

Transformasi Ekonomi Digital: Analisis Maqasid Syariah terhadap Biaya Layanan E-Commerce Shopee

Nurul Aulia^{1*}

¹Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia

*Corresponding author: nurul.aulia@staff.uinsaid.ac.id

ARTICLE

Research Article

ARTICLE

Received: 10-8-2026 | Accepted: 25-8-2026

HISTORY

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap perilaku belanja masyarakat di Indonesia melalui pertumbuhan pesat platform *e-commerce*, salah satunya Shopee. Di balik kemudahan transaksi dan maraknya program promosi, muncul fenomena perilaku konsumsi berlebihan (*impulsive buying*) serta penerapan berbagai komponen biaya tambahan, seperti biaya layanan transaksi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan biaya layanan pada platform Shopee dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan teori Maqasid *al-Syari'ah*. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur (*literature review*) dengan pendekatan kualitatif analitis terhadap berbagai sumber pustaka, artikel ilmiah, dan regulasi terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penarikan biaya layanan oleh Shopee secara hukum ekonomi syariah dinilai sah dan dapat dikonstruksikan ke dalam dua pendekatan akad, yaitu akad *Ijarah* (sewa-menyewa jasa infrastruktur digital) dan akad *Wakalah bil Ujrah* (perantara dengan upah). Berdasarkan Maqasid *al-Syari'ah*, khususnya prinsip *Hifdz Al-Mal* (menjaga harta), biaya layanan ini dinilai memenuhi asas kemaslahatan dan keadilan ekonomi apabila diimbangi dengan transparansi informasi (*an-tamdhin*), nominal yang wajar (*ujrah al-misl*), serta peningkatan kualitas keamanan dan perlindungan konsumen. Penelitian ini menyimpulkan bahwa inovasi biaya layanan di era digital diperbolehkan selama terbebas dari unsur gharar (ketidakjelasan) dan praktik eksploitasi pasar yang merugikan salah satu pihak.

KATA KUNCI Biaya Layanan Shopee, *Fiqih Muamalah*, *Maqasid al-Syari'ah*, *Ijarah*, *Wakalah bil Ujrah*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam cara konsumen berbelanja. *E-commerce*, khususnya yang telah menjadi salah satu sektor yang tumbuh pesat di Indonesia. *e-commerce* juga memungkinkan konsumen untuk mengakses berbagai produk dan layanan secara luas dan mudah. Hadirnya *e-commerce* membuat masyarakat lebih mudah untuk berbelanja, hampir semua produk tersedia dengan memiliki banyak pilihan baik itu warna, ukuran sampai pada bahan dengan harga yang lebih murah dan biasanya online shop memiliki banyak promo menarik yang membuat online shop menjadi pilihan masyarakat dalam berbelanja.

Shopee adalah salah satu media belanja online yang berkembang di Indonesia saat ini dengan berbagai produk seperti pakaian, sepatu, makan, peralatan dapur, dll. Shopee membuat mencari barang yang diinginkan pembeli mudah dan menawarkan fitur gratis ongkir untuk pengiriman barang. Akibatnya, orang cenderung menggunakan layanan Shopee yang didukung oleh fasilitas yang tersedia. Karena masyarakat biasanya bertransaksi setiap hari, landasan diperlukan untuk membedakan perilaku buruk dan baik saat mengembangkan teknologi jual beli tersebut.

Shopee merupakan bisnis marketplace platform *e-commerce* yang sudah menjangkau wilayah di Asia Tenggara dan Taiwan ini, pertama kali diluncurkan pada tahun 2015 oleh Forrest Li yang dimana platform ini disesuaikan untuk wilayah Asia Tenggara, layanan yang ditawarkan adalah memberikan pengalaman belanja online yang aman, mudah, dan cepat bagi pelanggan. Dalam sejarahnya didirikannya Shopee diluncurkan pertama kali di negara Singapura pada tahun 2015. Pertama kali Shopee meluncur sebagai *marketplace*

consumer to consumer (C2C). Tetapi saat ini mereka beralih ke model *hibrid C2C* dan *business to consumer (B2C)* peralihan tersebut dilakukan semenjak Shopee meluncurkan *platform took* dari yaitu Shopee Mall untuk brand ternama (Permatahati & Djamaris, 2021)

