ANALISIS PRINSIP SYARIAH TERHADAP PROBLEMATIKA TRANSAKSI PADA *MARKETPLACE* SHOPEE

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi salah stau syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi Manjemen Bisnis Syariah (MBS)
Universitas Islam Al Kifayah Riau



Disusun oleh :

NISFU RAHMAH
NIM : 1238.23.2087

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH (MBS)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM Al-KIFAYAH RIAU
TAHUN 1448 H / 2026 M

ANALISIS PRINSIP SYARIAH TERHADAP PROBLEMATIKA TRANSAKSI PADA *MARKETPLACE* SHOPEE

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi salah stau syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi Manjemen Bisnis Syariah (MBS)
Universitas Islam Al Kifayah Riau



Disusun oleh :

NISFU RAHMAH
NIM : 1238.23.2087

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH (MBS)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM Al-KIFAYAH RIAU
TAHUN 1448 H / 2026 M

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Nisfu Rahmah
Nomor Induk Mahasiswa	: 1238.23.2087
Tempat/Tanggal Lahir	: Kp. Cubadak 12 November 2003
Program	: Sarjana (S1)
Program Studi	: Manajemen Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya tulis berjudul: *Analisis Prinsip Syariah Terhadap Problematika Transaksi Pada Marketplace Shopee* sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Universitas Islam Al-Kifayah Riau ini seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri maupun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Pekanbaru, Juli 2026
Yang membuat pernyataan



Nisfu Rahmah
NIM : 1238.23.2087

Dr. Yundri Akhyar, M.A
DOSEN UNIVERSITAS ISLAM AL-KIFAYAH RIAU

NOTA DINAS PEMBIMBING I

Perihal : Skripsi Nisfu Rahmah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

di_

Pekanbaru

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan bimbingan perbaikan isi skripsi saudari:

Nama	:	Nisfu Rahmah
NIM	:	1238.23.2087
Tempat/Tanggal Lahir	:	Kp. Cubadak, 12 November 2003
Program	:	Sarjana (S1)
Program Studi	:	Manajemen Bisnis Syariah
Judul		Analisis Prinsip Syariah Terhadap Problematika Transaksi Pada Marketplace Shopee

Maka dengan ini dapat disetujui untuk diujikan pada Sidang Munaqasyah Universitas Islam Al-kifayah Riau

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Pekanbaru, Juli 2026
Pembimbing I

Dr. Yundri Akhyar, M.A
NIDN. 2113108701

Lita Arfah, S.P.,M.Si
DOSEN UNIVERSITAS ISLAM AL-KIFAYAH RIAU

NOTA DINAS PEMBIMBING II

Perihal : Skripsi Nisfu Rahmah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

di_

Pekanbaru

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan bimbingan perbaikan isi skripsi saudari:

Nama	:	Nisfu Rahmah
NIM	:	1238.23.2087
Tempat/Tanggal Lahir	:	Kp. Cubadak, 12 November 2003
Program	:	Sarjana (S1)
Program Studi	:	Manajemen Bisnis Syariah
Judul		Analisis Prinsip Syariah Terhadap Problematika Transaksi Pada Marketplace Shopee

Maka dengan ini dapat disetujui untuk diujikan pada Sidang Munaqasyah Universitas Islam Al-kifayah Riau

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Pekanbaru, Juli 2026
Pembimbing II

Lita Arfah, S.P.,M.Si
NIDN. 2113108701

PERSETUJUAN

Kami yang bertanda tangan dibawah ini selaku pembimbing I dan II Skripsi, dengan ini menyetujui bahwa skripsi yang berjudul**: Analisis Prinsip Syariah Terhadap Problematika Transaksi Pada Marketplace Shopee** yang ditulis oleh :

Nama	: **Nisfu Rahmah**
Nomor Induk Mahasiswa	: 1238.23.2087
Tempat/Tanggal Lahir	: Kp. Cubadak, 12 November 2003
Program	: Sarjana (S1)
Prog. Studi	: Manajemen Bisnis Syariah (MBS)

Untuk diajukan dalam ujian munaqosah Universitas Al-Kifayah Riau

Pekanbaru, Juli 2026

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Yusdri Akhyar, M.A	Lita Arfah, S. P., M.Si
NIDN. 2112088003	NIDN. 2125088503

Mengetahui :
Ketua Program Manajemen Bisnis Syariah

Dian Martha Darman, S.P., M.Si
NIDN. 2127039004

PENGESAHAN SKRIPSI
Nomor: 0223/SP/A/FEBI-MBS/VIII/2026

Skripsi atau Tugas Akhir dengan Judul : **Analisis Prinsip Syariah terhadap Problematika Transaksi pada Marketplace Shopee**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:
Nama : **NISFU RAHMAH**
NIM : 1238.23.2087
Telah dimunaqasahkan pada : Sabtu, 01 Agustus 2033

dan dinyatakan telah diterima dan disahkan oleh Universitas Islam Al-Kifayah Riau.

Tim Penguji Sidang Munaqasah,

Penguji I

(Assoc. Prof. Dr. Zalisman, S.Pd., M.Pd.I.)
NIDN. 2113108701

Penguji II

(Nur Sakinah, S.E., M.E.)
NIDN. 2115069701

Ketua Sidang,
Universitas Islam Al-Kifayah Riau

(Lita Arfah, S.P., M.Si.)
NIDN. 2125088503

Sekretaris,
Ketua Program Studi MBS

(Dian Martha Darman, S.P., M.Si.)
NIDN. 2127039004

Pekanbaru, 05 Agustus 2026

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Al-Kifayah Riau

(Armadani, S.E., M.A.)
NIDN. 6452776677130192

MOTTO

اِنَّ اللّٰهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتّٰى يُغَيِّرُوْا مَا بِاَنْفُسِهِمْۗ

"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri."

(QS. Ar-Ra'd [13]: 11)

"Ilmu itu lebih baik daripada harta. Ilmu menjaga engkau,
sedangkan harta engkaulah yang menjaganya."
(Ali bin Abi Thalib R.A.)

PERSEMBAHAN

~Yang Utama dari Segalanya ~

Sembah sujud syukur kepada Allah *Subhanahu wa Ta'ala*. Naungan rahmat dan Hidayah- Mu telah meliputiku, sehingga dengan bekal ilmu pengetahuan yang telah Engkau anugrahkan kepadaku dan atas izin-Mu akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam tak lupa semoga selalu terlimpah kepada utusan-Mu Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wasallam*.

~Ayah dan Ibu~

Taburan cinta dan kasih sayangmu telah memberikanku kekuatan. Terima kasih telah memberikan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesanku, karena tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusuk selain do'a yang terucap dari orang tua, ucapan terima kasih saja tak akan pernah cukup membalas kebaikan Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada hentinya ku persembabkan karya kecil ini kepada ibu dan ayah yang telah melimpahkan segenap kasih sayangnya

Segala dukungan, dan perhatian yang terus mengalir yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan ini. Semoga in menjadi langkah awal untuk membuat ibu dan ayah bahagia karena kusadar, selama ini ananda belum bisa berbuat yang lebih Untuk ibu dan ayah yang tak pernah berhenti mendoakannku, Kuucapkan

Terima kasih Ayah... terima kasih Ibu...

~Dosen Pembimbing~

Bapak Dr. Yundri Akhyar, M.A dan Ibu Lita Arfah, S.P, M.Si selaku pembimbing skripsi ananda mengucapkan banyak terima kasih atas sudinya meluangkan waktu untuk membaca dan mencoret-coret skripsi demi terwujudnya skripsi yang baik. Inilah skripsi yang sederhana ini sebagai perwujudan dari rasa terima kasih kepada Bapak dan ibu pembimbing.

~Seluruh Dosen dan Pegawai Universitas islam Al-Kifayah Riau~

Hanya skripsi yang sederhana ini yang dapat dipersembahkan sebagai wujud rasa terima kasih kepada bapak dan ibu dosen atas segala ilmu yang telah disalurkan dan kepada seluruh pegawai Universitas Islam Al-kifayah Riau dan prodi Manajemen Bisnis Syariah dan Keguruan yang telah banyak membantu demi kelancaran dan keberlangsungnya perkuliahan

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadirat Allah Swt yang telah memberikan nikmat kesehatan, kesempatan sehingga dengan nikmat tersebut penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam penulis hadiahkan kepada junjungan alam yakni Rasulullah Saw. Yang telah membawa umatnya kepada jalan yang benar.

Skripsi ini berjudul "Analisis Prinsip Syariah Terhadap Problematika Transaksi Pada *Marketplace* Shopee" yang diajukan sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Jurusan Manajemen Bisnis Syariah di Universitas Islam Al-Kifayah Riau.

Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak pihak yang telah turut membantu berupa sumbangan pikiran, ide, bimbingan serta motivasi yang sangat berarti kepada penulis yaitu kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Yundri Akhyar,M.A, Ketua Yayasan Kifayatul Akhyar yang telah memberikan motivasi untuk selalu kuliah dan memberikan arahan agar kuliah selesai.
2. Associate Prof. Dr. Zalisman, S.Pd, M.Pd.I Selaku Rektor Universitas Islam Al-Kifayah Riau, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menimba ilmu di kampus tercinta ini.
3. Bapak Syahri Ramadhan, S.Psi., M.S.I Selaku wakil rektor I, Ibu Lita Arfah, S.P.,M.Si selaku wakil rektor II, dan Bapak Sahrin, S.H.,M.H selaku wakil rektor III yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama dalam perkulihan.
4. Ibu Dian Martha Darman, S.P.,M.Si selaku ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah (MBS) di Universitas AL –Kifayah Riau.
5. Bapak Dr. Yundri Akhyar,M.A selaku dosen pembimbing I dan ibu Lita Arfah, S.P., M.Si selaku dosen pembimbing II, yang telah memberikan arahan selama proses pengerjaan.

6. Seluruh dosen, staf, dan karyawan di Universitas Islam Al-Kifayah Riau telah membekali berbagai ilmu kepada penulis, selama penulis menuntut ilmu di kampus ini.
7. Kepada seluruh teman-teman seperjuagan di Universitas Islam Al-Kifayah Riau yang turut memberikan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik semoga kalian bahagia dunia dan akhirat.
8. Terkhususnya kepada ayahanda dan ibunda yang telah memberikan segalanya baik do'a, semangat, cinta dan kasih saying serta inspirasi kuat untuk penulis menyelesaikan Proposal ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan kepada semua yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga kita semua dimasukkan kedalam surga-Nya kelak amin Akhirnya kehadirat Allah SWT penulis memohon ampunan dari segala kekhilafan, penulis menyadari sepenuhnya bahwa pada skripsi ini mash banyak terdapat kekurangan dan jauh dar kesempurnaan. Dengan harapan kepada segenap pembaca hendaknya dapat memberikan masukan demi kesempurnaan dalam penulisan skripsi ini, semoga Allah SWT merahmati kita semua amin.

