

Penerapan Kaidah *Fiqhiyyah* dalam Menjawab Problematika Muamalah Kontemporer: Studi Pada E-Commerce Syariah

Nanda Muzahra¹, Syahrani Harmi², Rizky Amalia Lubis³, Abdul Rahman Sofyan⁴

^{1,4} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

e-mail: nandamujahra@gmail.com¹, syahraniharmi14@gmail.com², amelialuisrizky@gmail.com³, abdulrahmansofyan1274@gmail.com⁴

Abstract: This study aims to analyze the application of *qawā'id fiqhiyyah* (Islamic legal maxims) in addressing contemporary muamalah issues in Islamic e-commerce practices, with a case study of the Shopee Barokah feature. The research employs a descriptive qualitative approach through non-participant observation and interviews with users to examine transaction systems, contract mechanisms, product clarity, and compliance with sharia principles. The findings indicate that Shopee Barokah applies several *fiqhiyyah* maxims, including *al-yaqīn lā yazūlu bisy-syak* (certainty is not removed by doubt), *al-masyaqqah tajlibut-taysīr* (difficulty brings ease), *adh-dhararu yuzāl* (harm must be eliminated), *al-'ādah muhakkamah* (custom is authoritative), and *al-umūr bi maqāṣidihā* (acts are judged by intentions). These principles are reflected in clear contracts, transparent transactions, and consumer protection efforts. However, challenges remain, particularly regarding sellers' limited understanding of sharia-based muamalah principles and the incomplete implementation of sharia-compliant payment systems. This study concludes that *fiqhiyyah* maxims function as adaptive and essential legal guidelines in responding to the dynamics of modern digital economics.

Keywords: *Fiqhiyyah* Maxims; Contemporary Muamalah; Islamic E-Commerce.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan kaidah *fiqhiyyah* dalam menjawab problematika muamalah kontemporer pada praktik e-commerce syariah dengan studi kasus fitur Shopee Barokah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui teknik observasi non-partisipan dan wawancara terhadap pengguna, dengan fokus pada sistem transaksi, mekanisme akad, kejelasan produk, serta kesesuaian praktik perdagangan dengan prinsip syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Shopee Barokah telah menerapkan beberapa kaidah *fiqhiyyah*, antara lain *al-yaqīn lā yazūlu bisy-syak*, *al-masyaqqah tajlibut-taysīr*, *adh-dhararu yuzāl*, *al-'ādah muhakkamah*, dan *al-umūr bi maqāṣidihā*. Penerapan kaidah-kaidah tersebut tercermin dalam kejelasan akad, transparansi transaksi, serta upaya perlindungan konsumen. Meskipun demikian, masih ditemukan sejumlah kendala, seperti belum meratanya pemahaman penjual terhadap prinsip muamalah syariah serta sistem pembayaran yang belum sepenuhnya berbasis syariah. Penelitian ini menegaskan bahwa kaidah *fiqhiyyah* berperan penting sebagai pedoman hukum yang fleksibel dan kontekstual dalam merespons perkembangan ekonomi digital modern.

Kata Kunci: Kaidah *Fiqhiyyah*; Muamalah Kontemporer; E-Commerce Syariah.

How to Cite: Putra, R. D., Hafidz, A. A., Khasanah, U., Hidayah, L. F., & Madnasir. Phenomenology Of The Development Of Islamic Economy In Economic Globalization. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 12 (1), 45-53. <https://ejournal.unzah.ac.id/index.php/iqtishodiyah>

Introduction

Perkembangan teknologi digital dalam masyarakat Muslim mendorong lahirnya berbagai bentuk e-commerce syariah yang menawarkan kemudahan transaksi dengan tetap berlandaskan prinsip-prinsip Islam, salah satunya melalui fitur Shopee Barokah. Praktik transaksi digital ini mencakup promosi produk halal, sistem pembayaran daring, serta mekanisme akad yang berlangsung tanpa pertemuan langsung antara penjual dan pembeli. Kondisi tersebut menghadirkan tantangan

baru dalam muamalah, terutama terkait kepastian akad, transparansi transaksi, serta potensi munculnya unsur gharar, riba, dan praktik yang tidak sejalan dengan prinsip syariah (Susanti et al., 2025).