Namun, di balik kemudahan dan kenyamanan berbelanja online, terdapat fenomena pengeluaran berlebihan yang sering terjadi, terutama selama priode promosi. Pengeluaran yang berlebihan ini tidak hanya berdampak pada kondisi keuangan individu itu sendiri, tetapi juga dapat mencerminkan perilaku konsumsi yang perlu di analisis lebih mendalam. Terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku pengeluaran yang berlebih adalah pengendalian diri atau bisa di sebut juga *impulsive buying*. Dalam konteks berbelanja, pengendalian diri menekankan pada kemampuan individu untuk menahan dorongan untuk membeli barang yang tidak diperlukan. individu yang memiliki pengendalian diri yang baik cenderung lebih mampu mengelola pengeluaran mereka dan menghindari pembelian yang menyebabkan terjadinya implusif. Pengelolaan keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam mengatur, mengelola, merencanakan, dan menyimpan keuangannya sehari-hari. Dengan pengelolaan keuangan yang baik, maka tidak akan terjebak pada perilaku berkeinginan yang tidak terbatas (Gunawan et al., 2020).

Dalam berbelanja selain ada beberapa komponen yang muncul ketika melakukan pembayaran, tidak biaya barang yang konsumen beli tapi ada biaya tambahan lain seperti biaya layanan. Biaya layanan adalah biaya tambahan yang dikenakan oleh sebuah perusahaan atau platform kepada konsumen. Dalam praktiknya, biaya ini memiliki fitur yang berbeda tergantung pada industri yang menggunakannya; misalnya, Shopee, sebuah *platform e-commerce*, dikenakan biaya pada setiap transaksi karena kemajuan teknologi dan perbaikan sistem aplikasi untuk memastikan bahwa transaksi tetap aman dan nyaman.

Terkait hal ini, teori *maqasid syariah* menjadi titik temu dalam transaksi *e-commerce*. Penerapan prinsip-prinsip *maqasid syariah* dalam operasional pada *e-commerce* berkontribusi dan menjadi tujuan sosial untuk meningkatkan keadilan, kepercayaan dan kesejahteraan masyarakat dari praktik adanya biaya layanan pada setiap transaksi yang ditanggung konsumen pada *e-commerce* seperti shopee. Konsep *maqasid syariah* sangat penting untuk menilai kinerja kegiatan muamalah dan menjadi dasar untuk mempertahankan dan mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan yang didasarkan pada prinsip syariah (Alwi et al., 2022).

2. METODE

Metode penelitian yang di gunakan dalam studi ini adalah studi literatur, yang bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai perilaku biaya layanan Shopee. Studi literatur seperti yang dijelaskan memiliki beberapa tujuan yaitu menginformasikan kepada pembaca hasil-hasil penelitian lain yang berkaitan erat dengan penelitian yang dilakukan saat itu, menghubungkan penelitian dengan literatur-literatur yang ada, dan mengisi celah dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Studi literatur ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh dan peran yang terjadi pada promo shopee (Hariyanti & Wirapraja, 2018).

3. HASIL

No.	Aspek Temuan / Hasil	Deskripsi & Penjelasan	Syarat & Indikator Pendukung
1	Legitimasi Hukum Ekonomi Syariah	Penarikan biaya layanan <i>e-commerce</i> oleh platform (seperti Shopee) dinyatakan sah dan diperbolehkan (<i>mubah</i>).	Sesuai dengan prinsip muamalah selama tidak bertentangan dengan dalil syariat.
2	Konstruksi Akad Syariah	Dapat dikategorikan ke dalam dua bentuk akad:	• Ijarah: Imbalan (<i>ujrah</i>) atas penyediaan aplikasi,

No.	Aspek Temuan / Hasil	Deskripsi & Penjelasan	Syarat & Indikator Pendukung
3	Kesesuaian <i>Maqasid Al-Syari'ah</i>	• Akad Ijarah: Sewa jasa/infrastruktur digital. • Akad Wakalah bil Ujah: Keagenan/perantara transaksi.	sistem pembayaran, dan keamanan. • Wakalah bil Ujah: Upah (<i>fee</i>) atas jasa mediasi penjual dan pembeli.
		Memenuhi prinsip Hifdz Al-Mal (menjaga harta) serta asas kemaslahatan.	• Transparansi (<i>An-Tarodhin</i>): Nominal biaya diinformasikan secara jelas sebelum transaksi disetujui.
			• Bebas <i>Gharar</i> : Tidak ada biaya terselubung atau ketidakjelasan.

