

Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Akad Jual Beli Makanan Melalui Jasa Online Shopee-Food Pada Aplikasi Shopee

Adlin Nahar Lubis¹, Imsar²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

Corresponding author e-mail: adlinlubis50@gmail.com

Article History: Received on 01 Agustus 2025, Revised on 16 Agustus 2025,
Published on 31 Agustus 2025

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keabsahan akad jual beli makanan pada Shopee-Food dalam perspektif fiqh muamalah, khususnya terkait multi-akad yang melibatkan konsumen, merchant, driver, dan pihak Shopee sebagai penyedia platform. Metode penelitian yang digunakan adalah studi pustaka (library research) dengan menghimpun literatur primer berupa kitab-kitab fiqh klasik dan kontemporer, serta literatur sekunder berupa jurnal dan artikel ilmiah terkait transaksi digital. Data dianalisis menggunakan teknik analisis isi dengan fokus pada identifikasi prinsip fiqh muamalah, klasifikasi akad, serta kesesuaian praktik transaksi dengan syariat Islam. Hasil kajian menunjukkan bahwa transaksi Shopee-Food membentuk model multi-akad, di antaranya bai' (jual beli) antara konsumen dan merchant, ijarah atau wakalah bi al-ujrah antara konsumen dan driver, ujarah atau syirkah antara merchant dan Shopee, serta ijarah dan ju'alah antara Shopee dan driver. Secara umum, akad-akad tersebut dapat dinyatakan sah sepanjang memenuhi syarat dan rukunnya, dijalankan secara transparan, serta tidak mengandung unsur gharar, riba, maupun dharar. Namun demikian, penelitian ini menemukan beberapa potensi problematika, seperti risiko riba pada fitur ShopeePay Later, gharar pada mekanisme promosi dan cashback yang kurang transparan, serta posisi tawar driver dan merchant yang lemah terhadap pihak platform.

Kata Kunci: Fiqh Muamalah, Kewirausahaan Berbasis Digital, Pertumbuhan Ekonomi

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi pada era digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam pola interaksi sosial dan sistem ekonomi masyarakat. Salah satu dampak paling nyata adalah maraknya transaksi jual beli secara daring (online), yang menawarkan kecepatan, efisiensi, dan kemudahan dalam memperoleh kebutuhan sehari-hari (Maulana, 2025). Kehadiran platform aplikasi seperti Shopee dengan fitur layanan Shopee-Food telah menjadi fenomena baru dalam praktik jual beli makanan, di mana konsumen dapat melakukan pemesanan tanpa harus bertatap muka langsung dengan penjual (Adnan, 2023).

Dalam perspektif Islam, setiap transaksi yang melibatkan pertukaran barang atau jasa tidak dapat dilepaskan dari kajian fiqh muamalah. Prinsip utama fiqh muamalah

adalah menekankan kehalalan, keadilan, keterbukaan, serta kesepakatan yang jelas antara pihak-pihak yang terlibat (Anam & Laili, 2024). Hal ini sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29 yang melarang umat Islam memakan harta sesama dengan jalan yang batil, kecuali melalui perdagangan yang didasarkan pada kerelaan di antara kedua belah pihak (Wakhidah, 2023). Oleh sebab itu, transaksi jual beli makanan melalui jasa Shopee-Food perlu dikaji lebih dalam, apakah telah memenuhi rukun dan syarat jual beli menurut hukum Islam ataukah terdapat unsur yang meragukan (syubhat).

Jual beli merupakan salah satu bentuk muamalah yang paling banyak dilakukan oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari. Seiring perkembangan zaman, model jual beli mengalami transformasi dari bentuk tradisional yang mengharuskan pertemuan langsung antara penjual dan pembeli, menuju sistem jual beli modern berbasis teknologi digital (Ahmad, 2024). Fenomena ini melahirkan berbagai platform aplikasi daring, salah satunya Shopee-Food, yang menghadirkan layanan pemesanan makanan secara online dengan melibatkan tiga pihak: penjual (merchant), pembeli (konsumen), dan pihak penyedia jasa (Shopee beserta kurir/driver) (Kurniawan, 2024).

Dalam kajian fiqh muamalah, akad jual beli memiliki rukun dan syarat yang harus dipenuhi agar transaksi dianggap sah. Unsur-unsur yang wajib ada antara lain pihak yang berakad (penjual dan pembeli), objek akad (barang/jasa yang diperjualbelikan), harga, serta ijab qabul atau serah terima yang menunjukkan adanya kesepakatan. Kehadiran sistem digital menimbulkan permasalahan baru, misalnya mengenai kejelasan akad dalam aplikasi, kepastian kepemilikan barang, keterlibatan pihak ketiga (kurir), hingga isu gharar (ketidakjelasan) dan potensi riba terkait mekanisme pembayaran non-tunai maupun promosi diskon yang ditawarkan aplikasi.

