

**ANALISIS AKAD WAKALAH BIL UJRAH PADA E-COMMERCE SHOPEE  
DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Hukum (S.H.)  
Fakultas Syariah  
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah



Oleh :  
**ANA MUSTIKA DEWI**  
NIM: S20182127

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS SYARIAH  
2022**

**ANALISIS AKAD WAKALAH BIL UJRAH PADA E-COMMERCE SHOPEE  
DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada** Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Hukum (S.H.)  
Fakultas Syariah  
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

**Oleh :**

**ANA MUSTIKA DEWI**  
NIM: S20182127

**Disetujui Pembimbing:**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**Dr. Hj. Mahmudah, S.Ag., M.F.I**  
NIP. 19750702 199803 2 002

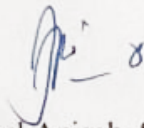
**ANALISIS AKAD WAKALAH BIL UJRAH PADA E-COMMERCE SHOPEE  
DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Hukum  
Fakultas Syariah  
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

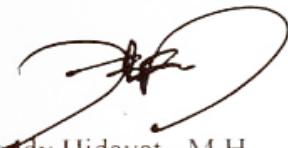
Hari: Kamis  
Tanggal: 15 Desember 2022  
Tim Penguji

**Ketua**



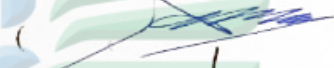
Inayatul Anisah, S.Ag., M.Hum.  
Nip. 19740329 199803 2 001


**Sekretaris**



Freddy Hidayat, M.H.  
Nip. 19880826 201903 1 003

**Anggota:**

1 Dr. Martoyo, S.H.I, M.H. (  )

2 Dr. Hj. Mahmudah, S.Ag., M.E.I. (  )

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Menyetujui  
Dekan Fakultas Syariah



Prof. Dr. Muhammad Noor Harisudin, M. Fil.I.  
NIP. 19780925 200501 1 002

## MOTTO

... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ

اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: “Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya.” (Qs. Al-Ma’idah [5] : 2 )



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam tetap tercurah limpahkan kepada Rasulullah SAW. beserta keluarganya. Saya persembahkan karya ilmiah ini untuk Almamaterku tercinta Fakultas Syariah, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Dengan rasa cinta dan hormatku persembahkan karya ilmiah ini untuk semua kalangan yang sudah membantu untuk sampai pada tahap ini, dan khususnya kepada :

1. Terima kasih banyak kepada almarhum mama tercinta Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Mama yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dalam kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Mama bangga, meskipun Mama sudah di surga.
2. Terima kasih kepada suamiku yang sudah terus dukung sampai tahap sekarang, terimakasih juga kepada Mertua saya yang juga ikut mendukung dan membantu.
3. Hagia Shopia Putri Hidayat anakku terima kasih yang sudah menemani sampai sejauh ini, semoga kelak kamu lebih sukses dan lebih berprestasi dari apa yang mama perjuangkan saat ini.

Dan kepada semuanya yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini sampai selesai, terima kasih untuk sumbangsih pemikiran, tenaga, maupun materi, semoga Allah Swt membalas semua kebaikan kalian.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji syukur atas kehadiran Allah Swt. serta sholawat serta salam yang tercurah limpahkan kepada Rasulullah Saw. karena atas rahmat dan karunia-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana berjalan dengan lancar.

Pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Prof. Dr. M. Noor Harisuddin, M. Fil.I., selaku Dekan Fakultas Syariah.
3. Ibu Dr. Busriyanti, M. Ag. Selaku ketua jurusan Hukum Islam.
4. Bapak Dr. H. Ahmad Junaidi. S.P.d., M.Ag selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.
5. Ibu Dr. Hj. Mahmudah, S.Ag., M.E.I selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu terus menerus membimbing dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember khususnya Dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca, penulis juga berharap akan ada analisis dan ide yang berguna untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga segala yang telah diberikan menjadi amal jariyah yang diterima oleh Allah Swt.

Probolinggo, 24 Oktober 2022

**Ana Mustika Dewi**

## ABSTRAK

**Ana Mustika Dewi, 2022:** *Analisis Akad Wakalah bil Ujrah Pada E-commerce Shopee dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.*

**Kata Kunci:** *Akad wakalah bil ujrah, E-commerce Shopee, Hukum Ekonomi Syariah.*

Hadirnya *smartphone* di dunia saat ini memberikan solusi yang cermat kepada para intelektual untuk menstabilkan perekonomian secara digital, yaitu memasarkan produk jualan melalui *marketplace*. Praktik perdagangan saat ini, mampu menjual produk barang atau jasa melalui media sosial. Tujuannya adalah untuk memperluas jaringan, membantu UMKM yang jauh dari perkotaan yang tidak memiliki lapak jualan, memberi kesan belanja dengan nuansa baru kepada pembeli. Peneliti menganalisis model perdagangan ini telah sesuai dengan hukum ekonomi syariat atau tidak.

Fokus penelitian dalam penelitian ini ada 2 yaitu; 1) Bagaimana penerapan akad *wakalah bil Ujrah* pada *e-commerce* Shopee? 2) Bagaimana hukum akad *wakalah bil Ujrah* pada *e-commerce* Shopee dalam perspektif hukum ekonomi Syariah?

Adapun tujuan penelitian ini yaitu: 1) Untuk mendeskripsikan penerapan akad *wakalah* pada *e-commerce* Shopee. 2) Untuk mendeskripsikan hukum akad *wakalah bil Ujrah* pada *e-commerce* Shopee.

Penelitian kualitatif ini menekankan pada norma hukum berupa dalil tentang akad *wakalah* pada *e-commerce* Shopee yang dilakukan secara *library research* yuridis, yakni mengukur dari perundang-undangan. Pada teknik pengumpulan data, peneliti mengumpulkan data melalui studi dokumen yang terdapat pada website Majelis Ulama Indonesia dan artikel edukasi dari website Shopee. Dan melakukan analisis data melalui *content analysis* dengan cara memahami teks secara objektif.

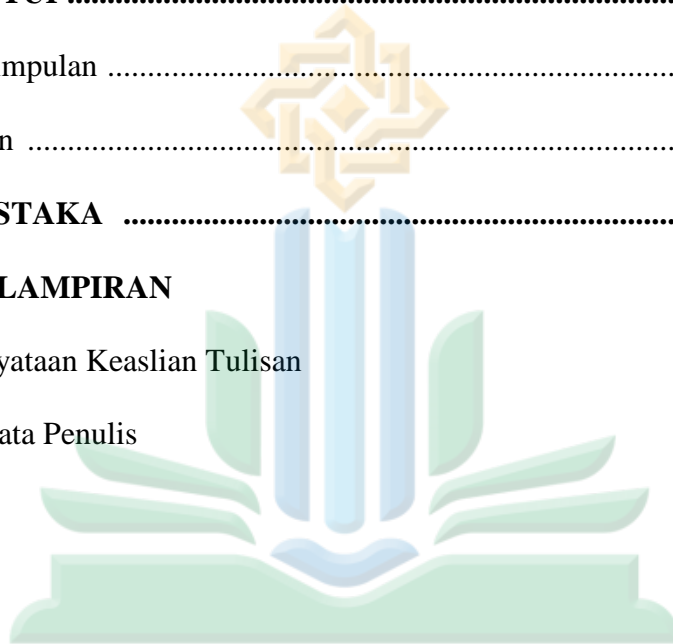
Hasil penelitian akad *wakalah* pada *e-commerce* Shopee menunjukkan bahwa, 1) Penerapan akad *wakalah bil Ujrah* mencakup *muwakkil* (penjual), *wakil* (Shopee), *muwakkil fiih* (produk/jasa), *sighat ijab qabul* (verifikasi akun). Sedangkan *ujrah* dibayarkan sesuai banyaknya produk yang terjual oleh *muwakkil* telah sampai ke tangan pembeli. 2) Meninjau dari fatwa DSN MUI No. 52/DSN-MUI/III/2006 pedoman tentang *Wakalah bil Ujrah* pada Asuransi Syariah bahwa, kegiatan akad *wakalah bil Ujrah* pada Shopee ini boleh (*mubah*) dan sah, diperbolehkan secara hukum *taklifi* dan sah karena telah terpenuhinya rukun dan syarat.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Definisi Istilah .....	9
F. Sistematika Pembahasan .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	14
B. Kajian Teori .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	34
B. Sumber Data .....	35