4. PEMBAHASAN

Di era milenial seperti saat ini, perkembangan zaman semakin modern, teknologi semakin canggih dan terus berkembang. Saat ini segala bentuk aktivitas manusia yang biasa dikerjakan secara manual, sudah bisa dikerjakan hanya dengan sentuhan-sentuhan panel saja, termasuk kegiatan jual beli. Kegiatan perniagaan atau jual beli sudah dilakukan sejak zaman dahulu. Di zaman Rasulullah SAW, kegiatan jual beli dilakukan dengan bertemu langsung antara penjual dan pembeli di suatu tempat seperti pasar. Namun saat ini, kegiatan jual beli sudah bisa dilakukan dengan cara yang lebih mudah, bisa dilakukan dimana dan kapanpun selama 24 jam dengan menggunakan sistem online dari *smartphone* atau *gadget* yang sudah terkoneksi dengan internet. Transaksi barang dan jasa melalui media online ini termasuk kategori muamalah dibidang perdagangan atau bisnis, menggambarkan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dengan orang lain atau dengan beberapa orang untuk memenuhi kebutuhan masing-masing. Adapun yang dimaksud dengan fiqh muamalah secara terminologi didefinisikan sebagai hukum-hukum yang berkaitan dengan tindakan hukum manusia dalam persoalan-persoalan keduniaan.

Dalam *fiqh*, kata "*al-bai*", yang berarti menjual, mengganti, dan menukar, kadang-kadang digunakan untuk menggambarkan lawannya, yaitu kata "*asy syira*", yang berarti "beli", juga berarti jual. Oleh karena itu, kata "*al-bai*" tidak hanya berarti "jual", tetapi juga berarti "beli", karena dalam istilah bahasa, "jual beli" berarti menukarkan sesuatu dengan yang lain (Al-Jaziri, 2003).

Dalam Islam, hukum kontrak disebut dengan "Akad", yang berasal dari kata Arab "*al aqd*", yang berarti perikatan, perjanjian, kontrak, atau permufakatan (*al ittifaq*) dan transaksi. Pada artikel ini, istilah "perjanjian" digunakan dengan arti "perjanjian" dalam konteks jual beli, tanpa mengurangi arti dan elemen yang terkandung di dalamnya.

Terdapat perbedaan pendapat di kalangan *fuqaha* terkait dengan rukun dan syarat dalam jual beli. Menurut kalangan hanafiyah, rukun jual beli adalah ijab dan qabul. Sedangkan menurut mayoritas ulama, rukun jual beli terdiri dari sighat *al-aqd* (ijab dan qabul), '*aqidain* (penjual dan pembeli), '*ma'qud alaih* (objek aqad) dan '*maudhu al aqd* (tujuan akad) (Maksum et al., 2023)

Maqasid Al-Syari'ah

"*Maqasid al-syari'ah*" berasal dari kata "*maqasid*" dan "*al-syari'ah*", dan didefinisikan dalam ilmu *fiqih* sebagai tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh syariat Islam (Sulaeman, 2018). *Maqasid* adalah niat untuk melakukan sesuatu. *Maqashid al-syariah* adalah nilai-nilai dan tujuan syariat yang tersirat dalam segenap atau bagian terbesar dari hukum-hukumnya, sedangkan "*al-syariah*" mencakup segala yang diisyaratkan Allah kepada hambanya, termasuk aturan hukum. Berdasarkan sumber utama ajaran Islam, yaitu Al-Quran dan Hadis Nabi SAW, nilai-nilai dan sasaran-sasaran itu dianggap sebagai tujuan dan rahasia syariat (Mutakin, 2311). Kemaslahatan adalah inti dari *maqasid al-syari'ah*. Maslahat adalah sesuatu yang mendatangkan kebaikan (*manfa'ah*) dan menolak kerusakan (*mafsadah*), dalam rangka menjaga tujuan hukum Islam. Selain itu, maslahat juga dapat diartikan sebagai mengambil keuntungan dan menghindari bahaya, dalam rangka menjaga tujuan hukum Islam