Dalam perspektif hukum Islam, kaidah *fiqhiyyah* dipahami sebagai prinsip-prinsip umum yang berfungsi memudahkan penetapan hukum terhadap persoalan baru yang tidak dijelaskan secara eksplisit dalam nash (Zuhdi, 2018). Kaidah ini menjadi jembatan antara kerangka metodologis *uṣūl al-fiqh* dan penerapan hukum fiqh yang bersifat aplikatif dalam merespons dinamika sosial, ekonomi, dan teknologi (Muiz, 2020). Selain itu, kaidah *fiqhiyyah* juga berperan menjaga konsistensi pencapaian *maqāṣid al-syarī'ah*, yaitu perlindungan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.

Kajian akademik mengenai e-commerce syariah telah berkembang dengan beragam fokus, mulai dari perilaku konsumen Muslim, tingkat kepercayaan terhadap label syariah, hingga perkembangan marketplace berbasis nilai-nilai Islam. Di sisi lain, kajian *fiqh muamalah* kontemporer menempatkan kaidah *fiqhiyyah* sebagai instrumen yang fleksibel dan kontekstual dalam menyikapi perubahan sosial dan ekonomi modern. Mubarroq & Latifah (2023) menegaskan bahwa kaidah *fiqhiyyah* mampu beradaptasi dengan realitas muamalah kontemporer tanpa kehilangan fondasi normatifnya. Prinsip-prinsip muamalah seperti keadilan, transparansi, kerelaan para pihak, serta larangan riba dan gharar juga tetap menjadi landasan etis dalam aktivitas ekonomi modern (Ibrahim, 2019; Rahman & Istifadzah, 2022).

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih menempatkan pembahasan pada tataran konseptual atau normatif dan belum secara langsung mengaitkannya dengan praktik empiris transaksi e-commerce syariah berbasis platform digital, khususnya dari sudut pandang pengalaman konsumen. Padahal, transaksi daring menghadirkan karakteristik baru yang berbeda dari transaksi konvensional, terutama terkait mekanisme akad, pola interaksi para pihak, dan potensi munculnya ketidakpastian (gharar) dalam penyampaian informasi produk.

Dengan demikian, masih terdapat ruang kajian yang terbuka untuk mengintegrasikan kaidah *fiqhiyyah* sebagai kerangka analisis utama dalam menilai praktik muamalah pada e-commerce syariah digital. Posisi artikel ini berada pada irisan antara kajian *fiqh muamalah* kontemporer dan praktik e-commerce syariah modern yang berbasis platform digital.

Kebaruan ilmiah (*novelty*) penelitian ini terletak pada penerapan kaidah *fiqhiyyah* secara langsung sebagai alat analisis terhadap praktik transaksi e-commerce syariah digital, khususnya pada fitur Shopee Barokah, dengan menggunakan pengalaman empiris konsumen sebagai sumber data utama. Pendekatan ini memperluas penerapan kaidah *fiqhiyyah* dari ranah konseptual menuju ranah empiris, sekaligus menawarkan perspektif baru dalam menilai kesesuaian implementasi e-commerce syariah dengan prinsip muamalah Islam.

Permasalahan penelitian ini dirumuskan dalam pertanyaan mengenai bagaimana penerapan kaidah *fiqhiyyah* dalam menjawab problematika muamalah kontemporer pada praktik e-commerce syariah digital. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan kaidah *fiqhiyyah* dalam praktik transaksi pada fitur Shopee Barokah berdasarkan perspektif konsumen, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian *fiqh muamalah* kontemporer serta kontribusi praktis bagi penguatan implementasi e-commerce syariah di era digital.

Method

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami penerapan kaidah *fiqhiyyah* dalam menjawab berbagai problematika muamalah kontemporer pada praktik e-commerce syariah. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menggali secara lebih mendalam pengalaman, pandangan, serta pemahaman pengguna terhadap praktik

transaksi digital yang diklaim berbasis prinsip syariah.

Penelitian dilaksanakan secara daring dengan fokus kajian pada aktivitas transaksi yang dilakukan oleh pembeli, meliputi kejelasan akad jual beli, transparansi harga dan deskripsi produk, mekanisme pembayaran, serta kesesuaian produk dengan ketentuan halal dan *thayyib*. Selain itu, penelitian ini juga memperhatikan potensi munculnya unsur-unsur yang dilarang dalam Islam, seperti *riba*, *penipuan*, dan *ketidakjelasan (gharar)*, sebagaimana tercermin dalam pengalaman bertransaksi pengguna.

Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah fitur Shopee Barokah yang terdapat pada aplikasi Shopee. Shopee Barokah merupakan layanan khusus yang ditujukan untuk memfasilitasi transaksi jual beli yang diklaim sejalan dengan prinsip *muamalah syariah*, dengan menampilkan kurasi produk halal serta kategori yang relevan dengan kebutuhan konsumen Muslim. Kehadiran fitur ini mencerminkan upaya platform e-commerce dalam merespons perkembangan ekonomi syariah di Indonesia yang terus mengalami pertumbuhan.

Shopee Barokah menyediakan berbagai jenis produk, antara lain makanan dan minuman halal, *fashion Muslim*, kosmetik halal, serta produk pendukung ibadah. Selain itu, terdapat penandaan dan pengelompokan produk tertentu yang bertujuan membantu konsumen dalam mengenali produk yang dianggap sesuai dengan nilai syariah. Dalam penelitian ini, Shopee Barokah diposisikan sebagai objek kajian untuk menelaah bagaimana praktik transaksi digital dijalankan, khususnya berkaitan dengan kejelasan akad, transparansi informasi, serta potensi kesesuaian praktik transaksi dengan prinsip *fiqh muamalah*.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi non-partisipan dan wawancara. Observasi non-partisipan dilakukan dengan mengamati tampilan, fitur, serta alur transaksi pada Shopee Barokah tanpa terlibat langsung sebagai penjual, dengan memperhatikan penyajian informasi produk, proses pemesanan, metode pembayaran, serta sistem transaksi yang tersedia bagi pengguna.

Selain observasi, penelitian ini dilengkapi dengan wawancara terhadap tiga orang pengguna aktif Shopee Barokah yang dipilih secara *purposive*. Kriteria informan adalah pengguna yang telah melakukan transaksi melalui Shopee Barokah minimal dua kali sehingga memiliki pengalaman yang relevan dengan fokus penelitian. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pertanyaan terbuka yang berkaitan dengan pengalaman bertransaksi, pemahaman terhadap akad, serta penilaian informan mengenai kesesuaian praktik transaksi dengan prinsip syariah.

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara dianalisis menggunakan analisis data kualitatif deskriptif. Tahap pertama adalah reduksi data, yaitu memilih, memfokuskan, dan menyederhanakan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Tahap kedua adalah penyajian data, di mana temuan disusun dalam bentuk uraian naratif agar mudah dipahami. Tahap ketiga adalah penarikan kesimpulan dengan mengaitkan temuan penelitian dengan kaidah-kaidah *fihiyyah*, yaitu *al-umūr bi maqāṣidihā* (segala perbuatan bergantung pada tujuannya), *al-yaqīn lā yuzālū bi al-syakk* (keyakinan tidak hilang karena keraguan), *al-dhararū yuzāl* (kemudaratan harus dihilangkan), *al-‘ādah muḥakkamah* (kebiasaan dapat dijadikan dasar hukum), dan *al-masyaqqah tajlibu al-taysīr* (kesulitan mendatangkan kemudahan). Melalui tahapan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang utuh mengenai penerapan kaidah *fihiyyah* dalam praktik *muamalah kontemporer* pada e-commerce syariah.

Results and Discussion

Temuan Penelitian Berdasarkan Pengalaman Pengguna Shopee Barokah

Penelitian ini melibatkan tiga orang informan yang dipilih secara *purposive*, yaitu Dwi (19 tahun), Yasmin (22 tahun), dan Putri (26 tahun). Ketiganya merupakan pengguna aktif Shopee Barokah yang telah melakukan transaksi lebih dari dua kali sehingga memiliki pengalaman yang relevan dengan fokus penelitian. Data diperoleh melalui wawancara terbuka dan observasi non-partisipan terhadap tampilan serta alur transaksi pada fitur Shopee Barokah.

