Analisis Maqashid Syariah Imam Haramain dalam Etika Bisnis*e-Commerce* Melalui *Marketplace* (Studi Kasus *Marketplace* Shopee.co.id)

Masruroh [a]

[a] Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Kanjeng Sepuh Gresik, masruroh@steikassi.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi menjadi sebab munculnya berbagai sarana untuk menfasilitasi perusahaan-perusahaan untuk meningkatkan keuntungan dari produk yang dimiliki. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan pada masyarakat mengalami kemajuan. Sehingga tak pelak menjadikan para pebisnis menggunakan fasilitas seperti facebook, instagram dan marketplace yang tidak menutup kemungkinan adanya unsure gharar (penipuan). Islam mengatur kehidupan manusia dari segala aspek salah satunya aspek ekonomi, dan prinsip maslahah pada konsep maqashid syariah menjadi acuan dalam penggalian hokum untuk keadilan dan kesejahteraan. Beraneka ragam aplikasi marketplace yang muncul tentunya perlu penkajian tentang transaksi yang beredar dan diterapkan oleh masyarakat. Penelitian ini lebih mengacu pada garis besar tentang implementasi maqashid syariah dalam berbisnis melalui marketplace Shopee dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Shopee menjadi marketplace dengan penjualan terbanyak dan lahir dari Negara non-Muslim dengan komponen yang terdiri atas penjual, pembeli dan penyedia pasar membuktikan bahwa Shopee berusaha menerapkan etika bisnis Islam untuk mencapai maslahah.

Kata Kunci: *maqashid syariah imam haramain, etika bisnise-commerce, marketplace Shopee.*

PENDAHULUAN

Era globalisasi menjadi tuntutan bagi para pebisnis dan konsumen untuk mengikuti perkembangan pengetahuan ilmu teknologi, dengan banyak munculnya media yang dapat dijadikan sarana oleh para *stakeholder.* Akibat kemajuan ilmu teknologi tentu mempunyai dampak positif dan negative pada bidang ekonomi terlebih pada dunia bisnis. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi melahirkan model bisnis salah satunya yaitu transaksi melalui*e-commerce.*

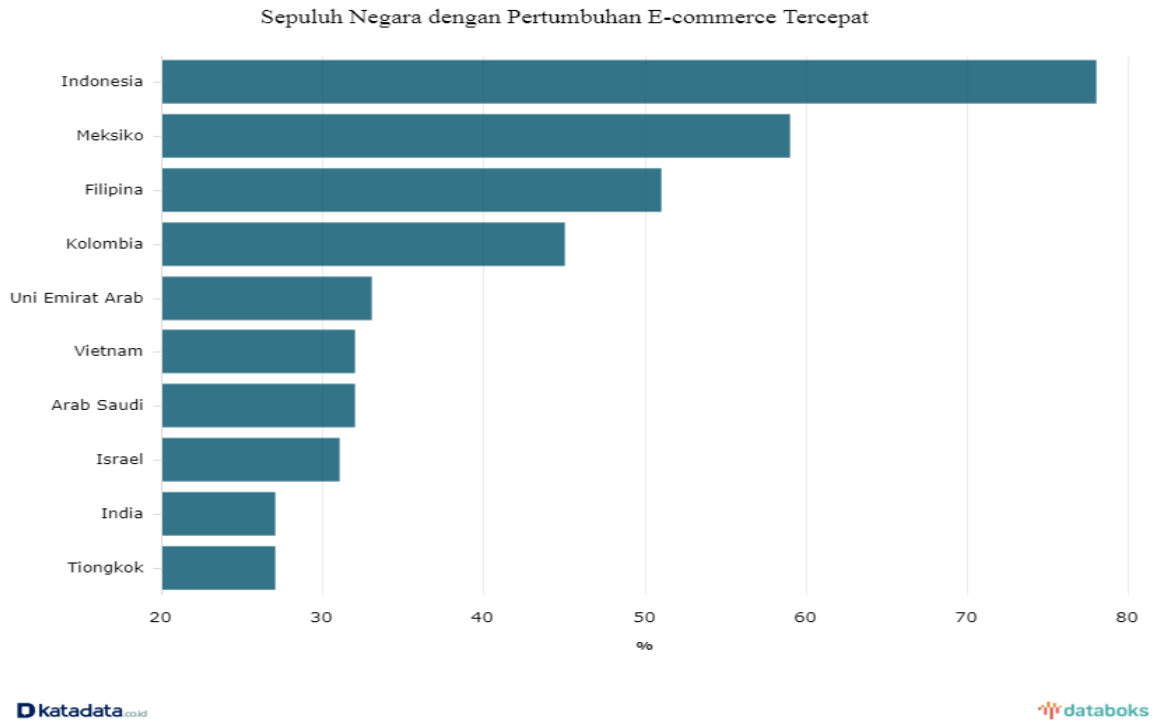
Penggunaan media internet sebagai sarana transaksi atau yang disebut dengan istilah *Electronic Commerce* (*e-commerce*) saat ini sangat dibutuhkan bagi perusahaan untuk memperluas jangkauan pemasaran .*E-commerce* adalah transaksi jual beli baik berupa barang atau jasa melalui jaringan internet (Informatika, 2006). Umumnya

perusahaan-perusahaan besar mulai memiliki website sebagai media promosi dan transaksi, tidak hanya melalui website, muncul beraneka ragam *marketplace* yang juga mempermudah dalam transaksi jual beli, bahkan investasi, pembiayaan, dan donasi.