Konsep masalah adalah pertimbangan utama dalam menyelesaikan masalah hukum Islam karena dasarnya adalah pemeliharaan maksud obyektif hukum (*maqasid al-syari'ah*), yaitu pemeliharaan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Semua yang menjamin kelima prinsip (*ushul*) ini adalah masalah, dan kelalaian dalam menjaga kelima hal tersebut adalah mafsadat (Kudaedah, 2020). Al-Ghazali berpendapat bahwa masalah harus berdasar pada *nash syara'* dan bukan pada akal semata. Dia menyatakan bahwa masalah dapat diterima jika memiliki tiga kualitas: *daruriyyah*, *qath'iyyah*, dan *kulliyah*. Menurut al-Ghazali, penelitian dan pengkajian masalah harus berpusat pada *nash-nash* yang ada.

Sebagai inti dari *maqashid al-syari'ah*, kemaslahatan memainkan peran penting dalam menentukan hukum Islam. Karena itu, hukum Islam diciptakan dengan tujuan untuk memberikan manfaat bagi orang-orang baik di dunia maupun di akhirat. Akibatnya, *maqashid al-syari'ah* sangat terkait dengan metode *istinbath* hukum; dengan kata lain, setiap metode *istinbath* hukum didasarkan pada kemaslahatan. Ada dua metode yang digunakan para ulama untuk menggali kemaslahatan tersebut. Yang pertama adalah metode *ta'lili*, yang mencakup *qiyas* dan *istihsan* (Darliana et al., 2022). Yang kedua adalah metode *istishlahi*, yang mencakup *al-mashahah al-mursalah* dan *al-dhari'ah*, baik dalam kategori *sadd al-dzari'ah* maupun *fath al-dzari'ah*, *maqashid al-syari'ah* sebagai tolak ukur dalam transaksi online.

Dalam transaksi online tentu terdiri dari proses *ijab qabul* yang dilakukan dengan membaca syarat atau prosedur saat pembelian. Penjual memberikan beberapa prosedur dalam melakukan pembelian, seperti dengan menuliskan spesifikasi barang yang dijual sesuai dengan realitas, pembeli wajib mengisi formulir pembelian, dan membaca syarat dan ketentuan yang telah penjual berikan. Jika pembeli paham akan prosedur pembelian yang diberikan oleh penjual dan menyetujuinya, maka proses *ijab qabul* tersebut telah dilaksanakan karena telah memenuhi kesepakatan antara pihak penjual dan pembeli. Setelah mengikuti semua prosedur tersebut, pihak pembeli wajib membayar sejumlah uang sesuai dengan harga barang, ditambah biaya layanan.

Proses jual beli konvensional maupun online, keduanya tidak diperkenankan untuk memberatkan salah satu pihak. Proses *ijab qabul* dalam Islam dikatakan sah, apabila tidak ada unsur keterpaksaan atau ada yang dirugikan dari salah satu pihak. Oleh karena itu walaupun proses *ijab qabul* tersebut tidak diikrarkan secara lisan dan langsung, namun ada tindakan konkret berupa syarat dan ketentuan yang telah dipahami atau disetujui oleh pembeli.

Dari sudut pandang hukum ekonomi syariah, biaya layanan yang awalnya seharga Rp1.000 lalu naik seharga Rp. 1500 hingga Rp. 2.000 per transaksi umumnya dipandang sebagai *ujroh* (upah/biaya jasa) atas fasilitas platform yang disediakan. Shopee bertindak sebagai perantara yang menyediakan sistem perdagangan yang aman. Berdasarkan konsep *Hijdz Al-Mal*, pertukaran harta harus didasari kerelaan kedua belah pihak. Ketika nominal biaya layanan diinfokan dengan jelas sebelum konsumen menekan tombol "Buat Pesanan", dan konsumen menyetujuinya, maka unsur kerelaan ini terpenuhi.