C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data .....	36
D. Analisis Data .....	36
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>38</b>
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	38
B. Penyajian Data dan Analisis .....	46
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan .....	67
B. Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
1. Pernyataan Keaslian Tulisan	
2. Biodata Penulis	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Shopee.....	43
Gambar 4.2 Aplikasi Shopee di Play Store.....	44
Gambar 4.3 Tipe-tipe <i>Muwakkil</i> di Shopee.....	50
Gambar 4.4 Tipe <i>Muwakkil</i> Non-Star.....	52
Gambar 4.5 Ilustrasi Biaya Administrasi.....	53
Gambar 4.6 <i>Muwakkil</i> Star/Star+.....	54
Gambar 4.7 Ilustrasi Biaya Administrasi.....	55
Gambar 4.8 Gratis Ongkir XTRA.....	57
Gambar 4.9 Cashback XTRA.....	58



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan digital yang hampir menguasai pasar dunia saat ini dapat memudahkan sumber ekonomi dengan memanfaatkan teknologi informasi yang canggih. Cukup dengan menggunakan *smartphone* dan internet untuk mengakses pasar digital lintas kota, provinsi bahkan luar negeri. Transaksi jual beli *online* ini dikenal dengan istilah *online shopping*, yang sudah dikenal sejak tahun 1999 oleh Andrew Darwis, Ronald Stephanus, dan Budi Darmawan pendiri aplikasi Kaskus.<sup>1</sup>

*Online shopping* adalah pembelian yang dilakukan via internet sebagai media pemasaran dengan menggunakan website sebagai katalog. Kelebihan *online shopping* adalah pembeli bisa melihat desain produk yang sudah ada, konsumen juga bisa meminta desain hingga pembayaran secara *online*.<sup>2</sup>

Dalam dunia bisnis, setiap orang mempunyai kompetensi yang berbeda-beda. Ada kalanya orang yang mempunyai kompetensi dalam bidang bisnis yang kompetitif tapi tidak memiliki modal. Di sisi lain, ada pemilik modal yang tidak memiliki waktu atau kurang mempunyai kompetensi di bidang bisnis, sehingga membutuhkan partner bisnis dengan pola perwakilan.<sup>3</sup>

Dari dahulu hingga sekarang, pada dasarnya manusia membutuhkan akad *wakalah* untuk menyelesaikan segala permasalahan hidupnya. Hal ini diakibatkan karena keterbatasan yang melingkupi kehidupan manusia. Di mana

---

<sup>1</sup> Rhenald Kasali, *Cracking Zone* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010), 104.

<sup>2</sup> Ollie, *Membuat Toko Online Dengan Multiplay*. (Jakarta: Media Kita, 2008), 36.

<sup>3</sup> Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*. (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2012), 211.

perilaku manusia dalam mewujudkan perekonomian yang stabil melalui hasil kekayaan intelektualnya, yang berakibat pada perkembangan teknologi informasi.<sup>4</sup> Oleh sebab itu, hukum syariah memberikan legalitas atas keabsahan akad tersebut. Berdasarkan firman Allah yang tertuang dalam QS. al-Maidah: 23, QS. Ibrahim: 12, QS: al- Thalaq:3.<sup>5</sup>

Bidang bisnis dalam Islam dirangkum dalam hukum *syari'ah Islamiyah* yang mengatur segala aktivitas manusia berdasarkan dalil-dalil yang terinci. Atau biasa dikenal dengan istilah *fiqh muamalah*, menurut Hudhari Beik bermakna “*Muamalah adalah semua akad yang membolehkan manusia saling menukar manfaat.*”<sup>6</sup> Definisi lain Fiqh Muamalah adalah segala sesuatu yang berisi hukum aturan Allah yang mengatur hablun minnas dalam memperoleh, memanfaatkan, dan mengembangkan harta benda. Dalam arti lain segala sesuatu (kegiatan ekonomi) telah diatur dalam Hukum Ekonomi Syariah, yang mana manusia dipaksa untuk memahami serta mengamalkan apa saja yang telah diperbolehkan.<sup>7</sup>

Dalam persoalan muamalah syariat Islam, Ibnu Qayyim al-Jauziyah menuliskan kaidah ushul di bawah ini:<sup>8</sup>

تغير الفتوى وختلافها بحسب تغير الأزمان والأمكنة والأحوال والنية والأوائد

Artinya: “*Berubah dan berbedanya fatwa sesuai dengan perubahan tempat, zaman, kondisi sosial, niat dan adat kebiasaan.*”

<sup>4</sup> Ahmad Zainullah. “Perlindungan Hukum pada Merek Asing dan Terkenal (*wellknown mark*) atau *passing off* di Platform *Marketplace* Indonesia”, (Skripsi UIN Khas, 2022), 1.

<sup>5</sup> Djuwani Dimyauddin, *Pengantar Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 239.

<sup>6</sup> Rachmat Syafe’I, *Fiqh Muamalah*. (Bandung: Pustaka Setia, 2001), 15.

<sup>7</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 3.

<sup>8</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah.*, 6.

Bentuk muamalah yang berlandaskan kreasi manusia memang diciptakan sesuai perubahan sosial, di mana mereka mampu berinovasi untuk memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi di era digital ini. Sebagaimana kegiatan perdagangan masa tradisional, mereka melakukan transaksi jual secara berhadapan dalam satu tempat mengenai barang, harga, dan kesepakatan kedua belah pihak. Berbeda dengan yang terjadi saat ini, orang-orang cenderung memanfaatkan gadget sebagai sumber kebutuhan primer dan sekunder untuk melakukan transaksi atau dikenal dengan *e-commerce*. Atau jual beli melalui kartu debit (*debit card*) atau kartu kredit (*credit card*), *syariah charge card* (kartu talangan) dan pembayaran melalui cek/giro. Mengenai hukum melakukan praktik perdagangan dengan model *e-commerce* atau *marketplace* boleh dan sah dilakukan apabila diperbolehkan oleh fatwa ulama DSN (Dewan Syariah Nasional).<sup>9</sup>

Di era yang serba digital fatwa merupakan pendapat yang sah dalam hukum Islam berdasarkan mufti atau ulama sebagai jawaban atau respon atas masalah yang terjadi di kalangan masyarakat. Pada hakekatnya fatwa bersifat sesuai keadaan, situasi dan masanya.<sup>10</sup> Seperti praktik multiakad di Lembaga keuangan syariah. Berdasarkan hukum *wadh'i*, akad terbagi menjadi dua bagian, akad *shahih* (sah) dan akad *ghair shahih* (tidak sah). Akad *shahih* sendiri terbagi menjadi dua bagian, yaitu Akad lazim (mengikat) dan akad *ja'iz* (tidak mengikat). Akad *shahih ja'iz* adalah akad yang tidak mengikat bagi pihak yang bertransaksi atau dengan kata lain pihak yang bertransaksi boleh

---

<sup>9</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah.*, 7.

<sup>10</sup> Mahmudah, 2015. *Dewan Syariah Nasional dan Fatwa Ekonomi*.

untuk menarik diri dari transaksi tersebut kapan saja dia mau. Akad seperti ini disebut akad *wakalah*.<sup>11</sup>

Ulama Syafi'iah berpendapat bahwa akad *wakalah* adalah ungkapan seseorang kepada orang lain yang menyatakan untuk *mewakilk*an suatu pekerjaan yang dikuasakan dengan atas nama pemberi kuasa (*muwakkil*). Dalil yang memperbolehkan akad ini dilakukan dalam agama Islam terdapat dalam surat al-Kahfi ayat 19 yang mengisahkan adanya seseorang dari *ashabul kahfi* itu dipercayakan oleh orang lain untuk mencari makanan. Mengapa hal ini diperbolehkan? Karena adanya hajat yang menghendaknya. Akad *wakalah* merupakan bentuk ta'awun (tolong menolong) untuk melancarkan aktivitas seseorang. Seperti lembaga *wakalah* yang memudahkan kegiatan manusia dalam berdagang.<sup>12</sup>

Salah satunya dengan mendaftarkan produk penjual ke salah satu *marketplace* yang sangat umum di masyarakat, yaitu aplikasi Shopee atau biasa dikenal dengan 'toko oren'. Adapun mekanisme penjualan produk di *marketplace* ini ada pembayaran khusus atau fee (*ujrah*) sebagai jasa atas kerja sama antara *wakil* dan *muwakkil*.

