah dengan menghadirkan fitur baru bernama shopee barokah. Transaksi yang dilakukan dalam shopee barokah diklaim sesuai dengan prinsip islam dan terhindar dari praktik riba. Dalam shopee barokah, penjual dan pembeli dapat bertransaksi menggunakan skema akad dan pembayaran yang disesuaikan dengan prinsip islam. Adapun akad-akad yang digunakan dalam fitur shopee barokah diantaranya yaitu akad jual beli (*ba'i*), pinjaman (*'ariyah*), *wadiah*, dan akad *ju'alah*.

Marketplace sebagai pasar yang produknya dikonsumsi oleh orang-orang muslim turut menjadi perhatian agar segala praktik dalam *marketplace* tersebut sesuai dengan etika islam. Setiap muslim yang melakukan kegiatan muamalah harus memperhatikan aturan dan prinsip syariah. Dalam prinsip syariah, hukum awal muamalah adalah diperbolehkan selama tidak ada dalil yang mengharamkannya. Dengan demikian apabila ada transaksi bisnis baru, perlu dikaji apakah ada dalil yang melarangnya atau tidak. Salah satu upaya pengkajian tersebut diantaranya dilakukan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. Contohnya pada Desember 2021 dan Juni 2022, DSN MUI telah menerbitkan sepuluh fatwa yang berkaitan dengan ekonomi syariah. Salah satunya adalah Fatwa No: 144/DSN-MUI/XII/2021 tentang *Marketplace* berdasarkan Prinsip Syariah. Fatwa tersebut diterbitkan dengan memperhatikan praktik jual beli online menggunakan platform *marketplace* yang saat ini sudah tidak bisa dilepaskan dari aktivitas sehari-hari masyarakat serta belum diketahui ketentuan hukumnya dari segi syariah. Dengan diterbitkannya Fatwa DSN-MUI No: 144/DSN-MUI/XII/2021 tersebut

diharapkan dapat menjadi pedoman bagi masyarakat untuk menggunakan *marketplace* yang sesuai dengan prinsip syariah.

Fatwa DSN-MUI No: 144/DSN-MUI/XII/2021 tentang *Marketplace* berdasarkan prinsip syariah menyatakan bahwa “Transaksi dengan menggunakan fasilitas *Marketplace* boleh dilakukan dengan mengikuti ketentuan yang terdapat dalam fatwa ini”. Dalam fatwa tersebut diatur terkait Penyedia *Marketplace* yang dalam memasarkan barang dan/atau jasa tidak boleh melakukan tindakan-tindakan yang dilarang secara syariah seperti *tadlis*, *ghisysy*, dan *tanajusy/najsy*.

Tadlis adalah tindakan menyembunyikan kecacatan obyek akad yang dilakukan Pedagang untuk mengelabui Pembeli seolah-olah obyek akad tersebut tidak cacat.⁵ *Ghisysy* adalah salah satu bentuk *tadlis*; yaitu Pedagang menjelaskan/memaparkan keunggulan/keistimewaan barang yang dijual serta menyembunyikan kecacatannya.⁶ *Tadlis* dan *Ghisysy* ini seringkali terjadi dalam transaksi jual beli online, penyebabnya karena Pembeli tidak dapat memastikan secara langsung keadaan barang yang dibelinya, sehingga kerap terjadi kualitas barang yang diterima Pembeli tidak sesuai dengan deskripsi barang atau bahkan barang yang diterima adalah barang cacat. Masalah seperti ini sudah sering terjadi dalam jual beli di *marketplace*, sehingga banyak pembeli yang merasa dikecewakan oleh penjual. Apalagi seringkali penjual menerapkan ketentuan bahwa barang yang telah dibeli tidak dapat dikembalikan, artinya ini telah menyalahi beberapa aturan, seperti perlindungan konsumen dan konsep *khiyar* dalam syariah.