Meskipun secara asal diperbolehkan, penerapan biaya layanan ini wajib memenuhi batasan ketat agar benar-benar berfungsi "menjaga harta" konsumen dari kezaliman. Transparansi nilai biaya layanan menjadi kriteria syariah yakni Jumlah biaya harus jelas di awal dan tidak boleh disembunyikan. Shopee saat ini langsung memisahkan dan memunculkan komponen "Biaya Layanan" atau "Biaya Aplikasi" pada rincian pembayaran. Selama konsumen bisa melihat nominal tersebut dengan jelas sebelum membayar, maka aspek *Hijdz Al-Mal* (menghindari kerugian akibat ketidaktahuan) terpenuhi.

Selanjutnya keadilan distribusi beban Biaya yang ditarik harus sebanding dengan manfaat atau peningkatan layanan yang diterima oleh konsumen. Jika platform memungut biaya layanan tetapi membiarkan sistem eror, maraknya penipuan produk tiruan, atau penanganan komplain yang buruk, maka penarikan biaya tersebut mendekati konsep memakan harta orang lain dengan cara yang *bathil* (Ziarahah & Anwar, 2023). Biaya ini sah jika Shopee secara konsisten menggunakannya untuk merawat sistem keamanan siber, mengasuransikan transaksi lewat Garansi Shopee, dan meningkatkan layanan pelanggan. Tapi jika dalam satu transaksi konsumen dibebankan berbagai biaya bertumpuk yang tidak proporsional seperti biaya layanan, biaya penanganan (tergantung metode pembayaran), biaya proteksi produk (opsional), ditambah ongkos kirim hal ini berpotensi merugikan posisi konsumen dan *seller* sebagai pihak yang lebih lemah dalam transaksi (Dharar) (Hapsari & Sarwono, 2024).

Dalam Hukum Ekonomi Syariah, penarikan biaya layanan oleh platform tidak serta-merta dilarang, asalkan berbasis pada akad yang jelas. Platform Shopee tidak bertindak sebagai penjual barang, melainkan sebagai penyedia fasilitas dan perantara. Oleh karena itu, biaya layanan ini umumnya dipandang sah melalui dua pendekatan akad: Akad *Ijarah* (Sewa-menyewa Jasa)

Secara etimologi *al-ijarah* berasal dari kata *al-ajru* yang berarti *al-inadh*/ penggantian, dari sebab itulah *ats-tsawabu* dalam kontek pahala dinamai juga *al-ajru*/upah. *Ijarah* berarti ajr (upah), *tsawab* (pahala), *inadh* (ganti), imbalan, ongkos, sewa, atau biaya jasa (Al Fasiri, 2022). Shopee menyewakan infrastruktur digitalnya (aplikasi, sistem pembayaran, keamanan, dan ekspedisi) kepada pengguna. Biaya layanan tersebut adalah *ujrah* (upah/fee) yang valid atas jasa penyediaan platform tersebut.

Akad *Wakalah Bil Ujrah* (Keagenan/Perantara)

Wakalah atau wakilah secara bahasa ialah perlindungan (*Al-Hafidz*), pencukupan (*Al-Kifayah*), tanggungan (*Ad-Dhamman*), atau pendelegasian (*Attafwidh*), yang diartikan juga dengan memberikan kuasa atau mewakilkan. Dalam fatwa DSN-MUI menyatakan Akad *wakalah* adalah akad pemberian kuasa dari *muwakkil* kepada wakil untuk melakukan perbuatan hukum tertentu (Fransiska et al., 2019). Sedangkan *Wakalah bil ujrah* adalah pemberian kuasa atau akad wakalah dengan imbalan pemberian *ujrah* (fee). Sementara *ujrah* dalam pelaksanaan *Wakalah* adalah imbalan (fee) yang diberikan dari pihak yang diwakilkan kepada yang mewakilkan. Pemberian *ujrah* dalam wakalah tujuannya adalah untuk membalas kebaikan seseorang yang telah menolong dalam mewakilkan sesuatu pekerjaan atas jasa yang telah dikorbankan oleh orang yang menjadi wakil (Lindy, 2021).