Di era modern ini konsep akad *wakalah* biasa ditemui pada perdagangan model *e-commerce*. Kegiatan komunikasi komersial bisnis dan manajemennya yang dilaksanakan menggunakan metode elektronik seperti *electronic data interchange* dan *automated data-collection system*. E-

---

<sup>11</sup> Rahmat Hidayat, *Pengantar Fiqh Muamalah* (Jakarta : 2020), 15.

<sup>12</sup> Helmi Karim, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Raja Grafindo, 1997), 24.

*commerce* juga meliputi transfer informasi secara elektronik antarbisnis, yang menggunakan *Electronic Data Interchange* (EDI).<sup>13</sup>

Penerapan akad dalam bentuk *online* atau jarak jauh sangat berbeda dengan akad *ittihad al-Majlis* (harus ada dalam satu majlis), biasanya menggunakan akad secara tertulis (E-mail, Short Message Service, lisan (via telepon), video seperti *teleconference* dan sejenisnya). Mekanisme transaksi jual beli di dunia maya ini ada beberapa pihak, 1). Penjual sebagai *muwakkil* (orang yang mewakilkan), 2). Aplikasi Shopee sebagai *wakil* (orang yang menerima perwakilan), dan 3). Pembeli *E-commerce* Shopee merupakan media jual beli *online* berbasis internet yaitu tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual (*seller & buyyer*). Pembeli dapat memilih dan membeli kebutuhan sesuai harga dan lokasi yang diinginkan. Dengan mengetik keyword atau kata kunci dari barang yang diinginkan dan menambahkan fitur-fitur tertentu seperti lokasi penjual, menentukan budget harga minimum maksimum, memilih toko yang memberikan voucher gratis ongkir, *seller* atau penjual bintang lima dan lain sebagainya.

Banyak dari kaum pemuda atau dewasa yang menggunakan aplikasi Shopee sebagai penunjang kebutuhan primer maupun sekunder. Ada beberapa keunggulan yang didapatkan bagi pengguna maupun penjual di *e-commerce* Shopee ini, diantaranya mudah dalam transaksi jual beli serta fiturnya yang aman bagi pengguna, baik akun penjual atau akun pembeli. Ada beberapa nilai tambah aplikasi Shopee ini bagi penggunanya, di antaranya: gratis ongkir

---

<sup>13</sup> Imam Mustofa, *Fikih Muamalah Kontemporer* (Depok: Rajawali Press, 2018), 31.

pengiriman, mendapatkan cahsback, harga jauh lebih murah dibandingkan dengan aplikasi lain bahkan di *offline store*.

Dilansir dari Jurnal studi komunikasi dan media menunjukkan bahwa pandemic COVID-19 memberikan pengaruh yang sangat besar pada jumlah *visitor* (pengunjung) *e-commerce*. Terutama pada aplikasi Shopee dan Tokopedia yang merupakan situs tertinggi selama masa pandemi ini. Dampak dari fenomena ini memberikan peningkatan transaksi keuangan yang signifikan, mulai dari pengiriman jasa ekspedisi yang *overload*, senada dengan meningkatnya kebutuhan bahan untuk pengemasan barang, hingga dapat mengurangi jumlah pengangguran dengan menarik tenaga kerja.<sup>14</sup>

Melihat tingginya atensi masyarakat terhadap transaksi *online* yang dapat mensejahterakan perekonomian penjual atau para UMKM yang baru merangkak pasca pandemic COVID-19 menjadi solusi bagi mereka. Hal ini disebabkan beberapa hal, 1) kemudahan dalam memasarkan produk secara luas, 2) Kebijakan pemerintah mengenai *physical distancing*, 3) Larangan berkerumun di tempat umum, 4) Barang diantar sampai ke rumah, 5) Harga yang ditawarkan sangat terjangkau dll.

Dengan layanan yang sangat mudah dan praktis ini banyak keuntungan yang diperoleh penjual, diantaranya produk lebih dikenal banyak masyarakat melalui media sosial. Trend ini berlangsung hingga saat ini. Terutama sejak pandemi COVID-19 transaksi *online shopping* meningkat drastis. Berdasarkan data dari SimiliarWeb, *e-commerce* Shopee berhasil

---

<sup>14</sup> Dewi Hernikawati. "Analisa Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Jumlah Kunjungan Pada Situs E-Commerce di Indonesia Menggunakan Uji T Berpasangan", *Journal of Studi Komunikasi dan Media*, Vol. 25 No. 2 Desember 2021, 191-202.



menduduki posisi kedua setelah Tokopedia. Hal ini menunjukkan jika *E-commerce* Shopee adalah *mobile apps* yang paling banyak diakses oleh masyarakat.

Kesimpulan dari uraian singkat data tersebut menunjukkan bahwa dampak penjualan melalui digital sangat besar. Sehingga banyak penjual lainnya yang mulai memasarkan produk usahanya via *online*. Selain karena sistemnya yang mudah, para penjual juga memperoleh penghasilan tanpa bertemu dengan pembeli secara langsung. Trend *online shopping* atau belanja *online* menjadi salah satu opsi atau solusi untuk memperbaiki serta meningkatkan ekonomi masyarakat.

Namun apakah konsep transaksi modern ini sudah berlandaskan hukum ekonomi syariah, ditinjau dari syarat muamalah dan *wakalah* antara *muwakkil* dan *wakil*. Ditambah dengan adanya biaya layanan (*ujrah*), biaya bebas ongkos kirim dan biaya *cashback* (jika diaktifkan oleh penjual) yang harus ditunaikan oleh *muwakkil* dalam tiap produk yang terjual kepada *wakil* sebagai tanda jasa pemasaran produk hingga terjadinya proses jual beli yang sah.

Dari pemaparan fokus masalah tersebut, peneliti ingin mengkaji “**Akad Wakalah bil Ujrah Pada E-commerce Shopee Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah**”. Dengan tujuan mengetahui secara jelas transaksi elektronik yang menggunakan perantara *e-commerce* dari sudut pandang syariah.

## B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian yang akan menjadi kajian peneliti antara lain:

1. Bagaimana penerapan akad *wakalah bil Ujrah* pada *e-commerce* Shopee?
2. Bagaimana hukum akad *wakalah bil Ujrah* pada *e-commerce* Shopee dalam perspektif hukum ekonomi Syariah?

## C. Tujuan Penelitian

Dari fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan penerapan akad *wakalah* pada *e-commerce* Shopee.
2. Untuk mendeskripsikan hukum akad *wakalah bil Ujrah* pada *e-commerce* Shopee.

## D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memperluas khazanah keilmuan bagi peneliti dan pembaca umum mengenai akad *wakalah* dalam transaksi *online* khususnya pengguna *e-commerce* Shopee. Oleh karena itu judul penelitian “Akad *Wakalah bil Ujrah* Pada *E-commerce* Shopee Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah” ini mempunyai manfaat teoritis dan praktis.

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan bagi pembaca dan dapat dijadikan sumber informasi dan acuan bagi peneliti selanjutnya.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Peneliti

Dapat bermanfaat untuk pengembangan khazanah keilmuan untuk kehidupan masyarakat khususnya dalam hukum ekonomi syariah.

### b. Bagi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Secara akademik penelitian ini juga sebagai referensi dalam mengembangkan keilmuan khususnya Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.

### c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat terkait konsep akad *wakalah* pada pengguna *e-commerce* Shopee.

## E. Definisi Istilah

Definisi istilah mengandung arti penting istilah yang menjadi topik pembahasan dalam penelitian ini. Tujuannya adalah untuk menghindari kesalahpahaman makna tentang pentingnya istilah yang dimaksud oleh peneliti.

### 1. Akad *wakalah* bil ujah

Akad *wakalah* adalah pelimpahan kekuasaan oleh seseorang sebagai pihak pertama kepada orang lain sebagai pihak kedua dalam hal-hal yang diwakilkan hanya melaksanakan sesuatu sebatas kuasa atau wewenang yang diberikan oleh pihak pertama. Apabila kuasa tersebut telah dilaksanakan sesuai syariat, maka semua resiko dan tanggung jawab sepenuhnya menjadi pihak pertama atau pemberi kuasa.<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Abdul Wahab Ibrahim Abu Sulaiman, *Banking Cards Syariah Kartu Kredit dan Debit dalam Perspektif Fiqih* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), 57.

