



TINJAUAN FIQIH MUAMALAH TERHADAP JUAL BELI *ONLINE* DALAM LAYANAN SHOPEEFOOD PADA APLIKASI SHOPEE

Bintang Firmansyah¹, Syihabudin², Muhamad Fakhru³

^{1,2,3}Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

5554200035@untirta.ac.id, syihabudin@untirta.ac.id,

muhamadfakhru@untirta.ac.id

Abstract

This study aims to examine how *online* buying and selling in Shopeefood Services on the Shopee Application is viewed from the perspective of fiqh muamalah. The research method used in this research is a qualitative research method with a case study approach. The case study approach was chosen because this research aims to explore and analyze in depth how the principles of fiqh muamalah are applied in *online* buying and selling transactions on Shopeefood services in the Shopee application. Based on the results of this study, it can be concluded that the *online* buying and selling mechanism in the Shopeefood service contains several types of legal contracts according to Fiqh Muamalah, is carried out transparently, and does not contain elements that are prohibited. Therefore, this kind of transaction is allowed in Islam, as long as it still fulfills the principles of clarity, willingness, and justice.

Keywords: Fiqh Muamalah, *Online* Buying and Selling, Shopeefood

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana jual beli *online* dalam Layanan Shopeefood pada Aplikasi Shopee ditinjau dari perspektif fiqh muamalah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan studi kasus dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis secara mendalam bagaimana prinsip-prinsip fiqh muamalah diterapkan dalam transaksi jual beli *online* dalam layanan Shopeefood pada aplikasi Shopee. Berdasarkan Hasil Penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa mekanisme Jual Beli *online* dalam layanan Shopeefood mengandung beberapa jenis akad yang sah menurut Fiqh Muamalah, dilakukan

secara transparan, dan tidak mengandung unsur yang diharamkan. Oleh karena itu, transaksi semacam ini diperbolehkan dalam Islam, selama tetap memenuhi prinsip kejelasan, kerelaan, dan keadilan.

Kata Kunci: Fiqih Muamalah, Jual Beli *Online*, Shopeefood.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi dalam berbagai bidang, termasuk dalam sistem perdagangan dan konsumsi masyarakat. Fenomena jual beli *online* menjadi semakin dominan, khususnya melalui platform e-commerce yang menyediakan layanan pesan antar makanan seperti Shopeefood. Layanan ini memungkinkan konsumen untuk membeli makanan secara daring dan menerimanya langsung ke lokasi mereka tanpa harus melakukan kontak fisik dengan penjual. Meskipun sistem ini menawarkan efisiensi dan kemudahan, perlu dilakukan kajian dari perspektif fiqh muamalah untuk memastikan kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah Islam (Zurohman & Rahayu, 2019).

Dalam pandangan Islam, segala bentuk jual beli, baik secara langsung maupun melalui media *online*, harus memenuhi prinsip-prinsip fiqh muamalah. Fiqh muamalah mengatur segala bentuk interaksi ekonomi, termasuk jual beli, yang bertujuan untuk melindungi hak-hak kedua belah pihak serta menjaga keadilan dan kehalalan jual beli (Jazil, 2014). Oleh karena itu, setiap bentuk transaksi baru seperti jual beli secara *online* harus ditelaah untuk menilai apakah terdapat unsur-unsur yang bertentangan dengan hukum Islam, seperti *riba*, *gharar* (ketidakjelasan), *tadlis* (penipuan), atau *maisir* (judi).

Dalam praktiknya, transaksi Shopeefood melibatkan beberapa bentuk akad secara bersamaan. Akad dalam Islam harus memenuhi syarat-syarat dan rukun tertentu, seperti *Al-'Aqid* (pihak yang melakukan akad), *Ma'qud A'laih* (sesuatu yang diakadkan), *Sighat* (penyerahan dan penerimaan) (Abduroman *et al.*, 2020). Akad bai' (jual beli) terjadi antara konsumen dan merchant sebagai penjual makanan; akad wakalah (perwakilan) terjadi ketika Shopee bertindak mewakili konsumen dalam mengelola pesanan; dan akad ijarah (sewa jasa) terjadi antara konsumen dan mitra pengantar (driver) yang mengantarkan makanan dengan imbalan jasa. Kombinasi akad-akad ini dikenal dengan istilah hybrid contract dan menjadi isu penting dalam fiqh muamalah karena menimbulkan perbedaan pendapat di kalangan ulama mengenai keabsahannya (Umam *et al.*, 2015).