Pekanbaru, 07 Juli 2026

Penulis



NISFU RAHMAH

NIM : 1238.23.2087

DAFTAR ISI

Halaman

SURAT PERNYATAAN ..... **i**
NOTA DINAS PEMBIMBING I ..... **ii**
NOTA DINAS PEMBIMBING II ..... **iii**
PERSETUJUAN ..... **iv**
MOTTO ..... **v**
PERSEMBAHAN ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **viii**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
TRANSLITERASI ..... **xiv**
ABSTRAK ..... **xvi**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Penegasan Istilah 11
C. Permasalahan 12
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian 14
1. Tujuan penelitian 14
2. Manfaat Penelitian 14
BAB II KAJIAN TEORI **16**
A. Landasan Teoritis 16
1. Teori Muamalah dalam Islam 16
2. Prinsip-Prinsip Syariah dalam Transaksi 18
3. Teori Akad dalam Fikih Muamalah 23
3. Marketplace dalam Perspektif Ekonomi Digital 28
4. *Marketplace Shopee* sebagai Objek Kajian 34
B. Penelitian Relevan 38

C. Konsep Operasional 42

BAB III METODE PENELITIAN 44

A. Jenis Penelitian 44

B. Waktu dan Lokasi Penelitian 44

C. Informan Penelitian 44

E. Teknik Analisis Data 48

F. Validitas dan Reliabilitas Data 49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 44

A. Gambaran Umum Objek Penelitian 44

1. Profil dan Kedudukan Shopee dalam Ekonomi Digital Indonesia 44
2. Struktur Biaya dan Kebijakan Transaksi bagi Penjual 46
4. Fitur Transaksi pada Aplikasi Shopee 49
5. Kebijakan Resmi Shopee 51
6. Karakteristik Informan Penelitian 56

B. Hasil Penelitian 58

1. Mekanisme Transaksi pada Marketplace Shopee dari Sisi Penjual 58
2. Mekanisme Transaksi pada Marketplace Shopee dari Sisi Pembeli 61
3. Problematika Transaksi pada Marketplace Shopee 63
4. Perbandingan Persepsi Penjual dan Pembeli terhadap Keadilan Transaksi 72

C. Pembahasan: Analisis Prinsip Syariah terhadap Problematika Transaksi Marketplace Shopee 73

1. Kedudukan Syar'i Marketplace Shopee sebagai Wasilah Muamalah... 74
2. Prinsip-Prinsip Syariah sebagai Kerangka Analisis 75
3. Prinsip Keadilan, Kejujuran/Transparansi, dan Amanah dalam Praktik Transaksi Shopee 77
4. Analisis Ketidaksesuaian Barang: antara Gharar dan Tadlis..... 79
5. Larangan Riba: Analisis terhadap Struktur Pembiayaan SPayLater 82

6. Kebijakan Baku Platform dan Prinsip Kerelaan (An-Taradhin) 84
7. Rekomendasi Normatif: Penguatan Tata Kelola Syariah pada Marketplace 86
D. Ringkasan Hasil Analisis 89

BAB V PENUTUP 97

A. Kesimpulan 97

B. Saran 99

DAFTAR PUSTAKA 101

LAMPIRAN 106

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel III.1 Informan Penelitian 47
Tabel IV.1 Profil Kelembagaan Marketplace Shopee 48
Tabel IV.2 Struktur Biaya Penjual Shopee (berlaku sejak Januari 2026) 49
Tabel IV.3 Struktur Biaya SPayLater 51
Tabel IV.4 Hasil Penelusuran Fitur Transaksi Aplikasi Shopee (1–10 Juli 2026) 52
Tabel IV.5 Karakteristik Informan Penelitian..... 58
Tabel IV.6 Rekapitulasi Tema Problematika Transaksi 65
Tabel IV.7 Persepsi Penjual dan Pembeli terhadap Keadilan Transaksi Shopee 74
Tabel IV.8 Pemetaan Prinsip Syariah Problematika Transaksi Shopee 78
Tabel IV.9 Ringkasan Problematika Transaksi Shopee dengan Prinsip Syariah 91

TRANSLITERASI

1. Konsonan Tunggal

ا = a	ر = r	ف = f
ب = b	ز = z	ق = q
ت = t	س = s	ك = k
ث = ts	ش = sy	ل = l
ج = j	ص = sh	م = m
ح = h	ض = dh	ن = n
خ = kh	ط = th	و = w
د = d	ظ = zh	ه = h
ذ = dz	ع = `	ء = ,
	غ= gh	ي = y

2. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap ditulis rangkap, misalnya ditulis *Zannu.* زَ ن

3. Vokal Pendek

Fathah (◌َ-) ditulis a, misalnya نَظَرَ = *nazhara*. *Kasrah* (◌ِ -) ditulis I, misalnya عِلْم ال = *al-`Ilm* dan *Dhammah* (◌ُ -) ditulis u, misalnya طرق = *Thuruq*

4. Vokal Panjang

a panjang tetap ditulis ă misalnya أَساليب = *asălib*, I panjang tetap ditulis i misalnya الطَّرِيق = *at-Thariq* dan u panjang tetap ditulis ŭ misalnya ال ضُول = *al-Ushŭl.*

5. *Ta' Marbutah* (ة)

Ta' Marbuthah yang dimatikan ditulis h, misalnya مدرسة ditulis madrasah.

Tetapi Ta' Marbuthah yang dihubungkan kepada kalimat sesudahnya ditulis t.

6. Kata Sandang Alif Lam

Alif Lam yang diikuti huruf qamariyah, ditulis al, misalnya السلامditulis al-Islam. Alif Lam yang diikuti huruf syamsiyah dituliskan huruf syamsiyahnya, misalnya السياسي ditulis As-Siyasi.

7. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan Ejaan Bahasa Indonesia (EBI)

8. Singkatan

Singkatan akan ditemukan dalam tesis ini walaupun jumlahnya sangat sedikit seperti dll = dan lain-lain, hlm. = halaman, tt. = tanpa tahun.

ABSTRAK

Nisfu Rahmah (2026) : Analisis Prinsip Syariah Terhadap Problematika Transaksi Pada Marketplace Shopee

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan mekanisme transaksi, mengidentifikasi problematika, serta menganalisis kesesuaian problematika transaksi pada marketplace Shopee dengan prinsip-prinsip syariah. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya pertumbuhan transaksi digital pada marketplace Shopee yang menjadikannya salah satu platform e-commerce dengan pengguna aktif terbesar di Asia Tenggara, sementara mekanisme transaksinya yang bertumpu pada sistem dan kebijakan platform berpotensi menimbulkan persoalan gharar, riba, ketidakadilan, serta ketidaktransparanan bila ditinjau dari prinsip-prinsip syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat normatif-empiris dan deskriptif analitis. Data diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur terhadap enam belas informan yang terdiri atas lima penjual, sepuluh pembeli aktif, dan satu ahli bisnis syariah, serta dilengkapi dengan observasi langsung terhadap fitur aplikasi, studi dokumentasi terhadap kebijakan resmi Shopee, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme transaksi pada marketplace Shopee berlangsung melalui tahapan yang relatif baku, mulai dari pengunggahan produk, interaksi tanya jawab, checkout dan pembayaran, pengiriman, hingga konfirmasi penerimaan yang menjadi syarat pencairan dana melalui sistem escrow. Penelitian ini juga mengidentifikasi tujuh tema problematika transaksi, yaitu ketidaksesuaian barang dengan deskripsi, keterlambatan pengiriman, kendala retur dan refund, ketidakjelasan promo dan ongkir, ulasan yang tidak objektif, biaya dan bunga SPayLater, serta kebijakan sepihak platform terhadap penjual. Hasil analisis terhadap prinsip-prinsip syariah menunjukkan bahwa mekanisme dasar transaksi Shopee pada prinsipnya tidak bertentangan dengan syariah selama dipahami sebagai wasilah muamalah yang mubah, namun beberapa problematika berpotensi mencederai prinsip syariah, yaitu indikasi gharar ringan pada ketidaksesuaian deskripsi barang, ketidakadilan pada penjatuhan penalti sepihak tanpa proses klarifikasi, defisit transparansi pada kebijakan promo dan biaya, risiko pembebanan sepihak dalam pengelolaan amanah dana escrow, potensi riba nasi'ah pada denda keterlambatan SPayLater, serta persoalan kerelaan yang berkelanjutan pada syarat layanan yang bersifat baku dan dapat diubah sepihak.

Kata Kunci: Prinsip Syariah, Problematika Transaksi, Marketplace, Shopee, Fikih Muamalah

ABSTRACT

Nisfu Rahmah (2026): Analysis of Sharia Principles Regarding Transactional Issues on the Shopee Marketplace

The purpose of this study is to characterize transaction mechanisms, pinpoint related problems, and examine how these Shopee marketplace transactional problems align with Sharia principles. Shopee is one of the e-commerce platforms with the largest active user base in Southeast Asia due to its rapid growth in digital transactions. However, when viewed through the lens of Sharia principles, its transaction mechanisms which rely on platform systems and policies pose potential risks regarding *gharar* (uncertainty), *riba* (usury), injustice, and a lack of transparency. The qualitative method used in this study is typified by normative-empirical and descriptive-analytical techniques. Semi-structured interviews with sixteen informants—five sellers, ten active buyers, and one Sharia business expert were used to collect data. Direct observation of application features, an examination of Shopee's official policies, and a review of relevant literature were also used. The results show that Shopee's transaction mechanisms follow comparatively standardized steps: product uploading, Q&A exchanges, checkout and payment, shipping, and, lastly, confirmation of receipt, which is necessary before funds are disbursed through the escrow system. Additionally, the study identifies seven themes related to transactional issues: non-objective reviews, SPayLater fees and interest, product-description discrepancies, shipping delays, return and refund obstacles, ambiguity regarding promotions and shipping costs, and unilateral platform policies affecting sellers. The basic mechanism of Shopee transactions does not, in theory, conflict with Sharia, according to an analysis of Sharia principles, as long as it is regarded as a legitimate *muamalah* (transactional instrument). However, a number of problems could jeopardize Sharia principles: indications of minor *gharar* (uncertainty) about differences in product descriptions; unfairness in the imposition of unilateral penalties without a clarification process; a lack of transparency in promotional and fee policies; risks related to unilateral charges in escrow fund management; the possibility of *riba nasi'ah* (usury due to delay) in SPayLater late payment fees; and concerns about continued mutual consent given the standardized terms of service that are subject to unilateral modification.

Keywords: Sharia Principles, Transactional Issues, Marketplace, Shopee, *Fikih Muamalah* (Islamic Transactional Jurisprudence)

ملخّص

نصــف الرحمة (2026): تحليل المبادئ الشــرعية لمشــكلة المعاملة فى منصــة شــوبي للتسوق الإلكتروني

يهدف هذا البحث إلى وصف آليات المعاملة، وتحديد المشكلة، وتحليل مدى توافق مشكلة المعاملات فى منصة شوبي بمبادئ الشريعة الإسلامية. إن خلفية هذا البحث لإزدهار النمو السريع للمعاملة الرقمية على منصة شوبي، حيث تصبح إحدى منصات التجارة الإلكترونية التي تضم أكبر عدد من المستخدمين الناشطين في جنوب شرق آسيا، وأن آلية المعاملات التي تستند إلى أنظمة وسياسة المنصة تنطوي على مشكلة تتعلق بالغرر والربا والظلم وانعدام الشفافية اعتبارا إلى مبادئ الشريعة الإسلامية. مدخل هذا البحث مدخل نوعي طابعي معياري تجريبي ووصفي تحليلي.وأسلوب جمع البيانات من خلال مقابلة بشبه المنظمة على ستة عشر مصدر الإعلام، منهم خمسة بائعين وعشرة مشترين ناشطين وخبير في الأعمال الإسلامية، واستُكملت هذه البيانات بالملاحظة مباشرة على ميزات التطبيق، ودراسة الوثائق المتعلقة بالسياسة الرسمية لشوبي، ودراسة مكتبية. فنتيجة البحث دلت على أن آلية المعاملة فى منصة شوبي تتم من خلال المراحل نسبياً موحدا، بداية من تحميل المنتج، والتفاعل عبر الأسئلة والأجوبة، وإتمام عملية الشراء والدفع، والشحن، وصولاً إلى تأكيد الاستلام الذي يُعد شرطاً لصرف الأموال عبر نظام الضمان. وهذا البحث حدد سبعة مواضيع تتعلق بمشكلة المعاملة، وهي: عدم مطابقة المنتج للوصف، وتأخر التسليم، وصعوبة الإرجاع واسترداد الأموال، وعدم وضوح العروض الترويجية ورسوم الشحن، والتقييمات غير الموضوعية، والرسوم وفوائد خدمة r، وبالاعتبار إلى السياسة الأحادية من المنصة على البائع. فدلت نتيجة تحليل مبادئ الشريعة الإسلامية على أن الآلية الأساسية لمعاملة شوبي لا تتعارض من حيث المبدأ مع الشريعة الإسلامية، مادام أن يُفهم على أنها وسيلة المعاملة المباحة. إلا أن بعض المشكلات قد انطوي على ما يخالف مبادئ الشريعة، مثل وجود الغرر البسيط الناجم عن عدم مطابقة وصف السلعة،عدم العدالة عن عقوبات من الجانب الواحد دون الإجراءة التوضيحية، ونقص الشفافية في سياسة العروض الترويجية والرسوم، ومخاطر فرض أعباء من الجانب الواحد في إدارة أموال الضمان المودعة في حساب الضمان، واحتمال وجود الربا الناصية فى غرامة التأخير على خدمة. بالاعتبار إلى مسألة الموافقة المستمرة على شروط الخدمة التي تتسم بطابعها القياسي وقابليتها للتعديل من الجانب الواحد.

الكلمات الرئيسية: مبادئ الشريعة، مشكلة المعاملة، منصات البيع، شوبي، فقه المعاملة الخامس عشر

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan *marketplace* digital telah membawa perubahan fundamental dalam sistem pengelolaan transaksi bisnis modern. *Marketplace* tidak lagi berfungsi sebatas sebagai media yang mempertemukan penjual dan pembeli, melainkan telah bertransformasi menjadi aktor utama yang mengelola keseluruhan proses transaksi, mulai dari pengaturan mekanisme pembayaran, penentuan kebijakan layanan, pengelolaan alur distribusi informasi, hingga penyelesaian sengketa transaksi. Dalam konteks ini, *marketplace* berperan sebagai pengendali sistem transaksi melalui pemanfaatan teknologi digital dan algoritma yang menentukan visibilitas produk, aliran transaksi, serta interaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Sejumlah kajian menunjukkan bahwa pengelolaan transaksi berbasis platform menempatkan efisiensi, kecepatan layanan, dan optimalisasi keuntungan sebagai orientasi utama pengembangan sistem transaksi digital.[1]

Namun demikian, dominasi platform dalam pengelolaan transaksi tersebut memunculkan berbagai problematika struktural dalam relasi bisnis digital. Kontrol *marketplace* terhadap sistem algoritma, standar operasional, dan kebijakan transaksi menciptakan ketimpangan relasi antara pengelola *platform*

[1] Rahayu, S., & Day, J., "Determinasi Adopsi E-Commerce oleh UMKM di Indonesia," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 19, No. 2, 2017

dan pelaku usaha, khususnya penjual kecil dan UMKM yang sangat bergantung pada sistem *marketplace*. Ketergantungan ini berdampak pada lemahnya posisi tawar penjual, kaburnya pembagian tanggung jawab dalam risiko transaksi, serta rendahnya transparansi informasi terkait biaya, algoritma, dan mekanisme penyelesaian sengketa. Selain itu, konsumen juga berpotensi dirugikan akibat minimnya kejelasan tanggung jawab *platform* ketika terjadi permasalahan transaksi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan transaksi marketplace digital belum sepenuhnya mencerminkan prinsip keadilan, akuntabilitas, dan etika bisnis yang berkelanjutan.[2]

Di sisi lain, prinsip syariah menawarkan kerangka pengelolaan transaksi yang menekankan keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan nilai-nilai etis, seperti keadilan (*'adl*), amanah, transparansi (*bayan*), serta kemaslahatan bagi seluruh pihak yang terlibat. Dalam perspektif manajemen bisnis syariah, pengelolaan transaksi tidak hanya dipahami sebagai proses teknis dan ekonomis, tetapi juga sebagai amanah yang menuntut tanggung jawab moral dan sosial. Namun, dalam praktik pengelolaan transaksi *marketplace* digital, prinsip-prinsip syariah tersebut belum terintegrasi secara sistematis ke dalam desain sistem transaksi, tata kelola *platform*, dan kebijakan manajerial. Prinsip syariah masih cenderung dipahami secara normatif dan terbatas pada aspek kepatuhan transaksi, tanpa menyentuh dimensi pengelolaan transaksi secara struktural dan strategis. Hal

[2] Nugroho, Y., Putri, D. A., & Laksmi, S., "Ekonomi Platform Digital dan Ketimpangan Relasi Bisnis di Indonesia," *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 24, No. 1, 2020

ini menunjukkan adanya kesenjangan antara praktik pengelolaan transaksi *marketplace* digital dan nilai-nilai manajemen bisnis syariah, yang menegaskan urgensi kajian akademik lebih lanjut.[3]

Berdasarkan fakta empiris dan konseptual mengenai praktik pengelolaan transaksi *marketplace* digital, muncul sejumlah isu mendasar yang bersifat struktural dan manajerial. Praktik pengelolaan transaksi *marketplace* digital dalam ekonomi digital kontemporer menunjukkan kecenderungan sentralisasi kendali pada pengelola *platform*, baik dalam pengaturan mekanisme transaksi, penetapan kebijakan layanan, maupun pengelolaan risiko. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan kritis mengenai bagaimana sebenarnya praktik pengelolaan transaksi *marketplace* digital dijalankan, serta sejauh mana praktik tersebut mencerminkan prinsip tata kelola bisnis yang adil dan bertanggung jawab. Sejumlah kajian menunjukkan bahwa pengelolaan transaksi digital lebih banyak dikembangkan berdasarkan pertimbangan efisiensi dan kepentingan platform dibandingkan kepentingan seluruh pemangku kepentingan.[4]

Isu berikutnya berkaitan dengan munculnya berbagai problematika dalam pengelolaan transaksi *marketplace* digital jika ditinjau dari prinsip syariah. Ketimpangan relasi bisnis, kaburnya tanggung jawab *platform* terhadap risiko transaksi, serta minimnya transparansi informasi menunjukkan adanya potensi

---

[3] Huda, N., & Nasution, M. E., "Pengembangan Manajemen Bisnis Syariah dalam Perspektif Maqashid Syariah," *Jurnal Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, Vol. 10, No. 1, 2018

[4] Nugroho, Y., & Putri, D. A., "Platform Digital dan Tantangan Tata Kelola Ekonomi di Indonesia," *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 23, No. 3, 2020

ketidaksesuaian antara praktik pengelolaan transaksi marketplace digital dan nilai-nilai keadilan serta amanah. Dalam perspektif manajemen bisnis syariah, transaksi tidak hanya dipahami sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai amanah yang menuntut kejelasan tanggung jawab dan perlindungan terhadap pihak yang lemah. Oleh karena itu, problematika pengelolaan transaksi marketplace digital tidak dapat dilepaskan dari pertanyaan mengenai aspek mana saja yang secara prinsipil bertentangan dengan nilai keadilan, amanah, dan transparansi.[5]

Lebih jauh, isu yang lebih mendasar terletak pada belum terintegrasinya prinsip syariah sebagai dasar utama dalam pengelolaan transaksi *marketplace* digital. Prinsip syariah dalam praktik bisnis digital sering kali diposisikan sebatas sebagai legitimasi normatif atau kepatuhan formal terhadap aspek transaksi, tanpa diinternalisasikan ke dalam sistem pengelolaan transaksi dan kebijakan manajerial *platform*. Hal ini menimbulkan pertanyaan kritis mengenai faktor-faktor yang menyebabkan prinsip syariah belum menjadi kerangka strategis dalam pengelolaan transaksi *marketplace* digital, baik dari sisi paradigma manajemen, orientasi bisnis, maupun desain tata kelola *platform*. Kesenjangan ini menunjukkan adanya problem konseptual yang perlu dikaji secara sistematis melalui pendekatan manajemen bisnis syariah.[6]

---

[5] Huda, N., & Heykal, M., "Prinsip Keadilan dan Amanah dalam Manajemen Bisnis Syariah," *Jurnal Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, Vol. 9, No. 2, 2017

[6] Ascarya, "Integrasi Nilai Syariah dalam Sistem Ekonomi dan Bisnis Modern," *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 6, No. 1, 2016

Teori pengelolaan transaksi dan tata kelola bisnis digital (*platform governance*) yang memandang *marketplace* sebagai entitas bisnis aktif yang memiliki kewenangan besar dalam mengatur mekanisme transaksi, relasi antar pelaku, serta distribusi manfaat ekonomi. Dalam perspektif manajemen bisnis digital, *marketplace* tidak sekadar berfungsi sebagai perantara, tetapi bertindak sebagai pengelola sistem transaksi (*transaction orchestrator*) yang menetapkan standar operasional, mengendalikan alur pembayaran, menentukan kebijakan layanan, serta mengelola risiko dan penyelesaian sengketa. Sejumlah kajian menunjukkan bahwa dominasi *platform* dalam tata kelola transaksi sering melahirkan relasi bisnis yang asimetris, terutama antara pengelola platform dan pelaku usaha kecil, akibat orientasi pengelolaan yang menekankan efisiensi dan pertumbuhan bisnis dibandingkan keadilan relasi usaha.[7]

Prinsip-prinsip syariah sebagai landasan normatif dalam menilai praktik pengelolaan transaksi *marketplace* digital antara lain adalah prinsip keadilan *('adl*) menuntut adanya keseimbangan hak dan kewajiban para pihak serta menolak segala bentuk eksploitasi dan ketimpangan relasi bisnis. Prinsip amanah dan tanggung jawab (*mas'uliyyah*) mengharuskan pengelola *marketplace* bertanggung jawab atas sistem transaksi yang dikelolanya, termasuk dalam menjamin keamanan pembayaran, kejelasan informasi, dan kepastian mekanisme penyelesaian sengketa. Prinsip transparansi (*bayan*) menekankan keterbukaan informasi terkait

[7] Budi Raharjo dan Dwi Puspita Sari, "Tata Kelola Platform Digital dalam Ekonomi Digital di Indonesia," *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 17, No. 2 (2020), hlm. 145–147

syarat dan ketentuan transaksi, biaya layanan, serta kebijakan *platform* yang berdampak langsung pada penjual dan konsumen. Sementara itu, prinsip kemaslahatan (*maslahah*) menempatkan kebermanfaatan sosial dan keberlanjutan sebagai tujuan utama aktivitas bisnis, bukan sekadar optimalisasi keuntungan jangka pendek.[8] Prinsip-prinsip ini digunakan sebagai parameter normatif untuk menilai sejauh mana pengelolaan transaksi *marketplace* digital sejalan dengan nilai etika bisnis Islam.