Dalam *wakalah* sebenarnya pemilik urusan (*muwakkil*) itu dapat secara sah untuk mengerjakan pekerjaannya sendiri. namun, karena satu dan lain hal urusan itu diserahkan kepada orang lain yang dipandang mampu untuk menggantikannya. Oleh karena itu, jika seorang *muwakkil* itu adalah orang yang tidak ahli untuk mengerjakan urusannya maka diperbolehkan diwakilkan kepada yang ahli dalam bidang tersebut.<sup>16</sup>

Akad *wakalah bil Ujrah* yaitu pemberian kuasa dari *muwakkil* kepada *wakil* untuk mengelola suatu perbuatan yang disertai dengan pemberian *ujrah* (fee). Dengan catatan *muwakkil* dan *wakil* tidak melanggar dari suatu aturan dan ketetapan yang telah disepakati bersama.<sup>17</sup>

## 2. *E-commerce* Shopee

*Electronic Commerce* adalah fasilitas transaksi komersial yang berlangsung secara elektronis. Transaksi ini biasanya menggunakan teknologi *Electronic Data Interchange* (EDI) yang diperkenalkan pertama kali pada akhir tahun 1970-an. Fungsinya untuk mengirim dokumen komersial seperti order pembelian atau faktur secara elektronik. Pada perkembangannya, *e-commerce* telah menjadi transaksi yang disebut *web commerce*, yang transaksi pembelian barang dan jasa yang berlangsung melalui *World Wide Web* dengan menggunakan perangkat server yang secure menggunakan *e-shopping carts*, dan layanan *electronic pay*, seperti otorisasi pembayaran kartu kredit.<sup>18</sup> Atau dalam arti lain *e-commerce*

---

<sup>16</sup> Abdul Rahman Ghazaly dan Ghufroon Ihsan, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana Predana Media Grup, 2010), 187.

<sup>17</sup> Fatwa DSN No: 113/DSN-MUI/IX/2017

<sup>18</sup> Imam Mustofa, *Fiqh Mu'amalah Kontemporer* (Depok: Rajawali Press, 2018), 31.

adalah saluran *online* yang dapat dijangkau seseorang melalui computer, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan bantuan computer dalam menentukan pilihan.<sup>19</sup>

Shopee adalah suatu aplikasi *mobile commerce* berbasis *marketplace*. *Mobil commerce* merupakan sistem perdagangan elektronik yang menggunakan *smartphone*, *notebook*, dan lain-lain. Para penjual memasarkan produk jualannya di lapak yang sudah disediakan oleh penyedia aplikasi yang berbasis *marketplace*.

### 3. Hukum Ekonomi Syariah Berdasarkan Fatwa No. 52/DSN-MUI/III/2006

Hukum merupakan aturan yang berlaku pada suatu sistem aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, pertukaran dan konsumsi barang dan jasa.<sup>20</sup> Sedangkan syariah adalah ketentuan hukum Islam yang mengatur kegiatan manusia yang memerintahkan dan melarang. Termasuk aspek sirkulasi keuangan dalam perdagangan.<sup>21</sup>

Berdasarkan fatwa DSN No.10/DSN-MUI/IV/2000 yang membahas *Wakalah* dan fatwa No. 52/DSN-MUI/III/2006 bahwa *Wakalah bil Ujrah* untuk asuransi, yaitu salah satu bentuk akad *Wakalah* di mana pemberi kuasa memberikan amanah kepada perusahaan asuransi dengan imbalan pemberian *ujrah* (fee).<sup>22</sup>

<sup>19</sup> Gary Amstron & Kotler Philip, *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan (Jakarta: Prenhalindo, 2012), 87.

<sup>20</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Ekonomi Mikro Syariah*. (Bandung: Pustaka Setia, 2016), 123.

<sup>21</sup> Artiyanto dkk, *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Gava Media, 2018), 22.

<sup>22</sup> Fatwa DSN Majelis Ulama Indonesia No. 52/III/2006

## F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah isi detail dari tiap bagian skripsi secara keseluruhan berurutan sesuai dengan urutannya. Merujuk pada buku pedoman sistematika penulisan skripsi terbagi menjadi lima bab, di antaranya:

Bab I pendahuluan, pada bab ini membahas latar belakang masalah yang ingin dikaji secara teoritis dan praktis. Selain itu, peneliti juga menguraikan alasan serta tujuan penelitian, mencantumkan manfaat penelitian secara teoritis dan praktisnya. Terakhir peneliti menulis definisi istilah dari judul skripsi serta sistematika pembahasannya.

Bab II kajian pustaka. Membahas kajian terdahulu dan kajian teori. Dalam sebuah penelitian, peneliti harus mencari tahu mengenai karya tulis ilmiah yang memiliki kesamaan dalam studi kasus, pemilihan teori dan metode penelitian. Pada bab ini peneliti mencari karya skripsi dan jurnal ilmiah yang relevan dengan judul akad *wakalah bil Ujrah* pada *e-commerce* Shopee dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

Bab III metode penelitian. Metode penelitian atau alat bedah dalam suatu penelitian tertulis pada bab ketiga. Peneliti menguraikan secara transparan mengenai metode penelitian, jenis, sumber data, teknik pengumpulan dan analisis data.

Bab IV pembahasan. Setelah menentukan teori dan metode penelitian yang tepat, peneliti melakukan praktik penelitian yang ditulis pada bab

keempat. Peneliti menjelaskan gambaran objek penelitian, menulis data dan hasil analisisnya sesuai fokus masalah.

Bab V penutup. Di tahap akhir ini peneliti menulis kesimpulan dari pembahasan yang ditemukan selama penelitian. Selain itu, peneliti juga menulis saran dari pokok pembahasan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan mendapatkan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Di samping itu kajian terdahulu dapat membantu penelitian memposisikan penelitian serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang masih terkait dengan tema yang kemudian diangkat oleh peneliti:

1. Hanifah. 2017. *Wakalah dalam Kontrak Jual Beli Menurut Imam Syafi'i*.

Peneliti mendeskripsikan bagaimana konsep *wakalah* dalam transaksi jual beli dan menentukan kriteria *wakil* dalam urusan ini. Adapun fokus penelitian ini adalah meninjau pendapat imam Syafi'i secara detail, sebab landasan hukum syariah di Indonesia mengacu pada madzhab Syafi'i. Menggunakan penelitian kualitatif jenis *library research*. Adapun hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengangkatan seorang *wakil* harus menggunakan kesepakatan khusus agar wewenang bagi *wakil* menjadi jelas sebagai hak perkara *wakalah*.<sup>23</sup> Persamaan yang ditemukan adalah membahas teori akad *wakalah* berdasarkan perspektif Imam Syafi'i, sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada pemilihan obyek.

2. Pertiwi Ariyanti, 2019. *Etika Bisnis E-commerce Berdasarkan Akad Salam Pada Marketplace Lazada.com*. Penelitian yang menganalisis kebijakan

---

<sup>23</sup> Hanifah, "Wakalah Dalam Kontrak Jual Beli Menurut Imam Syafi'i" (Skripsi, UIN Raden Fatah, 2017).



ekonomi syariah Indonesia terhadap *e-commerce* yang tertuang pada Fatwa MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang akad jual beli. Peneliti menemukan permasalahan pada barang yang dijual melalui *marketplace* tersebut bahwa ada produk makanan yang berlabel halal namun terindikasi mengandung unsur haram bagi umat Islam. Bagaimana etika bisnis *e-commerce* yang menyatakan bahwa kebijakan *marketplace* selaras dengan kebijakan ekonomi syariah di Indonesia.<sup>24</sup> Persamaan yang ditemukan peneliti adalah pada obyek yaitu *e-commerce* dan perspektif fatwa MUI, sedangkan perbedaannya adalah pemilihan teori yang fokus pada akad salam dan latar belakang masalah yang ditemukan oleh peneliti.