Adapun *Najsy/Tanajusy* merupakan perbuatan memuji-muji dagangannya sendiri agar laris atau bersekongkol dengan temannya yang berpura-pura menawar barang dengan harga tinggi agar orang lain tidak merasa kemahalan lalu terpengaruh membelinya.⁷ Kasusnya dalam jual beli online adalah dengan melakukan *fake order* (order fiktif), penjual akan

⁵ Fatwa DSN-MUI No: 144/DSN-MUI/XII/2021 tentang *Marketplace* berdasarkan Prinsip Syariah

⁶ Fatwa DSN-MUI No: 80/DSN-MUI/III/2011 tentang Penerapan Prinsip Syariah dalam Mekanisme Perdagangan Efek Bersifat Ekuitas Di Pasar Reguler Bursa Efek

⁷ Hamzah Yaqub, *Kode Etik dagang menurut Islam*, Diponegoro, Bandung, h., 156

meminta mitranya untuk berpura-pura sebagai pembeli kemudian *menchekout* barang dengan kuantitas yang banyak tanpa mengirimkan barangnya kemudian mitranya diminta juga untuk memberikan bintang produk atau rating tinggi seolah-olah mitranya adalah pembeli. Contohnya: A adalah penjual dan B merupakan rekannya atau penjualnya sendiri yang berpura-pura menjadi pembeli, A akan menurunkan harga barang dan berat barang misalnya dari Rp. 100.000/pcs menjadi Rp. 1.000/pcs, kemudian B membeli barang tersebut sebanyak 100 pcs dengan harga Rp. 1.000/pcs, A sebagai penjual akan mengemas barang palsu dan mengirimkannya melalui jasa ekspedisi, setelah barang diterima, B akan membuat ulasan bagus dan memberi toko A bintang 5, setelah pembelian tersebut selesai, Penjual atau si A akan mengembalikan harga produk menjadi harga awal yaitu Rp. 100.000/pcs. Hal tersebut tentu akan berpengaruh pada jumlah penjualan dan rating toko tersebut, dimana biasanya jumlah penjualan yang banyak dan rating tinggi akan menaikkan reputasi toko yang kemudian menarik kepercayaan pembeli untuk membeli barang tersebut. Baru-baru ini muncul juga layanan jasa rating, jual beli ulasan produk, dan jual beli jasa optimasi produk terjual, yang biasanya jasanya dijual per 1000 produk terjual.

Shopee menyebutkan bahwa akad-akad yang digunakan dalam fitur shopee barokah diantaranya yaitu akad jual beli (*ba'i*), pinjaman (*'ariyah*), *wadiah*, dan akad *ju'alah*. Sedangkan dalam Fatwa DSN-MUI No: 144/DSN-MUI/XII/2021, akad yang digunakan dalam *Marketplace* berdasarkan prinsip syariah diantaranya adalah akad *bai'*, *bai' al-samsarah*, akad *ijarah*, akad *jualah*, akad *wakalah*, akad *wakalah bi al-ujrah*, dan akad *al-'ariyah*. Akad *'ariyah* dalam shopee barokah merupakan akad yang dilakukan pihak shopee dengan para penggunanya. Pihak shopee meminjamkan platformnya sebagai tempat jual beli. Akad *'ariyah* sendiri merupakan akad yang bersifat *tabarru'* dimana pihak pemberi pinjaman tidak memperoleh imbalan atas manfaat barang pinjaman yang diterima pihak peminjam.⁸ Namun, pada shopee

⁸ Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Fiqih Muamalah Maliyyah Akad Tabarru'*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung, h., 46

barokah sendiri pihak peminjam yaitu penjual dan pembeli masih dikenakan biaya admin atau biaya layanan ketika melakukan transaksi, artinya masih kurang cocok jika menggunakan akad '*ariyah*, dari substansinya lebih tepat jika menggunakan akad '*ijarah*, karena ada imbalan yang diperoleh shopee dari platform yang dipinjamkannya.

Adapun akad '*wadi'ah* merupakan akad mewakilkan pemeliharaan barang/harta kepada pihak lain, tujuannya agar harta milik penitip terpelihara. Dalam '*marketplace* shopee contohnya pengguna shopee menitipkan akun shopee, data pribadinya, atau uang digital dalam shopeepay-nya kepada pihak '*marketplace*. Akun shopee merupakan bagian dari harta manfaat. Pihak '*marketplace* sebagai '*muda'* tidak boleh mengambil manfaat dari barang titipan tersebut tanpa izin pemilik barang ('*mudi'*)/pengguna shopee. Contoh lainnya akad '*wadi'ah* dalam '*marketplace* shopee digunakan dalam transaksi investasi emas online, dimana Pengguna akan membeli saldo emas dan saldo tersebut akan dititipkan di Shopee. Emas yang diinvestasikan di Shopee merupakan emas dalam bentuk digital sedangkan emas dalam bentuk fisiknya di titipkan di Pegadaian. Akad '*wadi'ah* dalam '*marketplace* ini tidak diatur mekanismenya dalam fatwa DSN-MUI No: 144/DSN-MUI/XII/2021 tentang '*Marketplace* berdasarkan prinsip syariah. Dalam praktiknya pun masih dipertanyakan keabsahan akadnya karena saldo emas yang dititipkan tidak bisa diambil sewaktu-waktu.

Shopee barokah merupakan fitur yang disediakan untuk produk-produk halal berdasarkan sertifikasi halal dari BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) yang mendukung potensi industrial Islami di Indonesia. Namun, pada kenyataannya dalam fitur shopee barokah ini masih dapat ditemukan produk yang tidak mencantumkan label halal bahkan jika pengguna mencari produk non-halal seperti babi dan '*khamr* pada kolom pencarian di shopee barokah, produk non-halal tersebut dapat muncul. Hal tersebut membuat pengguna ragu, apakah benar atau tidak jika shopee barokah ini menyediakan produk dengan jaminan produk halal, jika pada

kenyataannya saja produk non-halal masih ditemukan ditempat yang sama dengan produk halal serta masih terdapat produk tanpa label halal.

Berdasarkan uraian diatas, melatar belakangi perlu dilakukannya penelitian terhadap fitur shopee barokah dalam *marketplace* shopee ini, apakah fitur shopee barokah dalam *marketplace* shopee tersebut sudah menerapkan prinsip syariah yang sesuai dengan Fatwa DSN-MUI No: 144/DSN-MUI/XII/2021 tentang *Marketplace* berdasarkan Prinsip Syariah atau belum. Mengingat masih adanya polemik dalam *marketplace* shopee dimana masih adanya riba, tindakan *tadlis*, *tanajusy/najsy*, dan *ghisysy* dalam praktik jual beli online-nya, serta akad-akad yang diterapkan dalam kegiatan operasional fitur shopee barokah yang perlu diteliti kesesuaiannya dengan prinsip syariah. Maka dibuatlah penelitian dalam bentuk penulisan skripsi dengan judul “**Analisis Implementasi Fatwa DSN-MUI No: 144/DSN-MUI/XII/2021 Tentang *Marketplace* Berdasarkan Prinsip Syariah (Studi Fitur Shopee Barokah pada *Marketplace* Shopee)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, beberapa kemungkinan yang dapat diduga sebagai masalah adalah mengenai mekanisme operasional *marketplace* shopee, *marketplace* shopee dalam tinjauan syariah apakah mengandung tindakan *tadlis*, *tanajusy/najsy*, dan *ghisysy*, kesesuaian fitur shopee barokah dengan prinsip syariah, serta bagaimana implementasi dari Fatwa baru DSN-MUI mengenai *marketplace* berdasarkan prinsip syariah, sudahkan *marketplace* shopee menerapkan fatwa DSN-MUI No: 144/DSN-MUI/XII/2021 dalam kegiatan operasionalnya. Dari masalah-masalah tersebut, maka penelitian ini akan memfokuskan untuk meneliti:

1. Bagaimana praktik fitur shopee barokah dalam *marketplace* shopee?
2. Bagaimana Implementasi Fatwa DSN-MUI No: 144/DSN-MUI/XII/2021 Tentang *Marketplace* berdasarkan Prinsip Syariah pada fitur shopee barokah dalam *marketplace* shopee?

C. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui praktik shopee barokah pada *marketplace* shopee.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi Fatwa DSN-MUI No: 144/DSN-MUI/XII/2021 Tentang *Marketplace* berdasarkan Prinsip Syariah pada fitur shopee barokah dalam *marketplace* shopee.