Kajian tentang fiqh muamalah dalam transaksi digital sudah cukup banyak dilakukan. Penelitian oleh (Wati, 2024) menyoroti keabsahan akad pada transaksi online marketplace dan menemukan bahwa prinsip ridha serta kejelasan akad menjadi syarat mutlak yang harus dipenuhi. Demikian pula (Putri, Mardian, & Susanto, 2024) yang menekankan adanya potensi gharar dalam jual beli daring apabila informasi barang tidak transparan. Namun, sebagian besar kajian tersebut berfokus pada jual beli barang non-konsumsi seperti elektronik, pakaian, atau kebutuhan rumah tangga.

Di sisi lain, penelitian (Firmansyah, 2025) membahas akad dalam layanan transportasi online seperti Go-Food dan GrabFood, tetapi belum secara mendalam menelaah Shopee-Food yang memiliki sistem integrasi berbeda karena melibatkan merchant, kurir, dan penyedia platform. Sementara itu, (Najib, 2024) menyebut bahwa akad multi-pihak dalam layanan pesan antar makanan perlu dianalisis dengan pendekatan fiqh kontemporer, sebab di dalamnya terdapat potensi akad jual beli (bai'), akad ijarah (sewa jasa), dan akad wakalah (perwakilan). Dengan demikian, dapat dilihat adanya gap riset: kajian yang secara spesifik menganalisis akad jual beli makanan melalui

Shopee-Food dari perspektif fiqh muamalah masih sangat terbatas. Padahal, platform ini semakin dominan digunakan masyarakat dan melibatkan transaksi yang kompleks antara konsumen, merchant, kurir, serta penyedia aplikasi.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus kajiannya yang secara khusus menganalisis praktik jual beli makanan melalui Shopee-Food dengan perspektif fiqh muamalah. Jika penelitian sebelumnya lebih banyak membahas aspek umum jual beli online, maka penelitian ini menawarkan analisis yang lebih detail dengan menyoroti multi-akad yang terjadi dalam layanan Shopee-Food. Penelitian ini memetakan bahwa dalam satu transaksi Shopee-Food terdapat: (1) akad jual beli (bai') antara pembeli dan merchant; (2) akad ijarah atau wakalah antara pembeli dan kurir; serta (3) akad ujah atau kerjasama antara merchant dan pihak Shopee. Perspektif ini memperkaya literatur fiqh muamalah kontemporer karena menunjukkan bagaimana prinsip-prinsip syariah diimplementasikan dalam transaksi digital yang semakin kompleks.

Bagi umat Islam, kepastian hukum mengenai sah atau tidaknya akad jual beli melalui Shopee-Food menjadi penting agar praktik bermuamalah senantiasa sesuai dengan syariat. Sebab, transaksi ekonomi yang tidak memenuhi ketentuan fiqh dikhawatirkan dapat mengarah pada praktik yang batil. Oleh karena itu, kajian studi pustaka tentang *Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Akad Jual Beli Makanan Melalui Jasa Online Shopee-Food Pada Aplikasi Shopee* diperlukan untuk menjawab problematika hukum yang muncul di era digitalisasi ekonomi. Penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman konseptual, tetapi juga menjadi upaya kontekstualisasi ajaran fiqh dalam menghadapi tantangan modernisasi transaksi.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (library research), yaitu penelitian yang dilakukan dengan menghimpun, mengkaji, dan menganalisis berbagai literatur yang relevan dengan topik penelitian. Menurut (Creswell, 2020), studi pustaka merupakan rangkaian kegiatan yang berkaitan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca, mencatat, serta mengolah bahan penelitian. Pendekatan ini dipilih karena fokus kajian terletak pada analisis normatif terhadap akad jual beli makanan dalam layanan Shopee-Food berdasarkan perspektif fiqh muamalah, sehingga tidak memerlukan pengumpulan data lapangan.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua kategori. Pertama, sumber primer, yaitu kitab-kitab fiqh klasik dan kontemporer yang membahas akad jual beli, seperti *Al-Majmu'* karya Imam Nawawi, *Al-Mughni* karya Ibnu Qudamah, serta literatur modern seperti *Fiqh Muamalah* karya (Wati, 2024) yang membahas prinsip muamalah dalam konteks kontemporer. Kedua, sumber sekunder, berupa artikel ilmiah, jurnal penelitian, prosiding, dan karya akademik yang relevan mengenai transaksi online dan fiqh muamalah digital. Menurut (Miles & Saldaña, 2024), sumber sekunder berfungsi memperkuat kerangka teoritis dan melengkapi data dari literatur utama.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, yaitu dengan menelusuri dan mencatat literatur yang relevan melalui portal jurnal nasional dan internasional seperti Google Scholar, DOAJ, dan Garuda. Pemilihan literatur didasarkan pada relevansi topik, kredibilitas sumber, serta kebaruan (up to date) publikasi. Hal ini sejalan dengan pendapat (Arikunto, 2021) bahwa validitas studi pustaka sangat dipengaruhi oleh kualitas dan akurasi literatur yang digunakan.

Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis isi (content analysis). Menurut Krippendorff (Moleong, 2000), analisis isi adalah teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dapat direplikasi dan valid dari data dengan mempertimbangkan konteksnya. Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahap: (1) identifikasi prinsip-prinsip fiqh muamalah terkait akad jual beli, (2) klasifikasi bentuk akad yang muncul dalam transaksi Shopee-Food seperti bai', ijarah, dan wakalah, (3) analisis perbandingan antara teori fiqh dengan praktik transaksi digital, serta (4) penarikan kesimpulan mengenai keabsahan akad berdasarkan hukum Islam.

Untuk menjaga keabsahan hasil penelitian, digunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan data dari kitab fiqh klasik, literatur kontemporer, serta hasil penelitian sebelumnya. (Sugiyono, 2022) menjelaskan bahwa triangulasi sumber merupakan upaya untuk meningkatkan validitas dengan menggunakan berbagai sumber data yang berbeda dalam menganalisis fenomena yang sama. Dengan demikian, kesimpulan penelitian ini diharapkan memiliki kekuatan akademis yang komprehensif dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

C. Hasil dan Pembahasan

Tinjauan fitur shopee-food pada aplikasi shopee secara umum

Shopee-Food merupakan salah satu layanan pesan antar makanan yang terintegrasi dalam aplikasi Shopee. Kehadiran fitur ini tidak hanya menjawab kebutuhan konsumen modern yang menginginkan kemudahan, efisiensi, dan kecepatan dalam memperoleh makanan, tetapi juga menjadi bentuk transformasi ekonomi digital yang menghubungkan konsumen, merchant, kurir, dan penyedia platform dalam satu ekosistem. Menurut (Saidah, RihhadatulAisyah, & Muhibban, 2025), model transaksi berbasis aplikasi semacam ini merupakan perkembangan baru yang membawa implikasi fiqh muamalah karena menghadirkan pola akad yang berbeda dengan jual beli konvensional.

Secara umum, Shopee-Food menawarkan beberapa fitur utama yang menjadi daya tarik bagi pengguna. Pertama, katalog merchant digital yang menampilkan daftar menu makanan dengan harga, foto, dan ulasan konsumen. Transparansi informasi ini sesuai dengan prinsip fiqh muamalah yang menuntut kejelasan objek akad (bay' al-ma'lum), sehingga menghindari potensi gharar (ketidakjelasan) dalam transaksi (Mustautinah, Hertina, & Zuraidah, 2023). Kedua, sistem pembayaran terintegrasi, baik melalui uang tunai, dompet digital ShopeePay, maupun layanan cicilan ShopeePay Later. Fitur ini memberikan fleksibilitas bagi konsumen, tetapi sekaligus

menimbulkan potensi riba apabila terdapat bunga atau denda pada skema cicilan (Anam & Laili, 2024). Ketiga, fitur promosi dan diskon yang ditawarkan Shopee-Food mampu menarik konsumen, namun mekanismenya perlu diperhatikan agar tidak menimbulkan ketidakadilan ataupun ketidakjelasan yang dilarang dalam fiqh muamalah (Wati, 2024). Keempat, layanan kurir terintegrasi, di mana kurir bertugas mengantarkan pesanan dari merchant ke konsumen. Dalam perspektif fiqh, posisi kurir dapat dipandang sebagai representasi akad ijarah (sewa jasa) atau wakalah (perwakilan), sehingga sah apabila jelas biaya dan tugasnya (Putri, Mardian, & Susanto, 2024).

Analisis fiqh muamalah terhadap Shopee-Food menunjukkan adanya multi-akad (ta'addud al-'uqud) dalam satu transaksi. Pertama, akad jual beli (bai') antara pembeli dan merchant terkait produk makanan. Kedua, akad ijarah atau wakalah antara konsumen dan kurir dalam hal jasa pengantaran. Ketiga, akad ujah atau kerja sama antara merchant dan pihak Shopee terkait biaya layanan platform. Menurut (Hayati & Ayu, 2024), multi-akad diperbolehkan dalam Islam selama setiap akad berdiri sendiri, tidak menimbulkan gharar, serta tidak melanggar prinsip keadilan. Hal ini menegaskan bahwa praktik transaksi Shopee-Food dapat dikategorikan sah, sepanjang memenuhi syarat dan rukun akad yang ditetapkan syariah.

Meski demikian, terdapat beberapa problematika yang perlu dicermati. Pertama, penggunaan ShopeePay Later dengan sistem cicilan berpotensi mengandung unsur riba jika terdapat tambahan biaya yang bersifat bunga. Kedua, skema promosi dan cashback yang tidak dijelaskan secara rinci dapat menimbulkan gharar. Ketiga, posisi multi-akad perlu dipastikan tidak menimbulkan tumpang tindih yang merugikan salah satu pihak. Hal ini sejalan dengan temuan (Muhajir, 2023) bahwa transaksi online membutuhkan regulasi syariah yang jelas agar tidak menimbulkan keraguan hukum bagi umat Islam.