3. Alvina Khoirul Umami. 2019. Analisis Hukum Jual Beli Melalui perantara aplikasi shopee perspektif regulasi transaksi elektronik dan hukum perjanjian syariah. Peneliti menitikberatkan permasalahan pada praktik jual beli melalui aplikasi Shopee yang ditinjau dari UU No 11 Tahun 2008 tentang ITE, PP No 82 tahun 2012, dan hukum perjanjian syariah, serta mengulas pertanggung jawaban tentang jual beli dengan aplikasi Shopee dapat dipertanggung jawabkan secara hukum Syariah. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa jual beli melalui aplikasi Shopee masih belum berjalan dengan baik, karena tidak mencantumkan identitas lengkap dalam kontrak elektronik.<sup>25</sup> Persamaan yang ditemukan peneliti adalah pada subyek penelitian yaitu praktik akad *wakalah* pada *e-commerce*

---

<sup>24</sup> Pertiwi Ariyanti, "Etika Bisnis E-Commerce Berdasarkan Akad Salam Pada Marketplace Lazada.com" (Skripsi, UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi, 2019)

<sup>25</sup> Alvina Khoirul Umami, "Analisis Hukum Jual Beli Melalui Perantara Aplikasi Shopee Perspektif Regulasi Transaksi Elektronik Dan Hukum Perjanjian Syariah" (Skripsi, UIN Malang, 2019)

Shopee, sedangkan perbedaannya adalah Batasan masalah yang peneliti analisa berdasarkan perspektif hukum ekonomi syariah.

4. Siti Hasnaa Madinah dkk. 2019. Analisis Akad *Wakalah bil Ujrah* Pada Jasa Titip Beli *Online* Dalam Prespektif Kaidah Fikih Ekonomi (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Jastiperopa777). Jurnal ini mengulik praktik transaksi pada akun jasa titip sesuai dengan syarat rukun yang ditetapkan berdasarkan hukum akad *wakalah bil ujah*.<sup>26</sup> Persamaan yang ditemukan peneliti adalah pada subyek penelitian yaitu akad *wakalah* pada *e-commerce* yang memandang dari kacamata Fikih ekonomi, sedangkan perbedaannya adalah obyek yang dianalisa yaitu kanal Instagram *jastiperopa* dan penelitian baru ini mengkaji pada *e-commerce* Shopee.
5. Irfan Alfarizi, 2019. Trend Jual Beli *Online* Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam. Penelitian ini menelisik tentang trend jual beli *online* melalui situs resmi dan untuk mengetahui bagaimana trend jual beli *online* melalui situs resmi menurut tinjauan etika bisnis Islam. Peneliti menitikberatkan pada satu aplikasi yang paling sering digunakan masyarakat umum, yaitu *marketplace* Shopee. Peneliti menggunakan metode *library research* yang menunjukkan hasil penelitiannya bahwa etika bisnis Islam terhadap jual beli *online* diperbolehkan selama barang yang diperjual belikan sesuai dengan barang dan spesifikasi pada deskripsi yang tercantum di toko tersebut.<sup>27</sup> Persamaan yang ditemukan peneliti adalah pada obyek yaitu *e-commerce* Shopee dan jenis penelitian,

<sup>26</sup> Siti Hasnaa, Putri Karunia Sari, Isnaini Rofiqoh, "Analisis Akad Wakalah Bil Ujrah Pada Jasa Titip Beli Online Dalam Prespektif Kaidah Fikih Ekonomi (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Jastiperopa777)" *Jurnal el-Qist* vol. 9 No. 2 (Oktober 2019), 196.

<sup>27</sup> Irfan Alfarizi, "Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam" (Skripsi, UIN Bengkulu, 2019)

sedangkan perbedaannya adalah pemilihan teori yang melihat etika bisnis pada jual beli *online* yang sedang trend hingga saat ini.

6. Elya Nur Maulana, 2020. Implementasi Akad *Wakalah bil Ujah* Dana Investaso PT. Asuransi Tafakul Keluarga Perspektif Fatwa DSN-MUI NOMOR 52/2006 (Studi di PT. Asuransi Tafakul Keluarga Kota Malang). Penelitian ini fokus pada implementasi akad *wakalah bil Ujah* dan membandingkan penVgelolaan dana investasi di PT Asuransi Tafakul Keluarga Kota Malang sudah sesuai dengan prinsip asuransi Syariah.

Dengan menggunakan metode penelitian empiris kualitatif dengan hasil kesimpulan menunjukkan bahwa penerapan akad *wakalah bil Ujah* pada PT. Asuransi Tafakul Keluarga Kota Malang ini sudah sesuai prinsip syariah dan rukun akad *wakalah bil ujah*.<sup>28</sup> Persamaan yang ditemukan peneliti adalah pada subyek yang melihat obyek dengan teori akad *wakalah bil ujah*, sedangkan perbedaannya adalah penentuan obyek dan pendekatan penelitian.

7. Muhammad Razif, 2021. Tinjauan Hukum Terhadap Praktik Jual Beli Melalui *Marketplace* Berdasarkan Hukum Islam (Studi Kasus Shopee). Peneliti menganalisis pengaturan hukum jual beli berdasarkan hukum Islam serta mengkaji kedudukan Shopee sebagai *marketplace* dalam jual beli berdasarkan hukum Islam dan meninjau praktik jual beli melalui *marketplace* Shopee berdasarkan hukum Islam. Metode penelitiannya menggunakan studi normative yang mengacu pada hukum al-Qur'an,

---

<sup>28</sup> Elya Nur Maulana, "Implementasi Akad *Wakalah bil Ujah* Dana Investaso PT. Asuransi Tafakul Keluarga Perspektif Fatwa DSN-MUI NOMOR 52/2006 (Studi di PT. Asuransi Tafakul Keluarga Kota Malang)" (Skripsi, UIN Malang, 2020)

hadis, kitab fiqh, dan fatwa ulama. Adapun hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kedudukan Shopee sebagai *marketplace* bukan sebagai *wakil* penjual ataupun pembeli. Akan tetapi murni sebagai simsar yang mendapatkan upah atas usahanya tersebut, serta memiliki beberapa ketentuan yang mereka terapkan demi menjaga keamanan pasarnya.<sup>29</sup> Persamaan yang ditemukan peneliti adalah pada obyek yaitu *e-commerce* Shopee dan metode penelitiannya, sedangkan perbedaannya adalah fokus masalah dan subyek teori yang melihat ragam akad dalam satu aplikasi.

8. Dian Fitri Awaliyah. 2022. Konsep *E-commerce* Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. Peneliti melakukan kajian mendalam mengenai keterkaitan *e-commerce* dalam ekonomi syariah, tentang syarat dan tujuan *e-commerce*, serta mekanisme pembayaran *e-commerce*. Metode penelitiannya menggunakan *library research* yang menunjukkan hasil bahwa, *e-commerce* mempunyai konsep jual beli dalam bentuk bai' as-salam.<sup>30</sup> Persamaan yang ditemukan peneliti adalah pada obyek yaitu *e-commerce* yang dipandang dari perspektif ekonomi syariah dan pendekatan penelitian, sedangkan perbedaannya adalah fokus kajian masalah yang ditemukan peneliti.

Adapun perbedaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah obyek dan sudut pandang. Obyek yang digunakan adalah *e-commerce* Shopee dan menganalisis akad wakalah bil ujroh dari sisi penjual

<sup>29</sup> Muhammad Razif, "Tinjauan Hukum Terhadap Praktik Jual Beli Melalui Marketplace Berdasarkan Hukum Islam (Studi Kasus Shopee)" (Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2012), 1.

<sup>30</sup> Dian Fitri Awaliyah, "Konsep E-Commerce Dalam Perspektif Ekonomi Syariah" (Skripsi, IAIN Parepare, 2022)

(muwakkil) kepada Shopee (*wakil*) dan pembeli (*muwakkil*) kepada Shopee (*wakil*). Dengan menggunakan metode penelitian empiris kualitatif dengan hasil kesimpulan menunjukkan bahwa penerapan akad *wakalah bil Ujrah* pada PT. Asuransi Tafakul Keluarga Kota Malang ini sudah sesuai prinsip syariah dan rukun akad *wakalah bil ujrah*. Persamaan yang ditemukan peneliti adalah pada subyek yang melihat obyek dengan teori akad *wakalah bil ujrah*, sedangkan perbedaannya adalah penentuan obyek dan pendekatan penelitian.

9. Muhammad Razif, 2021. Tinjauan Hukum Terhadap Praktik Jual Beli Melalui *Marketplace* Berdasarkan Hukum Islam (Studi Kasus Shopee). Peneliti menganalisis pengaturan hukum jual beli berdasarkan hukum Islam serta mengkaji kedudukan Shopee sebagai *marketplace* dalam jual beli berdasarkan hukum Islam dan meninjau praktik jual beli melalui *marketplace* Shopee berdasarkan hukum Islam. Metode penelitiannya menggunakan studi normative yang mengacu *pada* hukum al-Qur'an, hadis, kitab fiqh, dan fatwa ulama. Adapun hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kedudukan Shopee sebagai *marketplace* bukan sebagai *wakil* penjual ataupun pembeli. Akan tetapi murni sebagai *simsar* yang mendapatkan upah atas usahanya tersebut, serta memiliki beberapa ketentuan yang mereka terapkan demi menjaga keamanan pasarnya. Persamaan yang ditemukan peneliti adalah pada obyek yaitu *e-commerce* Shopee dan metode penelitiannya, sedangkan perbedaannya adalah fokus masalah dan subyek teori yang melihat ragam akad dalam satu aplikasi.

10. Dian Fitri Awaliyah. 2022. Konsep *E-commerce* Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. Peneliti melakukan kajian mendalam mengenai keterkaitan *e-commerce* dalam ekonomi syariah, tentang syarat dan tujuan *e-commerce*, serta mekanisme pembayaran *e-commerce*. Metode penelitiannya menggunakan *library research* yang menunjukkan hasil bahwa, *e-commerce* mempunyai konsep jual beli dalam bentuk bai' as-salam.<sup>30</sup> Persamaan yang ditemukan peneliti adalah pada obyek yaitu *e-commerce* yang dipandang dari perspektif ekonomi syariah dan pendekatan penelitian, sedangkan perbedaannya adalah fokus kajian masalah yang ditemukan peneliti.

Adapun perbedaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah obyek dan sudut pandang. Obyek yang digunakan adalah *e-commerce* Shopee dan menganalisis akad *wakalah bil ujroh* dari sisi penjual (*muwakkil*) kepada Shopee (*wakil*) dan pembeli (*muwakkil*) kepada Shopee (*wakil*).

## B. Kajian Teori

Pada bagian kajian **teori** ini berisi pembahasan teori sebagai landasan atau dasar dalam penelitian yang melihat sebuah hal yang tersusun rapi. Pembahasan teori membahas sumber hukum atau teori tertentu secara lebih luas dan mendalam. Tujuannya agar wawasan peneliti mengkaji sebuah permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.

Adapun landasan teori penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut:

## 1. *Wakalah* (Deputyship)

### a. Pengertian *Wakalah*

*Wakalah* atau *wikalah* bermakna *tauwil*, yaitu menyerahkan, mewakilkan dan menjaga. Secara bahasa, *al-wakalat*, *al-wikalat*, atau *al-tawkil* yang berarti menyerahkan (salama, istaslama) dan memelihara (al-hafizh, al-hifzh). Dalam akad ini terdapat pendelegasian (penyerahan) sesuatu dari pihak pemilik kepada pihak lain untuk dipelihara.<sup>31</sup> Membaca makna secara terminologis yaitu mewakilkan hak *tasharruf* yang dimiliki kepada orang yang memiliki *tasharruf*.<sup>32</sup>

*Al-Wakalah* atau *al-wikalah* menurut istilah para ulama berbeda-beda antara lain sebagai berikut:<sup>33</sup>

#### 1) *Wakalah* menurut Malikiyah ialah:

أَنْ يُنْيَبَ (يُفَيِّمَ) شَخْصٌ غَيْرُهُ فِي حَقِّ لَهٗ يَتَصَرَّفُ فِيهِ

Artinya : “Seseorang menggantikan (menempati) tempat yang lain dalam hak (kewajiban), dia yang mengelola pada posisi itu”.

#### 2) *Hanafiyah* berpendapat bahwa *al-wakalah* ialah:

أَنْ يُفَيِّمَ شَخْصٌ غَيْرُهُ مَقَامَ نَفْسِهِ فِي تَصَرُّفٍ

Artinya: “Seseorang menempati diri orang lain dalam *tasharruf* (pengelolaan)”.

<sup>31</sup> Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), 211.

<sup>32</sup> Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer.*, 300.

<sup>33</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013)167-168.

- 3) Ulama *Syafi'iyah* berpendapat bahwa al-*wakalah* ialah:

عِبَارَةٌ عَنْ أَنْ يُقَوِّضَ شَخْصٌ شَيْئًا إِلَى غَيْرِهِ لِيَفْعَلَهُ حَالَ حَيَاتِهِ

Artinya: “Suatu ibarah seorang menyerahkan sesuatu kepada yang lain untuk dikerjakan ketika hidupnya”.

- 4) Al-Hanabillah berpendapat bahwa al-*wakalah* ialah permintaan ganti seseorang yang membolehkan *tasharruf* yang seimbang pada pihak yang lain, yang di dalamnya terdapat penggantian dari hak-hak Allah dan hak-hak manusia.

‘Abd al-Barr al-Namiri al-Qurthubi menjelaskan bahwa *wakalah* dibolehkan dalam jual-beli (*al-bay'*), akad perkawinan (*al-nikah*), pembayaran utang (*qahda' al-dayn*). ia berasumsi bahwa tiga hal tersebut memungkinkan tidak terjadi perdebatan. Akan tetapi setiap pekerjaan yang dapat diwakilkan (فعله) (فعله أن يوكل فيه واكل ما للال نمان), memerlukan sikap yang lebih hati-hati, sebab tidak semua dapat dikerjakan oleh manusia yang dapat diwakilkan kepada pihak lain.<sup>34</sup>

AKAD WAKALAH

AKAD *wakalah* yaitu suatu akad yang satu pihak memberikan kewenangan kepada pihak lain untuk melakukan sesuatu atas nama dirinya.<sup>35</sup> Berdasarkan pembagian bentuk akad, akad *wakalah* ini tergolong akad *mustamirah* (keberlangsungan) atau akad yang memerlukan waktu tertentu karena realisasi dalam akad ini membutuhkan waktu yang tidak sedikit.<sup>36</sup>

<sup>34</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), 91

<sup>35</sup> Oni Sahroni & Hasanuddin, *Fikih Muamalah Dinamika Teori Akad dan Implementasinya dalam Ekonomi Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 84.

<sup>36</sup> Oni Sahroni & Hasanuddin, *Fikih Muamalah Dinamika Teori Akad dan Implementasinya.*, 74



Secara garis besar akad menurut tujuannya terbagi menjadi dua jenis, yaitu: 1) Akad *Tabarru* yaitu akad yang dimaksudkan untuk menolong dan murni semata-mata karena mengharapkan ridha dari Allah SWT, diantaranya: Hibah, Wakaf, Wasiat, *Ibra'*, *Wakalah*, *Kafalah*, *Hawalah*, *Rahn*, dan *Qirad*. Transaksi ini merupakan bukan transaksi bisnis untuk mencari keuntungan komersil. 2) Akad *Tijari* yaitu akad yang dimaksudkan untuk mencari keuntungan di mana rukun dan syarat telah dipenuhi semuanya, diantaranya: *Murabahah*, *Salam*, *Istishna'*, dan *Ijarah Muntahiya bittamlik* serta *Mudharabah* dan *Musyarakah*. Akad ini dilakukan dengan tujuan untuk mencari keuntungan, karena bersifat komersial.<sup>37</sup>

Pengertian perwakilan secara mutlak tidak bermaksud seorang *wakil* dapat bertindak semena-mena, maksudnya adalah dia dapat melakukan sesuatu untuk memasarkan barang jualannya untuk lebih dikenal secara luas dan mampu meningkatkan profit *muwakkil*. Setidaknya *muwakkil* mendapatkan manfaat yang berbeda atau pengalaman dalam berdagang untuk inovasi bagi dirinya.<sup>38</sup>

Abu Hanifah berpendapat bahwa *wakil* tersebut boleh menjual sebagaimana kehendak *wakil* itu sendiri. Secara kontan atau berangsur-angsur, seimbang dengan harga pasar atau tidak.

<sup>37</sup> Oni Sahroni & Hasanuddin, *Fikih Muamalah Dinamika Teori Akad dan Implementasinya.*, 77.

<sup>38</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Rajawali Press, 2013), 236.

Namun, jika perwakilan bersifat terikat, *wakil* memiliki kewajiban mengikuti apa saja yang telah ditentukan oleh orang yang mewakilkan. *Wakil* tidak boleh menyalahinya kecuali kecuali ada kerelaan dari *muwakkil*.<sup>39</sup>

b. Dasar Hukum

Dasar hukum akad *Wakalah* telah tertulis dalam beberapa dalil salah satunya adalah empat ayat al-Qur'an, tiga buah hadist, ijma dan satu buah kaidah fikih yang dapat dijadikan argumen.<sup>40</sup> Empat ayat al-Quran yang dijadikan argumen adalah: *pertama*, QS. al-Kahfi (18): 19, *Kedua*, QS. Yusuf (12):55 mengenai permintaan Yusuf As. Kepada raja agar berkenan untuk menjadikannya sebagai bendaharawan negara Mesir, *ketiga*, QS. al-Baqarah (2): 238 tentang perintah untuk menunaikan amanat dan bertakwa kepada-Nya; dan *keempat*, QS. al-Ma'idah (5): 2 tentang perintah agar saling menolong dalam kebaikan dan tidak saling menolong dalam melakukan pelanggaran dan kejahatan.

Tiga buah hadis sebagai dalil adalah: *pertama*, hadis Riwayat Imam Malik dalam kitab *al-Muwaththa'* tentang pengutusan Abu Rafi' oleh Rasulullah Saw. untuk mewakilinya dalam penerimaan (qabul) atas pernikahan Rasulullah dengan Maimunah ra; *kedua*, hadis Riwayat imam Bukhari dari Abu Hurairah tentang orang yang terbaik adalah yang paling baik dalam membayar utang; dan *ketiga*, hadis

<sup>39</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), 236.

<sup>40</sup> Jaih Mubarak, *Perkembangan Fatwa Ekonomi Syariah di Indonesia*, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004), 92.

Riwayat imam al-Tirmidzi dari ‘Amr Ibn Auf tentang anjuran untuk melakukan perdamaian.

Ijma’ yang dijadikan alasan adalah ijma’ sahabat tentang kebolehan melakukan *wakalah* dan bahkan sahabat menganggapnya sebagai perbuatan sunah karena sahabat menganggapnya sebagai salah satu jenis *ta’awwun* (saling menolong) dalam kebaikan dan takwa. Sedangkan kaidah fikih yang dijadikan dalil adalah kaidah tentang hukum pokok dalam bermu’amalah, yaitu boleh, selama tidak ada dalil yang melarang dan mengharamkannya.

Dasar *qiyas*, bahwa kebutuhan manusia menuntut adanya *wakalah* karena tidak setiap orang mampu menyelesaikan urusan sendiri secara langsung yang membutuhkan orang lain untuk menggantikannya sebagai *wakil*.<sup>41</sup>

#### c. Rukun dan Syarat *Wakalah*

Rukun *wakalah* terdiri dari atas *ijab* dari *muwakkil* (pihak yang mewakilkan), dan *qabul* dari *wakil*. *Ijab* harus diucapkan secara jelas oleh *muwakkil*, sedangkan *qabul* tidak harus diungkapkan (tidak disyaratkan dalam bentuk lafal verbal), namun bisa diwujudkan dengan tindakan.

Jika *wakil* mengetahui jenis pekerjaan yang diwakilkan, dan langsung mengerjakan, maka hal tersebut sudah dianggap sebuah *qabul* dari pihak *wakil*. Selain itu, dalam *wakalah* tidak dipersyaratkan

<sup>41</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 300

adanya satu majlis atau *ijab* dan *qabul*, cukup mengetahui adanya *wakalah* dan diwujudkan dalam tindakan. Berikut rukun *wakalah* secara detail:<sup>42</sup>

- 1) Orang yang *mewakikan*, syaratnya adalah dia berstatus sebagai pemilik barang atau di bawah kekuasaannya dan dapat bertindak pada harta tersebut. Jika yang *mewakikan* bukan pemilik atau pengampu, al-*wakalah* tersebut batal. Anak kecil yang dapat membedakan baik dan buruk dapat (boleh) seperti perwakilan untuk menerima hibah, sedekah, dan wasiat. Pihak yang berakad; pemberi kuasa (*muwakkil*) dan penerima kuasa (*wakil*).
- 2) *Wakil* (yang *mewakili*), syarat-syarat bagi yang *mewakili* ialah bahwa yang *mewakili* adalah orang yang berakal. Bila seorang *wakil* itu idiot, gila, atau belum dewasa, maka perwakilan tersebut batal.
- 3) *Muwakkil fih* (sesuatu yang diwakikan), syarat-syarat sesuatu yang diwakikan ialah:
  - a. Menerima penggantian, boleh diwakikan pada orang lain untuk mengerjakannya, maka tidaklah sah untuk mengerjakan shalat, puasa, dan membaca ayat al-Quran, karena hal ini tidak bisa diwakikan.
  - b. Dimiliki oleh yang berwakil ketika ia berwakil, maka batal mewakikan sesuatu yang akan dibeli.

---

<sup>42</sup> Djuwani Dimyauddin, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 235

- c. Diketahui dengan jelas, maka batal *mewakikan* sesuatu yang masih samar.

Objek akad; mandat untuk melaksanakan tugas (*tawkil*)

#### 4) *Shighat ijab* Qabul

Dalam pelaksanaan *wakalah* tidak disyaratkan pengucapan atau lafadz tertentu. *Wakalah* dapat dilakukan sebagai salah satu bentuk bantuan *muwakkil* kepada *wakil*. Namun, apabila *wakil* meminta upah sebagai imbalan dan pihak *muwakkil* menyetujui hal tersebut maka dia harus menunaikan *wakalah* sampai selesai. Jika dalam akad dinyatakan adanya upah untuk *mewakili* maka pihak *wakil* dianggap sebagai orang sewaan atau upahan. Dengan demikian, hukum sewa menyewa juga berlaku dalam proses *wakalah* berlangsung.<sup>43</sup>

Berikut merupakan syarat-syarat *Wakalah* antara lain:

##### 1) Syarat yang *mewakikan* (*muwakkil*)

Orang yang berlaku sebagai *muwakkil* adalah pemilik sah yang berhak bertindak apapun pada sesuatu yang *diwakikan*. Jika, *muwakkil* bukanlah pemilik harta tersebut maka akad *wakalah* ini tidak sah. Begitu juga orang gila, anak kecil yang tidak bisa membedakan suatu pilihan tidak dapat menjadi *muwakkil*.

Orang mukallaf atau anak *mumayyiz* dalam batas-batas tertentu, yakni dalam hal-hal yang bermanfaat baginya seperti *mewakikan*

<sup>43</sup> Djuwani Dimyauddin, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 213.

untuk menerima hibah, menerima sedekah dan sebagainya.

## 2) Syarat yang mewakili (*wakil*)

Menurut fatwa ulama, syarat sebagai *wakil* harus memenuhi kriteria berikut ini:<sup>44</sup>

- a. Cakap hukum,
- b. Dapat mengerjakan tugas yang diwakilkan kepadanya,
- c. *Wakil* adalah orang yang diberi amanat.

Sama dengan yang mewakili, pihak yang dapat mewakili adalah orang yang berakal. Seseorang yang mengalami gangguan jiwa, idiot, serta anak kecil yang belum baligh, tidak sah menjadi seorang *wakil*. Namun, ada perbedaan terkait sah akad *wakalah* yang diwakilkan kepada anak yang sudah baligh. Menurut pendapat Madzhab Hanafi bahwa dia membolehkan seorang anak baligh sebagai *wakil*, berpijak pada kisah Amar bin Ummu Salamah yang menikahkan ibunya dengan Rasulullah SAW. Pada saat itu, Amar hanya seorang anak kecil yang belum baligh.<sup>45</sup>

## 3) Syarat untuk hal yang diwakilkan (*muwakkal fiih*)

Adapun syarat sah dikatakan *muwakkal fiih* apabila sesuatu tersebut tidak bernilai negatif atau mengandung tindakan kriminal yang dapat mencelakai seseorang. Dan juga *muwakkal fiih* harus *dzahir* atau diketahui secara detail dan dipahami oleh *wakil*. Hal yang diwakilkan ini berlaku untuk semua akad yang dapat

<sup>44</sup> Fatwa DSN MUI No. 10/IV/2000, 6.

<sup>45</sup> Djuwani Dimyauddin, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 214.

dilakukan oleh manusia untuk dilaksanakan sendiri atas transaksi tersebut, seperti jual beli, sewa menyewa, berutang, sedekah, hibah, gadai, dan lainnya.<sup>46</sup>

Menurut fatwa ulama hal-hal yang diperbolehkan untuk diwakilkan, di antaranya:<sup>47</sup>

- a. Dapat diketahui, dipahami secara jelas oleh *wakil*
  - b. Tidak bertentangan dengan syari'ah Islam
  - c. Dapat diwakilkan menurut syari'ah Islam
- d. Macam-macam *Wakalah*

Akad *wakalah* terbagi menjadi dua, akad *wakalah al-'ammah* dan *al-khossoh*. *Wakalah al-khossoh* adalah akad *wakalah* yang proses pendelegasian wewenang untuk menggantikan sebuah posisi pekerjaan bersifat spesifik. Artinya, perwakilan yang dibutuhkan dijelaskan dengan spesifikasi tertentu, seperti halnya membeli mobil honda tipe X, menjadi advokat untuk menyelesaikan kasus tertentu.<sup>48</sup>

Sedangkan *wakalah al-'ammah* adalah akad yang proses pendelegasian wewenangnya bersifat umum, tanpa adanya spesifikasi. Prosesi tersebut meliputi segala transaksi yang bersangkutan dengan *muwakkil*. Seperti, Anda adalah *wakil* saya dalam setiap aktivitas yang menjadi tanggung jawab saya. *Wakil* memiliki hak dan wewenang untuk menjalankan tugas yang menjadi wewenang diri *muwakkil*.<sup>49</sup>

<sup>46</sup> Djuwani Dimyauddin, *Pengantar Fiqh Muamalah.*, 214.

<sup>47</sup> Fatwa DSN MUI No. 10/IV/2000

<sup>48</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 242.

<sup>49</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah.*, 243.

## 2. *Wakalah bil Ujrah* dalam Fatwa DSN MUI No. 52/III/2006

### a. Pengertian *Wakalah bil Ujrah*

*Wakalah bil Ujrah* adalah akad *wakalah* yang disertai dengan imbalan berupa *ujrah* (fee).<sup>50</sup> Dari segi imbalan (*al-ujrah*) yang diterima oleh pihak *wakil*, ulama membedakan menjadi *wakalah* menjadi dua: pertama, akad *wakalah* yang menetapkan bahwa *wakil* (yang menerima pelimpahan wewenang) berhak mendapatkan imbalan atau upah; karena *wakalah* termasuk akad *ja'iz* (bukan wajib) sehingga pihak yang menerima wewenang berhak mendapatkan imbalan; dan kedua, akad *wakalah* yang menetapkan bahwa *wakil* tidak berhak mendapatkan imbalan; pekerjaan *wakil* dianggap sebagai perbuatan baik (*ma'ruf*) dari pihak *wakil* kepada pihak yang *mewakilkan*.<sup>51</sup>

Akad *wakalah* dapat dilaksanakan dengan atau tanpa upah. Dengan alasan, ketika Rasulullah mengirimkan duta untuk menarik zakat di suatu daerah, Rasulullah memberikan gaji kepada mereka (HR. Abu Daud). Ketika akad *wakalah bil Ujrah* telah sempurna sesuai syarat dan rukun, maka akad tersebut bersifat mengikat. Dalam arti lain, *wakil* dihukumi layaknya *ajir* (orang yang disewa tenaganya) yang memiliki kewajiban untuk menyelesaikan sebuah pekerjaan, kecuali ada halangan yang bersifat syar'i.<sup>52</sup>

Akad yang digunakan adalah akad *Wakalah bil Ujrah* pada

<sup>50</sup> Fatwa DSN MUI No. 52/III/2006, 6.

<sup>51</sup> Jaih Mubarak, *Perkembangan Fatwa Ekonomi Syariah di Indonesia*, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004), 91

<sup>52</sup> Djuwani Dimyauddin, *Pengantar Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 240



pemasaran barang jual pemilik yang harus memenuhi atas hak dan kewajiban peserta dan perusahaan asuransi, besaran, cara dan waktu pemotongan *ujrah* (fee) atas premi, dan telah mencakup syarat-syarat lain yang disepakati sesuai dengan jenis asuransi yang diadakan. Jika dalam akad *wakalah* tersebut upah tidak disebutkan besaran nominalnya secara jelas, maka *wakil* berhak atas *ujrah al mitsl* (upah sepadan), atau sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku.<sup>53</sup>

Adapun objek *wakalah bil Ujrah* meliputi:<sup>54</sup>

- 1) Kegiatan administrasi
- 2) Pengelolaan dana
- 3) Pembayaran klaim
- 4) Underwriting
- 5) Pengelolaan portofolio risiko
- 6) Pemasaran
- 7) Investasi

b. Dasar Hukum

Adapun dasar hukum akad *wakalah* tertuang pada Firman Allah QS. an-Nisa' [4] : 9 sebagai berikut ;

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ

فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

<sup>53</sup> Djuwani Dimyauddin, *Pengantar Fiqh Muamalah.*, 240

<sup>54</sup> Fatwa DSN Majelis Ulama Indonesia No. 52/III/2006.

Artinya: ”Hendaklah merasa takut orang-orang yang seandainya (mati) meninggalkan setelah mereka, keturunan yang lemah (yang) mereka khawatir terhadapnya. Maka, bertakwalah kepada Allah dan berbicaralah dengan tutur kata yang benar (dalam hal menjaga hak-hak keturunannya)” (Qs. An-Nisa’ [4]:9)

c. Kedudukan dan ketentuan Para Pihak dalam Akad *Wakalah bil Ujrah*

Majelis Ulama’ menetapkan beberapa ketentuan mengenai beberapa pihak dalam akad *wakalah*, di antaranya:

- 1) Dalam akad ini, perusahaan bertindak sebagai *wakil* (yang mendapat kuasa) untuk mengelola dana.
- 2) Peserta (pemegang polis) sebagai individu, dalam produk *saving* dan *tabarru’*, bertindak sebagai *muwakkil* (pemberi kuasa) untuk mengelola dana.
- 3) Peserta sebagai suatu badan/kelompok, dalam akad *tabarru’* bertindak sebagai *muwakkil* (pemberi kuasa) untuk mengelola dana.
- 4) *Wakil* tidak boleh mewakilkan kepada pihak lain atas kuasa yang diterimanya, kecuali atas izin *muwakkil* (pemberi kuasa);
- 5) Akad *Wakalah* adalah bersifat amanah (yad amanah) dan bukan tanggungan (yad dhaman) sehingga *wakil* tidak menanggung risiko terhadap kerugian investasi dengan mengurangi fee yang telah diterimanya, kecuali karena kecerobohan atau wanprestasi.
- 6) Perusahaan asuransi sebagai *wakil* tidak berhak memperoleh bagian dari hasil investasi, karena akad yang digunakan adalah akad *wakalah*.

### 3. Berakhirnya Akad *Wakalah*

Transaksi *wakalah* dinyatakan berakhir atau tidak dapat dilanjutkan karena salah satu sebab di bawah ini:

- 1) Matinya salah seorang dari yang berakad karena salah satu syarat sah akad adalah orang yang berakad masih hidup.
- 2) Bila salah seorang yang berakad gila, karena syarat sah akad salah satunya orang yang berakad masih berakal.
- 3) Dihentikannya pekerjaan yang dimaksud, karena jika telah berhenti, dalam keadaan seperti ini al-*wakalah* tidak berfungsi lagi.
- 4) Pemutusan oleh orang yang *mewakikan* terhadap *wakil* meskipun *wakil* belum mengetahui.
- 5) *Wakil* memutuskan sendiri.
- 6) Keluarnya orang yang *mewakikan* (*muwakkil*) dari status pemilikan.

### 4. Hikmah *Wakalah*

Pada hakikatnya *wakalah* merupakan pemberian amanat atas pekerjaan kepada yang ahli. