

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi dalam kehidupan masyarakat saat ini membawa dampak yang lebih baik, terutama dalam bidang ekonomi. Ekonomi merupakan ilmu yang mempelajari tentang bagaimana cara manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan pesatnya perkembangan teknologi diharapkan memberikan kemudahan dalam membantu setiap aktivitas manusia dalam memenuhi kebutuhannya dengan mudah, cepat, dan efisien.¹

Melihat Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah populasi penduduk terbesar di dunia, serta memiliki jumlah penduduk usia produktif yang sangat besar. Dengan adanya bonus demografi ini, Indonesia diuntungkan dan memiliki peluang untuk dapat mendorong pertumbuhan produktivitas masyarakat. Bonus demografi dapat dimanfaatkan sebagai peluang (*window of opportunity*) yang dinikmati suatu negara sebagai akibat dari besarnya proporsi penduduk produktif.² Hal tersebut dapat mendorong pemanfaatan teknologi secara penuh oleh masyarakat yang pada saat ini lebih melek terhadap teknologi. Seiring perkembangan zaman, konsumen yang biasanya berbelanja secara langsung ditoko kini terdapat salah satu alternatif baru berbelanja kebutuhan hanya dengan menggunakan *e-commerce* pada *smartphone*.

E-commerce atau transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.³ Secara definisi, *e-commerce* adalah suatu aktivitas perniagaan seperti layaknya perniagaan atau perdagangan pada umumnya yang mana pada transaksinya tidak bertemu secara fisik akan tetapi mereka berkomunikasi melalui

¹ Kementerian Komunikasi dan Informatika, *Optimalkan Penggunaan Teknologi untuk Tingkatkan Pelayanan Publik*, <https://www.kominfo.go.id/content/detail/38139/optimalikan-penggunaan-teknologi-untuk-tingkatkan-pelayanan-publik/0/berita>, Diakses pada 4 Januari 2023.

² Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, *Jumlah Usia Produktif Besar, Indonesia Berpeluang Tingkatkan Produktivitas*, <http://lipi.go.id/berita/jumlah-usia-produktif-besar-indonesia-berpeluang-tingkatkan-produktivitas/15220>, Diakses pada 8 Januari 2023.

³ Undang-undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) Pasal 1 ayat 2.

media internet.⁴ Barang atau jasa yang dipesan dengan metode tersebut, tetapi pembayaran dan pengiriman utama barang atau jasa tidak harus dilakukan secara online. Transaksi *e-commerce* dapat terjadi antar usaha, rumah tangga, individu, pemerintah, dan organisasi swasta atau publik lainnya.

Kehadiran pemasaran melalui internet ini memberikan suasana baru yang berbeda. Dalam kepentingan ekonomi kehadiran teknologi informasi dan internet ini memberikan dorongan terhadap efisiensi yang sebenarnya, sedangkan dalam hukum kehadiran teknologi informasi dan internet ini dapat mendorong suatu peristiwa yang dapat menimbulkan fenomena baru, serta menimbulkan alternatif persoalan hukum baru. Di Indonesia sendiri semua bentuk kegiatan transaksi dalam internet telah diatur dalam Undang-undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Penggunaan internet berkaitan erat dengan kemudahan akses terhadap internet yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, mulai dari ketersediaan infrastruktur sampai dengan kemampuan masyarakatnya. Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah pengguna aktif terbesar dalam penggunaan internet, peningkatan penggunaan internet ini terjadi baik di daerah perkotaan maupun perdesaan. Di daerah perkotaan, persentase pengguna internet pada tahun 2020 sekitar 64,25 persen dan meningkat menjadi 71,81 persen pada tahun 2021, sedangkan pengguna internet di daerah perdesaan pada tahun 2020 sekitar 40,32 persen dan meningkat menjadi 49,30 persen pada tahun 2021.⁵

Merujuk data yang menunjukkan besarnya pengguna aktif internet, hal tersebut dimanfaatkan oleh para pelaku usaha terutama perusahaan *e-commerce* dalam menjalankan bisnisnya. Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), jumlah penduduk muslim di Indonesia sebanyak 237,53 juta jiwa per 31 Desember 2021. Jumlah itu setara dengan 86,9% dari populasi tanah air yang mencapai 273,32 juta

⁴ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*. (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), h. 236.

⁵ Harmawanti Marhaeni, dkk, *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2021*, (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2021), h. 135.

jiwa.⁶ Melihat hal ini, maka perlu adanya penerapan prinsip-prinsip syariat Islam dalam segala aktivitas. Munculnya kesadaran masyarakat akan penerapan prinsip syariah dalam kehidupan sehari-hari juga didukung oleh pemerintah.

Konsep produk halal saat ini sedang banyak dibicarakan dan dianggap sebagai standar produk gaya hidup. Konsep tersebut tidak hanya berlaku bagi konsumen muslim, namun kini konsumen nonmuslim mulai menjadikan produk halal sebagai standar produk yang mereka konsumsi. Produk halal dijadikan sebagai acuan atau standar untuk jaminan kualitas, kebersihan, kesehatan, dan keamanan produk yang dikonsumsi. Adapun pasar potensi yang ada dalam pasar syariah cenderung lebih terkonsentrasi pada produk-produk yang masuk ke dalam kategori 4F, yaitu *food, fun, fashion, dan finance*.⁷

Berkembangnya internet dan *e-commerce* memberikan kontribusi terhadap perkembangan perekonomian negara. Beberapa faktor yang menjadi penyebab masifnya perkembangan *marketplace* di Indonesia yaitu pasar yang berorientasi *mobile*, konsumen muda yang melek digital, peningkatan partisipasi UMKM, bertumbuhnya investasi serta dukungan pemerintah. Kini dari banyaknya aplikasi *e-commerce* pada saat ini, salah satu *e-commerce* yang banyak peminatnya adalah Shopee. Produk-produk dalam aplikasi Shopee telah menjadi daya tarik tersendiri bagi para pemakainya, baik dari menu yang *user friendly*, banyak voucher dan *cashback*, serta mudahnya proses pembayaran produk yang akan dibeli.

Aplikasi Shopee sendiri telah terintegrasi dengan berbagai dukungan logistik dan memfasilitasi beberapa metode pembayaran, diantaranya pembayaran dengan menggunakan ShopeePay, Bayar di Tempat (COD), Transfer Bank, Kartu Kredit/Debit, SPayLater, dan Mitra/Agen Shopee. Bagi seorang muslim yang melek teknologi maka perlu menjadikan agama sebagai *way of life* dalam setiap aktivitas yang dilakukan, yaitu dengan cara selalu berhati-hati dalam hal pembelian produk-produk secara online dengan selalu memperhatikan kehalalan produk serta transaksi yang dilakukan sesuai syariah.

⁶ Dimas Bayu, *Sebanyak 86,9% Penduduk Indonesia Beragama Islam*, <https://dataindonesia.id/ragam/detail/sebanyak-869-penduduk-indonesia-beragama-islam>, Diakses pada 16 Januari 2023.

⁷ Dinda Ayu Widiastuti, *Shopee Barokah Hadir Jadi Fitur Terbaru Di Shopee*, <https://www.tek.id/tek/shopee-barokah-hadir-jadi-fitur-terbaru-di-shopee-b1Xqg9gly>, Diakses pada 18 Januari 2023.

Perkembangan sistem perekonomian pada saat ini semakin beragam, khususnya pada ekonomi digital berbasis syariah. Diantaranya seperti jual beli secara *e-commerce* atau jual beli online melalui *marketplace* berbasis syariah. Shopee sebagai salah satu *e-commerce* di Indonesia merespon besarnya potensi dan permintaan pasar syariah di Indonesia dengan menghadirkan fitur khusus bernama Shopee Barokah. Fitur ini secara khusus menjual ragam produk mulai dari makanan, minuman, fesyen muslim, kecantikan, buku-buku islami, dan produk lainnya yang seluruhnya bersertifikasi halal.

Shopee Barokah mendukung satu atau lebih metode pembayaran berikut sesuai dengan yang telah ditentukan di dalam Kebijakan Shopee, dengan pengecualian bahwa khusus untuk penggunaan kartu kredit, pembayaran yang diterima oleh Shopee untuk transaksi produk Shopee Barokah hanyalah terbatas pada kartu kredit yang dikeluarkan oleh Bank Syariah.

Melalui Shopee Barokah pembeli dapat menemukan dan membeli produk-produk yang tersertifikasi halal dan bertransaksi sesuai dengan prinsip islami dengan menggunakan akad jual beli (*ba'i*). Shopee Barokah merupakan fitur yang disediakan untuk produk-produk halal berdasarkan sertifikasi halal dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang mendukung potensi industrial islami di Indonesia sesuai dengan komitmen syariah.

Jual beli secara online dalam hukum Islam adalah masalah baru yang ditemukan pada saat ini dan tidak ditemukan bahasannya dalam kitab-kitab fikih terdahulu sehingga memaksa para ulama untuk melakukan ijtihad hukumnya. Adaptasi secara langsung ketentuan jual beli biasa akan menjadi kurang relevan dan tidak sesuai dengan konteks *e-commerce* atau jual beli online tersebut. Oleh karena itu diperlukan analisis apakah ketentuan hukum yang ada dalam hukum Islam saat ini telah cukup relevan dan akomodatif dengan hakikat *e-commerce* atau diperlukan pemahaman khusus disertai intensif tentang hukum kemajuan bertransaksi seperti yang telah terjadi sekarang ini melihat bolehnya jual beli secara online.

Kehadiran Shopee Barokah menjadi rumah bagi produk-produk halal yang mendukung gaya hidup islami. Secara khusus, produk yang dijual Shopee

Barokah merupakan produk-produk telah dikurasi dan tersertifikasi halal. Shopee Barokah sebagai *platform* ingin jadi katalisator yang menghubungkan pihak UMKM yang memproduksi dengan orang-orang yang membutuhkan barang. Penjual dan pembeli bertransaksi menggunakan skema akad dan pembayaran yang disesuaikan dengan prinsip Islam, seperti COD, ShopeePay, transfer bank, debit langsung, dan bayar tunai di Mitra/Agen.

Transaksi jual beli menggunakan Shopee Barokah diperuntukkan bagi pengguna yang mengaktivasi metode pembayaran islami. Berikutnya akan tersedia penjelasan bahwa ketika metode ini dijalankan, maka sistem pembayaran dengan kartu kredit bank, cicilan, dan SPayLater akan dihilangkan saat melakukan *checkout*. Namun dalam tahapannya metode pembayaran secara islami pada Shopee Barokah tidak dilakukan secara otomatisasi oleh layanan, sehingga memungkinkan adanya pengguna yang tidak mengetahui mengenai opsi tersebut dan masih dapat menggunakan metode pembayaran dengan SPayLater, cicilan, dan kartu kredit bank.

Berdasarkan masalah diatas maka penyusun tertarik untuk membahas mengenai mekanisme aktivasi layanan transaksi islami pada transaksi jual beli menggunakan fitur Shopee Barokah dan relevansi penerapan akad berdasarkan tinjauan fikih *buyu'* terhadap transaksi jual beli pada fitur Shopee Barokah di *marketplace* Shopee. Dari uraian tersebut peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul **“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Transaksi Jual Beli pada Fitur Shopee Barokah di *Marketplace* Shopee”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme transaksi jual beli menggunakan fitur Shopee Barokah di *marketplace* Shopee?
2. Bagaimana tinjauan fikih *buyu'* terhadap transaksi jual beli pada fitur Shopee Barokah di *marketplace* Shopee?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui mekanisme transaksi jual beli penggunaan fitur Shopee Barokah di *marketplace* Shopee.
2. Untuk mengetahui tinjauan fikih *buyu'* terhadap transaksi jual beli pada fitur Shopee Barokah di *marketplace* Shopee.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoretis maupun secara praktis, sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoretis

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran secara teori maupun konseptual dalam rangka pengembangan ilmu di bidang hukum ekonomi syariah terkait jual beli, khususnya mengenai mekanisme jual beli secara online pada *marketplace*. Selain itu juga, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi pada penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi kalangan akademisi, praktisi, masyarakat umum, dan khususnya para pengguna Shopee Barokah dalam menentukan keputusan berbelanja secara online pada *marketplace* yang sesuai dengan syariat. Selain itu juga ditujukan kepada para pihak yang hendak berbelanja secara online agar mengetahui mekanisme transaksi jual beli pada *marketplace*.

E. Studi Terdahulu

Studi terdahulu yang dilakukan peneliti ialah dengan melakukan kajian terhadap penelitian-penelitian sebelumnya berupa uraian sistematis mengenai hasil penelitian yang memiliki kemiripan dengan penelitian ini. Tinjauan studi terdahulu yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk menghindari

adanya duplikasi atau plagiarisme. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Sejauh ini telah terdapat penelitian skripsi Achmada Adha Sadana dengan judul “Pengaruh Periklanan, Pemasaran Pribadi, Promosi Pemasaran, Hubungan Masyarakat dan Pemasaran Langsung Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal di Shopee Barokah (Studi Kasus pada Mahasiswa FEBI IAIN Salatiga)”. Penelitian tersebut membahas pengaruh periklanan, pemasaran pribadi, promosi pemasaran, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung terhadap keputusan pembelian produk halal di Shopee Barokah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel yang terdiri dari periklanan, pemasaran pribadi, promosi pemasaran, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Shopee Barokah.⁸

Hasil penelitian skripsi Rifki Hussein yang berjudul “Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Online Produk Muslim (Studi Pada Fitur Aplikasi Shopee Barokah)”. Penelitian tersebut membahas pengaruh orientasi belanja, kepercayaan online, dan kemudahan penggunaan terhadap minat beli online produk muslim pada fitur Shopee Barokah. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel mempunyai pengaruh positif terhadap minat beli online dalam berbelanja produk muslim secara online melalui fitur aplikasi Shopee Barokah. Dari ketiga variabel independen pada penelitian ini, variabel kemudahan penggunaan memiliki pengaruh lebih besar dari variabel orientasi belanja dan kepercayaan online.⁹

Selain itu terdapat penelitian skripsi Dewi Ayu Klarasati yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Literasi Halal, dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Shopee Barokah (Studi Kasus Pengguna Shopee di Samarinda)”. Penelitian tersebut membahas pengaruh religiusitas, literasi halal, dan promosi terhadap minat menggunakan fitur Shopee Barokah. Berdasarkan hasil penelitian

⁸ Achmada Adha Sadana, *Pengaruh Periklanan, Pemasaran Pribadi, Promosi Pemasaran, Hubungan Masyarakat dan Pemasaran Langsung Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal di Shopee Barokah (Studi Kasus pada Mahasiswa FEBI IAIN Salatiga)*, (IAIN Salatiga, 2021).

⁹ Rifki Hussein, *Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Online Produk Muslim (Studi Pada Fitur Aplikasi Shopee Barokah)*, (STIE Indonesia Banking School Jakarta, 2022).

menunjukkan bahwa religiusitas dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Shopee Barokah pada pengguna Shopee di Samarinda. Sedangkan literasi halal tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan Shopee Barokah pada pengguna Shopee di Samarinda.¹⁰

Penelitian lainnya skripsi Dwi Kurniasari yang berjudul "Pengaruh Promosi dan *Halal Lifestyle* Terhadap Preferensi Belanja di Shopee Barokah Dengan Produk Sebagai Variabel *Moderating* Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Masyarakat Bandar Lampung)". Penelitian tersebut membahas pengaruh promosi dan *halal lifestyle* terhadap preferensi belanja di Shopee Barokah dengan produk sebagai variabel *moderating* dalam perspektif ekonomi Islam. Hasil data yang diperoleh bahwa variabel promosi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap preferensi belanja maka hipotesis pertama didukung. Serta variabel *halal lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi belanja. Hasil uji moderasi produk pada hubungan promosi dan *halal lifestyle* terhadap preferensi belanja menghasilkan hasil negatif dan signifikan, yang artinya produk memperkuat hubungan promosi dan *halal lifestyle* terhadap preferensi belanja.¹¹

Melihat beberapa hasil penelitian terdahulu terdapat kesamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti fitur Shopee Barokah pada *marketplace* Shopee. Mengenai perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu pada metode penelitian yang digunakan, pada penelitian ini metode yang digunakan adalah kualitatif sedangkan pada penelitian terdahulu seluruhnya menggunakan metode kuantitatif. Kemudian hasil penelitian ini membahas mengenai mekanisme transaksi islami pada fitur Shopee Barokah serta tinjauan hukum ekonomi syariah dari aspek fikih *buyu'* terkait transaksi jual beli pada fitur Shopee Barokah di *marketplace* Shopee.

¹⁰ Dewi Ayu Klarasati, *Pengaruh Religiusitas, Literasi Halal, dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Shopee Barokah (Studi Kasus Pengguna Shopee di Samarinda)*, (UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, 2022).

¹¹ Dwi Kurniasari, *Pengaruh Promosi dan Halal Lifestyle Terhadap Preferensi Belanja di Shopee Barokah Dengan Produk Sebagai Variabel Moderating Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Masyarakat Bandar Lampung)*, (UIN Raden Intan Lampung, 2023).

F. Kerangka Berpikir

Islam mengatur setiap segi kehidupan umatnya, yang mengatur mulai dari hubungan seorang hamba dengan tuhannya dalam masalah peribadatan yang disebut dengan *hablum minallah* dan adapun pula mengatur hubungan antara manusia dengan manusia dalam masalah muamalah jual beli yang disebut dengan *hablum minanas*. Hubungan manusia inilah yang melahirkan suatu cabang ilmu dalam Islam yang dikenal dengan fikih muamalah, yang mana aspek kajiannya adalah sesuatu yang berhubungan dengan umat satu dengan umat lainnya.¹²

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak terlepas dari ketergantungan dengan orang lain, dalam kehidupan seseorang pasti membutuhkan sarana dan prasarana kehidupan berupa sandang, pangan, dan papan.¹³ Islam memperbolehkan serta mendorong umat manusia untuk mencari rezeki dengan cara bermuamalah salah satunya dengan cara berdagang jual beli. Bahkan Rasulullah sendiripun telah menyatakan bahwa sembilan dari sepuluh pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang atau jual beli. Firman Allah tentang bolehnya jual beli terdapat dalam QS. Al-Baqarah ayat 275:

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...¹⁴

“...Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba....”¹⁴

Penegasan pada ayat diatas dipahami bahwa seakan-akan Allah memberikan suatu perbandingan antara jual beli dengan riba. Hendaknya manusia mengetahui, memikirkan, dan memahami perbandingan itu. Pada jual beli ada pertukaran dan penggantian yang seimbang yang dilakukan oleh pihak penjual dengan pihak pembeli, ada manfaat dan keuntungan yang diperoleh dari kedua belah pihak, dan ada pula kemungkinan mendapat keuntungan yang wajar sesuai dengan usaha yang telah dilakukan. Pada riba tidak ada penukaran dan penggantian yang seimbang, hanya ada semacam pemerasan secara tidak langsung yang dilakukan oleh pemilik barang terhadap pihak yang sedang memerlukan dengan meminjam dalam keadaan terpaksa.

¹² Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2018), h. 89.

¹³ Jamaludin, *Konsep Dasar Muamalah dan Etika Jual Beli (al-ba'i) Perspektif Islam*, Vol. 28 No. 2 (Tribakti: Jurnal Pemikiran Keislaman, 2017).

¹⁴ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, Qur'an Kemenag 2019.

Aktivitas jual beli merupakan salah satu bentuk bisnis (perdagangan/*tijarah*) yang bertujuan untuk mencari keuntungan (laba/profit). Secara terminologi, ulama Hanafiah mendefinisikan jual beli sebagai aktivitas tukar menukar harta benda atau sesuatu yang diinginkan dengan sesuatu yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat. Adapun definisi menurut para ulama Malikiyah, Syafi'iah, dan Hanabilah bahwa jual beli yaitu tukar menukar harta dengan harta pula dalam bentuk pemindahan milik atau kepemilikan.¹⁵

Adapun Hadis Nabi riwayat al-Baihaqi dan Ibnu Majah:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ

“Dari Abu Sa'id Al-Khudri bahwa Rasulullah Saw. bersabda, ‘sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka’.”¹⁶

Hadis riwayat Imam Baihaqi dan Ibnu Majah serta hadis ini bernilai sahih menurut Ibnu Hibban dari Sa'id al-Khudri yang menjelaskan bahwa Rasulullah menilai jual beli sah dilakukan jika penjual dan pembeli saling merelakan (*'antaradhin*). Keridaan para pihak erat kaitannya dengan sikap yang diawali suka sama suka pada saat transaksi jual beli dilakukan.

Sikap keridaan para pihak merupakan salah satu asas pokok dalam muamalah yang disebut dengan *mabda' ar-radhaiyyah*. Oleh karena itu transaksi telah sah apabila didasari oleh keridaan kedua belah pihak. Pada prinsipnya ijab kabul adalah ucapan atau perbuatan timbal balik antara dua pihak yang menunjukkan keridaan dalam pemindahan kepemilikan. Ulama Hanafiah menjelaskan bahwa ijab adalah ucapan atau perbuatan khusus yang menunjukkan keridaan dari pihak penjual. Sedangkan kabul adalah apa (ucapan atau perbuatan) yang dilakukan kemudian oleh salah satu pihak yang berakad.

Terdapat dalil lainnya berupa kaidah fikih yang menunjukkan bolehnya melakukan jual beli yaitu:

أَلَا صَلُّ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

¹⁵ Gibtiah, *Fikih Kontemporer*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2016), h. 118.

¹⁶ Fatwa DSN-MUI No: 110/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Jual Beli.

“Hukum asal dalam muamalah adalah kebolehan sampai ada dalil yang menunjukkan keharamannya.”¹⁷

Maksud kaidah ini adalah bahwasanya dalam setiap bentuk muamalah dan transaksi pada dasarnya adalah boleh seperti jual beli, sewa-menyewa, gadai, kerjasama (mudharabah atau musyarakah), perwakilan, dan bentuk muamalah lainnya. Sampai ada dalil yang mengharamkannya.

Sejalan dengan pernyataan diatas bahwa jual beli merupakan salah satu praktik dalam bermuamalah, oleh karena itu prinsip-prinsip muamalah haruslah hadir dalam praktik tersebut, prinsip-prinsip muamalah yang dimaksud yaitu:

1. Pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan sampai ada dalil yang mengharamkan.
2. Muamalah hendaklah suka sama suka (*‘antaradhin*).
3. Muamalah yang dilakukan hendaknya mendatangkan kemaslahatan dan menolak kemudharatan.
4. Muamalah itu harus terhindar dari unsur garar, kezaliman dan unsur lainnya yang diharamkan berdasarkan syariat.¹⁸

Pada prinsip pertama mengandung arti hukum dari akad muamalah yang dilakukan oleh manusia pada dasarnya diperbolehkan. Kebolehan tersebut dapat terus berlangsung selama tidak ditemukan nas dalam Al-Qur’an atau hadis yang menyatakan pelarangan. Apabila ditemukan nas yang menyatakan haram, maka pada saat itu akad muamalah tersebut menjadi terlarang berdasarkan syariat. Prinsip muamalah mengacu pada ketentuan umum yang ada dalam Al-Qur’an, yaitu QS. Al-Baqarah ayat 29, Allah berfirman:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَّا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا...

“Dialah (Allah) yang menciptakan segala yang ada di bumi untukmu...”¹⁹

Allah telah menganugerahkan karunianya yang begitu besar kepada manusia, menciptakan langit dan bumi bagi manusia untuk diambil manfaatnya, sehingga manusia dapat menjaga kelangsungan hidupnya dan agar manusia berbakti kepada

¹⁷ A. Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fikih: Kaidah-Kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah yang Praktis*, Cet. Ke-8, (Jakarta: Prenada Media Group, 2019), h. 10.

¹⁸ Yadi Janwari, *Asuransi Syariah*, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2005), h. 130.

¹⁹ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an, Qur’an Kemenag 2019.

Allah Swt. penciptanya, kepada keluarga, dan masyarakat. Pada prinsip pertama ini mengandung makna bahwa pada mulanya bentuk pelaksanaan muamalah dilakukan berdasarkan kebiasaan manusia dalam berinteraksi dibidang ekonomi. Kebiasaan ini bisa terus dilakukan sepanjang tidak ada dalil yang melarangnya.²⁰

Prinsip muamalah yang kedua bahwa muamalah hendaknya dilakukan dengan cara suka sama suka tanpa ada unsur paksaan diantara kedua belah pihak. Prinsip muamalah ini didasarkan pada nas yang tertuang dalam potongan ayat Al-Quran surah An-Nisa ayat 29, Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu....”²¹

Kaitannya dalam hal suka sama suka, syariat Islam mensyaratkan kedua belah pihak yang melakukan akad harus sama-sama dewasa dan berakal, adanya kelapangan untuk melakukan tawar-menawar diantara kedua belah pihak, yaitu dengan mensyariatkan *khiyar*.²² Mencari harta dibolehkan dengan cara berniaga atau berjual beli dengan dasar kerelaan kedua belah pihak tanpa suatu paksaan. Karena jual beli yang dilakukan secara paksa tidak sah walaupun ada bayaran atau penggantinya. Dalam upaya mendapatkan kekayaan tidak boleh ada unsur zalim kepada orang lain, baik individu atau masyarakat. Tindakan memperoleh harta secara batil, misalnya mencuri, riba, berjudi, korupsi, menipu, berbuat curang, mengurangi timbangan, menyuap, dan sebagainya.

Prinsip muamalah yang ketiga, mendatangkan maslahat dan menolak mudarat yang mengandung arti bahwa akad yang dilakukan hendaknya memperhatikan kemaslahatan dan kemudharatan dalam akad muamalah. Apabila akad yang dilakukan mendatangkan maslahat, maka akad muamalah boleh dilanjutkan dan dilaksanakan. Sedangkan apabila akad muamalah yang dilakukan mendatangkan kemudharatan bagi kehidupan manusia maka saat itu pula akad muamalah harus

²⁰ Yadi Janwari, *Op.Cit.*, h. 132.

²¹ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, Qur'an Kemenag 2019.

²² Yadi Janwari, *Op.Cit.*, h. 133-134.

diberhentikan. Prinsip ketiga secara umum didasarkan pada firman Allah dalam QS. Al-Anbiya ayat 107:

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ

“Kami tidak mengutus engkau (Nabi Muhammad), kecuali sebagai rahmat bagi seluruh alam.”²³

Prinsip yang keempat harus terhindar dari garar, kezaliman, dan unsur lainnya yang diharamkan oleh syariat. Adapun syariat Islam mengharamkan garar, kezaliman, dan unsur lainnya yang dilarang oleh Allah Swt.

Inti dalam jual beli adalah suatu perikatan tukar menukar barang atau benda yang memiliki nilai ekonomis secara sukarela diantara kedua belah pihak yang bersangkutan, yakni satu menerima benda-benda dan pihak satunya lagi menerimanya sesuai dengan perikatan atau ketetapan yang telah sesuai dengan hukum *syara'* atau dengan kata lain telah disepakati oleh seluruh pihak.

Perkembangan sistem perekonomian pada saat ini semakin beragam, khususnya pada ekonomi digital berbasis syariah. Diantaranya seperti jual beli secara *e-commerce* atau jual beli online melalui *marketplace* berbasis syariah. Shopee sebagai salah satu *e-commerce* di Indonesia merespon besarnya potensi dan permintaan pasar syariah di Indonesia dengan menghadirkan fitur khusus bernama Shopee Barokah. Fitur ini secara khusus menjual ragam produk mulai dari makanan, minuman, fesyen muslim, kecantikan yang seluruhnya bersertifikasi halal, buku-buku islami, dan produk lainnya.

Transaksi jual beli yang dilakukan secara online yang dimaksud merupakan kegiatan jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui media internet. Kegiatan transaksi melalui *e-commerce* atau jual beli secara online pada dasarnya diperbolehkan (*ibahah*) selama bisnis atau kegiatan tersebut dilakukan sesuai berdasarkan prinsip muamalah serta tidak mengandung unsur-unsur dilarang diantaranya riba, kezaliman, monopoli, dan penipuan. Perlu diperhatikan pada saat melakukan jual beli secara online dimana barang hanya berdasar pada deskripsi yang disediakan oleh penjual dianggap sah, namun apabila deskripsi

²³ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, Qur'an Kemenag 2019.

barang tidak sesuai maka pembeli memiliki hak *khiyar* yang memperbolehkan pembeli untuk meneruskan pembelian atau membatalkannya.²⁴

Sekilas praktik transaksi melalui *e-commerce* atau jual beli secara online di *marketplace* Shopee itu mirip dengan jual beli salam dalam ekonomi syariah, karena ketentuan serta aturan yang ada pada aplikasi Shopee persis sama dengan ketentuan yang terdapat pada akad salam. Menurut Fatwa DSN-MUI No: 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Salam, yang dimaksud jual beli salam adalah jual beli barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga lebih dahulu. Pembayaran harus dilakukan saat kontrak disepakati, barang dapat diketahui spesifikasinya, waktu maupun tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan, dan sebagainya.

Sementara itu dalam ilmu hukum ekonomi syariah dikenal istilah *bai' as-salam* atau *salaf*, yaitu jual beli barang yang ditangguhkan dengan harga yang dibayarkan pada awal akad atau dimuka. Atau dengan kata lain jual beli yang mana harga dibayarkan dimuka atau pada saat transaksi berlangsung sedangkan barang dengan spesifikasi atau kriteria tertentu akan diserahkan pada kemudian hari atau waktu tertentu sesuai kesepakatan.²⁵

Melihat kesamaan jual beli online dengan akad jual beli salam, keduanya dilakukan seperti transaksi jual beli berupa yang mendahulukan pembayaran harga dan diakhiri penyerahan barang (*mustaman*) karena tangguh. Karena jual beli ini dilakukan secara tangguh maka kemudian perlu adanya pencatatan terhadap transaksi. Hal tersebut sudah di sebutkan dalam QS. Al-Baqarah [2]: 282, Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ...

“Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya...”²⁶

Melalui ayat ini Allah Swt. memerintahkan kepada orang yang beriman agar mereka melaksanakan ketentuan-ketentuan Allah setiap melakukan transaksi

²⁴ Tira Nur Fitria, *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara*, (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 2017).

²⁵ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2017), h. 73.

²⁶ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, Qur'an Kemenag 2019.

utang piutang untuk melengkapinya dengan alat bukti, sehingga dapat dijadikan dasar untuk menyelesaikan perselisihan yang mungkin timbul di kemudian hari. Pembuktian itu bisa berupa bukti tertulis atau adanya saksi.

Ibnu Abbas meriwayatkan bahwa Rasulullah Saw. datang ke Madinah dimana penduduknya melakukan *salaf* (salam) dalam buah-buahan (untuk jangka waktu) satu, dua, dan tiga tahun. Rasulullah bersabda:

مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ فَفِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ

“Barang siapa yang melakukan *salaf* (salam), hendaknya ia melakukan dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas, untuk jangka waktu yang diketahui.”²⁷

Berdasarkan hadis tersebut setiap barang yang diperjualbelikan diharuskan memberikan spesifikasi dan deskripsi yang jelas atas barang jualannya, serta disepakati berapa jumlah barang dipesan dengan menentukan jangka waktu penyerahan barang dikemudian yang diketahui sesuai kesepakatan.

Jual beli salam merupakan jual beli barang dengan cara pemesanan yang pembayaran harganya dilakukan lebih dahulu dengan syarat dan ketentuan khusus. Dalam jual beli yang sifatnya pesanan, yang harus jelas adalah deskripsi khususnya. Berdasarkan sejumlah kitab fikih muamalah dijelaskan mengenai teori deskripsi yang harus terpenuhi sekurang-kurangnya dua indikator, yaitu spesifikasi objek yang dipesan harus bersifat empiris dan harus terukur.²⁸

Islam sudah menunjukkan hukum setiap kegiatan untuk mengarahkan umatnya agar lebih terarah dan menjalankan sesuai syariat yang sudah ditentukan. Hal ini juga termasuk dalam perihal kegiatan jual beli karena cukup penting untuk menjamin keabsahannya, pada prinsipnya rukun jual beli salam sama dengan rukun jual beli pada umumnya. Ulama Hanafiah hanya mengakui satu rukun jual beli, yaitu *shighat* akad (ijab kabul) jual beli. Begitu pula dalam jual beli salam, ulama Hanafiah hanya mengakui satu rukun jual beli salam, yaitu *shighat* akad (ijab kabul) jual beli salam. Pendapat tersebut menjelaskan bahwa pernyataan kehendak para pihak yang berupa ijab kabul merupakan unsur utama dalam akad,

²⁷ Fatwa DSN-MUI No: 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Salam.

²⁸ Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Jual Beli*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), h. 261.

sehingga para pihak dan objek akad merupakan rukun akad tetapi bukan merupakan esensi akad.²⁹ Namun secara umum rukun jual beli salam terdiri dari empat unsur, diantaranya:

1. Pembeli (*al-muslim*).
2. Penjual (*al-muslim 'ilah*).
3. Objek salam (*al-muslim fih*).
4. *Shighat* akad (pernyataan ijab kabul).

Tentunya selain unsur rukun-rukun yang wajib dipenuhi dalam jual beli salam, terdapat juga syarat-syarat jual beli salam, diantaranya:

1. Barang yang dipesan harus dapat di deskripsikan. Dalam jual beli yang sifatnya pesanan, maka yang harus jelas adalah deksripsi secara khusus.
2. Deskripsi objek yang dipesan harus menyebut jenis, macam, dan sifat yang menopangnya. Karena jual beli yang dilakukan dengan cara pemesanan yang pembayaran harganya lebih dahulu dilakukan dengan syarat dan ketentuan yang khusus.
3. Mengetahui ukuran objek yang dipesan, baik diukur dengan takaran, timbangan, maupun ukuran lainnya yang disepakati.
4. Jangka waktu pembuatannya harus jelas. Dalam hal ini terdapat ketentuan bahwa jual beli salam harus dilakukan secara *mu'ajjal* (berjangka waktu) sebagaimana disyaratkan Abu Hanifah, Malik, dan Auza'i. Sementara ulama Syafi'iah Abu Tsaur dan Ibn al-Mundzir, membolehkan jual beli salam seara tunai dan jangka waktunya harus jelas baik diukur dengan jam, hari, minggu, bulan, maupun tahun.
5. Jangka waktu yang disepakati harus menggnakkan jangka waktu yang wajar sehingga memungkinkan objek yang dipesan dapat diserahkan.
6. Harga (*tsaman*) harus diserahkan oleh pemesan kepada penerima pesanan pada saat akad (tunai), tidak boh Tangguh. Imam Malik, al-Auza'i, Ahmad, Ishaq, al-Syafi'i, dan Ibnu Umar berpendapat bahwa pembayaran harus dilakukan pada saat akad (bukan pada saat objek pesanan wujud) untuk menghindari *bai' al-dain*, sebagaimana yang dilarang oleh Rasulullah.

²⁹ *Ibid.*, h. 258.

Sejalan dengan bolehnya melakukan kegiatan jual beli secara online karena kesamaannya dengan jual beli salam. Jual beli salam harus dinyatakan secara eksplisit (tegas) baik secara lisan maupun tertulis, baik dimuat dalam akta autentik maupun akta bawah tangan. Apabila jual beli salam tidak dinyatakan secara eksplisit, dikhawatirkan diantara para pihak terjadinya perselisihan atau sengketa apakah perjanjian tersebut termasuk jual beli biasa (umum) atau termasuk jual beli khusus. Apabila jual beli secara formal (berdasarkan dokumen) termasuk perjanjian jual beli umum, sedangkan substansinya jual beli salam, terlahirlah potensi garar karena jual beli aset atau barang yang belum wujud pada saat akad termasuk garar. Sedangkan tidak wujudnya objek akad pada saat perjanjian dilakukan dalam akad jual beli salam tidak termasuk garar.

G. Langkah-Langkah Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah proses atau cara ilmiah untuk mendapatkan data yang akan digunakan untuk keperluan penelitian.³⁰ Pada penelitian ini menetapkan pendekatan penelitian (*research approach*) yang digunakan ialah pendekatan kualitatif, sehingga berdasarkan pendekatan ini metode penelitian yang relevan dengan pendekatan dan paradigma penelitian menggunakan metode deskriptif. Dengan kata lain, penelitian deskriptif ini dimaksudkan untuk menganalisis suatu hal seperti keadaan, kondisi atau hal lainnya dalam populasi tertentu secara aktual, yang hasilnya dituangkan dalam bentuk laporan penelitian.³¹ Penerapan metode deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk menganalisis kondisi dan fenomena permasalahan, dengan tujuan yaitu untuk mengetahui mekanisme kegiatan aktivasi pembayaran islami dan transaksi jual beli menggunakan fitur Shopee Barokah, selanjutnya penyusun memaparkan hasil dari pengamatan terkait transaksi jual beli pada Shopee Barokah dikorelasikan dengan teori berdasar tinjauan hukum ekonomi syariah.

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 2.

³¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 3.

2. Jenis Data

Jenis data yang dihimpun dalam penelitian ini adalah kualitatif, yaitu data-data yang dijadikan jawaban atas pertanyaan penelitian yang diajukan terhadap masalah yang dirumuskan pada tujuan yang telah ditetapkan.³² Adapun jenis data dalam penelitian ini mencakup beberapa hal sebagai berikut:

- a. Data pelaksanaan aktivasi pembayaran islami dan transaksi jual beli menggunakan fitur Shopee Barokah pada *marketplace* Shopee.
- b. Data terkait tinjauan hukum ekonomi syariah dari aspek fikih *buyu'* terhadap transaksi jual beli pada fitur Shopee Barokah di *marketplace* Shopee.

3. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data tersebut dapat diperoleh. Sumber data ada dua jenis, yaitu sumber data yang dikumpulkan dari subjek utama (primer) dan data pendukung (sekunder).³³ Dalam penelitian ini menggunakan kedua sumber data tersebut.

a. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya, sumber data primer dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara kepada beberapa pihak. Dalam penelitian ini sumber data primer yang dimaksud terdiri dari:

- 1) Fitur Shopee Barokah pada aplikasi Shopee yang dijadikan penelitian.
- 2) Hasil wawancara dengan *Customer Service* Shopee.
- 3) Hasil wawancara dengan pengguna layanan Shopee Barokah.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data lain yang didapat oleh penulis untuk menunjang data primer. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah berasal dari literatur berupa buku-

³² Cik Hasan Bisri, *Penuntun Penyusunan Rencana Penelitian dan Penulisan Skripsi*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2001), h. 58.

³³ Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2009), h. 108.

buku, hasil penelitian, catatan, artikel resmi, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan berbagai metode yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengamati atau meninjau secara cermat dan langsung di lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi yang terjadi atau membuktikan kebenaran dari sebuah desain penelitian yang sedang dilakukan.³⁴ Adapun observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi secara tidak langsung melalui aplikasi *marketplace* Shopee.

b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara untuk melakukan pengumpulan data yang akan dilakukan dengan cara tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian. Penelitian ini melakukan wawancara dengan pihak Shopee melalui via chat *Customer Service* Shopee, serta wawancara kepada para pengguna Shopee yang mengaktifasi fitur Shopee Barokah.

c. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan, mengkaji, dan menelusuri data yang tidak langsung ditunjukkan pada subjek penelitian, namun melalui dokumen.³⁵ Dalam penelitian ini dokumen terkait praktik jual beli melalui Shopee Barokah berupa *screenshot*, serta dokumen yang diperoleh dari persyaratan layanan dan kebijakan Shopee Barokah meliputi transaksi dan produk-produk Shopee Barokah, ketentuan khusus terkait penjualan produk di Shopee Barokah, metode pembayaran dalam Shopee Barokah, dan pembatalan pemesanan.

³⁴ Sugiyono, *Op.Cit.* h. 145.

³⁵ Bachtiar, *Mendesain Penelitian Hukum*, (Yogyakarta: Deepublish, 2021), h. 101.

5. Analisis Data

Analisis data dilakukan dalam penelitian ini merupakan proses pengolahan data guna memperoleh argumentasi akhir berupa jawaban mengenai masalah penelitian. Adapun tahapan yang dilakukan peneliti dalam menganalisis data ialah sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan data-data yang diperoleh dari sumber data yang berkaitan dengan jual beli dan Shopee Barokah.
- b. Mengklasifikasikan data-data yang sudah terkumpul kedalam satuan permasalahan yang sesuai dengan masalah yang diteliti.
- c. Menganalisis data dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif kemudian menghubungkan data dengan teori terkait praktik transaksi jual beli melalui fitur Shopee Barokah.
- d. Menarik kesimpulan berdasarkan tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap aspek kesesuaian syariah pada transaksi jual beli menggunakan fitur Shopee Barokah di *marketplace* Shopee.