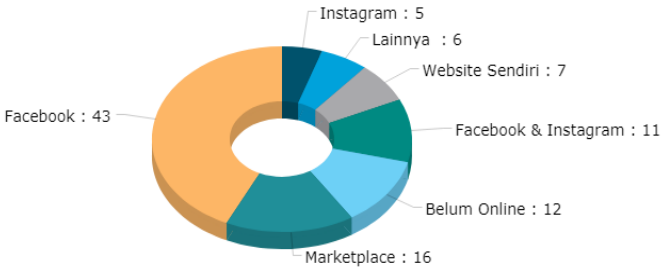
Keberadaan *marketplace* semakin gencar dengan banyak situs dan aplikasi yang ditawarkan oleh perusahan asing dan lokal, dengan menampilkan berbagai fitur yang bertujuan untuk menarik dua objek yaitu pihak penjual dan pembeli, badan usaha dan nasabah, dan juga donatur.

Menurut data (Hari Widowati, Katadata Insight Center: 2019),Indonesia menjadi Negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia. Tahun 2018 menjadi periode yang terbaik untuk berbelanja online. Para pemain *e-commerce* berlomba-lomba memanjakan pelanggannya dengan beragam festival belanja yaitu menawarkan promo diskon dan *cashback*. Agenda penjualan tersebut dipercaya mampu menarik jumlah transaksi yang massif seperti pada perayaan hari belanja online nasional (Harbolnas), dan bertepatan pada ulang tahun *marketplace*. Berikut data pembelanjaan *e-commerce* yang terdapat di databoks.katadata:

1.1 Pertumbuhan*E-Commerce* Tercepat di Sepuluh Negara (widowati, 2020)



Pangsa Penggunaan Platform Belanja Online di Media Sosial (2017)
Sumber : idEA - Indonesian E-Commerce Association, 2017

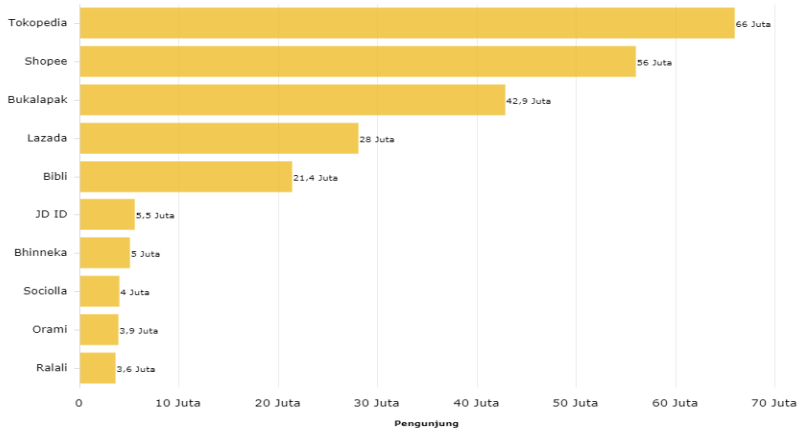


Satuan : %

Instagram 5 | Lainnya 6 | Website Sendiri 7
Facebook & Instagram 11 | Belum Online 12 | Marketplace 16 | Facebook 43

katadata | databoks

E-Commerce dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019



katadata | databoks

Top E-Commerce berdasarkan Ranking PlayStore Kuartal I 2017-Kuartal II 2019
Sumber : iPrice, 2019



databoks

Dari data di atas menjelaskan bahwa bisnis*e-commerce* baik melalui website, atau *marketplace* mengalami pertumbuhan yang signifikan dan *top e-commerce* selama sepuluh kuartal berturut-turut berdasarkan ranking di PlayStore. Namun jika berdasarkan rata-rata pengunjung situs secara bulanan, tokopedia lebih unggul dari Shopee.

Marketplace adalah sebuah system informasi antar organisasi dimana pembeli dan penjual di pasar berkomunikasi tentang harga, produk dan mampu menyelesaikan transaksi melalui saluran komunikasi elektronik (Rahmadi). Dengan melalui internet para penjual dimudahkan dalam melakukan promosi dan memasarkan produknya dalam jangkauan yang lebih luas, serta lebih memudahkan konsumen memilah barang yang dibutuhkan sesuai dengan harga dan *review*dari penjual lainya.

Di Indonesia, hokum bisnis online belum ada paying hokum khusus yang mengikat. Selanjutnya menggunakan acuan Undang-Undang ITE yang bersifat umum, pada pasal 28 ayat (1) UU ITE tentang perbuatan penyebaran berita bohong dan menyesatkan serta kerugian. Sedangkan pasal 378 KUHP dijelaskan bahwa konsekuensi hokum diuntungkan atau tidaknya pelaku penipuan, tidak menghapus unsure pidana atas perbuatan tersebut dengan ketentuan perbuatan tersebut terbukti memiliki kerugian bagi orang lain (Novi, 2018).

Syariah dalam Islam memiliki pembahasan sangat luas, karena berkaitan dengan ibadah (hubungan antara manusia dengan tuhanNya dan mu'amalah (hubungan manusia dengan manusia). Hubungan antara manusia dengan manusia memiliki tolak ukur yang diatur dalam Islam dengan konsep *maqashid syariah.* Ekonomi Islam sebagai kegiatan usaha, aktifitas manusia untuk mencapai kebutuhan dan keinginan berdasarkan aturan ajaran Islam.

AL-Juwaini atau yang dikenal dengan Imam Haramain merumuskan tujuan pokok syariat (*maqashid syariah*) yang mencakup *maslahah al-dharuriyah* (maslahat primer), *maslahah hajiyah* (sekunder), dan *maslahah tahsiniyah* (tersier) (Zakiyah, 1938). Masalah ekonomi merupakan hubungan mu'malah yang selalu mengalami perkembangan dan perubahan, sedangkan al-qur'an dan hadits bersifat universal dan global. Sehingga dalam *istinbath* atau penggalian hukum pada masalah baru menitiktekankan pada tujuan pokok dari disyariatkannya Islam itu sendiri (Al Juwaidiy).

Pada penelitian ini, penulis ingin meneliti etika bisnis *marketplace* Shopee prespektif *maqashid syariah al-Juwainy*, karena Shopee lahir di Singapura dan tersebar di berbagai Negara di Asia, sehingga penulis ingin mengetahui sejauh mana produk penjual yang boleh diperjualbelikan di aplikasi tersebut dan etika yang diterapkan dalam bisnisnya.

KAJIAN TEORI

A. *Maqashid Syariah* Menurut Imam Haramain

Ulama besar al-Juwayni dikenal dengan Imam Haramain, menurut ahli sejarah Haramain al-Juwaini lahir pada 18 Muharram 419 H/ 22 Februari 1028 M sebagai pemuka madzhab Imam Syafi'i dan wafat pada 25 Rabi'ul Akhir 478 H (Al-Zuhayli, 1986), sebutan Imam Haramain Abu Ma'ali karena kedatanganya pertama kali di Hijaz, ia diangkat menjadi Imam dua tanah suci yaitu Makkah dan Madinah (Al-Subki, 1986). Hasil karyanya diantaranya *al-Burhan, al-Irshad fi Ushul Fiqh* dan *al-Tuhfah,* dalam bidang fiqih: *Risalah fi Al-Fiqh, As-Silsilah fi Ma'rifah Al-Qaulain wa Al-Wajhain 'ala* madzhab *Asy-Syafi'i. Nihayat Al-Mathlab fi Dirayat Al-Mathlab.*

Imam al-Juwayni dikatakan sebagai ulama ushul pertama yang meletakkan dasar kajian *maqashid syariah.* Pemikiran al-Juwayni dalam ilmu *ushul fiqh* memadukan antara akal rasional dengan tekstual *nash,* salah satu karya Imam Haramain dalam hal ini adalah *al-Burhan fii Ushul al-Fiqh.* Menurut Imam Haramain Ilmu Ushul Fiqih adalah hasil inspirasi dari ilmu kalam, sedangkan fikih adalah dalil-dalil *nash* yang mendukung pandangan hukum. Menurut Imam Haramain sumber hokum dapat dikelompokan menjadi tiga: 1) Bayan (*revelation*) meliputi al-Qur'an dan hadits, 2) Ijma' (*consensus*), 3) Dedukasi yang berdasarkan *nash* termasuk qiyas (analogy) dan *istidlal* (*inference*).

Bermula dari pendapat al-Juwainy tentang *al-risalah* karya imam Syafi'i yang mengokohkan pondasi ilmu ushul fiqih sekaligus sebagai penutup dari kajian ushul fiqih, baginya ijtihad, ijma' dan qiyas, konsep ketaatan, perintah dan larangan harus dikaji kembali yang dihubungkan pada konteks sosial, selanjutnya dikolaborasi antara *maqashid syariah* dengan '*illat* dan membagi tujuan tasyri' menjadi tiga diantaranya:

1. *Dharuriyat,* konsep yang menentukan kesinambungan agama dan hidup manusia yang jika hilang berakibat kesengsaraan, Menurut para ulama

ada lima konsep *dharuriyat*: memelihara agama (*hifdzu al-diin*), jiwa (*hifdzu al-nafs*), akal (*hifdz al-aql*), keturunan (*hifdz al-nasab*), dan harta (*hifdz al-maal*).

2. *Hajiyat,* sesuatu yang diperlukan manusia untuk menghilangkan kesusahan atau kesempitan.
3. *Tahsiniyat,* hal-hal yang menjadikan manusia berada dalam adab yang mulia dan akhlaq yang baik. Jika tidak terwujud mengakibatkan kehidupan manusia bertentangan dengan nilai-nilai moral, kepantasan, akhlaq dan fitrah yang sehat.

Dalam kitab *al-Burhan fii Ushl Fiqh* menerangkan bahwa *istinbath* hokum dengan menyesuaikan realita yang terjadi, artinya tidak hanya mencari kesesuaian antara kaidah dengan *furu'*nya.

Imam Al-Haramain membagi *ushul syariah* menjadi 5 bagian (Al-Juwaini, 1992):

1. Ushul yang secara akal merupakan hal yang *dharury* demi keberlangsungan hidup, seperti *hifz al-dhima* dan larangan melakukan pembunuhan, hal ini merupakan `*illat* diwajibkannya *qishas*.
2. Ushul yang berhubungan dengan kepentingan umum, akan tetapi tidak sampai pada derajat *dharury*, ushul seperti ini merupakan `illat bagi beberapa bentuk transaksi syari'ah. Contoh memperbaiki system jual beli rumah yang tidak bias bayar kontan.
3. Ushul yang merupakan anjuran terhadap adab-adab yang seharusnya (*ahsinat*).
4. Ushul yang berhubungan dengan perkara-perkara yang mandub (sunnah).
5. Ushul yang tidak bisa difahami maknanya seperti pelaksanaan ibadah murni.

Kelima ushul syari'ah ini menurut Imam al-Haramain merupakan maqashid syari'ah yang tidak tercantum secara *nash-maqasid istiqraiyah*. Dengan menggunakan metode penulisan yang berbeda dalam kitabnya, al-Juwaini disebut sebagai ulama pembaharu dalam bidang ushul fiqih. Jika imam Syafi'i dengan kitab *al-Risalah*, maka Imam al-Haramain al-Juwaini dengan kitab *al-Burhan* sebagai tonggak dari pemikiran *maqashid syariah* dalam khazanah keilmuan Islam tentang tiga tingkatan *maslahah* (Al-Juwaini, 1992).

B. Pengertian Etika *Bisnis*

Bisnis mempunyai peranan penting dalam kehidupan masyarakat baik di bidang social ataupun ekonomi.Bisnis menjadi kegiatan usaha untuk mencari keuntungan atau laba, Islam juga menghendaki demikian, tetapi tidak membiarkan meraup keuntungan sebesar-besarnya dengan menipu, curang, sumpah palsu. Dalam Islam memberikan batasan dengan memisahkan antara yang halal dan haram, boleh dan tidak boleh dilakukan. Batasan atau garis pemisah dalam hal ini disebut etika.

Sistem ekonomi Islam lebih mengedepankan aspek hukum dan etika, jadi system ekonomi Islam lebih tegas kebijakanya disbanding system ekonomi liberal dan system ekonomi sosialis. Sistem ekonomi liberal menghendaki keadilan distributive yakni keuntungan individu, sedangkan system ekonomi socialis lebih menghendaki pemerataan ekonomi.

Etika bisnis menurut Boone Kurtzadalah standar-standar pelaksanaan dan nilai moral yang melibatkan tindakan benar atau salah dalam lingkungan perusahaan (Boone, 214). Beberapa prinsip dasar etika yang dijadikan acuan dalam menjalankan praktik bisnis diantaranya (Yunti, 2018):

1. Prinsip otonomi

   Prinsip kehendak bebas wujud dari sikap dan kemampuan manusia bertindak berdasarkan kesadaranya sendiri tentang sesuatu yang dianggap baik untuk dilakukan (Salam, 1994). Kebebasan menjadi hak pilih pebisnis untuk memutuskan pilihan secara tepat guna mengembangkan bisnisnya, kebebasan perlu ada unsure tanggungjawab untuk membatasi kebebasan yang semena-mena.

   Kehendak bebas mempunyai kebebasan untuk melakukan perjanjian termasuk menginginkan dan menepatinya, dalam al-Qur'an manusia harus memenuhi janji (Salam, 1994).

   يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اَوْفُوْا بِالْعُقُوْدِۗ

   Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu* (QS.al-Maidah: 1).

   Dari ayat di atas, manusia diperintahkan untuk memenuhi janji yang diikrakan baik janji antara manusia dengan Allah, dan manusia dengan manusia seperti pada perdagangan. Dengan syarat ikatan tersebut tidak melanggar syariat Islam.

2. Prinsip kejujuran

Bentuk kejujuran di bidang bisnis yaitu selalu berkomitmen dalam jual beli dengan berterus terang dan transparan atas barang daganganya. Kejujuran merupakan kunci bisnis untuk menarik kembali konsumen dan meningkatkan kepercayaan konsumen, sehingga bisnis mudah berkembang. Karena meningkatnya permintaan.

Kepercayaan sangat berhubungan dengan keimanan dan bertolak belakang dengan kemunafikan (Fauzia, 2013), dan sifat jujur adalah sifat Nabi juga ciri-ciri orang beriman. Sebagaimana firman Allah dalam al-Taubah ayat 119 yang berbunyi: (Nour, 2013)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.

Kebenaran berfungsi sebagai niat, sikap dan perilaku yang meliputi proses akad (transaksi), maupun upaya meraih dan menetapkan keuntungan. Perilaku yang benar mengandung kerja yang baik dan dianggap sebagai investasi bisnis yang menguntungkan. Standar dan ukuran perilaku muslim yang baik adalah mengikuti perilaku Rasulullah SAW (ahmad, 2001).

3. Prinsip keadilan

Islam memerintahkan manusia untuk bersikap adil dalam setiap perilaku, terlebih pada bidang bisnis. Karena bisnis adalah mu'amalah hubungan manusia dengan manusia, sehingga prinsip ini menuntut seorang pebisnis memperlakukan setiap orang secara adil sesuai kriteria yang rasional, objektif dan dapat dipertanggungjawabkan (Keraf, 1998). Hal ini sesuai dengan firman Allah surat al-Nisa' ayat 58:

إِنَّ اللهَ يَأْمُرُكُمْ أَن تُؤدُّواْ الأَمَانَاتِ إِلَى أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُم بَيْنَ النَّاسِ أَن تَحْكُمُواْ بِالْعَدْلِ

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruhkamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil.

Prinsip keadilan yang diterapkan dengan baik dalam dunia bisnis maka menghasilkan *profit* dan *benefit* yang berkah, dan tercipta keberlangsungan bisnis yang baik dan sehat.

4. Prinsip saling menguntungkan dan kesukarelaan

   Tujuan bisnis dalam Islam yaitu tidak hanya semata untuk mencari keuntungan duniawi, tetapi juga keuntungan ukhrawi. Sebagaimana firman Allah surat an-Nisa' ayat 29.

   يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

   Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

   Tujuan dari jual beli adalah mendapatkan keuntungan, dan memberikan keuntungan pada pihak pembeli yaitu berupa barang beli. Sehingga muncul sukarela. Bisnis yang kompetitif, prinsip ini menuntut agar persaingan bisnis haruslah melahirkan suatu *win-win solution.*

5. Prinsip integritas moral

   Prinsip ini bertujuan untuk tidak merugikan orang lain dalam setiap keputusan dan tindakan bisnis yang diambil. Penerapan integritas moral bagi penjual atau pebisnis dapat mengantarkan perusahaan menjadi yang terbaik dan dibanggakan.

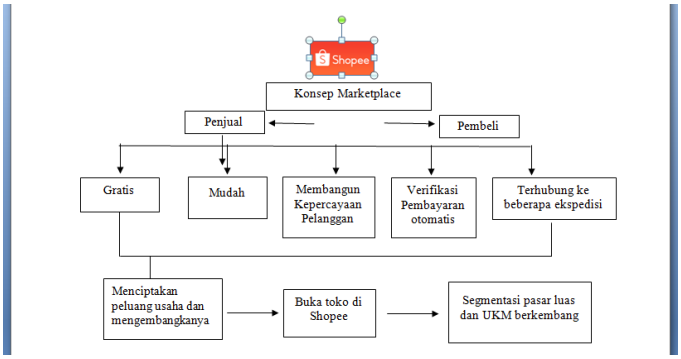
Sedangkan etika bisnis menurut Yusuf Qardhawi meliputi tiga bidang yaitu (Beekun):

1. Bidang produksi, meliputi produk yang halal, tidak melampaui hal yang diharamkan dan menjaga kelestarian sumberdaya alam
2. Bidang konsumsi yaitu membelanjakan pada hal-hal yang baik,membelanjakan sesuai dengan kebutuhan,tidak bakhil, tidak kikir, tidak boros, hidup sederhana dan menghindari kemubadhiran, serta bertujuan untuk mencapai maslahah dunia dan akhirat
3. Bidang distribusi berlandaskan pada prinsip keadilan

C. Deskripsi *Marketplace* Shopee

Definisi *marketplace* yaitu system informasi antar organisasi dimana pihak penjual dan pembeli mengkomunikasikan informasi tentang produk, harga dan mampu menyelesaikan transaksi melalui saluran elektronik (Rahmadi).

Shopee: Platform perdagangan elektronik yang berkantor pusat di Singapura dan didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Model bisnis yang mengusung konsep *mobile marketplace,* khusus dari konsumen ke konsumen (C2C).



METODE

Metode penilitian ini menggunakan pendekatan kualitatif,dengan teknik *contentanalysis* atau kajian isi yaitu mencari informasi tentang hal-hal yang terjadi dan tercatat di beberapa *marketplace*. Penelitian kualitatif adalah penelitian dengan berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (sugiyono, 2003).

Teknik analisis data diambil dari kejadian catatan di lapangan, reduksi data untuk menarik kesimpulan. Adapun instrument dalam penelitian ini mengukur kejadian dan mengumpulkan data informasi berdasarkan informasi dari *stakeholder* (penjual dan pembeli). Data yang diambil merupakan hasil pengamatan pada data *review* konsumen pada Desember 2019 dan Februari 2020 dan follower penjual, dan dilengkapi dengan wawancara.

PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Ada tiga subjek dalam penelitian ini yaitu pihak Shopee, penjual dan pembeli. Sedangkan permasalahan yang diteliti berkaitan dengan prinsip etika bisnis Islam dan *maqashid syariah* Imam Haramain. Berdasarkan pengamatan ditemukan bahwa permasalahan pada pihak Shopee adalah penyediaan fitur untuk membantu perkembangan penjualan cukup terpenuhi,pelayanan yang kurang memuaskan. Untuk

pihak penjual barang atau komiditi yang tidak sesuai cukup terpenuhi, sikap jujur kurang terpenuhi.Sedangkan pihak pembeli penilaian terhadap sikap jujur cukup terpenuhi, tidak menjatuhkan bisnis orang lain cukup terpenuhi.

B. Etika BisnisIslam Melalui *Marketplace* Shopee

Etika bisnis Islam merupakan serangkain kegiatan bisnis dengan berdasar aturan yang terdapat dalam al-Qur'an dan hadits (Fauzia, 2013). Jual beli mengalami perkembangan, sebelumnya jual beli dilakukan di pasar antara penjual dan pembeli melakukan transaksi dengan langsung bertatap muka, dan mengetahui barangnya. Akan tetapi pada perkembanganya, jual beli di era globalisasi terjadi di beberapa *e-marketplace,* sehingga pembeli dan penjual berinteraksi melalui fitur yang tersedia di masing-masing *marketplace.*

Pada penelitian ini, etika bisnis Yusuf Qardhawi menyebutkan tiga subjek penting dalam jual beli meliputi: Produsen dalam hal ini disebut penjual, distributor (Shopee) dan pembeli. Sebagai penjual harus memiliki sikap jujur, adil, kreatif, mensupply barang halal. Distributor bersikap adil baik kepenjual atau pembeli, dan konsumen membelanjakan barang sesuai kebutuhan, tidak berlebihan.

Berdasarkan prinsip etika bisnis dalam Islam, maka dari hasil penelitian dapat dianalisis sebagai berikut:

1. Prinsip Otonomi: Para *stakeholder* (penjual, pembeli dan pihak Shopee) secara garis besar mempunyai kehendak bebas, tetapi tidak semua disertai unsure pertanggungjawaban. Pembeli diberikan kebebasan melakukan pilihan produk,metode pembayaran dan ekspedisi. Penjual diberikan kebebasan menjual produk yang sesuai dengan ajaran Islam.
2. Prinsip Kejujuran: Prinsip ini tidak terpenuhi 100 persen baik pihak penjual atau pembeli, karena masih ada penjual yang menjual komoditi tidak original dengan mengambil foto produk yang mempunyai *brand* tanpa memberikan keterangan. Sedangkan pihak pembeli terkadang memberikan review komen yang tidak sesuai.
3. Prinsip Keadilan: Dalam transaksi di Shopee prinsip keadilan cukup terpenuhi. Hal ini dibuktikan dengan pelayanan yang diberikan Shopee kepada pihak penjual dan pembeli yaitu menahan uang dari penjualan

sampai produk yang dibeli sampai ketangan pihak pembeli, juga pembeli bias mengajukan penolakan untuk melakukan khiyar bahkan penolakan menerima produk beli yang telah sampai jika terdapat cacat.

4. Prinsip saling menguntungkan dan kesukarelaan: Pihak Shopee memberikan keuntungan dan kemudahan kepada pihak penjual dan pembeli baik dari proses pembelian, pembayaran, pengiriman hingga barang berada di tempat empunya. Prinsip adanya sukarela antara penjual dan pembeli karena ada kesepakatan umumnya pembeli yang mengerti melakukan chat terlebih dahulu untuk mencapai akad jual beli. Dalam hal ini Shopee memberikan kemudahan pihak penjual yaitu mengembangkan bisnisnya dan pembeli diberikan kemudahan untuk melakukan transaksi dengan harga yang bervarian.
5. Prinsip Integritas Moral: Banyak pihak penjual di Shopee memberikan pelayan yang terbaik untuk pembeli sehingga pihak Shopee memberikan penghargaan sebagai *star seller* dan berdampak memberikan keuntungan bagi penjual.