Dalam konteks ini, Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) telah memberikan panduan melalui Fatwa No. 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang akad dalam transaksi e-commerce. Fatwa ini mengatur bahwa akad yang dilakukan secara digital harus tetap memenuhi rukun dan syarat sahnya akad,

seperti kejelasan objek, harga, kesepakatan kedua belah pihak, dan tidak mengandung unsur *gharar* maupun *riba* (DSN-MUI, 2021). Dengan demikian, transaksi dalam layanan seperti Shopeefood dapat dinilai dari ketaatan terhadap prinsip-prinsip tersebut.

Meskipun sistem Shopeefood menyediakan informasi produk yang cukup jelas, seperti deskripsi, harga, dan waktu pengiriman, tetap terdapat kemungkinan terjadinya *gharar* dan *tadlis* apabila produk yang diterima tidak sesuai dengan yang ditampilkan, atau jika terjadi keterlambatan pengiriman yang mengurangi kualitas makanan. Oleh karena itu, kehadiran sistem pengaduan, kebijakan pengembalian dana, dan transparansi informasi menjadi hal yang krusial untuk menjaga transaksi agar tetap sesuai syariat.

Berdasarkan pra-survei yang dilakukan, ditemukan bahwa sebagian besar pengguna Muslim layanan Shopeefood belum memahami prinsip-prinsip fiqh muamalah yang seharusnya menjadi dasar dalam melakukan transaksi *online*. Meskipun layanan ini digunakan secara luas, masih terdapat keraguan mengenai kehalalan sistem yang diterapkan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bagaimana mekanisme jual beli dalam Shopeefood ditinjau dari perspektif fiqh muamalah, sehingga dapat memberikan panduan kepada umat Muslim dalam bertransaksi secara digital sesuai dengan syariah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam bidang ekonomi syariah, serta menjadi rujukan praktis bagi pengguna Muslim dan pelaku industri digital dalam menerapkan transaksi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

2. Kajian Pustaka

2.1 Fiqh Muamalah

Menurut Syamsul Anwar (2010) dalam (Syaikhu *et al.*, 2020) kata fiqh berasal dari kata arab al-fiqh berarti mengerti, tahu atau paham. Sedangkan Fiqh Muamalah secara terminologi menurut Narun Haroen dalam (Syaikhu *et al.*, 2020) didefinisikan sebagai hukum-hukum yang berkaitan dengan tindakan hukum manusia dalam persoalan-persoalan keduniaan. Misalnya dalam persoalan jual beli, hutang-piutang, kerjasama dagang, perserikatan, kerjasama dalam penggarapan tanah, sewa-menyewa dan lain-lain.

Menurut Ibnu Abidin dalam (Hani, 2021), ruang lingkup muamalah mencakup transaksi kebendaan (*al-mu'awadhat al-maliyyah*), pemberian kepercayaan (*amanat*), perkawinan, urusan persengketaan (*peradilan*), serta pembagian warisan. Muamalah hanya berlaku antar manusia, bukan antara manusia dengan makhluk lainnya. Oleh karena itu, fiqh muamalah memiliki peran penting dalam menjaga keadilan, transparansi, dan keberkahan dalam kegiatan ekonomi umat Islam.

Menurut (Rusdan, 2022), fiqh muamalah memiliki beberapa prinsip atau asas seperti prinsip *mubah*, prinsip *suka sama suka*, prinsip keadilan, prinsip saling menguntungkan, prinsip tolong menolong, dan prinsip tertulis. Fiqh muamalah menekankan pada prinsip dasar bahwa semua bentuk transaksi

pada dasarnya boleh (mudah), selama tidak ada dalil syar'iah yang melarangnya. Hal ini merujuk pada kaidah usul fiqh, "Al-Ashlu fil Mu'amalat Al-Ibahah", yaitu hukum asal dari segala bentuk muamalah adalah boleh sampai ada dalil yang mengharamkannya.

Dalam fikih muamalah, terdapat berbagai jenis akad yang mengatur transaksi atau kontrak sesuai dengan prinsip Islam. Setiap akad memiliki karakteristik, tujuan, dan ketentuan tersendiri. Beberapa jenis akad yang umum digunakan dalam jual beli modern adalah akad *bai'* (jual beli), *wakalah* (perwakilan), dan *ijarah* (sewa jasa)

2.2 Jual Beli

2.2.1 Pengertian Jual Beli

Jual beli (al-bai') secara bahasa berarti pertukaran atau saling tukar-menukar. Secara istilah, para ulama mendefinisikan jual beli sebagai pertukaran harta atas dasar kerelaan kedua belah pihak (Ainiyyah & Wildana, 2021). Menurut Imam Nawawi, jual beli adalah pertukaran harta untuk kepemilikan yang sah (Susiawati, 2017). Inti dari jual beli adalah pemindahan hak milik melalui kesepakatan yang sah menurut syariat.

2.2.2 Rukun dan Syarat Jual Beli

Tiga rukun utama dalam jual beli adalah: (1) pelaku akad (penjual dan pembeli) yang berakal dan baligh; (2) sighat akad berupa ijab dan qabul; serta (3) objek jual beli yang halal, bermanfaat, dapat diserahkan, dan diketahui secara jelas (Ahmad Sarwat, 2018). Ketiga rukun ini merupakan pondasi sahnya suatu transaksi dalam perspektif syariah.

2.2.3 Dasar Hukum Jual Beli

Hukum jual beli dijelaskan dalam Al-Qur'an (QS. Al-Baqarah: 275 dan QS. An-Nisa: 29) yang menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. As-Sunnah juga mendukung keabsahan jual beli selama dilakukan secara jujur dan suka sama suka. Selain itu, terdapat ijma' ulama yang menyatakan bahwa jual beli adalah aktivitas ekonomi yang dibolehkan dalam Islam (Shobirin, 2016).

2.2.4 Jenis-jenis Jual Beli

Jenis jual beli dalam fiqh meliputi: (1) *jual beli mutlak* (barang dibayar tunai); (2) *jual beli salam* (uang dibayar di awal, barang diserahkan kemudian); (3) *jual beli sharaf* (pertukaran uang dengan uang); dan (4) *jual beli muqayadhadh* (barter) (Ahmad Sarwat, 2018). Masing-masing memiliki ketentuan tersendiri agar tetap sah dan bebas dari unsur *gharar* maupun riba.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan studi kasus dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis secara mendalam bagaimana prinsip-prinsip fiqh muamalah diterapkan dalam transaksi

jual beli *online* dalam layanan Shopeefood pada aplikasi Shopee.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Mekanisme Pelaksanaan Jual Beli *Online* dalam Layanan Shopeefood

Layanan Shopeefood sebagai bagian dari platform e-commerce Shopee melibatkan tiga komponen utama dalam satu kesatuan transaksi, yakni pengguna (konsumen), penjual (merchant), dan mitra pengantar (driver). Proses transaksi dimulai ketika konsumen memilih makanan dari daftar merchant yang tersedia, kemudian melakukan pemesanan dan pembayaran melalui aplikasi Shopee. Merchant akan menerima notifikasi pesanan dan memprosesnya, lalu driver akan menerima notifikasi pengantaran dan mengirimkan pesanan ke alamat konsumen. Semua proses dilakukan secara digital tanpa kontak langsung antara pembeli dan penjual.

Dalam sistem ini, akad jual beli dilakukan secara elektronik, dengan klik tombol “pesan” sebagai bentuk ijab dari pembeli, dan konfirmasi merchant sebagai qabul. Proses ini menggambarkan terjadinya akad bai’ (jual beli) antara konsumen dan merchant. Selain itu, terdapat unsur wakalah (perwakilan) ketika konsumen mempercayakan Shopee dan mitranya untuk mengatur pengiriman barang. Di sisi lain, akad ijarah (sewa jasa) juga terjadi ketika pembeli membayar biaya pengiriman kepada driver melalui platform.

Shopeefood juga menyediakan sistem pelacakan pesanan secara real-time dan fitur “chat” untuk berkomunikasi dengan merchant atau driver. Dengan demikian, transparansi dan keterlibatan pihak-pihak dalam transaksi dijaga dengan baik. Prosedur ini menunjukkan bahwa mekanisme transaksi Shopeefood telah mengikuti standar pelayanan digital yang sesuai dengan kebutuhan syariah, karena terdapat kejelasan pihak yang bertransaksi, barang, harga, serta waktu pengantaran.

4.2 Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Mekanisme Shopeefood

Dalam fiqih muamalah, suatu transaksi jual beli dianggap sah apabila memenuhi unsur-unsur pokok yaitu: adanya pelaku akad, objek akad yang halal dan jelas, serta sighat (ijab qabul). Dalam transaksi Shopeefood, akad bai’ dilakukan oleh pembeli dan merchant melalui perantara sistem aplikasi. Shopee sebagai platform hanya memfasilitasi proses tersebut. Objek jual beli (makanan/minuman) juga disebutkan secara jelas dalam deskripsi produk, termasuk nama, foto, harga, dan estimasi waktu pengiriman.

Akad wakalah terjadi ketika pengguna menyerahkan proses pemesanan dan pengiriman kepada Shopee. Hal ini sah secara syariah karena perwakilan dilakukan secara sukarela dan jelas dalam tugas serta tanggung jawabnya. Begitu pula akad ijarah antara pembeli dan driver, yang sah karena jasa yang diberikan (pengiriman makanan) dilakukan dengan imbalan tertentu yang disepakati di awal dan dibayarkan melalui platform. Hal ini sejalan dengan Fatwa DSN-MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 mengenai transaksi e-commerce.

Dari hasil observasi dan wawancara, ditemukan bahwa para pihak

memahami peran dan hak masing-masing. Merchant memahami bahwa mereka adalah pihak penjual utama, sedangkan driver mengakui bahwa tugas mereka adalah mengantar barang, bukan menjual. Shopee bertindak sebagai pihak fasilitator yang mengatur dan menjamin keamanan transaksi. Dalam perspektif fiqh muamalah, pembagian peran yang jelas dan dilakukan dengan prinsip at-taradhi (saling ridha) ini mencerminkan bentuk muamalah yang sah dan sesuai syariat.

4.3 Potensi *Gharar* dan *Tadlis* dalam Praktik Shopeefood

Salah satu isu utama dalam transaksi *online* adalah kemungkinan munculnya *gharar* (ketidakjelasan) dan *tadlis* (penipuan atau manipulasi informasi). Namun, penelitian ini menemukan bahwa Shopeefood telah menyediakan informasi yang cukup rinci kepada konsumen mengenai menu, harga, foto makanan, waktu pengantaran, dan metode pembayaran sebelum transaksi dilakukan. Selain itu, terdapat sistem pengaduan dan pengembalian dana (refund) yang mengurangi potensi kerugian konsumen.

Wawancara dengan pengguna menyatakan bahwa informasi produk di Shopeefood “sudah sangat jelas”, dan jika terjadi kesalahan, terdapat perlindungan yang memadai dari pihak Shopee. Demikian pula, driver dan merchant menyatakan bahwa seluruh transaksi dan pembagian komisi dilakukan berdasarkan kesepakatan awal, transparan, dan adil.

Menurut Al-Ghazali dalam (Muhayatsyah, 2020), praktik *tadlis* melanggar prinsip kejujuran dan merupakan bentuk ketidakadilan dalam muamalah. Karena itu, setiap layanan transaksi digital yang meminimalkan unsur penipuan dan menyediakan jalur penyelesaian sengketa secara adil, dapat dikatakan memenuhi prinsip syariah.

4.4 Kesesuaian Shopeefood dengan Prinsip Fiqh Muamalah

Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan Shopeefood memenuhi prinsip-prinsip dasar fiqh muamalah. Prinsip at-taradhi (kerelaan) telah terpenuhi karena semua pihak (konsumen, merchant, dan driver) menjalankan transaksi secara sukarela tanpa paksaan. Objek akad yaitu makanan dan minuman juga halal dan diketahui secara jelas oleh konsumen sebelum transaksi dilakukan. Selain itu, harga yang tertera bersifat tetap dan tidak berubah saat transaksi berlangsung.

Shopeefood juga telah menjaga prinsip keadilan dan transparansi, di mana pembeli diberikan akses informasi yang cukup, merchant diberikan kebebasan menetapkan harga, dan driver menerima upah tetap dari sistem sesuai jarak pengiriman. Dengan terpenuhinya unsur kejelasan akad, harga, objek transaksi, dan keterlibatan yang sah dari semua pihak, maka Shopeefood dapat dikatakan telah sesuai dengan prinsip fiqh muamalah yang mendasari jual beli dalam Islam.

Meskipun demikian, perlu diingat bahwa sistem jual beli *online* tetap memiliki potensi risiko jika tidak diawasi secara ketat. Oleh karena itu, penting

bagi platform seperti Shopee untuk terus meningkatkan fitur transparansi, edukasi syariah kepada merchant dan mitra, serta penyempurnaan mekanisme pengaduan. Hal ini penting agar ke depan layanan ini tetap sejalan dengan kaidah hukum Islam dan dapat memberikan rasa aman bagi konsumen Muslim dalam melakukan transaksi digital.