D. Manfaat Hasil Penelitian

1. Manfaat teoretis
 - a. Secara teoretis berguna sebagai upaya menambah wawasan ilmu pengetahuan berkaitan dengan ekonomi modern, khususnya tentang fitur shopee barokah, *marketplace* shopee dan *marketplace* seperti apakah yang sesuai dengan prinsip syariah,
 - b. Menambah wawasan tentang fatwa baru yang dikeluarkan oleh DSN-MUI dalam bidang ekonomi syariah.
2. Manfaat praktis
 - a. Adanya penelitian ini untuk memberikan informasi kepada pengguna *marketplace* shopee baik penjual maupun pembeli mengenai kegiatan di *marketplace* yang sesuai dengan prinsip syariah,
 - b. bagi penyusun penelitian ini dapat menjadi acuan dalam menerapkan hukum Islam yang sesuai dengan ajaran Allah SWT dan Rasul-Nya di berbagai sumber kehidupan.

E. Kerangka berpikir

Penelitian ini mencoba menganalisis impementasi fatwa DSN-MUI No: 144/DSN-MUI/XII/2021 tentang *marketplace* berdasarkan prinsip syariah dalam *marketplace* shopee terutama pada fitur shopee barokah. Fitur shopee barokah merupakan fitur yang disediakan oleh *marketplace* shopee untuk produk-produk halal berdasarkan sertifikat halal dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang mendukung potensi industri Islami di Indonesia, jaminan kehalalan shopee barokah dilakukan dengan pengecekan

sertifikat halal melalui situs LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia).

Transaksi dalam shopee barokah disesuaikan dengan prinsip islam dengan menggunakan akad jual beli, akad pinjaman (akad '*ariyah*'), akad *wadiah*, akad *jualah*, dan hadiah. Namun, pada kenyataannya transaksi dalam shopee barokah ini tidak dapat dihindarkan dari tindakan *tadlis*, *tanajusy/najsy*, dan *ghisysy* yang masih belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah. Padahal fitur shopee barokah ini dapat menjadi harapan bagi umat islam yang ingin bertransaksi dalam *marketplace* online yang tetap sesuai dengan syariat islam. Oleh sebab itu, pada skripsi ini akan dilakukan penelitian terhadap implementasi fatwa DSN-MUI No: 144/DSN-MUI/XII/2021 tentang *Marketplace* berdasarkan prinsip syariah pada fitur shopee barokah dalam *marketplace* shopee.

Fatwa merupakan produk ijtihad dari individu ulama atau mufti maupun institusi keulamaan yang memiliki kewenangan untuk mengeluarkan fatwa mengenai suatu persoalan hukum dan keagamaan.⁹ Fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia merupakan jawaban atas permasalahan yang dihadapi umat untuk dijadikan alternatif dalam menjalankan pedoman kehidupan. Pada Desember 2021 Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia mengeluarkan Fatwa baru terkait ekonomi syariah yaitu fatwa No: 144/DSN-MUI/XII/2021 tentang *Marketplace* berdasarkan prinsip syariah. Adapun pertimbangan dikeluarkannya fatwa ini adalah karena jual beli melalui teknologi informasi telah berkembang dimasyarakat termasuk penggunaan *platform marketplace*, bahwa praktik jual beli dengan *platform marketplace* tersebut belum diketahui ketentuan hukumnya dari segi syariah, sehingga untuk dijadikan pedoman DSN-MUI mengeluarkan fatwa tentang *marketplace* berdasarkan prinsip syariah. Dalam fatwa ini diatur terkait akad-akad yang seharusnya digunakan dalam *marketplace* yang menerapkan syariat islam, dan mekanisme operasionalnya *marketplace* yang menerapkan

⁹ Mukhlisin, Ahmad dkk, *Metode Penetapan Hukum dalam Berfatwa. Al Instinbath: Jurnal Hukum Islam vol. 3, No. 2, h., 170*

akad-akad muamalah. Salah satu dasar hukum fatwa No: 144/DSN-MUI/XII/2021 adalah Q.S. al-Baqarah ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ آجَلٍ مَّسْمُومٍ فَآكْتُبُوهُ

“Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berhutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya”.¹⁰

Penelitian tentang *marketplace* shopee sudah dilakukan oleh banyak peneliti, seperti Diyah Ayu Minuriha. (2018), Nurmia Novianti. (2019), Alvina Khoirul Umami. (2019), Naili Nur Chanifah. (2021), dan Sri Sutrismi. (2022) dengan meneliti jual beli dalam *marketplace* shopee. Penelitian tersebut menggunakan regulasi dan fatwa yang berbeda-beda. Dari penelitian-penelitian sebelumnya diketahui bahwa praktik pada *marketplace* shopee masih belum sesuai dengan prinsip syariah karena masih adanya riba dalam jual beli menggunakan shopee paylater salah satunya. Maka dari itu, pada penelitian kali ini akan dilakukan penelitian mengenai praktik fitur shopee barokah yang diklaim telah sesuai dengan prinsip syariah.

F. Hasil Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu dapat dimanfaatkan untuk memberikan kejelasan dan informasi terkait tema yang sedang diteliti. Terkait dengan penelitian ini, telah dicari informasi-informasi dari penelitian sebelumnya yang relevan sebagai pertimbangan dalam mencari acuan dan untuk menghindari kesamaan. Adapun penelitian yang relevan dan memiliki keterkaitan dengan judul penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

Pertama, Skripsi Diyah Ayu Minuriha dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2018 dengan judul penelitian “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Dalam Marketplace Online Shopee Di Kalangan Mahasiswa UINSA Surabaya*”. Penelitian ini membahas akad ijarah dan akad jual beli dalam *marketplace* shopee. Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah shopee menggunakan akad ijarah dalam praktiknya

¹⁰ Muchlis Muhammad Hanafi dkk, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI, Jakarta.

karena terdapat upah yang didapat oleh pihak shopee berupa penahanan atau peminjaman uang dalam rekening bersama ataupun shopeepay. Bagi mahasiswa UINSA Surabaya yang menjadi konsumen praktik jual beli dalam *marketplace* shopee ini menguntungkan, sedangkan bagi para mahasiswa yang menjadi penjual praktiknya dirasa masih kurang menguntungkan karena uang hasil penjualan tidak bisa langsung dicairkan. Guna menghindari wanprestasi dan penipuan jual beli online, pihak shopee memberikan garansi shopee berupa rekening bersama.

Kedua, Nurmia Noviantri dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2019, dengan judul skripsi “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Shopee dan Perlindungan Konsumen di Shopee Menurut Mahasiswa UIN Syahid Jakarta*”. Penelitian ini membahas penggunaan akad *as-salam* dalam jual beli online shopee serta perlindungan konsumen yang dilakukan oleh shopee. Kesimpulan dalam penelitian ini bahwa akad jual beli online pada shopee tidak persis menggunakan akad *as-salam* yang sesuai dengan ketentuan muamalah, akad yang digunakan lebih tepat disebut dengan *khiyar ru'yah* atau jual beli biasa. Hal tersebut terjadi karena akad salam merupakan akad yang pembayarannya di muka, namun yang terjadi dalam praktik shopee, dana pembayaran yang seharusnya diterima di muka oleh penjual tidak langsung diterima oleh penjual, padahal dana tersebut seharusnya dapat membantu penjual untuk memproduksi barang dagangannya.

Ketiga, Skripsi Alvina Khoirul Umami dari Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2019, dengan judul skripsi “*Analisis Hukum Jual Beli Melalui Perantara Aplikasi Shopee Perspektif Regulasi Transaksi Elektronik dan Hukum Perjanjian Syariah*”. Skripsi ini membahas implementasi beberapa pasal dari UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE dan Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012. Kesimpulannya jual beli yang diselenggarakan dalam aplikasi shopee ini masih belum berjalan dengan baik karena tidak ada identitas lengkap dalam kontrak elektronik perjanjian tersebut. Sedangkan berdasarkan hukum perjanjian syariah jual beli melalui perantara aplikasi shopee sudah memenuhi rukun perjanjian. Adapun untuk

pertanggung jawaban yang dilakukan pihak aplikasi adalah melakukan pemblokiran terhadap akun-akun penjual yang melakukan penipuan.

Keempat, Skripsi Naili Nur Chanifah dari Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang tahun 2021. Skripsi berjudul: "*Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli Melalui Marketplace Online Shopee*". Penelitian ini membahas penerapan etika bisnis islam. Kesimpulannya penerapan etika bisnis islam dalam *marketplace* shopee masih belum maksimal. Hal tersebut dilihat dari masih ditemukannya penjual yang tidak jujur dalam melakukan transaksi di *marketplace* shopee, seperti menjual produk yang tidak sesuai dengan deskripsi maupun gambar dan juga masih ditemui penjual yang membuat *fake order*.

Kelima, Skripsi Sri Sutrismi dari Universitas Muhammadiyah Makasar tahun 2022. Skripsi dengan judul "*Analisis Transaksi Jual Beli Online Melalui Aplikasi Shopee Menurut Perspektif Ekonomi Islam*". Penelitian ini membahas tentang transaksi dan konsep akad salam dalam jual beli online melalui shopee. Kesimpulannya penerapan akad salam dalam aplikasi shopee menjamin barang yang dibeli akan aman. Transaksi dengan akad salam akan memberikan manfaat pada kedua belah pihak. Jual beli salam adalah Transaksi yang memulai pembayaran diawal ketika barang belum ada, hanya spesifikasi, jenis, ukuran, lokasi pengiriman, waktu pengiriman, dan hal-hal lain yang disebutkan pada saat kesepakatan dibuat.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, belum ada penelitian yang membahas fitur shopee barokah dan implementasi Fatwa No. 144/DSN-MUI/XII/2022 tentang *Marketplace* berdasarkan prinsip syariah. Penelitian-penelitian sebelumnya sebagian besar membahas jual beli dalam shopee yang ditinjau dengan hukum islam. Pada penelitian terdahulu jual beli online dalam shopee biasanya akan membahas akad jual beli *salam*, namun pada penelitian ini yang akan dibahas adalah jual beli *samsarah*. Maka penelitian ini dapat digolongkan penelitian baru yang dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam bidang akademis.

Tabel 1.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Diyah Ayu Minuriha, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Dalam <i>Marketplace</i> Online Shopee Di Kalangan Mahasiswa UINSA Surabaya	objek penelitian yang sama yaitu terkait <i>marketplace</i> shopee	Diyah Ayu meneliti akad ijarah dalam <i>marketplace</i> shopee, sedangkan penelitian ini, akad-akad yang digunakan dalam <i>marketplace</i> berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan fatwa MUI.
2	Nurmia Noviantri, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Shopee dan Perlindungan Konsumen di Shopee Menurut Mahasiswa UIN Syahid Jakarta	objek penelitiannya tentang <i>marketplace</i> shopee	Pada penelitian Nurmia lebih fokus membahas akad <i>as-salam</i> dalam jual beli online shopee sedangkan pada penelitian ini fokus membahas akad-akad yang disebutkan dalam fatwa DSN-MUI No: 144/DSN-MUI/XII/ 2021 tentang <i>marketplace</i> berdasarkan prinsip syariah.
3	Alvina Khoirul Umami, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2019	Analisis Hukum Jual Beli Melalui Perantara Aplikasi Shopee Perspektif Regulasi Transaksi Elektronik dan Hukum Perjanjian Syariah	Objek penelitian tentang jual beli dalam <i>marketplace</i> shopee	Penelitian Alvina membahas jual beli melalui shopee yang ditinjau dari UU ITE, PP No 82 Tahun 2012 dan hukum perjanjian syariah, berbeda dengan penelitian ini yang ditinjau dari fatwa DSN-MUI.
4	Naili Nur Chanifah, Universitas Islam Negeri Walisongo, 2021	Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli Melalui <i>Marketplace</i> Online Shopee	Sama-sama membahas <i>marketplace</i> shopee sebagai objek penelitiannya	Skripsi Naili fokus membahas etika bisnis islam sedangkan penelitian ini membahas implementasi fatwa No: 144/DSN-MUI /XII/ 2021 pada <i>Marketplace</i> shopee

No	Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5	Sri Sutrismi, Universitas Muhammadiyah Makasar, 2022	Analisis Transaksi Jual Beli Online Melalui Aplikasi Shopee Menurut Perspektif Ekonomi Islam	Objek penelitian merupakan jual beli dalam <i>marketplace</i> shopee	Skripsi Sri memfokuskan meneliti jual beli dengan akad salam sedangkan pada penelitian ini memfokuskan meneliti akad-akad yang digunakan dalam shopee ditinjau dengan fatwa DSN-MUI tentang <i>Marketplace</i> berdasarkan prinsip syariah.