C. Implementasi *Maqashid Syariah* Imam Haramain

Maqashid syariah sebagai tujuan disyariatkanya suatu hukum untuk mencapai *maslahah.* Lima *ushul syariah* yang diusung Imam Haramain, terdapat tiga tingkat *maslahah* yaitu *dharuriyat, hajiyat* dan *tahsiniyat.* Kewajiban melakukan akad dalam transaksi merupakan *maslahahdharuriyat* (Qorib, 1997), system perbaikan transakasi jual beli di *marketplace* adalah *maslahah hajiyat* mengacu pada akad jual beli dan akad *salam* (system *purchase order*), sedangkan *tahsiniyat* lebih pada akhlak dan adab pada transaksi jualbeli. Sedangkan *maslahah dharuriya t*mencakup 5 konsep yaitu:

1. *Hifdz al-Diin*: Kepatuhan terhadap agama,transaksi jual beli di *marketplace* harus didasarkan pada ayat-ayat *al-Qur'an,* hadits dan ijma'. Dalam hal ini dapat meliputi penjualan barang halal sebagaimana firman Allah: (shihab, 2013)

يَاَيُّهَاالَّذِيْنَ اٰمَنُوْا اِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ والأَنْصَابُ والأَزْلاَمُ رِجْسٌ مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوْهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ. – المائدة: 90

Artinya:"*Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya minuman keras (khamar), berjudi (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adala hperbuatan keji termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan". (QS. Al-Ma'idah: 90)*

Khamar diharamkan sebab ada *'illat* memabukkan, dalam perkembanganya banyak jenis barang yang memabukkan baik berupa pil, atau serbuk yang di al-Qur'an dan hadits tidak jelaskan secara terkstual. Karena *'illat* sama maka jenis narkoba diharamkan dalam Islam.

Shopee didirikan di Singapura, fitur penjualan yang disediakan di Indonesia disesuaikan dengan keadaan dan kebutuhan penduduk Indonesia yang mayoritas agama Islam dan tetap memberikan perlindungan yang adil antara penjual pembeli muslim dan non-muslim.

2. *Hifdz al-Nafs*: Menjaga jiwa dalam hal ini bias berupa memenuhi kebutuan diri makanan,minuman dan pakaian. Penjual menjaga jiwa dengan melakukan akad jualbeli untuk menciptakan sukarela tanpa ada paksaan, dan tidak memperjualbelikan barang yang mengancam jiwa konsumen seperti benda tajam. Dalam hal ini Shopee sebagai distributor tidak memberikan hak penjual untuk menjual barang-barang yang berbahaya, disisi lain Shopee memberikan fitur *live chatting* (komunikasi antara pihak penjual dan pembeli) dan juga ada review dari pihak konsumen sehingga membantu konsumen untuk bias melakukan *khiyar* melanjutkan membeli atau tidak dengan melihat detail barang. Meskipun ada sebagian penjual yang tidak memberikan keterangan produk original ketika menggunakan gambar produk yang asli, sehingga mengakibatkan kekecewaan pada konsumen.
3. *Hifdz al-Aql*: Menjaga akal baik pihak Shopee, penjual ataupun pembeli. Dalam transaksi jualbeli penjual perlu menuliskan penjelasan produk secara detail, begitu juga konsumen perlu membaca keterangan agar bias berpikir produk yang hendak dibeli. Hal ini bertujuan menghindari unsure saling terdzalimi baik antara penjual dan pembeli.

   Shopee memberikan berbagai fitur pelayanan untuk penjual (*seller centre)* yang diharapkan penjual menggunakan kemampuan berpikirnya untuk dapat memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia seperti: Shopee live, iklan, ataupun

promosi. Penjual bias memanfaatkan fitur untuk membeli produk yang setara antara produk dan harga.

4. *Hifdzal-Maal:*Melindungi harta melalui kasab atau usaha yang halal, salah satunya dengan mengelola kekayaan dan aset yang ada. Secara praktek Shopee sebagai distributor memberikan peluang kerja bagi masyarakat Indonesia yaitu menjadi karyawan Shopee, media penyalur untuk berwirausaha baik bidang penjualan dan ekspedisi. Sedangkan bagi penjual, memelihara harta dengan menjual secara jujur seperti mengunggah foto produk orang lain, sedangkan produk hanya menirukan model maka seller perlu memberikan keterangan KW (kwalitas) dan memberikan sebagian hasil penjualan untuk orang lain. Sedangkan bagi pembeli tidak menyakiti penjual seperti merusak reputasi penjual dengan memberikan *feedback* negative yang tidak terdapat bukti foto atau video. Pembeli juga membelanjakan dari harta yang halal.
5. *Hifdz al-Nasab*: Menjaga keturunan,dilihat dari kewajiban memelihara dan memberikan nafkah kepada keluarga. Ketika harta didapatkan secara halal maka makanan yang masuk kedalam diri seseorang baik penjual, distributor ataupun pembeli dapat berdampak pada nasabnya. Seperti: Pembeli membeli makanan yang halal kepada penjual dengan melihat komposisi atau label halal maka secara tidak langsung makanan yang masuk dalam diri keluarganya memberikan manfaat yang baik dan berkah. Sebagaimana hadist Nabi