Dengan demikian, hasil temuan dan pembahasan ini menegaskan bahwa Shopee-Food pada dasarnya telah memenuhi prinsip dasar fiqh muamalah, terutama pada aspek kerelaan (ridha) dan kejelasan objek akad. Namun, penerapan prinsip kehati-hatian tetap diperlukan, khususnya dalam penggunaan instrumen pembayaran non-tunai dan mekanisme promosi. Kajian ini mendukung pandangan (Nugroho, 2025)⁹⁰ yang menyebutkan bahwa layanan pesan antar makanan digital dapat dikategorikan sebagai praktik muamalah modern yang sah, selama pengelolaannya sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, Shopee-Food dapat dipandang sebagai bentuk adaptasi fiqh muamalah dalam menghadapi tantangan ekonomi digital kontemporer.

Model akad transaksi shopee-food antara pihak shopee dengan merchant

Shopee-Food sebagai salah satu layanan pesan-antar makanan berbasis digital menghadirkan model kerja sama yang kompleks antara tiga pihak utama: konsumen, driver, dan merchant. Dalam kerangka bisnis ini, merchant berperan sebagai pihak penyedia produk (makanan/minuman), sementara Shopee berfungsi sebagai penyedia platform yang mempertemukan merchant dengan konsumen. Relasi antara

Shopee dan merchant dapat dianalisis lebih dalam melalui perspektif fiqh muamalah untuk memahami keabsahan akad serta implikasinya. Hasil kajian menunjukkan bahwa pola kerja sama antara Shopee dan merchant bukanlah akad tunggal, melainkan bentuk multi akad yang menggabungkan beberapa jenis kontrak dalam satu mekanisme.

Pertama, hubungan ini mengandung unsur akad ijarah (sewa jasa). Merchant membayar sejumlah biaya layanan atau komisi kepada Shopee sebagai imbalan atas jasa yang diberikan, seperti penyediaan platform digital, promosi produk, pemrosesan transaksi, serta akses ke jaringan konsumen. Biaya ini telah ditentukan secara jelas dalam kontrak elektronik (digital agreement) sehingga memenuhi prinsip kejelasan (*ta'ayyun*) dan kerelaan (*taradhi*), sesuai dengan ketentuan fiqh muamalah (Saputra, 2025).

Kedua, akad ini juga mencerminkan prinsip syirkah 'inan (kerja sama bagi hasil). Shopee menyediakan sarana teknologi, sistem pembayaran, dan strategi pemasaran, sementara merchant menyediakan produk makanan sebagai objek transaksi. Keduanya berbagi keuntungan melalui mekanisme pembagian hasil: merchant memperoleh pendapatan bersih setelah dikurangi komisi, sedangkan Shopee mendapatkan bagian dari komisi tersebut. Selama persentase potongan disepakati di awal, maka akad syirkah ini sah dan dapat diterapkan dalam ekonomi digital (Kurniawan, 2024).

Ketiga, terdapat unsur akad wakalah (pendelegasian kuasa). Merchant memberikan kuasa kepada Shopee untuk mengelola penerimaan pembayaran dari konsumen melalui sistem pembayaran elektronik (ShopeePay, transfer bank, atau dompet digital lainnya). Selanjutnya, Shopee menyalurkan kembali dana tersebut ke merchant setelah dipotong biaya layanan. Hal ini sah menurut fiqh karena mekanismenya transparan dan pihak yang diwakilkan (Shopee) jelas identitas serta tanggung jawabnya (Adha, 2024).

Namun demikian, hasil temuan juga mengungkap adanya tantangan dan problematika. Beberapa merchant mengeluhkan besarnya komisi yang dianggap mengurangi margin keuntungan. Jika proporsinya tidak wajar, hal ini dapat menyalahi prinsip *al-'adl* (keadilan) dalam syirkah. Selain itu, sistem pencairan dana oleh Shopee yang tidak dilakukan secara instan tetapi bertahap menimbulkan kesan adanya akad *qardh* (pinjaman sementara) dari merchant kepada Shopee. Jika tidak diatur dengan transparan, hal ini berpotensi mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan).

Meskipun demikian, secara prinsip, akad kerja sama ini tetap sah dan dibolehkan dalam perspektif fiqh muamalah, dengan catatan semua pihak memperoleh manfaat yang adil, tidak ada pihak yang dirugikan secara sepihak, serta tidak mengandung unsur riba maupun *dharar* (kemudaratan). Kaidah umum *al-ashlu fil mu'amalat al-ibahah* (hukum asal dalam muamalah adalah boleh) menjadi landasan utama yang

mengafirmasi bahwa model akad baru dalam ekosistem digital, seperti pada Shopee-Food, dapat diterima selama memenuhi prinsip-prinsip syariah.

Dengan demikian, hubungan akad antara Shopee dan merchant pada layanan Shopee-Food dapat dipahami sebagai bentuk kombinasi akad ijarah, syirkah, dan wakalah. Model multi akad ini menjadi bukti bagaimana fiqh muamalah tetap relevan dalam menghadapi dinamika ekonomi digital modern, sekaligus menegaskan pentingnya keadilan, transparansi, dan perlindungan hak-hak merchant dalam transaksi berbasis aplikasi.