5. Kesimpulan

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diambil kesimpulan sebagaimana berikut:

1. Mekanisme Jual Beli *Online* pada Layanan Shopeefood
Jual beli dalam layanan Shopeefood pada aplikasi Shopee berlangsung secara *online* melalui perantara *platform* digital. Prosesnya melibatkan tiga pihak: Konsumen, Pelaku Usaha, dan Driver. Mekanisme transaksi mencakup pemilihan produk, pembayaran elektronik, pengambilan makanan oleh driver, serta pengantaran ke konsumen. Shopee sebagai *platform* bertindak sebagai perantara sekaligus penyedia sistem pembayaran dan pengaturan logistik.

2. Tinjauan Fiqih Muamalah terhadap Transaksi Jual Beli *online* dalam Layanan Shopeefood

Dalam perspektif fiqih muamalah, transaksi Jual Beli *online* dalam layanan Shopeefood telah memenuhi syarat dan rukun jual beli yang sah menurut syariah. Unsur-unsur seperti kejelasan objek transaksi (makanan dan harga), kesepakatan para pihak, dan akad melalui sistem digital sudah terpenuhi. Akad yang terjadi bersifat jual beli (*bai'*) antara konsumen dan pelaku usaha, sewa jasa (*ijarah*) antara Shopee dan driver, serta perwakilan (*wakalah*) antara Konsumen dan Shopee.

Penelitian lapangan menunjukkan bahwa mayoritas pengguna, driver, dan pelaku usaha menganggap sistem Shopeefood telah adil, transparan, dan sesuai dengan prinsip kejujuran serta tanggung jawab sebagaimana diatur dalam fiqih muamalah. Shopee juga menyediakan perlindungan terhadap kemungkinan *gharar* (ketidakjelasan) dan *tadlis* melalui fitur komplain dan *refund*.

5.2 Saran

1. Kepada Pengguna Layanan Shopeefood

Disarankan untuk memahami hak dan kewajibannya sebagai konsumen dan memperhatikan detail barang serta harga sebelum

melakukan transaksi agar menghindari kerugian dan transaksi yang tidak sah secara syariat.

2. Kepada Pihak Shopee dan Pelaku Usaha

Perlu menjaga dan meningkatkan kejelasan informasi terkait harga, deskripsi produk, dan ketersediaan Layanan guna meminimalisir unsur *Gharar* dan *Tadlis*.

3. Kepada Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan acuan dan diperluas kajian mendalam pada aspek lain, seperti kehalalan produk makanan yang dijual atau penerapan aturan syariah secara menyeluruh dalam ekonomi digital.

6. Daftar Pustaka

- Abduroman, D., Putra, H. M., & Nurdin, I. (2020). Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Jual Beli Online. *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 1(2), 35. <https://doi.org/10.47453/ecopreneur.v1i2.131>
- Ahmad Sarwat, L. M. (2018). *Fiqih Jual-beli Fatih Fayyad & Fawwaz Faqih*. 1–46.
- Ainiyyah, F. adella, & Wildana. (2021). Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Islam (Studi Kasus MH Whitening Skin). *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(2), 1–12. <https://doi.org/10.55623/au.v2i2.35>
- DSN-MUI. (2021). Fatwa DSN MUI-146. *Dewan Syariah Nasional MUI, Keuangan Syariah*, 1–10. <https://dsnemui.or.id/kategori/fatwa/>
- Hani, U. (2021). Buku Ajar Fiqih Muamalah. *UNiversitas Islam Negeri Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary*, 158.
- Jazil, S. (2014). *Saiful Jazil_Fiqih Muamalah buku 1* (p. 196).
- Muhayatsyah, A. (2020). ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PERSPEKTIF PEMIKIRAN AL-GHAZALI. *Journal GEEJ*, 7(2), 84–104.
- Shobirin, S. (2016). Jual Beli Dalam Pandangan Islam. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(2), 239. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i2.1494>
- Susiawati, W. (2017). Jual Beli dan dalam Konteks Kekinian. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2), 171–184.
- Syaikh, Ariyadi, & Norwili. (2020). Fikih Muamalah: Memahami Konsep dan Dialektika Kontemporer. In *K-Media*.
- Umam, D. R., Rachmi Sulistryarini, S. H. M. ., & Siti Hamidah, S. H. M. . (2015). *ANALISIS YURIDIS AKAD IJARAH MUNTAHIYA BITTAMLIK (IMBT) DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN KITAB UNDANG-UNDANG HUKUM PERDATA*. 6.
- Zurohman, A., & Rahayu, E. (2019). Jual Beli on-Line Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *ILTIZAM Journal of Shariah Economic Research*, 3(1), 83. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v3i1.288>