Platform bertindak sebagai perantara yang mempertemukan penjual dan pembeli. Upah yang diambil dari biaya layanan merupakan kompensasi atas jasa pemasaran dan mediasi transaksi. Agar biaya layanan ini benar-benar membumikan keadilan ekonomi, Hukum Ekonomi Syariah menetapkan beberapa syarat ketat yang harus dipenuhi oleh platform dengan adanya transparansi (*an tarodhin*) (Ahmad, 2021) yaitu setiap bentuk transaksi ekonomi antar-individu atau kelompok harus berdasarkan pada suka sama suka, tidak boleh ada pemaksaan, intimidasi, penipuan, tekanan, dan sebagainya. Asas *an tarodhin* ini dimaksudkan agar tercipta stabilitas ekonomi individu ataupun masyarakat (Madinah et al., 2019). Kejelasan objek dan kesepakatan yang jelas terkait harga, barang, hak dan kewajiban disetujui bersama secara sadar. Transaksi harus didasari kerelaan kedua belah pihak (*antaradin*) dan bebas dari unsur *gharar* (ketidakjelasan) (Ningrum, 2023). Shopee wajib menginfokan besaran biaya layanan (misalnya Rp. 2.000) secara eksplisit sebelum transaksi final dilakukan. Jika biaya tersebut disembunyikan atau mendadak muncul tanpa kejelasan di awal, maka aspek keadilan terciderei karena ada unsur pemaksaan terselubung.

Berdasarkan penjabaran mekanisme akad *wakalah bil ujrah* dan pola kerja pada biaya layanan shopee ini, maka akan muncul beberapa kaidah fikih yang akan memperinci kelayakan dan kesesuaian mekanisme akad syariah ini. Kaidah pertama, hukum asal muamalah adalah boleh. Menjual jasa atau layanan kepada orang lain diperbolehkan dalam Islam seperti halnya jual beli barang dan komoditas, penjualan jasa juga diperbolehkan dalam memenuhi kebutuhan manusia yang sebagai makhluk sosial dan makhluk ekonomi, manusia senantiasa membutuhkan jasa orang lain. Terlebih di era globalisasi ini dimana kebutuhan manusia semakin hari kian kompleks, maka kebutuhan akan jasa orang lain semakin banyak pula.

Kehadiran *e-commerce* shopee sebagai salah satu platform yang menjadi perantara dalam transaksi jual beli di Indonesia. Diantara kegiatan muamalah yang diperbolehkan dalam syariat Islam adalah *Wakalah bil*

ujrah berdasarkan ketetapan Majelis Ulama Indonesia yang telah dijabarkan di dalam bab pembahasan diatas, yang berangkat dari dalil-dalil *syari* yaitu Al-Qur'an, sunnah, dan kesepakatan kaum muslimin, yang memberikan satu kaidah fikih ekonomi, yaitu terkait hukum asal dalam kegiatan muamalah adalah boleh dan halal hingga ada dalil yang mengharamkan dan yang mengharamkan untuk dilakukan

Secara umum, biaya layanan Shopee kepada konsumen selaras dengan prinsip *Hifdz Al-Mal*, dengan catatan sebagai kompensasi jasa (*Ujrah al-Misl*) yakni nominalnya masih tergolong wajar untuk biaya operasional teknologi perlindungan konsumen, tidak ada unsur manipulasi atau penipuan harga. Peran shopee disini sebagai perantara yang menggunakan akad *wakalah bil ujroh* kepada konsumen ataupun penjual. Namun, implementasinya harus tetap diawasi Otoritas Jasa Keuangan agar tidak mengarah pada eksploitasi pasar yang bersifat monopoli, di mana konsumen tidak memiliki pilihan selain menerima kenaikan biaya sepihak tanpa adanya peningkatan kualitas keamanan harta (transaksi) mereka (Muhidin, 2025).

Dari segi keseimbangan manfaat dalam pandangan hukum ekonomi syariah menyatakan bahwa keuntungan berjalan selaras dengan risiko dan beban yang ditanggung (Aji, 2022). Biaya layanan dinilai adil jika berbanding lurus dengan peningkatan kualitas layanan. Jika platform memungut biaya namun sering mengalami *error*, sistem keamanan bocor, atau penyelesaian sengketa lambat dan merugikan salah satu pihak baik konsumen ataupun *seller* (terutama pelaku UMKM), maka penarikan biaya tersebut mendekati praktik memakan harta sesama dengan cara yang *bathil*.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai studi kasus biaya layanan pada platform Shopee dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah, maka dapat diambil beberapa Kesimpulan, Legitimitas Akad Syariah: Penarikan biaya layanan oleh Shopee kepada konsumen secara hukum ekonomi syariah dinilai sah dan diperbolehkan (mubah). Praktik ini dapat dikonstruksikan ke dalam dua pendekatan akad, yaitu Akad *Ijarah* (kompensasi atas sewa infrastruktur digital, sistem keamanan, dan aplikasi) serta Akad *Wakalah bil Ujrah* (upah/fee atas jasa Shopee sebagai perantara yang memediasi transaksi antara penjual dan pembeli).

Kesesuaian dengan *Maqasid al-Syari'ah*: Penerapan biaya layanan ini selaras dengan prinsip *Hifdz Al-Mal* (menjaga harta) dan asas kemaslahatan. Hal ini terpenuhi karena Shopee menginformasikan nominal biaya secara transparan di rincian pembayaran sebelum transaksi final disetujui konsumen, sehingga terhindar dari unsur *gharar* (ketidakjelasan) dan memenuhi asas *an-tarodhin* (suka sama suka/kerelaan bersama).

Syarat Keadilan Ekonomi: Validitas penarikan biaya layanan ini wajib diimbangi dengan keseimbangan manfaat dan distribusi beban yang adil. Nominal biaya harus tetap berada pada batas kewajaran (*ujrah al-misl*) dan secara konsisten dialokasikan untuk meningkatkan kualitas proteksi, merawat keamanan siber, serta mengoptimalkan layanan pelanggan. Jika terjadi penumpukan biaya yang tidak proporsional atau kualitas sistem justru memburuk, maka penarikan biaya tersebut berpotensi mencederai keadilan dan mendekati praktik memakan harta sesama dengan cara yang batil (*dharar*).

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M. (2021). Jual beli online perspektif ekonomi Islam. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(1), 225–237. <https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/4704/2675>
- Aji, H. B. (2022). Pengaturan jual beli secara online berdasarkan undang-undang perlindungan konsumen dan undang-undang informasi dan transaksi elektronik. *Jurnal Hukum Progresif*, 10(1), 12–24. <https://doi.org/10.14710/jhp.10.1.12-24>
- Al Fasiri, M. J. (2022). Penerapan Al Ijarah Dalam Bermuamalah. *Ecopreneur: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 117–128. <https://doi.org/10.47453/ecopreneur.v3i2.446>
- Al-Jaziri, A. (2003). Kitab Al-Fiqh'ala Mazahib Arba'a. *Beirut, Dar Al-Kutub al-Ilmiyya*, 29. <https://www.laduni.id/kitab-detail.php?id=668>

- Alwi, M., Kara, M., Abdullah, M. W., & Fachrurrazy, M. (2022). Konsep maqasid as syariah dalam perbankan syariah. *Al-Ammwal: Journal of Islamic Economic Law*, 7(2), 56–80. <https://doi.org/10.24256/alw.v7i2.3549>
- Darliana, D., Sapriadi, S., Wahid, St. H., & Azhar Nur, M. (2022). Pembaharuan hukum islam di indonesia (pendekatan metode istihsan). *Jurnal Al-Ahkam: Jurnal Hukum Pidana Islam*, 4(1), 1–14. <https://doi.org/10.47435/al-ahkam.v4i1.851>
- Fransiska, C., Febriadi, S. R., & Srisusilawati, P. (2019). Tinjauan Fiqih muamalah terhadap Fee dalam Praktik Jasa Titip Barang online (studi kasus pada princessist online shop). *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 3. <https://www.semanticscholar.org/paper/Tinjauan-Fiqih-Muamalah-Terhadap-Fee-dalam-Praktik-Fransiska-Febriadi/d8653beb9c3c9ffa9a3ece4f94723d1b6ffe6c61>
- Gunawan, A., Pirari, W. S., & Sari, M. (2020). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 4(2), 23–35. DOI: [10.30601/humaniora.v4i2.1196](https://doi.org/10.30601/humaniora.v4i2.1196)
- Hapsari, I. M., & Sarwono, A. E. (2024). Dampak Kebijakan Pendapatan dan Laba Terhadap Biaya Admin: Survei pada Seller Shopee. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 23(2), 179–186. DOI: <https://doi.org/10.22225/we.23.2.2024.179-186>
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh influencer marketing sebagai strategi pemasaran digital era moderen (Sebuah studi literatur). *Eksekutif*, 15(1), 133–146. https://www.researchgate.net/publication/339787291_PENGARUH_INFLUENCER_MARKETING_SEBAGAI_STRATEGI_PEMASARAN_DIGITAL_ERA_MODEREN_SEBUAH_STUDI_LITERATUR
- Kudaedah, N. A. (2020). Masalah menurut konsep al-ghazali. *Diktum: Jurnal Syariah Dan Hukum*, 18(1), 118–128. <https://doi.org/10.35905/diktum.v18i1.663>
- Lindy, M. (2021). Implementasi Fatwa DSN No 113/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Jual Beli Dan Akad Wakâlah Bi Al-Ujrah Pada Produk Kurban Digital Lembaga Golden Future Bandung. <https://repository.iq.ac.id/handle/123456789/1559>
- Madinah, S. H., Sari, P. K., & Rofiqoh, I. (2019). Analisis Akad Wakalah Bil Ujrah pada Jasa Titip Beli Online dalam Prespektif Kaidah Fikih Ekonomi (Studi Kasus pada Akun Instagram @jastiperopa777). *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 9(2), 196–214. <https://doi.org/10.15642/elqist.2019.9.2.196-214>
- Maksum, Muh., Saputri, A. H., & Anggraini, R. M. (2023). Analisis Hukum Islam Terhadap Transaksi Shopee PayLater Mahasiswa IAIN Ponorogo. *Journal of Sharia Economic Law*, 1(2), 53–62. <https://doi.org/10.37680/jshel.v1i2.4373>
- Muhidin. (2025). Strategi Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce: Perlunya Reformasi Regulasi dan Edukasi Publik. *Pamarenda: Public Administration and Government Journal*, 5(1), 382–401. DOI: <https://doi.org/10.52423/pamarenda.v5i1.194>
- Mutakin, A. (2311). *The theory of maqâshid al syari'ah and the relation with istinbath method*. 19(3), 547–570. <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/kanun>
- Ningrum, E. W. (2023). Pemahaman konsep gharar dimasyarakat dalam jual beli online. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 472–480. <https://e-journal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/view/1831>
- Permatahati, I. P., & Djamaris, A. R. A. (2021). Perbandingan loyalitas pelanggan pengguna top 5 aplikasi dompet digital (Shopee Pay, OVO, DANA, Go-Pay, dan Link Aja) (Studi Kasus Pada Pengguna di

-
- Jabodetabek). *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 4(2). <https://doi.org/10.36782/jemi.v4i2.2200>
- Sulaeman. (2018). Signifikansi maqashid asy-syari'ah dalam hukum ekonomi islam. *Diktum: Jurnal Syariah Dan Hukum*, 16(1), 98–117. <https://doi.org/10.35905/diktum.v16i1.524>
- Ziarahah, L. I., & Anwar, R. (2023). Akad mudharabah dan relevansinya dengan Tafsir Qur'an Surah an-Nisa Ayat 29 tentang larangan mencari harta dengan cara yang bathil. *Equality: Journal of Islamic Law (EJIL)*, 1(1), 26–38. DOI : [10.15575/ejil.v1i1](https://doi.org/10.15575/ejil.v1i1)