Model Akad Transaksi shopee-food Antara pihak shopee dan Driver

Shopee-Food sebagai salah satu layanan pesan-antar makanan berbasis aplikasi menghadirkan pola interaksi baru dalam dunia muamalah kontemporer. Dalam praktiknya, hubungan antara Shopee (penyedia platform) dengan driver (mitra kurir) menjadi titik krusial yang menentukan keberlangsungan sistem bisnis ini. Dari perspektif fiqh muamalah, relasi ini tidak hanya sekadar transaksi ekonomi, melainkan juga sebuah akad yang mengikat secara hukum syariah.

Hasil telaah menunjukkan bahwa akad transaksi antara Shopee dan driver lebih dekat dengan bentuk akad ijarah (sewa jasa). Shopee memberikan kesempatan kepada driver untuk memperoleh penghasilan melalui jasa pengantaran makanan, sementara driver memperoleh upah dari ongkos kirim yang dibayar konsumen serta tambahan insentif dari Shopee. Dalam fiqh, akad ijarah sah apabila memenuhi syarat: kejelasan pihak yang berakad, manfaat jasa yang diberikan, serta kejelasan ujarah (upah). Hal ini sesuai dengan pendapat (Mardiana, 2025) yang menegaskan bahwa jasa transportasi dan pengantaran dapat dikategorikan sebagai ijarah selama imbalannya jelas dan disepakati kedua belah pihak.

Selain itu, hubungan Shopee-driver juga dapat dianalisis melalui konsep wakalah bi al-ujrah (perwakilan dengan imbalan). Driver dalam hal ini bertindak sebagai wakil konsumen untuk membeli dan mengambil makanan di merchant, lalu mengantarkannya sesuai pesanan. Perwakilan ini bersifat sah karena konsumen memberi kuasa melalui aplikasi dan driver menerima imbalan yang jelas. (Wakhidah, 2023) menekankan bahwa wakalah bi al-ujrah relevan dalam bisnis digital karena konsumen tidak selalu hadir secara fisik, sehingga pendelegasian kepada driver menjadi jalan keluar syariah yang dibolehkan.

Lebih jauh, beberapa skema dalam Shopee-Food menunjukkan adanya ciri akad ju'alah (sayembara dengan imbalan). Hal ini tampak dari sistem insentif dan bonus yang diberikan Shopee apabila driver mencapai target tertentu, seperti jumlah pesanan harian atau tingkat kepuasan pelanggan. Menurut (Maulana, 2025), ju'alah merupakan bentuk akad yang fleksibel karena pemberi imbalan (Shopee) bebas menentukan syarat dan besaran hadiah, selama tidak menimbulkan ketidakadilan. Dengan demikian, akad antara Shopee dan driver tidak hanya tunggal, melainkan merupakan kombinasi dari *ijarah*, *wakalah bi al-ujrah*, dan *ju'alah*.

Namun, pembahasan ini tidak terlepas dari problematika. Pertama, sistem insentif yang sering berubah sepihak oleh Shopee menimbulkan potensi gharar (ketidakjelasan) yang dapat merugikan driver. Kedua, posisi tawar driver yang lemah dibandingkan pihak Shopee membuat akad cenderung bersifat tidak seimbang, mendekati akad ijarah yang timpang. Ketiga, kontrak digital yang dihadirkan hanya berupa persetujuan sepihak (*click agreement*), sehingga menimbulkan pertanyaan mengenai keadilan ('adl) dalam fiqh muamalah.

Dari sisi fiqh, akad Shopee-Food sah selama terpenuhi tiga prinsip utama: kejelasan (*bayān*), kerelaan (*tarādhi*), dan keadilan ('adl) (Ahmad, 2024). Jika salah satu aspek ini diabaikan, maka transaksi berpotensi cacat syariah. Oleh karena itu, Shopee perlu memperkuat aspek transparansi kontrak, menyeimbangkan sistem pembagian hasil, serta menghindari praktik gharar agar relasi dengan driver tetap sejalan dengan prinsip muamalah Islam.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa model akad transaksi Shopee-Food antara Shopee dan driver merupakan bentuk akad campuran yang memadukan ijarah, wakalah bi al-ujrah, dan ju'alah. Kombinasi ini sah secara fiqh selama tetap menjaga nilai kejelasan, kerelaan, dan keadilan. Praktik bisnis digital seperti Shopee-Food menunjukkan bahwa fiqh muamalah memiliki fleksibilitas tinggi untuk menjawab tantangan transaksi modern, asalkan prinsip syariah tidak diabaikan.

Model Akad Transaksi shopee-food Antara Konsumen dan Driver

Perkembangan layanan pesan-antar makanan berbasis aplikasi seperti Shopee-Food telah menghadirkan pola transaksi baru yang berbeda dengan praktik jual beli konvensional. Hubungan antara konsumen dan driver menjadi titik penting yang perlu dikaji melalui perspektif fiqh muamalah, sebab kedua belah pihak terikat dalam suatu bentuk akad yang menentukan keabsahan transaksi.

Berdasarkan kajian, transaksi antara konsumen dan driver Shopee-Food pada dasarnya mencerminkan akad ijarah (sewa jasa), di mana konsumen menyewa jasa driver untuk membeli sekaligus mengantarkan makanan dari merchant ke alamat yang ditentukan. Imbalan atas jasa tersebut berupa ongkos kirim (ujrah) yang telah ditetapkan dalam sistem aplikasi. Transparansi ongkos kirim yang ditampilkan sebelum konsumen menekan tombol "pesan" menunjukkan adanya kejelasan manfaat jasa dan upah, yang merupakan syarat sah akad ijarah (Putri, Mardian, & Susanto, 2024).

Lebih jauh, akad ini juga dapat dipahami sebagai wakalah bi al-ujrah (pendelegasian kuasa dengan imbalan). Konsumen memberikan kuasa kepada driver untuk membeli makanan sesuai permintaan, kemudian menyerahkan barang tersebut kepada konsumen. Dalam fiqh, wakalah sah apabila pihak yang mewakili, pihak penerima kuasa, dan objek kuasa jelas. Pada praktik Shopee-Food, kejelasan ini terpenuhi karena aplikasi mencatat pesanan, alamat, harga makanan, dan biaya jasa secara rinci.

Hal ini sejalan dengan pendapat (Najib, 2024) yang menyebut bahwa wakalah bi al-ujrah sangat relevan untuk menganalisis model bisnis jasa pesan-antar berbasis digital.

Dengan demikian, akad antara konsumen dan driver dapat disebut sebagai multi-akad: pertama, akad wakalah pada saat driver diberi kuasa membeli makanan; kedua, akad ijarah ketika driver mengantarkan makanan tersebut ke rumah konsumen. Multi-akad ini masih dibolehkan menurut fiqh muamalah selama tidak mengandung unsur terlarang seperti gharar (ketidakjelasan), riba, atau maysir.

Meskipun demikian, hasil kajian menemukan beberapa potensi problematika. Pertama, adanya risiko gharar ketika makanan yang dipesan ternyata habis, berbeda kualitas, atau tertukar. Hal ini dapat menimbulkan ketidakjelasan objek akad, yang dalam fiqh dilarang karena berpotensi menimbulkan sengketa (Rahmad Hidayat, 2022). Kedua, pada banyak kasus driver harus menalangi pembayaran terlebih dahulu di merchant sebelum makanan diantar ke konsumen. Kondisi ini menjadikan driver bukan sekadar wakil, tetapi juga seperti pemberi pinjaman sementara. Jika tidak ada kejelasan penggantian, maka potensi ketidakadilan bisa muncul dan merugikan driver.

Namun, fleksibilitas fiqh muamalah justru memberikan ruang untuk menjawab dinamika ini. Kaidah *al-ashlu fil mu'amalat al-ibahah illa an yadulla dalil 'ala tahrimiha* (hukum asal dalam muamalah adalah boleh kecuali ada dalil yang mengharamkan) menegaskan bahwa praktik akad ganda dalam Shopee-Food sah selama memenuhi prinsip keadilan, kerelaan, dan keterbukaan. Shopee-Food sendiri telah mengantisipasi risiko dengan menyediakan sistem pengembalian dana (refund) jika pesanan batal, serta memberikan bukti digital sebagai pengikat kedua belah pihak.

Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa akad antara konsumen dan driver Shopee-Food merupakan kombinasi ijarah dan wakalah bi al-ujrah yang sah menurut fiqh muamalah. Akad ini mencerminkan inovasi digital yang tetap dapat dikawal oleh nilai-nilai syariah. Model akad tersebut tidak hanya memperlihatkan bagaimana hukum Islam adaptif terhadap perkembangan zaman, tetapi juga menegaskan pentingnya integrasi prinsip syariah dalam praktik ekonomi digital modern.

Model Akad Transaksi shopee-food Antara Driver dan Merchant.

Hubungan transaksi antara driver Shopee-Food dan merchant (penyedia makanan/minuman) merupakan salah satu simpul penting dalam rantai layanan pesan-antar berbasis aplikasi digital. Meski tampak sederhana, interaksi ini sebenarnya mengandung beberapa bentuk akad yang dapat dianalisis dalam perspektif fiqh muamalah.

Pertama, relasi driver dan merchant umumnya lahir dari akad wakalah (perwakilan). Dalam hal ini, driver bertindak sebagai wakil dari konsumen yang telah memberikan kuasa melalui aplikasi untuk mengambil makanan di merchant. Merchant

berkewajiban menyerahkan barang sesuai pesanan, sementara driver mengemban amanah untuk menyampaikan makanan tersebut secara utuh kepada konsumen. Prinsip wakalah ini sah dan diakui dalam fiqh karena memenuhi unsur pihak yang mewakilkan, pihak yang diwakili, dan objek yang diwakilkan (Amanda Afriza Putri, 2024).

Kedua, dalam praktik tertentu, terutama pada skema pembayaran tunai (*cash on delivery*), driver seringkali mendahulukan pembayaran kepada merchant dengan menggunakan dana pribadi. Situasi ini melahirkan akad qardh (pinjaman), di mana driver secara tidak langsung memberikan pinjaman kepada konsumen sampai uang tersebut diganti pada saat pengantaran. Selama pinjaman ini tidak disertai tambahan keuntungan yang disyaratkan, maka akad tersebut diperbolehkan dan tidak bertentangan dengan prinsip syariah (Firmansyah, 2025).

Ketiga, terdapat pula dimensi akad ijarah (sewa jasa) yang secara tidak langsung terjalin. Merchant mendapatkan manfaat dari jasa driver yang membantu mendistribusikan produknya ke konsumen dengan jangkauan yang lebih luas, meskipun merchant tidak membayar secara langsung kepada driver. Pembayaran jasa disalurkan melalui sistem yang dibebankan kepada konsumen. Hal ini menunjukkan adanya keterhubungan akad ganda, di mana manfaat (*manfa'ah*) jasa driver tetap dirasakan merchant meskipun tidak ada transaksi finansial langsung antara keduanya (Anam & Laili, 2024).

Temuan penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara driver dan merchant relatif lebih sederhana dibandingkan dengan model akad lain dalam ekosistem Shopee-Food. Merchant hanya berperan menyerahkan makanan sesuai pesanan, tanpa kewajiban tambahan terhadap driver. Namun, kompleksitas bisa muncul ketika terjadi kesalahan dalam pesanan, keterlambatan penyediaan makanan, atau kerusakan kualitas produk. Dalam konteks ini, fiqh muamalah menekankan pentingnya prinsip *al-amanah* (kejujuran) dan *al-dhaman* (tanggung jawab), di mana merchant harus memastikan keakuratan pesanan, sementara driver harus menjaga keutuhan produk hingga sampai ke tangan konsumen (Adnan, 2023).

Dengan demikian, akad transaksi antara driver dan merchant pada Shopee-Food dapat dipahami sebagai model multi-akad yang saling melengkapi: wakalah sebagai landasan utama, qardh sebagai konsekuensi tambahan dalam skema COD, serta ijarah tidak langsung yang memberi manfaat pada merchant. Keseluruhan model ini sah menurut fiqh muamalah sepanjang dilaksanakan dengan prinsip keadilan, keterbukaan, serta tanpa adanya unsur gharar (ketidakjelasan) maupun riba.

D. Conclusions

Berdasarkan hasil kajian, dapat disimpulkan bahwa model akad transaksi dalam layanan Shopee-Food yang melibatkan pihak Shopee, driver, merchant, dan konsumen pada dasarnya dapat dipandang sah menurut perspektif fiqh muamalah. Akad-akad yang terbentuk merupakan gabungan dari beberapa jenis akad, seperti

jual beli (*bai'*), sewa jasa (*ijarah*), perwakilan (*wakalah*), kerja sama (*syirkah*), hingga *ju'alah*. Keseluruhan bentuk akad ini dapat diterima sepanjang memenuhi syarat dan rukunnya, dilakukan secara transparan, serta terhindar dari unsur gharar, riba, maupun praktik yang merugikan salah satu pihak. Temuan ini memperlihatkan fleksibilitas fiqh muamalah dalam menjawab dinamika transaksi ekonomi digital yang semakin kompleks di era modern. Secara praktis, penelitian ini memiliki implikasi penting bagi pengembangan ekonomi halal di era digital. Model multi-akad yang dijalankan dalam Shopee-Food dapat menjadi acuan bagi perumusan regulasi transaksi berbasis syariah pada platform digital. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hukum Islam memiliki relevansi yang kuat dalam merespons perubahan sosial dan teknologi, khususnya dalam ranah ekonomi daring. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya beberapa kelemahan yang perlu mendapat perhatian serius. Mekanisme cicilan melalui ShopeePay Later berpotensi mengandung riba, sistem promosi dan cashback kadang mengandung gharar karena kurang transparan, serta posisi tawar driver dan merchant yang cenderung lemah dibandingkan pihak Shopee sebagai pemilik platform. Selain itu, belum adanya kejelasan tanggung jawab ketika terjadi kesalahan pesanan atau keterlambatan menimbulkan potensi kerugian bagi konsumen maupun pelaku usaha kecil. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini menyarankan agar Shopee meningkatkan transparansi kontrak digital, memperbaiki sistem insentif, serta memperkuat keadilan dalam hubungan dengan driver dan merchant. Konsumen juga perlu lebih bijak dalam menggunakan layanan cicilan agar terhindar dari risiko riba. Bagi regulator syariah, penting kiranya merumuskan standar hukum transaksi digital berbasis syariah sehingga tidak menimbulkan keraguan di masyarakat. Sementara itu, bagi akademisi, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi aspek perlindungan konsumen dan efektivitas penerapan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah dalam bisnis platform digital. Dengan demikian, kajian ini tidak hanya menegaskan keabsahan akad-akad dalam Shopee-Food, tetapi juga membuka ruang diskusi lebih luas mengenai penerapan fiqh muamalah dalam era transformasi digital.