كُلُّ جَسَدٍ نَبَتَ مِنْ سُحْتٍ فَالنَّارُ أَوْلَى بِهِ. رواه الحاكم والبيهقي

Setiap jasad yang tumbuh dari harta haram, maka nerakalah yang tepat baginya.

SIMPULAN

Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa Shopee berusaha mengikuti etika bisnis yang diajarkan Rasulullah, meskipun ada beberapa aspek yang belum terpenuhi akibat kurang tanggungjawab dan jujurnya para *stakeholder* seperti *seller* yang kurang jujur, memaksa hak pembeli, menjual harga barang yang sama dengan mengambil untung berlebihan, pembeli yang kasar ucapanya, *seller* yang mengirimkan barang yang tidak sesuai, pembeli yang mematikan bisnis orang lain dengan memberikan *feedback*

negatif. Sedangkan dari pihak Shopee fitur pelayanan yang terdapat di aplikasi cukup membantu dan memberikan kepuasan.

Dalam hubungan mu'amalah hal pokok yang harus ada dalam jualbeli khususnya yaitu akad, dan *an taroodhin* (suka sama suka). Implementasi *maqashid syariah* Imam al-Juwainy secara garis besar di *marketplace* Shopee terpenuhi meskipun ada sebagian kecil yang belum terpenuhi yaitu dalam melindungi harta baik pihak penjual dan pembeli.

Dari penelitian ini diharapkan ada lembaga yang mengawasi setiap transaksi yang ada di *marketplace* Indonesia agar sesuai dengan syariah Islam, dan terlebih Shopee sebagai *marketplace* terbesar di Indonesia member fitur pelayanan donator untuk mencover dana baik pihak penjual dan pembeli guna melakukan fungsi *hifdz al-maal.*

DAFTAR PUSTAKA

Adi Nugroho, *E-commerce MemahamiPerdagangan Modern Didunia Maya,* (Bandung: Informatika, 2006),

Aedy, Hasan. *Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta, 2011.

Al- Qaradhawi, Y. *Fiqhmaqashid Syariah: Moderasi Islam antaraAliranTekstual dan Aliran Liberal*. Jakarta:Pustaka Al-Kautsar, 2007.

Ali, Muhammad ‘Abd al-‘Aṭi Muhammad. *Al-Maqāṣidasy-syarī‘ahwaAṡaruhāFī al-Fiqh al-Islāmi.* Kairo: Dār al-Ḥadīṡ, 2007.

Al-Juwaini, al-Haramain.*Al-Burhan fiiUshul al-Fiqh,* Mesir: Maktabah al-Jumhuriyyah al-Arabiyyah,juz. II, 1992.

Arijanto, Agus. *Etika BisnisBagiPelakuBisnis*. Jakarta Utara: Rajawali Pers, 2011.

Aziz, Abdul. *Etika BisnisPerspektif Islam*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Badroen. Faisal. *Etika Bisnisdalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2006.

Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran dan Terjemahan* per Kata, Bandung: Sygma, 2007.

Dianrti NW, dkk, Etika Bisnis*E-Commerce* Berdasarkan*MaqashidSyariah*pada Marketplace Bukalapak.com, t.t.

Fauzia, IkaYunia. *Etika BisnisdalamIslam.*Jakarta: KencanaPrenada Media Group, 2013.

Harahap, Sofyan s. *Etika BisnisdalamPerspektif Islam*. Jakarta: Salembaempat, 2011.

Hasan, M Ali. *BerbagaiMacamTransaksiDalamIslam.*Jakarta: Raja GrafindoPersada, 2003.

Hidayat, Neng. *FiqhJualBeli*. Bandung: PT. RemajaRosdakarya, 2015.

Irawan, Heri*“*Penerapan Etika Bisnis Islam pada PedagangSembako di Pasar SentralSinjai*”*. Skripsi, UIN Alaudin, Makassar, 2017.

Najamuddin, Muhammad. *Cara Dagang ala Rasulullahuntuk Para Entrepreneur,* Jogjakarta: Diva Press, 2012.

Salam, Burhanuddin.*EtikaBisnis,* Jakarta: RinekaCipta, 1994.

Shihab, M.Quraish. *Al-Qur’an dan Maknanya,* Tangerang: LenteraHati, 2013.

Sugiyono, *MetodePenelitian,* Bandung: Alfabeta, 2003.