Berdasarkan hasil wawancara, seluruh informan menyatakan bahwa alasan utama menggunakan Shopee Barokah adalah keinginan untuk melakukan transaksi yang dinilai lebih aman dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dwi mengungkapkan, “Saya tertarik menggunakan Shopee Barokah karena ingin mencoba fitur belanja online yang diklaim lebih sesuai dengan prinsip syariah, sehingga saya merasa lebih tenang terutama terkait kehalalan produk dan cara berjual belinya.” Pernyataan ini diperkuat oleh Yasmin yang menyampaikan bahwa ketertarikannya muncul karena rasa penasaran terhadap perbedaan Shopee Barokah dengan Shopee reguler serta harapan memperoleh pengalaman transaksi yang lebih sesuai dengan prinsip syariah. Putri juga menilai bahwa Shopee Barokah memberikan ruang bagi konsumen untuk membandingkan kualitas layanan dan tingkat keamanan dengan marketplace pada umumnya. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor religiusitas dan persepsi keamanan menjadi motivasi dominan dalam penggunaan fitur Shopee Barokah.

Dari sisi tampilan dan mekanisme transaksi, para informan sepakat bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara Shopee Barokah dan Shopee reguler. Perbedaan lebih terasa pada jenis produk yang ditampilkan, yang cenderung mengarah pada kebutuhan halal dan bernuansa syariah. Putri menyatakan, “Jenis produk lebih mengarah ke kebutuhan berbasis syariah, tetapi dari segi alur belanja dan pembayarannya masih sangat mirip dengan Shopee biasa.” Hal senada juga disampaikan oleh Dwi dan Yasmin yang menilai bahwa proses pencarian produk, pemesanan, hingga pembayaran secara teknis tidak jauh berbeda, sementara pembeda utamanya terletak pada kurasi produk dan identitas syariah pada toko tertentu. Kondisi ini menunjukkan bahwa inovasi Shopee Barokah lebih menitikberatkan pada segmentasi produk dibandingkan perubahan sistem transaksi secara menyeluruh.

Terkait transparansi transaksi, seluruh informan menyatakan bahwa informasi mengenai harga, ongkos kirim, serta estimasi pengiriman telah disajikan secara jelas dan mudah dipahami. Namun, penjelasan mengenai akad syariah belum dirasakan secara eksplisit oleh pengguna. Dwi mengakui bahwa meskipun aspek teknis transaksi cukup transparan, mekanisme syariah belum dipahami secara mendalam. Yasmin juga menyampaikan bahwa kejelasan harga dan barang telah terpenuhi, tetapi konsep akad syariah masih kurang disosialisasikan. Putri menegaskan bahwa kesepakatan jual beli lebih bersifat implisit dan belum benar-benar disadari oleh pembeli dalam proses transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa aspek akad masih menjadi titik lemah dalam implementasi e-commerce syariah.

Dalam praktik transaksi, para informan juga pernah mengalami kendala, terutama berupa keterlambatan pengiriman dan keraguan terhadap keaslian produk. Dwi menyampaikan bahwa keterlambatan pengiriman masih dapat ditoleransi selama tersedia mekanisme pengaduan dan tindak lanjut dari pihak platform. Yasmin dan Putri menyoroti adanya rasa ragu terhadap keaslian barang, terutama ketika deskripsi produk kurang detail atau tidak sepenuhnya sesuai dengan barang yang diterima. Meskipun demikian, keberadaan fitur ulasan dan penilaian toko dinilai cukup membantu dalam mengurangi ketidakpastian tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa potensi unsur gharar masih dapat muncul dalam transaksi daring, meskipun dapat diminimalkan melalui sistem pengawasan platform.

Apabila dianalisis menggunakan kaidah *fiqhiyyah*, motivasi pengguna memilih Shopee Barokah sejalan dengan *prinsip al-umūr bi maqāṣidihā*, karena tujuan transaksi diarahkan pada upaya memperoleh kehalalan dan ketenangan dalam berbelanja. Keberadaan label halal dan identitas syariah menumbuhkan keyakinan pengguna, namun belum diimbangi dengan kejelasan akad yang memadai, sehingga berkaitan dengan kaidah *al-yaqīn lā yuzālu bi al-syakk*. Kendala berupa keterlambatan pengiriman dan potensi ketidaksesuaian produk mencerminkan adanya risiko mudarat yang perlu diminimalkan sebagaimana prinsip *al-dhararu yuzāl*. Praktik transaksi digital yang telah menjadi kebiasaan masyarakat dapat dipahami melalui kaidah *al-‘ādah muḥakkamah* selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Selain itu, kemudahan akses transaksi yang diberikan Shopee Barokah mencerminkan prinsip *al-masyaqqah tajlibu al-taysīr*, yaitu adanya kemudahan dalam aktivitas muamalah selama tetap berada dalam koridor hukum Islam.

Secara keseluruhan, Shopee Barokah dinilai telah menunjukkan upaya menuju penerapan prinsip syariah dalam transaksi e-commerce, terutama melalui kurasi produk halal dan identitas platform. Namun, penerapannya masih perlu diperkuat, khususnya pada aspek edukasi pengguna mengenai akad, transparansi mekanisme syariah, serta pengawasan terhadap produk dan penjual. Dengan penguatan tersebut, nilai syariah diharapkan tidak hanya hadir sebagai simbol, tetapi benar-benar tercermin dalam praktik transaksi digital yang adil, transparan, dan membawa kemaslahatan bagi konsumen.

Analisis Berdasarkan Kaidah Fiqhiyyah

1. Al-Umūr bi Maqāṣidihā

(Segala perkara tergantung pada tujuannya)

Keberadaan Shopee Barokah diarahkan untuk memberikan alternatif transaksi yang dinilai lebih selaras dengan nilai-nilai syariah, khususnya bagi konsumen Muslim yang mengutamakan aspek kehalalan dan keamanan dalam berbelanja. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pengguna memilih fitur ini karena adanya harapan memperoleh ketenangan batin serta keyakinan bahwa produk dan mekanisme transaksi lebih terkontrol. Orientasi tersebut mencerminkan kesesuaian dengan kaidah *al-umūr bi maqāṣidihā*, karena tujuan transaksi tidak semata-mata bersifat ekonomis, tetapi juga bernilai ibadah dan kehati-hatian.

Mujahidin & Susilo (2023) menjelaskan bahwa praktik jual beli berbasis digital dapat dibenarkan secara syariah sepanjang akad yang digunakan memenuhi rukun dan syarat serta terbebas dari unsur riba, gharar, dan penipuan. Namun demikian, temuan lapangan memperlihatkan bahwa pemahaman pengguna terhadap akad masih terbatas, sehingga tujuan ideal tersebut belum sepenuhnya terimplementasi secara substansial.

2. Al-Yaqīn Lā Yazūlu bi al-Syak

(Keyakinan tidak hilang karena keraguan)

Ketersediaan informasi harga, biaya pengiriman, serta estimasi waktu pengantaran memberikan tingkat kepastian bagi pengguna dalam melakukan transaksi. Label halal dan identitas syariah juga membentuk persepsi aman di kalangan konsumen. Meskipun demikian, sebagian informan masih merasakan keraguan terkait kejelasan akad dan keaslian produk tertentu. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepastian teknis belum sepenuhnya diiringi dengan kepastian hukum syariah. Saifuddin & Febrianti (2025) menegaskan bahwa minimnya transparansi informasi dalam transaksi digital berpotensi menimbulkan unsur gharar serta mengurangi kepastian akad. Oleh karena itu, prinsip *al-yaqīn lā yazūlu bi al-syakk* menuntut adanya kejelasan yang lebih eksplisit agar keyakinan konsumen tidak terganggu oleh keraguan yang bersifat normatif maupun praktis.

3. Al-Masyaqqah Tajlibu al-Taysīr

(Kesulitan mendatangkan kemudahan)

Pemanfaatan platform digital seperti Shopee Barokah memberikan kemudahan akses bagi masyarakat dalam memperoleh produk tanpa harus melakukan transaksi secara langsung di toko

fisik. Efisiensi waktu, fleksibilitas pembayaran, serta sistem pengiriman terintegrasi menjadi bentuk kemudahan yang dirasakan pengguna. Kemudahan ini selaras dengan prinsip syariah yang memberikan keringanan dalam menghadapi kebutuhan masyarakat modern selama tidak bertentangan dengan ketentuan muamalah. Ulfa (2023) menyatakan bahwa transaksi digital dapat dibenarkan selama kejelasan akad, objek transaksi, serta mekanisme pembayaran tetap berada dalam koridor hukum Islam. Dengan demikian, kemudahan yang ditawarkan perlu disertai penguatan aspek regulasi syariah agar tidak menimbulkan ketidakpastian hukum.

4. *Al-Dhararu Yuzāl*

(Kemudahan harus dihilangkan)

Beberapa informan mengungkapkan pengalaman keterlambatan pengiriman serta keraguan terhadap kualitas dan keaslian produk. Situasi tersebut berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen apabila tidak dikelola dengan baik. Kehadiran fitur pengaduan, penilaian toko, serta ulasan pembeli merupakan langkah preventif untuk meminimalkan risiko tersebut. Namun, efektivitas mekanisme tersebut masih sangat bergantung pada kepatuhan penjual dan respons platform. Al Faruqi & Wijaya (2025) menekankan bahwa perlindungan konsumen dan transparansi informasi merupakan unsur penting dalam menjaga keadilan transaksi e-commerce syariah. Oleh karena itu, prinsip *al-dhararu yuzāl* menghendaki adanya penguatan pengawasan dan penegakan standar agar potensi mudarat dapat ditekan secara optimal.

5. *Al-‘Ādah Muḥakkamah*

(Kebiasaan dapat dijadikan dasar hukum)

Praktik transaksi melalui marketplace digital telah menjadi kebiasaan masyarakat modern dan diterima sebagai bagian dari pola konsumsi sehari-hari. Proses pemesanan berbasis aplikasi, pembayaran digital, serta konfirmasi otomatis dapat dipahami sebagai bentuk adaptasi ijab dan qabul dalam konteks kontemporer. Selama mekanisme tersebut tidak mengandung unsur yang dilarang syariah, kebiasaan ini dapat dijadikan dasar pertimbangan hukum. Anam (2024) menjelaskan bahwa jual beli online dapat dianggap sah apabila rukun dan syarat akad terpenuhi serta tidak terdapat unsur penipuan maupun ketidakjelasan. Dengan demikian, penerimaan terhadap kebiasaan digital perlu diiringi dengan kontrol syariah yang konsisten.

Problematika Muamalah Kontemporer dalam Shopee Barokah

Meskipun Shopee Barokah berupaya menghadirkan sistem transaksi syariah, penelitian ini menemukan beberapa problematika, antara lain:

1. Belum meratanya pemahaman penjual terhadap prinsip muamalah syariah.
2. Kejelasan akad yang belum disampaikan secara eksplisit kepada pembeli.
3. Potensi perilaku konsumtif akibat promosi dan diskon.
4. Masih digunakannya metode pembayaran yang berpotensi mengandung unsur riba.

Upaya Penerapan dan Solusi

Untuk memperkuat penerapan kaidah *fiqhiyyah* dalam Shopee Barokah, diperlukan peningkatan edukasi syariah bagi pengguna dan penjual, penguatan sistem verifikasi produk halal, serta transparansi penjelasan akad dalam aplikasi. Selain itu, optimalisasi pengawasan terhadap penjual dan penyempurnaan mekanisme perlindungan konsumen menjadi langkah strategis untuk menekan potensi mudarat. Upaya ini diharapkan mampu mendorong Shopee Barokah tidak hanya berfungsi sebagai inovasi digital, tetapi juga sebagai model praktik muamalah syariah yang kredibel dan berkelanjutan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengamatan dan analisis terhadap penerapan kaidah *fiqhiyyah* dalam praktik e-commerce syariah melalui fitur Shopee Barokah, dapat disimpulkan bahwa prinsip-prinsip hukum Islam pada dasarnya bersifat dinamis dan mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Shopee Barokah telah berupaya menerapkan sejumlah kaidah *fiqhiyyah*, seperti *al-yaqīn lā yazūlu bisy-syak*, *al-masyaqqah tajlibut-taysīr*, *adh-dhararu yuzāl*, *al-‘ādah muhakkamah*, dan *al-umūr bi maqāsidihā*. Penerapan kaidah-kaidah tersebut tercermin dalam upaya penyediaan produk halal, transparansi informasi transaksi, serta mekanisme perlindungan konsumen.

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa penerapan prinsip muamalah syariah dalam e-commerce masih menghadapi sejumlah tantangan. Beberapa di antaranya adalah belum meratanya pemahaman penjual terhadap konsep muamalah syariah, keterbatasan fasilitas pembayaran yang sepenuhnya berbasis syariah, serta potensi munculnya unsur gharar dan israf dalam praktik promosi dan pemasaran. Kondisi ini menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai syariah pada platform digital belum sepenuhnya optimal dan masih memerlukan penguatan dari sisi substansi, bukan hanya pada aspek simbolik.

Secara teoritis, hasil penelitian ini menegaskan bahwa kaidah *fiqhiyyah* tetap relevan sebagai instrumen hukum yang fleksibel dalam menjawab problematika muamalah kontemporer, khususnya di bidang ekonomi digital. Sementara itu, secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha dan pengembang platform e-commerce untuk meningkatkan kualitas penerapan prinsip syariah agar tujuan *maqāsid al-syarī‘ah*, yaitu mewujudkan kemaslahatan dan mencegah kemudharatan, dapat tercapai secara lebih nyata.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada satu platform e-commerce syariah, yaitu Shopee Barokah, sehingga belum dapat menggambarkan kondisi e-commerce syariah secara menyeluruh di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek kajian ke platform lain serta melibatkan pihak pengelola dan pengguna secara lebih beragam guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai penerapan kaidah *fiqhiyyah* dalam transaksi digital.

Daftar Pustaka

- Al Faruqi, M. R., & Wijaya, R. P. (2025). Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 6(6), 1774–1790.
<https://ejournal.stpmataram.ac.id/JIP/article/view/1127>
- Anam, A. D. (2024). Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Komunitas Jual Beli Online E- Commerce (Study Kasus Terhadap Komunitas Jual Beli Online Daerah Waru Pamekasan). *Strategi Hakim Mediator*, 6(2), 21–48.
- Faiza, I., Nuranib, L., Permatasari, I., & Adinugraha, H. H. (2022). Fitur Halal Shopee Barokah sebagai Preferensi Belanja Online Muslim di Era Digital. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 77–87.
- Fardana, N., Rahmawati, N. N., & Rohmayaty, N. (2021). Implementasi Produk Layanan Pembiayaan Syariah Berbasis Financial Technology (Studi Kasus PT. Investree). *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VI(Ii), 250–265.
- Fauzia, F. W., & Riharjo, I. B. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Belanja Modal (Studi pada Pemerintah Kabupaten/Kota di Jawa Timur). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(6), 1–20.
- Fradesa, F., Abadi, S. P., Maani, B., Hardi, E. A., & Sucipto, S. (2022). Fitur Shopee Barokah dan Tokopedia Salam: Inovasi Marketplace Halal sebagai Upaya Pengembangan Ekonomi Digital Berbasis Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2893–2902.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6559>

- Gustanto, E. S., & Mubarak, J. (2023). Kaidah Fikih “Al-Ashlu Fi Al-Asyya’ Al-Ibahah” dalam Konteks Ekonomi dan Bisnis Syariah. *Tamaddun Journal of Islamic Studies*, 2(2), 81–93. <http://journal.scimadly.com/index.php/tajis>
- Hamzawi, M. A. (2016). Qawa'id Usuliyyah & Qawa'id Fi (Melacak Konstruksi Metodologi Istibath al-Ahkam). *Inovatif: Jurnal Penelitian Pendidikan, Agama Dan Kebudayaan*, 2(2), 91–111.
- Hanafi, A., Al-Banjari, K. A., & Mahfuz, T. W. (2022). Analysis of Shariah Compliant E-Commerce Models on the C2C business model at Tokopedia Salam. *Asian Journal of Social and Humanities*, 1(02), 76–84. <https://doi.org/10.59888/ajosh.v1i02.13>
- Hudoyo, B. B., & Noor, I. (2018). Peran Faktor Teknologi Informasi dan Personal terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Produk Halal (Studi Kasus: Konsumen Shopee Barokah). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(April), 53–54. <http://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/6647%0Ahttps://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/download/6647/5648>
- Ibrahim, D. (2019). *Al-Qawa'id Al-Fiqhiyah Al-Qawa'id Al-Fiqhiyah (Kaidah-Kaidah Fiqih)*. CV. Amanah.
- Kurniawan, G. P., Shalikhah, S. Z., Shofiat, H., Azizah, N. N., & Mahmud Mochtar. (2024). Riba, Gharar, Dan Maysir dalam Sistem Ekonomi Akram. *Jurnal Tana Mana*, 4(3), 315–330. <https://ojs.staialfurqan.ac.id/jtm/article/download/736/452/>
- Maharani, R. D., Halimah, R. N., Anani, S. M., & Lutfi, S. N. A. (2023). Pengembangan Model Crowdfunding Syariah untuk Pembiayaan UMKM (Studi pada Platform Fintech Ethis). *Social Science Academic*, 1(2), 673–680. <https://doi.org/10.37680/ssa.v1i2.4280>
- Maulana, I. (2018). Implementasi Qawaid Fiqhiyyah dalam Ekonomi dan Industri Keuangan Syariah. *Jurnal Asy- Syukriyyah*, 19(2), 77–90.
- Mubarroq, A. C., & Latifah, L. (2023). Analisis Konsep Muamalah Berdasarkan Kaidah Fiqh Muamalah Kontemporer. *Tadayun: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), 95–108. <https://doi.org/10.24239/tadayun.v4i1.101>
- Muiz, A. (2020). Landasan dan Fungsi Al-Qawa'id Al-Fiqhiyyah dalam Problematika Hukum Islam. *Al-Afkar: Journal for Islamic Studies*, 3(1), 103–114.
- Mujahidin, I., & Susilo, H. (2023). Transaksi E-Commerce (Jual Beli Online) dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 3(1), 78–89.
- Nurdin, A., Usman, B., Samad, F., & Mukhtar, M. (2022). Tujuan Hukum Islam untuk Kemaslahatan Manusia: Penerapan Kaidah Fiqhiyah dalam Bidang Ekonomi dan Hukum Keluarga. *El-Usrah: Jurnal Hukum Keluarga*, 5(1), 41–55. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/usrah/>
- Octavia, I. H. (2025). Praktik Jual Beli di Platform E-Commerce: Tinjauan Fiqih terhadap Akad, Transparansi, dan Kepatuhan Syari'ah di Platform Shopee, Tokopedia, dan Sejenisnya. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) EISSN*, 3, 660–670. <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index>
- Putri, M. E., Zaelani, A. Q., Fasa, M. I., & Ronaldo, R. (2024). Potensi dan Tantangan Manajemen Pemasaran Syariah dalam Industri Marketplace Halal di Indonesia. *Analisis*, 14(01), 73–91. <https://doi.org/10.37478/als.v14i01.3598>
- Rahayu, R. D., & Ningtyas, R. D. (2021). Halal E-Commerce pada Sektor Fesyen Muslim sebagai Upaya Mendorong Pengembangan Industri Halal di Indonesia. *Journal of Halal Product and Research (JHPR)*, 4(2), 71–77. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.4-issue.2.71-77>
- Rahman, H., & Istifadzah. (2022). Analisis Layanan Investree Peer to Peer Lending Syariah dan Progresnya dalam Memberikan Pinjaman kepada Nasabah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 2(3), 899–904.
- Rifqiawan, R. A., Ghofur, A., Murtadho, A., Supangat, S., & Sanad, Z. (2025). Legal and Accounting Review of Sharia Fintech Financial Reports on Official Websites. *Al-Ahkam*, 35(1), 59–86. <https://doi.org/10.21580/ahkam.2025.35.1.23544>
- Saifuddin, & Febrianti, E. W. (2025). Gharar dalam Transaksi Online: Analisis Akad Jual Beli pada Marketplace Digital. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 4(2), 178–184.

<https://doi.org/10.55826/jtmit.v4i2.602>

- Susanti, E., Norhadijah, & Noviana, E. (2025). Penerapan Qawaid Fiqhiyyah dalam Menyikapi Fenomena Gaya Hidup Muslim Milenial. *Quranomic: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 93–106.
- Ulfa, M. (2023). Akad Jual Beli Transaksi Online pada Aplikasi Shopee Food dalam Perspektif Fikih Muamalah. *Al-Maqrizi: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Studi Islam*, 1(1), 81–93.
<https://doi.org/10.32493/amq.v1i1.31694>
- Zuhdi, M. H. (2018). *Qawa'id Fiqhiyah*. Mataram: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Mataram.
- Zulhamdi. (2021). Al Masyaqqah Tajlibut Taysir (Kesulitan Mendatangkan Kemudahan). *Jurnal Syarah*, 10(2), 235–252.