Daftar Pustaka

- Adha, S. (2024). Tinjauan fikih muamalah terhadap jual beli online di era digital. *Al-Iqtishady: Journal of Sharia Economics*, 2(1), 52–61.
- Adnan, A. (2023). Analisis akad jual beli online pada aplikasi Shopee: Tinjauan perspektif fikih muamalah. *Laswq: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 5(1), 45–62.
- Ahmad, I. (2024). Analysis of Fiqh Muamalah and DSN-MUI Fatwa No. 145/2021 on dropshipping and online trading. *Mudharabah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 101–118.
- Amanda Afriza Putri, L. R. (2024). ANALISIS PERILAKU MAHASISWI SEBAGAI KONSUMEN MUSLIM TERHADAP DAYA BELI PRODUK ONLINE DI E-

- COMMERCE SHOPEE. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 27(2), 8-24. Retrieved from <https://esensijournal.com/index.php/esensi/article/view/33>
- Anam, D., & Laili, N. (2024). Tinjauan fiqh muamalah terhadap komunitas jual beli online e-commerce (studi kasus daerah Waru Pamekasan). *An-Nawazil: Jurnal Hukum dan Syariah Kontemporer*, 6(2), 21–47.
- Arikunto, S. (2021). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Creswell, J. (2020). *Desain Penelitian: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran (edisi ke-4)*. Thousand Oaks: CA: Publikasi Sage.
- Firmansyah, B. (2025). Tinjauan fiqh muamalah terhadap Shopee-Food pada aplikasi Shopee. *MAS: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 7(1), 12–29.
- Hayati, M., & Ayu, D. (2024). Perkembangan fikih muamalah dalam konteks transaksi elektronik. *Al-Fiqh*, 2(1), 18–28.
- Kurniawan, H. (2024). Muamalah fiqh analysis of the use of Shopee platform for online transactions. *Tasyri': Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 6(1), 40–58.
- Mardiana, D. (2025). Analisis fikih muamalah terkait jual beli online. *Al-Fiqh: Jurnal Fikih Kontemporer*, 3(1), 55–73.
- Maulana, A. (2025). Tinjauan fiqh muamalah terhadap jual beli online: Kajian hak-khiyar dan gharar. *Moral: Jurnal Etika Bisnis dan Syariah*, 2(1), 11–24.
- Miles, H., & Saldaña. (2024). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. New York: SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2000). *Metode Penelitian Kualitaif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhajir, M. (2023). Analisis hukum Islam pada akad aplikasi Grab Food: Implikasi untuk aplikasi serupa (studi perbandingan dengan Shopee-Food). *Al-Faruq: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 12–24.
- Mustautinah, Hertina, & Zuraidah. (2023). Tinjauan fiqh muamalah terhadap praktik jual beli pakaian bekas di sosial media Instagram. *Journal of Sharia and Law*, 4(2), 1209–1225.
- Najib, A. (2024). A sharia perspective on e-commerce affiliate marketing: Implications for Shopee. *Jurnal Penelitian & Legislasi Religion (JPLR)*, 9(3), 88–105.
- Nugroho, R. (2025). E-commerce and ethical business practices: Implementation of the marketplace fatwa in Indonesia. *Share: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah*, 8(2), 72–91.

- Putri, M. S., Mardian, H., & Susanto, R. (2024). Penerapan rukun dan syarat jual beli dalam transaksi online berdasarkan ekonomi syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Pariwisata Halal*, 3(2), 39–52.
- Rahmad Hidayat, T. I. (2022). Strategi Meningkatkan Penghasilan untuk Kesejahteraan Keluarga Pedagang. *Inovatif: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital dan Kewirausahaan*, 1(4), 305-315. doi:<https://doi.org/10.55983/inov.v1i4.197>
- Saidah, N. S., RihhadatulAisyah, R., & Muhibban. (2025). Analisis fiqh muamalah terhadap penerapan sistem pembayaran cicilan (PayLater) pada marketplace Shopee. *Jurnal Kajian Islam dan Sosial Keagamaan*, 3(2), 410–421.
- Saputra, J. (2025). An analysis of DSN-MUI fatwas 2021 in e-commerce practice. *Saqifah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 10(1), 100–116.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Wakhidah. (2023). Jual beli online (e-commerce) ditinjau dari perspektif hukum Islam. *Jurnal Ekonomi dan Hukum*, 2(1), 33–50.
- Wati, T. (2024). Online buying and selling on Shopee in the perspective of sharia economic law. *Saqifah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 9(2), 77–92.