Lebih lanjut, manajemen bisnis syariah menempatkan efisiensi, inovasi, dan daya saing sebagai instrumen, bukan tujuan utama, dengan tetap menjadikan keadilan, tanggung jawab sosial, dan kemaslahatan sebagai orientasi strategis. Namun, penerapan manajemen bisnis syariah dalam konteks bisnis digital, khususnya *marketplace*, masih bersifat normatif dan belum terimplementasi secara sistematis dalam tata kelola transaksi dan kebijakan *platform*.[9] Oleh karena itu, kerangka teoretis dan normatif ini digunakan sebagai dasar analisis untuk mengidentifikasi kesenjangan antara praktik pengelolaan transaksi *marketplace* digital dan prinsip-prinsip syariah, sekaligus sebagai pijakan konseptual dalam merumuskan arah pengelolaan transaksi yang lebih adil, transparan, dan berorientasi pada kemaslahatan.

---

[8] Ika Yunia Fauzia, "Etika Bisnis Islam dalam Praktik Ekonomi Digital," *Jurnal Studi Islam dan Ekonomi*, Vol. 8, No. 1 (2020), hlm. 56–58.

[9] Mochamad Anwar dan Rina Rachmawati, "Manajemen Bisnis Syariah di Era Digital: Tantangan dan Peluang," *Jurnal Manajemen Syariah*, Vol. 5, No. 2 (2021), hlm. 77–79

Praktik pengelolaan transaksi *marketplace* sering menimbulkan persoalan seperti ketimpangan relasi bisnis akibat dominasi platform, ketidakjelasan tanggung jawab pengelola sistem transaksi, serta rendahnya transparansi informasi terkait biaya layanan, kebijakan penalti, dan penyelesaian sengketa.[10] Dari perspektif syariah, kondisi tersebut berpotensi bertentangan dengan prinsip keadilan (*'adl*), amanah, dan transparansi (*bayan*), karena menempatkan salah satu pihak khususnya pelaku usaha kecil dalam posisi yang lemah secara struktural. Analisis ini tidak bertujuan untuk menilai keabsahan akad secara normatif, melainkan untuk mengkaji problematika manajerial dan etis dalam tata kelola transaksi *marketplace* digital.

Kajian manajemen bisnis syariah, aktivitas pengelolaan bisnis tidak hanya diukur dari aspek efisiensi dan *profitabilitas*, tetapi juga dari kesesuaian nilai, tanggung jawab sosial, dan orientasi kemaslahatan. Namun, prinsip-prinsip syariah masih diposisikan sebagai nilai normatif yang terpisah dari strategi dan sistem pengelolaan transaksi *marketplace* digital.[11] Akibatnya, pengelolaan transaksi lebih didominasi oleh rasionalitas ekonomi dan logika *kapitalisme platform*, tanpa kerangka etis yang terintegrasi secara sistematis dalam desain manajemen dan kebijakan operasional.

---

[10] Rina Safitri dan Agus Salim, "Problematika Tata Kelola Transaksi Marketplace terhadap Pelaku UMKM," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 35, No. 3 (2020), hlm. 289–291

[11] Ika Yunia Fauzia, "Manajemen Bisnis Syariah dalam Konteks Ekonomi Digital," *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 10, No. 1 (2020), hlm. 63–65

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa praktik transaksi pada *marketplace* telah dianalisis dalam perspektif ekonomi dan hukum Islam, meskipun fokus kajiannya masih terbatas pada aspek tertentu. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Komara dan Daimah misalnya, menelaah mekanisme transaksi jual beli pada *marketplace* Shopee dalam perspektif ekonomi syariah. Penelitian tersebut menemukan bahwa sistem pembayaran di awal yang diikuti dengan pengiriman barang kemudian dapat dianalisis melalui konsep akad *salam*, selama memenuhi syarat kejelasan harga, spesifikasi barang, serta waktu penyerahan. Dengan demikian, transaksi pada *marketplace* secara prinsip dapat dipahami dalam kerangka akad yang dikenal dalam fikih muamalah, meskipun praktiknya masih memerlukan pengawasan agar tidak menimbulkan unsur ketidakjelasan (*gharar*).[12]

Penelitian lain yang dilakukan oleh Aziziyah Amalia Adnan dan rekan-rekannya mengkaji kesesuaian akad jual beli pada aplikasi *Shopee* dengan ketentuan hukum ekonomi syariah dan fatwa Dewan Syariah Nasional. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa transaksi pada *marketplace* pada dasarnya dapat dianggap sah apabila memenuhi rukun dan syarat jual beli, yaitu adanya pihak yang berakad, objek transaksi yang jelas, serta kesepakatan yang dinyatakan melalui mekanisme transaksi digital. Namun demikian, penelitian ini juga menyoroti bahwa beberapa praktik dalam transaksi online, seperti ketidaksesuaian

[12] Siti Komara dan Daimah, "Analisis Transaksi Jual Beli pada Marketplace Shopee dalam Perspektif Ekonomi Syariah," *Syntax Idea* 2, no. 5. 2020.

deskripsi barang dengan produk yang diterima, berpotensi menimbulkan unsur *gharar* yang dapat mempengaruhi keabsahan akad dalam perspektif syariah.[13]

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Munawarsyah menyoroti problematika fitur pembayaran digital pada *marketplace*, khususnya layanan Shopee *PayLater* dalam perspektif hukum ekonomi syariah. Penelitian ini menemukan bahwa meskipun fitur tersebut memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan transaksi, mekanisme tambahan biaya dan denda keterlambatan pembayaran berpotensi mengandung unsur *riba*. Temuan ini menunjukkan bahwa perkembangan sistem transaksi digital pada *marketplace* tidak hanya menimbulkan persoalan teknis dalam jual beli, tetapi juga menghadirkan tantangan baru terkait penerapan prinsip-prinsip syariah dalam sistem pembayaran dan pembiayaan digital.[14]

Penelitian ini diarahkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis secara kritis problematika pengelolaan transaksi *marketplace* digital dalam perspektif prinsip-prinsip syariah. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka, penelitian ini tidak hanya memetakan bentuk-bentuk problematika yang muncul dalam praktik pengelolaan transaksi seperti ketimpangan relasi bisnis, lemahnya tanggung jawab pengelola *platform*, dan kurangnya transparansi kebijakan transaksi tetapi juga menempatkan problematika tersebut dalam

---

[13] Aziziyah Amalia Adnan, dkk., "Analisis Akad Jual Beli Online pada Aplikasi Shopee Perspektif Fatwa DSN-MUI," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* .2023.

[14] Munawarsyah, "Analisis Hukum Ekonomi Syariah terhadap Transaksi Shopee PayLater," *Gosejes: Journal of Sharia Economic Studies* 3, no. 2. 2021.

kerangka manajemen dan tata kelola bisnis digital. Analisis ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa persoalan pengelolaan transaksi *marketplace* digital bukan semata persoalan teknis atau hukum, melainkan persoalan strategis dan etis yang berdampak langsung pada keadilan dan keberlanjutan ekosistem bisnis digital.[15]

Lebih lanjut, penelitian ini bertujuan merumuskan kerangka konseptual pengelolaan transaksi *marketplace* digital yang selaras dengan nilai keadilan (‘*adl*), amanah dan tanggung jawab (*mas’uliyyah*), transparansi (*bayan*), serta kemaslahatan (*maslahah*). Kerangka konseptual ini diposisikan sebagai model normatif-manajerial yang mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah ke dalam strategi dan tata kelola transaksi *marketplace* digital, tanpa mengabaikan kebutuhan efisiensi, inovasi, dan daya saing bisnis. Dengan demikian, prinsip syariah tidak ditempatkan sebagai batasan normatif semata, melainkan sebagai fondasi etis dan strategis dalam pengelolaan transaksi yang adil dan berkelanjutan. Pendekatan ini diharapkan mampu menjembatani kesenjangan antara praktik pengelolaan transaksi *marketplace* digital yang berorientasi profit dengan tuntutan nilai etika dan keadilan sosial dalam manajemen bisnis syariah.[16]

Secara teoritis penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan keilmuan Manajemen Bisnis Syariah, khususnya dalam konteks ekonomi digital dan bisnis berbasis *platform*. Hasil penelitian ini diharapkan

---

[15] Andi Kurniawan, “Etika dan Tanggung Jawab Platform Digital,” *Jurnal Sosioteknologi*, Vol. 19, No. 2 (2020), hlm. 215–217

[16] Mustafa Edwin Nasution, “Keadilan dan Kemaslahatan dalam Bisnis Syariah,” *Jurnal Manajemen Syariah*, Vol. 6, No. 2 (2021), hlm. 93–95

memperkaya khazanah kajian manajemen bisnis syariah dengan menawarkan perspektif baru mengenai integrasi nilai-nilai syariah dalam tata kelola transaksi digital. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga konstruktif dalam mendorong pengembangan model manajemen bisnis syariah yang relevan, adaptif, dan responsif terhadap dinamika ekonomi digital kontemporer. Maka penulis melakukanpenelitian dengan jdul skripsi "Analisis Prinsip Syariah Terhadap Problematika Transaksi Pada *Marketplace* Shopee".

B. Penegasan Istilah

Penegasan istilah bertujuan untuk membatasi makna istilah kunci dalam judul agar tidak idak terjadi multitafsir. Adapun istilah yang perlu ditegaskan adalah sebagai berikut:

1. Prinsip Syariah

   Prinsip syariah dalam penelitian ini merujuk pada nilai-nilai dasar muamalah dalam Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis, seperti keadilan (al-'adl), kejujuran (shidq), amanah, transparansi, serta terhindar dari unsur riba, gharar, dan maisir.

2. Marketplace

   Marketplace adalah platform digital yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam sistem perdagangan elektronik.

3. Shopee adalah platform marketplace berbasis aplikasi dan web yang menjadi objek penelitian dalam studi ini.

4. Problematika Transaksi

Problematika transaksi dapat dipahami sebagai berbagai persoalan praktik jual beli digital yang berpotensi tidak sepenuhnya selaras dengan prinsip-prinsip syariah dalam fikih muamalah. Marketplace pada dasarnya hanya berfungsi sebagai platform perantara antara penjual dan pembeli, tetapi sistem yang dibangun di dalamnya sering melibatkan mekanisme transaksi yang kompleks, seperti sistem pembayaran digital, promosi harga, fitur pembiayaan, serta kebijakan platform yang tidak selalu sepenuhnya transparan bagi para pengguna. Kondisi ini menimbulkan sejumlah persoalan yang perlu dianalisis secara kritis dalam kerangka prinsip syariah.

C. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan perkembangan transaksi digital pada *marketplace*, khususnya pada *platform* Shopee, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

a. Transaksi jual beli pada *marketplace* Shopee memiliki mekanisme yang berbeda dengan transaksi konvensional, karena dilakukan melalui sistem digital yang melibatkan perantara platform, pembayaran elektronik, serta pengiriman barang melalui jasa logistik.
b. Dalam praktik transaksi di *marketplace* sering ditemukan ketidaksesuaian antara deskripsi produk dengan barang yang diterima oleh pembeli, yang berpotensi menimbulkan unsur ketidakjelasan (*gharar*) dalam transaksi.

c. Adanya mekanisme pembayaran tertentu dalam *marketplace*, seperti pembayaran tertunda atau fitur *paylater*, yang berpotensi menimbulkan persoalan dalam perspektif prinsip-prinsip syariah yaitu prinsip keadilan, kejujuran dan transparansi, serta amanah dalam transaksi, khususnya terkait unsur *riba*.
d. Dalam beberapa kasus terjadi permasalahan dalam proses transaksi, seperti keterlambatan pengiriman, pembatalan sepihak oleh penjual, atau barang yang tidak sesuai dengan kesepakatan awal.
e. Mekanisme transaksi dalam *marketplace* pada umumnya lebih didasarkan pada sistem dan kebijakan *platform*, sehingga penerapan prinsip-prinsip syariah seperti kejelasan akad, kejujuran, dan keadilan belum selalu menjadi pertimbangan utama dalam praktik transaksi digital.

2. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah dan tidak terlalu luas, maka penelitian ini dibatasi pada beberapa hal berikut:

a. Penelitian ini hanya membahas mekanisme transaksi jual beli yang terjadi pada *marketplace* Shopee.
b. Penelitian ini memfokuskan kajian pada problematika yang muncul dalam pelaksanaan transaksi antara penjual dan pembeli pada *marketplace* Shopee.
c. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini dibatasi pada tinjauan prinsip-prinsip syariah dalam fikih muamalah, seperti prinsip kejelasan akad, keadilan, kejujuran, serta terhindar dari unsur *riba*, *gharar*, dan penipuan.

3. Rumusan Masalah

   a. Bagaimana mekanisme transaksi yang terjadi pada *marketplace* Shopee?

   b. Apa saja problematika yang muncul dalam pelaksanaan transaksi pada *marketplace* Shopee?

   c. Bagaimana analisis prinsip-prinsip syariah terhadap problematika transaksi yang terjadi pada *marketplace* Shopee?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

a. Mengetahui mekanisme transaksi yang diterapkan pada *marketplace* Shopee.

b. Mengidentifikasi problematika yang terjadi dalam transaksi pada *marketplace* Shopee.

c. Menganalisis problematika transaksi pada *marketplace* Shopee berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan kajian keilmuan di bidang ekonomi dan manajemen bisnis syariah, khususnya dalam konteks transformasi digital. Dengan mengkaji problematika pengelolaan transaksi *marketplace* digital dari perspektif prinsip syariah, penelitian ini memperluas pemahaman konseptual mengenai penerapan nilai-nilai syariah seperti keadilan, kejujuran, transparansi, dan amanah dalam sistem transaksi digital yang kompleks dan dinamis. Selain

itu, perumusan kerangka konseptual pengelolaan transaksi *marketplace* digital berbasis prinsip syariah diharapkan dapat menjadi landasan teoretis bagi penelitian-penelitian selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan pengembangan model bisnis digital syariah dan inovasi keuangan syariah di era ekonomi digital.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pedoman normatif dan konseptual bagi pengelola *marketplace* digital dalam merancang dan mengelola sistem transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah. Bagi konsumen muslim, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai praktik transaksi *marketplace* digital yang sesuai dengan prinsip syariah, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan rasa aman dalam bertransaksi secara daring.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teoritis

1. Teori Muamalah dalam Islam

a. Pengertian dan Ruang Lingkup Muamalah

Muamalah secara etimologis berasal dari kata *'amala* yang berarti hubungan dan interaksi antarmanusia dalam kehidupan sosial-ekonomi. Secara terminologis, muamalah merujuk pada semua aturan dan aktivitas dalam kehidupan ekonomi dan sosial yang diatur oleh hukum Islam untuk mencapai kemaslahatan bersama, termasuk jual beli (*bai'*), sewa-menyewa (*ijarah*), kerja sama usaha (*syirkah*), dan bentuk interaksi lain antar pihak yang menghasilkan *huquq* dan kewajiban syariah.[17] Dalam konteks hukum Islam, muamalah bukan hanya tindakan transaksional, tetapi representasi nilai moral dan etik yang harus ditaati setiap Muslim dalam praktik interaksi sosialnya untuk menjaga keseimbangan antara hak individu dan kemaslahatan masyarakat.[18]

Ruang lingkup muamalah sangat luas mencakup entitas yang melakukan kegiatan ekonomi, lembaga yang mengatur perjanjian, hingga

[17] Harahap dan Dinda, "Aspek Muamalah dalam Islam," *At-Tazakki: Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan Islam dan Humaniora*, Vol. 5, No. 1, 2025

[18] Rahma Febriana, dkk., "Islam dan Muamalah: Kajian Konseptual dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah," *Didaktik: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, Vol. 11, No. 2, 2025

sistem yang memfasilitasi interaksi tersebut. Persyaratan muamalah yang sah, menurut para ulama, harus memenuhi kaidah fiqih yang jelas di mana tidak boleh adanya unsur riba (*usury*), gharar (*ketidakjelasan*), atau maisir (*spekulasi*).[19] Nilai-nilai dasar ini menjadikan muamalah tidak hanya sebagai aktivitas ekonomis tetapi juga sebagai implementasi syariat yang menjaga keadilan, kejelasan akad, serta kesejahteraan umat.[20] Oleh karena itu, setiap bentuk transaksi dan hubungan sosial dalam ekonomi Islam harus diletakkan dalam kerangka etis dan hukum yang menolak praktik yang dapat menimbulkan kerugian atau melanggar aturan syariah.

b. Prinsip Dasar Muamalah (al-Ashl fi al-Mu‘amalah al-Ibahah)

Salah satu prinsip dasar dalam muamalah adalah *al-ashl fi al-mu‘amalah al-ibahah*, yaitu bahwa segala bentuk muamalah pada dasarnya boleh (*ibahah*) selama tidak ada dalil yang secara tegas mengharamkannya.[21] Prinsip ini menjadi dasar fleksibilitas muamalah dalam menanggapi dinamika kehidupan sosial dan perubahan zaman, termasuk fenomena baru dalam ekonomi modern seperti perdagangan digital dan *marketplace*. Ketentuan ini penting karena menyadari muamalah sebagai aktivitas umat Islam yang berlangsung secara dinamis dalam ruang waktu dan konteks sosial yang berbeda.

---

[19] Ahmad Mubarroq dan Nur Latifah, “Analisis Konsep Muamalah dalam Perspektif Hukum Islam,” *Tadayun: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No. 1, 2023

[20] *Ibid.*

[21] Nurcholish Madjid, “Prinsip-Prinsip (Asas-Asas) Muamalah dalam Hukum Islam,” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 2, No. 1, 2018

Prinsip *ibahah* ini sekaligus mencerminkan bahwa hukum asal segala interaksi ekonomi adalah mubah, sehingga setiap praktik hukum menjadi sah apabila tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang melarang riba, gharar, dan maisir.[22] Penyerahan hukum kepada prinsip ini juga menekankan bahwa fiqh muamalah bukanlah serangkaian larangan normatif yang statis, tetapi sebuah koridor prinsipil yang memberikan ruang bagi inovasi selama garis batas syariah dipatuhi.

Dalam konteks ekonomi kontemporer, prinsip ini menjadi sangat relevan karena muamalah harus mampu mengikuti perkembangan teknologi dan sistem pasar modern tanpa mengabaikan prinsip syariah dasar, sebagaimana ditunjukkan dalam kajian muamalah masa kini yang menghubungkan nilai syariah dengan praktik ekonomi digital.[23]

2. Prinsip-Prinsip Syariah dalam Transaksi

a. Prinsip Keadilan (al-'Adl)

Prinsip keadilan (*al-'adl*) merupakan fondasi utama dalam sistem transaksi Islam. Al-Qur'an secara tegas memerintahkan penegakan keadilan dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk aktivitas ekonomi. Dalam konteks muamalah, keadilan berarti menempatkan hak dan kewajiban para pihak secara proporsional serta menghindari eksploitasi dan ketimpangan posisi

[22] Nurul Huda dan Ujang Saripudin, "Implementasi Teori Maqashid Syariah dalam Transaksi Ekonomi Modern," *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, Vol. 5, No. 2, 2022

[23] Siti Mupida dan Dini Mahmadatun, "Maqashid Syariah dalam Fragmentasi Fiqh Muamalah Kontemporer," *Al-Mawarid: Jurnal Syariah dan Hukum*, Vol. 3, No. 2, 2021

tawar. Wahbah al-Zuhaili menjelaskan bahwa keadilan dalam transaksi tercermin pada keseimbangan hak dan kewajiban antara penjual dan pembeli serta terhindarnya praktik yang merugikan salah satu pihak secara sepihak.[24] Prinsip ini menegaskan bahwa akad tidak boleh menjadi instrumen dominasi, melainkan sarana distribusi manfaat secara seimbang. Seperti yang dijelaskan dalam Qs. Al- Baqarah [2]: 188

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: *Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui*.(Qs. Al- Baqarah [2]: 188)

Keadilan juga diwujudkan melalui ketentuan larangan riba dan praktik penipuan yang menimbulkan ketidakadilan ekonomi. Ibn Qudamah menegaskan bahwa setiap bentuk transaksi yang mengandung unsur ketidaksetaraan yang merugikan salah satu pihak termasuk dalam kategori yang dilarang syariah.[25] Perspektif ini menunjukkan bahwa keadilan tidak hanya bersifat moral, tetapi juga normatif dan memiliki konsekuensi hukum. Dengan demikian, prinsip keadilan menjadi parameter dalam menilai sah atau tidaknya suatu transaksi.

[24] Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid IV (Damaskus: Dar al-Fikr, 1989), hlm. 286

[25] Ibn Qudamah, *al-Mughni*, Jilid IV (Beirut: Dar al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 1994), hlm. 174

Prinsip keadilan dalam transaksi modern, termasuk *e-commerce*, harus diwujudkan melalui transparansi sistem, kejelasan akad, dan perlindungan konsumen.[26] Dalam transaksi digital, ketimpangan informasi antara platform dan pengguna berpotensi menimbulkan ketidakadilan jika tidak diatur secara jelas. Oleh karena itu, prinsip *al-'adl* berfungsi sebagai standar evaluatif dalam menilai praktik ekonomi digital agar tetap selaras dengan nilai syariah.

b. Prinsip Kejujuran (*Sidq*) dan Transparansi

Kejujuran (*sidq*) merupakan nilai moral sekaligus prinsip hukum dalam transaksi Islam. Rasulullah SAW menegaskan bahwa pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi dan orang-orang saleh. Prinsip ini mengandung makna bahwa transaksi bukan sekadar pertukaran materi, tetapi aktivitas moral yang menuntut integritas. Menurut al-Zuhaili, kejujuran dalam transaksi diwujudkan melalui penyampaian informasi yang benar mengenai kualitas, kuantitas, dan kondisi barang.[27] Kegagalan menyampaikan informasi yang relevan termasuk dalam kategori *tadlis* (penipuan), yang dilarang dalam syariah. Seperti yang dijelasakan dalam Qs. Al- Mutaffifin [83]: 1–3

[26] M. Nur Rianto Al Arif, "Prinsip Keadilan dalam Ekonomi Islam," *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, Vol. 6, No. 2, 2018, hlm. 115–130

[27] Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid IV (Damaskus: Dar al-Fikr, 1989), hlm. 307

وَيۡلٞ لِّلۡمُطَفِّفِينَ ١ ٱلَّذِينَ إِذَا ٱكۡتَالُواْ عَلَى ٱلنَّاسِ يَسۡتَوۡفُونَ ٢ وَإِذَا كَالُوهُمۡ أَو
وَّزَنُوهُمۡ يُخۡسِرُونَ ٣

Artinya: *Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi*.(Qs. Al- Mutaffifin [83]: 1–3).

Transparansi merupakan manifestasi praktis dari kejujuran dalam konteks modern. Dalam transaksi kontemporer, terutama berbasis digital, transparansi mencakup keterbukaan harga, biaya tambahan, mekanisme pembayaran, serta syarat dan ketentuan yang tidak disembunyikan.[28] Tanpa transparansi, potensi *gharar* (ketidakjelasan) meningkat, yang pada akhirnya dapat membatalkan keabsahan akad. Oleh karena itu, prinsip kejujuran dan transparansi menjadi syarat moral sekaligus hukum agar transaksi terhindar dari unsur manipulatif.

Kurangnya transparansi dalam sistem *marketplace* dapat menimbulkan sengketa antara konsumen dan penjual.[29] Hal ini menegaskan pentingnya integrasi nilai kejujuran dalam sistem digital melalui regulasi yang jelas dan mekanisme pengawasan. Dengan demikian, *sidq* bukan hanya etika individual, tetapi fondasi sistem transaksi yang adil dan terpercaya.

[28] Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm. 45

[29] Nurul Huda dan Ujang Saripudin, "Transparansi dalam Transaksi Digital Perspektif Ekonomi Syariah," *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, Vol. 5, No. 2, 2022, hlm. 89–102

c. Prinsip Amanah

Amanah merupakan prinsip fundamental dalam transaksi Islam yang berkaitan dengan tanggung jawab dan komitmen moral dalam menjalankan akad. Konsep amanah dalam muamalah berarti bahwa setiap pihak wajib menjaga kepercayaan yang diberikan kepadanya, baik dalam bentuk barang, informasi, maupun kewajiban pembayaran. Al-Syatibi dalam *al-Muwafaqat* menjelaskan bahwa amanah berhubungan erat dengan tujuan syariah dalam menjaga harta (*hifz al-mal*), karena pelanggaran amanah berpotensi merusak stabilitas sosial dan ekonomi.[30]

Dalam praktik transaksi, amanah diwujudkan melalui pemenuhan janji akad, penyerahan barang sesuai kesepakatan, dan tidak menyalahgunakan posisi dalam kontrak. Pelanggaran amanah dalam akad dapat menjadi sebab gugurnya kepercayaan dan bahkan pembatalan transaksi. Prinsip ini menjadi sangat penting dalam transaksi tidak langsung, seperti *e-commerce*, di mana hubungan para pihak dibangun di atas sistem digital dan kepercayaan terhadap platform.

Prinsip amanah menjadi dasar legitimasi transaksi online, karena transaksi digital sangat bergantung pada kepercayaan terhadap sistem dan mekanisme perlindungan konsumen.[31] Tanpa amanah, transaksi akan

---

[30] Abu Ishaq al-Syatibi, *al-Muwafaqat fi Usul al-Syari'ah*, Jilid II (Beirut: Dar al-Ma'rifah, 1997), hlm. 8–10

[31] Siti Mupida dan Dini Mahmadatun, "Etika Amanah dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Syariah," *Al-Mawarid: Jurnal Syariah dan Hukum*, Vol. 3, No. 2, 2021, hlm. 155–170

kehilangan legitimasi moralnya dan berpotensi merusak kepercayaan publik terhadap sistem ekonomi syariah. Oleh karena itu, amanah bukan sekadar nilai etik, tetapi instrumen menjaga keberlanjutan sistem ekonomi yang adil dan berkeadaban.

3. Teori Akad dalam Fikih Muamalah

a. Pengertian Akad

Akad (*al-'aqd*) secara etimologis berarti ikatan atau perjanjian. Secara terminologis dalam fikih muamalah, akad adalah pertemuan antara ijab dan kabul yang menimbulkan akibat hukum terhadap objek yang diperjanjikan. Wahbah al-Zuhaili menjelaskan bahwa akad merupakan hubungan hukum antara dua pihak atau lebih yang dibangun atas dasar kerelaan (*ridha*) dan kesepakatan yang sah menurut syariah.[32] Dengan demikian, akad bukan sekadar kesepakatan moral, tetapi memiliki konsekuensi hukum yang mengikat para pihak.

Ibn Qudamah menegaskan bahwa akad menjadi dasar sahnya perpindahan kepemilikan dalam transaksi jual beli.[33] Tanpa akad yang sah, perpindahan hak atas harta tidak memiliki legitimasi syariah. Oleh karena itu, keberadaan akad menjadi instrumen utama dalam memastikan bahwa transaksi dilakukan secara *adil*, transparan, dan sesuai prinsip Islam.

---

[32] Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid IV (Damaskus: Dar al-Fikr, 1989), hlm. 291

[33] Ibn Qudamah, *al-Mughni*, Jilid IV (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1994), hlm. 3

Akad merupakan elemen sentral dalam sistem ekonomi syariah, baik dalam transaksi konvensional maupun digital.[34] Akad menjadi parameter utama dalam menilai legalitas suatu praktik ekonomi modern, termasuk *marketplace* dan kontrak elektronik, karena di dalamnya terkandung unsur kesepakatan, kejelasan objek, serta tanggung jawab hukum.

b. Rukun dan Syarat Sah Akad

Rukun akad secara umum terdiri dari: para pihak (*'aqidain*), objek akad (*ma'qud 'alaih*), dan sighat (ijab dan kabul). Wahbah al-Zuhaili menyebutkan bahwa sebagian ulama Hanafiyah hanya menempatkan sighat sebagai rukun, sementara unsur lainnya dipandang sebagai syarat.[35] Perbedaan ini menunjukkan adanya dinamika metodologis dalam fikih, namun substansinya tetap menekankan pentingnya kesepakatan yang sah dan jelas.

Adapun syarat sah akad meliputi kecakapan hukum para pihak, kejelasan objek transaksi, serta tidak adanya unsur yang dilarang seperti riba dan gharar.[36] Jika salah satu syarat ini tidak terpenuhi, maka akad dapat dianggap *fasid* (rusak) atau bahkan *batil* (tidak sah). Prinsip ini menunjukkan bahwa Islam tidak hanya menekankan adanya kesepakatan, tetapi juga kualitas dan substansi kesepakatan tersebut.

---

[34] M. Nur Rianto Al Arif, "Akad dalam Transaksi Ekonomi Syariah," *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, Vol. 7, No. 1, 2019, hlm. 45–60

[35] Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid IV (Damaskus: Dar al-Fikr, 1989), hlm. 294

[36] Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm. 35–38

Penerapan rukun dan syarat akad tetap relevan dalam transaksi digital.[37] Meskipun bentuk *ijab* dan *kabul* dapat berubah menjadi klik persetujuan (*click agreement*), substansi kesepakatan tetap harus memenuhi prinsip kerelaan dan kejelasan. Dengan demikian, syariah bersifat adaptif namun tetap menjaga prinsip fundamentalnya.

c. Jenis-Jenis Akad dalam Jual Beli

Akad jual beli (*bai'*) memiliki berbagai bentuk sesuai dengan objek dan mekanismenya. Dalam literatur fikih klasik, dikenal beberapa jenis akad seperti *bai' al-musawamah* (jual beli biasa tanpa menyebut harga pokok), *bai' al-murabahah* (jual beli dengan margin keuntungan yang disepakati), serta *bai' al-salam* (pembayaran di muka dengan penyerahan barang kemudian).[38] Variasi ini menunjukkan fleksibilitas syariah dalam mengakomodasi kebutuhan ekonomi masyarakat.

Ibn Rushd dalam *Bidayat al-Mujtahid* menjelaskan bahwa perbedaan jenis akad muncul dari kebutuhan sosial dan praktik ekonomi masyarakat yang berkembang.[39] Hal ini menegaskan bahwa hukum Islam tidak kaku, melainkan memberikan ruang ijtihad dalam pengembangan bentuk akad selama tidak melanggar prinsip dasar syariah.

---

[37] Nurul Huda, "Implementasi Rukun dan Syarat Akad pada Transaksi Digital," *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, Vol. 6, No. 1, 2023, hlm. 77–90

[38] Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid IV (Damaskus: Dar al-Fikr, 1989), hlm. 465–480

[39] Ibn Rushd, *Bidayat al-Mujtahid wa Nihayat al-Muqtasid*, Jilid II (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1995), hlm. 161

Dalam konteks kontemporer, pengembangan akad juga terlihat dalam produk ekonomi syariah modern, termasuk pembiayaan berbasis margin, sistem pre-order, dan kontrak digital.[40] Klasifikasi akad tetap relevan untuk menganalisis praktik *marketplace*, terutama dalam menilai apakah suatu fitur menyerupai murabahah, salam, atau bahkan mengandung unsur riba terselubung.

d. Akad dalam Transaksi Digital (*E-Contract*)

Perkembangan teknologi informasi melahirkan bentuk akad baru yang dikenal sebagai kontrak elektronik (*e-contract*). Secara substansial, akad digital tetap memenuhi prinsip ijab dan kabul, meskipun medianya berbeda. Wahbah al-Zuhaili menegaskan bahwa perubahan bentuk media tidak mengubah hakikat akad selama unsur kesepakatan dan kejelasan terpenuhi.[41] Dengan demikian, akad melalui sistem elektronik dapat dianggap sah jika memenuhi rukun dan syarat yang telah ditentukan dalam fikih.

Dalam konteks hukum positif Indonesia, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) mengakui keabsahan kontrak elektronik sebagai alat bukti hukum. Hal ini sejalan dengan pandangan ulama

[40] Siti Mupida dan Dini Mahmadatun, "Transformasi Akad dalam Ekonomi Digital," *Al-Mawarid: Jurnal Syariah dan Hukum*, Vol. 4, No. 1, 2022, hlm. 120–134

[41] Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid IV (Damaskus: Dar al-Fikr, 1989), hlm. 302

kontemporer bahwa sighat tidak harus diucapkan secara verbal, tetapi dapat melalui tulisan atau isyarat yang dipahami kedua belah pihak.[42]

Penelitian jurnal syariah Indonesia menunjukkan bahwa tantangan akad digital terletak pada aspek transparansi dan perlindungan konsumen.[43] Tanpa kejelasan syarat dan ketentuan, akad elektronik berpotensi mengandung gharar. Oleh karena itu, validitas akad digital harus diukur tidak hanya dari bentuknya, tetapi juga dari substansi keadilan dan keterbukaannya.

e. Validitas Akad Elektronik dalam Perspektif Syariah

Validitas akad elektronik dalam perspektif syariah bergantung pada terpenuhinya prinsip kerelaan, kejelasan objek, dan tidak adanya unsur yang dilarang. Al-Syatibi menekankan bahwa tujuan hukum Islam adalah menjaga kemaslahatan dan mencegah kerusakan.[44] Oleh karena itu, selama akad elektronik memenuhi maqasid syariah, maka ia dapat diterima sebagai bentuk inovasi muamalah yang sah.

Wahbah al-Zuhaili juga menegaskan bahwa media akad bukanlah faktor penentu utama, melainkan substansi kesepakatan dan kesesuaian dengan prinsip syariah.[45] Dengan demikian, klik persetujuan dalam

---

[42] Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm. 52

[43] Nurul Huda dan Ujang Saripudin, "Akad Elektronik dalam Perspektif Syariah," *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, Vol. 5, No. 2, 2022, hlm. 101–115

[44] Abu Ishaq al-Syatibi, *al-Muwafaqat fi Usul al-Syari'ah*, Jilid II (Beirut: Dar al-Ma'rifah, 1997), hlm. 8

[45] Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid IV (Damaskus: Dar al-Fikr, 1989), hlm. 305

marketplace dapat dianggap sebagai *sighat* yang sah apabila dilakukan secara sadar dan tanpa paksaan.

Akad elektronik sah secara syariah apabila memenuhi prinsip transparansi, keadilan, dan perlindungan terhadap pihak yang lemah.[46] Dalam konteks *marketplace*, validitas akad harus dievaluasi berdasarkan sistem pembayaran, mekanisme *refund*, serta ketentuan layanan yang disepakati pengguna. Dengan pendekatan ini, fikih muamalah mampu beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital tanpa kehilangan prinsip dasarnya.

3. Marketplace dalam Perspektif Ekonomi Digital

a. Pengertian *Marketplace*

Marketplace merupakan *platform* digital yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam satu sistem elektronik yang terintegrasi. Berbeda dengan toko daring (*online shop*) yang menjual produk milik satu entitas, *marketplace* berfungsi sebagai perantara yang menyediakan ruang virtual bagi berbagai penjual untuk menawarkan produknya kepada konsumen.[47] Dalam perspektif ekonomi digital, *marketplace* termasuk dalam kategori *platform-based business model* yang mengandalkan jaringan dan teknologi informasi sebagai infrastruktur utama transaksi.

---

[46] M. Nur Rianto Al Arif, "Legalitas Kontrak Elektronik dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah," *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, Vol. 8, No. 2, 2020, hlm. 150–165

[47] Rhenald Kasali, *Disruption* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017), hlm. 145

Secara konseptual, *marketplace* merupakan bagian dari perkembangan *electronic commerce (e-commerce)* yang memanfaatkan internet sebagai media distribusi dan pertukaran barang maupun jasa. Laudon dan Traver menjelaskan bahwa *e-commerce* adalah penggunaan jaringan digital untuk melakukan transaksi komersial antara organisasi dan individu.[48] *Marketplace* merupakan bentuk paling kompleks dari *e-commerce* karena melibatkan banyak pelaku, sistem pembayaran terintegrasi, serta mekanisme pengawasan internal.

Dalam perspektif ekonomi syariah, *marketplace* dipandang sebagai sarana muamalah kontemporer yang hukumnya mengikuti kaidah dasar *al-ashl fi al-mu'amalah al-ibahah*.[49] Artinya, keberadaan *marketplace* pada dasarnya diperbolehkan selama tidak mengandung unsur yang dilarang seperti riba, *gharar*, dan penipuan. Oleh karena itu, *marketplace* bukan hanya fenomena teknologi, tetapi juga objek kajian fikih muamalah modern.

b. Karakteristik Marketplace

Marketplace memiliki karakteristik utama berupa sistem multi-vendor, interaksi berbasis digital, serta penggunaan algoritma untuk mengatur distribusi informasi produk.[50] Sistem ini memungkinkan banyak

[48] Kenneth C. Laudon dan Carol Guercio Traver, *E-Commerce: Business, Technology, Society* (New York: Pearson, 2020), hlm. 12

[49] Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid IV (Damaskus: Dar al-Fikr, 1989), hlm. 286

[50] Don Tapscott, *The Digital Economy* (New York: McGraw-Hill, 2014), hlm. 54

penjual beroperasi dalam satu platform yang sama, sementara pengelola platform bertindak sebagai fasilitator sekaligus pengawas transaksi. Karakteristik ini menciptakan ekosistem ekonomi digital yang bersifat terbuka dan kompetitif.

Karakteristik lain *marketplace* adalah adanya sistem *rating* dan ulasan konsumen yang memengaruhi reputasi penjual. Mekanisme ini menjadi instrumen kontrol sosial dalam transaksi digital.[51] Dalam perspektif syariah, sistem reputasi dapat mendukung prinsip amanah dan transparansi, namun juga berpotensi menimbulkan ketidakadilan apabila manipulatif atau tidak objektif.

Selain itu, *marketplace* bergantung pada sistem data dan *algoritma* yang menentukan visibilitas produk.[52] Hal ini menimbulkan implikasi etis, karena pengaturan algoritma dapat memengaruhi persaingan usaha. Dalam ekonomi Islam, persaingan harus berjalan secara adil dan tidak merugikan pihak tertentu secara sistemik. Oleh karena itu, karakteristik *marketplace* perlu dianalisis tidak hanya dari sisi teknologinya, tetapi juga dari sisi etika bisnis syariah.

c. Mekanisme Transaksi pada Marketplace

Mekanisme transaksi pada *marketplace* umumnya melibatkan beberapa tahap: pencarian produk, pemesanan, pembayaran melalui sistem

[51] Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2017), hlm. 89

[52] Nicholas Srnicek, *Platform Capitalism* (Cambridge: Polity Press, 2017), hlm. 43

platform, konfirmasi, dan pengiriman barang. *Platform* biasanya bertindak sebagai pihak ketiga yang menahan dana sementara (*escrow system*) hingga barang diterima pembeli.[53] Sistem ini bertujuan mengurangi risiko penipuan dan meningkatkan kepercayaan.

Dalam perspektif fikih muamalah, mekanisme ini menyerupai konsep *wakalah* atau perwakilan, di mana platform bertindak sebagai perantara antara penjual dan pembeli.[54] Namun, keabsahan mekanisme tersebut tetap bergantung pada kejelasan akad, biaya layanan, dan tanggung jawab masing-masing pihak. Jika platform mengambil keuntungan tanpa transparansi, maka dapat muncul potensi gharar atau ketidakadilan.

Mekanisme *marketplace* dapat diterima dalam hukum Islam apabila memenuhi prinsip kejelasan informasi, perlindungan konsumen, dan tidak mengandung unsur riba pada sistem pembayarannya.[55] Dengan demikian, analisis terhadap *marketplace* harus melihat detail operasionalnya, bukan hanya bentuk luarnya.

d. Sistem Pembayaran Digital

Sistem pembayaran digital dalam marketplace meliputi transfer bank, dompet elektronik (*e-wallet*), kartu kredit, hingga fitur *paylater*. Bank

---

[53] Kenneth C. Laudon dan Carol Guercio Traver, *E-Commerce: Business, Technology, Society* (New York: Pearson, 2020), hlm. 321

[54] Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid V (Damaskus: Dar al-Fikr, 1989), hlm. 402

[55] Nurul Huda dan Ujang Saripudin, "Marketplace dalam Perspektif Ekonomi Syariah," *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, Vol. 6, No. 1, 2023, hlm. 65–80

Indonesia mendefinisikan sistem pembayaran digital sebagai mekanisme pemindahan dana melalui media elektronik yang terintegrasi dalam sistem keuangan nasional.[56] Sistem ini mempercepat transaksi dan meningkatkan efisiensi ekonomi.

Dalam perspektif ekonomi Islam, sistem pembayaran pada dasarnya diperbolehkan selama tidak mengandung unsur riba dan gharar.[57] Penggunaan dompet digital dapat dianalogikan sebagai akad *wadi'ah* atau *wakalah*, tergantung pada struktur pengelolaannya. Namun, fitur kredit digital seperti *paylater* memerlukan analisis lebih mendalam karena berpotensi mengandung tambahan bunga atau denda keterlambatan.

Legalitas sistem pembayaran digital harus dinilai berdasarkan struktur akad dan mekanisme penentuan biaya.[58] Jika terdapat tambahan yang bersifat kompensasi atas penangguhan pembayaran, maka perlu dianalisis apakah termasuk riba atau biaya jasa yang sah. Oleh karena itu, sistem pembayaran digital menjadi titik krusial dalam evaluasi syariah terhadap marketplace.

e. Model Bisnis Platform Digital

Model bisnis platform digital bertumpu pada penciptaan nilai melalui interaksi dua atau lebih kelompok pengguna dalam satu ekosistem. Parker,

---

[56] Bank Indonesia, *Sistem Pembayaran di Indonesia* (Jakarta: Bank Indonesia, 2022), hlm. 10

[57] Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm. 52

[58] M. Nur Rianto Al Arif, "Analisis Sistem Pembayaran Digital dalam Perspektif Syariah," *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, Vol. 9, No. 1, 2021, hlm. 98–112

Van Alstyne, dan Choudary menjelaskan bahwa *platform* menghasilkan keuntungan melalui komisi transaksi, biaya layanan, dan monetisasi data.[59] *Marketplace* termasuk dalam kategori *transaction platform* yang memperoleh pendapatan dari setiap aktivitas jual beli yang terjadi di dalamnya.

Dalam perspektif ekonomi Islam, model bisnis ini harus memenuhi prinsip keadilan dan transparansi. Keuntungan yang diperoleh *platform* harus jelas dasar akadnya dan tidak merugikan salah satu pihak.[60] Jika komisi atau biaya layanan tidak dijelaskan secara terbuka, maka berpotensi menimbulkan unsur gharar. Oleh karena itu, kejelasan struktur pendapatan menjadi syarat penting dalam analisis syariah.

Model bisnis digital harus dikaji dari sisi etika dan regulasi agar tidak menciptakan monopoli atau ketimpangan pasar.[61] Dalam konteks syariah, pengelolaan platform digital harus memastikan distribusi manfaat yang adil serta perlindungan terhadap konsumen dan pelaku usaha kecil. Dengan demikian, model bisnis *marketplace* bukan hanya fenomena ekonomi, tetapi juga isu normatif dalam hukum Islam kontemporer.

---

[59] Geoffrey G. Parker, Marshall W. Van Alstyne, dan Sangeet Paul Choudary, *Platform Revolution* (New York: W.W. Norton & Company, 2016), hlm. 29

[60] Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid IV (Damaskus: Dar al-Fikr, 1989), hlm. 307

[61] Siti Mupida dan Dini Mahmadatun, "Model Bisnis Digital dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah," *Al-Mawarid: Jurnal Syariah dan Hukum*, Vol. 4, No. 2, 2022, hlm. 210–225

4. *Marketplace Shopee* sebagai Objek Kajian

a. Profil Singkat Shopee

Shopee merupakan *platform marketplace* berbasis aplikasi dan web yang berada di bawah naungan *Sea Group* (sebelumnya Garena) yang berkantor pusat di Singapura. Shopee resmi beroperasi di Indonesia sejak tahun 2015 dan berkembang pesat sebagai salah satu *marketplace* dengan jumlah pengguna terbesar di Asia Tenggara. Model bisnisnya mengusung konsep *consumer-to-consumer* dan *business-to-consumer*, di mana penjual individu maupun perusahaan dapat memasarkan produknya melalui sistem *platform* digital.

Dalam konteks ekonomi digital, Shopee tidak hanya berfungsi sebagai perantara (*intermediary platform*), tetapi juga sebagai pengelola sistem pembayaran, logistik, promosi, serta sistem perlindungan konsumen. Peran ganda ini menjadikan Shopee bukan sekadar "tempat bertemu penjual dan pembeli", tetapi sebagai ekosistem digital yang mengendalikan hampir seluruh tahapan transaksi. Dari perspektif fikih muamalah, posisi ini relevan untuk dianalisis karena menyangkut status akad, tanggung jawab (*dhaman*), dan potensi dominasi kontraktual.

Sebagai objek kajian dalam penelitian ini, Shopee dipilih karena memiliki fitur transaksi yang kompleks, termasuk sistem pembayaran digital, promosi intensif, dan fasilitas pembiayaan. Kompleksitas ini memungkinkan

analisis prinsip syariah dilakukan secara komprehensif terhadap berbagai aspek pengelolaan transaksi.

b. Fitur-Fitur Utama Transaksi

Shopee menyediakan berbagai fitur yang membentuk mekanisme transaksi digital. Pertama, fitur pencarian dan katalog produk yang memungkinkan konsumen mengakses informasi harga, spesifikasi, dan ulasan pengguna. Fitur ini secara normatif mendukung prinsip transparansi, tetapi secara empiris tetap membuka kemungkinan terjadinya ketidakjelasan informasi apabila deskripsi produk tidak akurat.

Kedua, sistem "keranjang belanja" dan *checkout* yang berfungsi sebagai media *ijab-qabul* dalam bentuk elektronik (*e-contract*). Ketika pembeli menekan tombol "Buat Pesanan" dan melakukan pembayaran, secara hukum digital telah terjadi kesepakatan (*akad*). Dalam perspektif fikih, mekanisme ini dapat dianalogikan sebagai *akad* melalui tulisan (*kitabah*) atau isyarat yang sah selama memenuhi unsur kerelaan dan kejelasan objek.

Ketiga, fitur rating dan review yang menjadi instrumen kontrol sosial dalam *marketplace*. Sistem ini berfungsi mengurangi *gharar* dan *tadlis* karena reputasi penjual dapat diakses secara publik. Namun demikian, manipulasi ulasan (*fake review*) tetap menjadi problematika yang perlu dianalisis dari sudut pandang prinsip kejujuran (*sidq*).

c. Sistem Pembayaran dan Pembiayaan (ShopeePay & SPayLater)

Shopee menyediakan sistem pembayaran digital melalui Shopee*Pay*, yaitu dompet elektronik yang memungkinkan transaksi tanpa uang tunai. Dalam perspektif fikih muamalah, penggunaan uang elektronik pada dasarnya diperbolehkan selama tidak mengandung unsur *riba*, *gharar*, maupun penipuan. Shopee*Pay* berfungsi sebagai alat tukar (*medium of exchange*) digital yang menggantikan uang tunai dalam sistem transaksi.

Selain itu, Shopee juga menyediakan fasilitas *SPayLater* sebagai layanan pembiayaan dengan skema bayar kemudian. Fasilitas ini memungkinkan pembeli mencicil pembayaran dalam jangka waktu tertentu. Secara fikih, sistem ini dapat dianalogikan dengan *bai' bi al-taqsith* (jual beli cicilan). Namun yang menjadi titik kritis adalah adanya biaya tambahan, bunga, atau denda keterlambatan yang dapat berpotensi mengandung unsur riba apabila tidak dikelola sesuai prinsip syariah.

Analisis syariah terhadap *SPayLater* perlu meninjau struktur akad yang digunakan: apakah berbasis jual beli, *qardh* (pinjaman), atau kombinasi akad (*hybrid contract*). Apabila tambahan pembayaran bersifat kompensasi jasa yang transparan dan disepakati sejak awal, sebagian ulama kontemporer membolehkan dalam batas tertentu. Namun apabila tambahan muncul karena penundaan pembayaran, maka masuk dalam kategori riba *nasi'ah* yang dilarang.

d. Kebijakan dan Syarat Ketentuan Platform

Shopee menerapkan sistem syarat dan ketentuan (*terms and conditions*) yang wajib disetujui pengguna sebelum melakukan transaksi. Secara hukum kontrak digital, persetujuan ini termasuk dalam kategori perjanjian baku (*standard contract*), di mana pengguna tidak memiliki ruang negosiasi. Dalam perspektif fikih muamalah, prinsip kerelaan (*an-taradin minkum*) menjadi parameter utama keabsahan akad.

Masalah muncul ketika klausul dalam syarat dan ketentuan lebih menguntungkan *platform* dibanding konsumen atau penjual. Ketidakseimbangan posisi ini berpotensi bertentangan dengan prinsip keadilan (*al-'adl*). Dalam hukum Islam, akad yang mengandung unsur eksploitasi atau ketimpangan dapat dikategorikan sebagai akad yang cacat (*fasid*) apabila merugikan salah satu pihak.

Selain itu, kebijakan pengembalian dana, pembekuan akun, dan penalti administratif harus dianalisis dari aspek tanggung jawab (*dhaman*) dan perlindungan harta (*hifz al-mal*). Dalam perspektif *maqasid al-syari'ah*, regulasi *platform* seharusnya memastikan perlindungan hak seluruh pihak secara proporsional, bukan hanya menjaga kepentingan korporasi.

B. Penelitian Relevan

Pertama, Penelitian yang dilakukan Sari, R, dengan judul *Marketplace* sebagai Model Bisnis Digital dalam Perkembangan *E-Commerce* di Indonesia, yang dipublikasi pada *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, tahun 2019. Penelitian ini membahas marketplace digital sebagai bentuk inovasi model bisnis berbasis *platform* yang mempertemukan penjual dan pembeli melalui sistem elektronik. Fokus utama penelitian terletak pada efisiensi transaksi, kemudahan akses pasar, dan peningkatan volume perdagangan melalui teknologi digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan analisis literatur dan data sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *marketplace* berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital, namun pengelolaan transaksi masih lebih menekankan aspek teknis dan keuntungan bisnis. Aspek etika dan kepatuhan terhadap nilai tertentu, termasuk prinsip syariah, belum menjadi perhatian utama. Dengan demikian, penelitian ini relevan sebagai dasar konseptual tentang marketplace, tetapi belum menyentuh problematika transaksi dari perspektif syariah.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Pratama, A. & Nugroho, dengan judul *Kepercayaan dan Transparansi dalam Transaksi E-Commerce* yang dipublikasi pada Jurnal Manajemen Pemasaran tahun 2020, Penelitian ini menganalisis faktor kepercayaan dan transparansi sebagai determinan utama keberhasilan transaksi e-commerce. Penelitian menggunakan metode survei dan

analisis perilaku konsumen pada beberapa platform marketplace di Indonesia. Temuan penelitian menunjukkan bahwa transparansi informasi produk, harga, dan kebijakan platform sangat memengaruhi loyalitas pengguna.

Meskipun penelitian ini menyoroti pentingnya transparansi yang sejalan dengan prinsip syariah pendekatan yang digunakan masih bersifat manajemen konvensional. Tidak terdapat pembahasan mengenai akad, keadilan distributif, maupun aspek halal–haram dalam transaksi. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi pijakan awal, namun belum cukup menjelaskan persoalan transaksi marketplace dari sudut pandang syariah.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Hidayat, dengan judul Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Fikih Muamalah, yang dipublikasi pada *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. Penelitian ini mengkaji keabsahan transaksi jual beli online berdasarkan rukun dan syarat akad dalam fikih muamalah. Dengan metode normatif-yuridis, penelitian ini menyimpulkan bahwa transaksi online diperbolehkan selama memenuhi unsur kerelaan, kejelasan objek, dan tidak mengandung gharar atau penipuan.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada ruang lingkupnya yang hanya membahas relasi penjual dan pembeli. Peran marketplace sebagai pengelola sistem transaksi, penarik komisi, dan pengelola dana belum dianalisis secara mendalam. Padahal, dalam praktik marketplace modern, pengelola platform memegang peran strategis dalam tata kelola transaksi.

Keempat, penelitian yang dilakuka oleh Hayati, dengan judul Penerapan Akad Wakalah dan Ijarah pada Sistem Pembayaran Digital Syariah, dipublikasi pada *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*. Penelitian ini membahas penggunaan akad wakalah dan ijarah dalam layanan pembayaran digital syariah. Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan dengan analisis fatwa DSN-MUI dan praktik fintech syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketidakjelasan akad sering menimbulkan persoalan syariah, khususnya terkait biaya layanan dan pengelolaan dana pengguna.

Meskipun memberikan kontribusi penting dalam pemahaman akad digital, fokus penelitian ini masih terbatas pada fintech dan sistem pembayaran. *Marketplace* digital sebagai ekosistem transaksi yang lebih kompleks belum menjadi objek kajian utama, sehingga membuka ruang bagi penelitian lanjutan.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Rahman dengan judul Etika Bisnis Islam dalam Praktik Bisnis Digital dipublikasi pada *Jurnal Studi Ekonomi Islam* tahun 2019 Penelitian ini menekankan penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam seperti keadilan, amanah, dan kejujuran dalam praktik bisnis digital. Dengan pendekatan normatif-konseptual, penelitian ini menyimpulkan bahwa pelanggaran etika bisnis berimplikasi pada ketidakpercayaan konsumen dan ketidakseimbangan hubungan bisnis.

Namun, penelitian ini belum mengaitkan prinsip etika tersebut dengan mekanisme teknis pengelolaan transaksi *marketplace*, seperti sistem *escrow*, kebijakan pengembalian dana, dan klausul baku *platform*. Oleh karena itu,

penelitian ini bersifat normatif dan membutuhkan pengembangan pada aspek operasional bisnis digital.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Fauziah dengan judul Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce* Syariah dipublikasi pada *Jurnal Hukum Bisnis Syariah*. Penelitian ini membahas posisi konsumen dalam transaksi *e-commerce* syariah di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen sering berada pada posisi lemah akibat kebijakan sepihak platform. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis-normatif dengan analisis peraturan dan prinsip syariah.

Kendati demikian, fokus penelitian lebih menitikberatkan pada aspek perlindungan konsumen, bukan pada pengelolaan transaksi secara menyeluruh. Aspek manajerial dan desain sistem transaksi marketplace belum menjadi perhatian utama.

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Maulana, degan judul Problematika Transaksi Digital dalam Platform Marketplace, dipublikasi pada *Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi*. Penelitian ini secara khusus mengidentifikasi berbagai problematika transaksi digital, seperti penahanan dana, sengketa transaksi, dan kebijakan platform yang tidak transparan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan studi kasus beberapa *marketplace* besar di Indonesia.

Namun, analisis yang digunakan masih berbasis manajemen konvensional dan hukum positif. Perspektif prinsip syariah belum dijadikan kerangka analisis

utama, sehingga kesimpulan penelitian belum menyentuh dimensi etika dan kepatuhan syariah.

Berdasarkan tujuh penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa kajian mengenai *marketplace* digital di Indonesia masih terfragmentasi. Sebagian penelitian menitikberatkan pada aspek manajemen dan teknologi, sementara penelitian syariah cenderung fokus pada keabsahan akad atau etika bisnis secara normatif. Penelitian yang mengkaji problematika pengelolaan transaksi marketplace digital sebagai satu sistem manajerial yang utuh berbasis prinsip syariah masih sangat terbatas.

Oleh karena itu, posisi penelitian ini berada pada irisan antara manajemen bisnis digital dan prinsip syariah, dengan fokus pada analisis problematika pengelolaan transaksi marketplace digital. Novelty penelitian ini terletak pada upaya merumuskan pemahaman baru tentang pengelolaan transaksi marketplace digital yang tidak hanya efisien secara bisnis, tetapi juga selaras dengan prinsip keadilan, amanah, transparansi, dan kemaslahatan dalam perspektif syariah.

C. Konsep Operasional

Konsep operasional menjelaskan bagaimana variabel dalam penelitian ini dipahami secara konseptual.

Penelitian ini berangkat dari dua fokus utama:

1. Prinsip Syariah dalam Muamalah

   Dipahami sebagai seperangkat nilai normatif yang menjadi standar evaluasi terhadap praktik transaksi digital, meliputi: keadilan dalam akad,

transparansi informasi, kejelasan objek transaksi, bebas dari riba, bebas dari gharar, bebas dari maisir, dan tidak adanya penipuan (tadlis).

2. Problematika Pengelolaan Transaksi

   Dipahami sebagai fenomena praktik transaksi di Shopee yang berpotensi: Mengandung unsur ketidakjelasan, Mengandung bunga atau denda (misalnya pada fitur paylater), Menimbulkan ketidakseimbangan hak dan kewajiban, juga Mengandung manipulasi harga atau promosi.

Dengan demikian, penelitian ini secara konseptual memposisikan prinsip syariah sebagai alat analisis (analytical framework) terhadap praktik pengelolaan transaksi di Shopee.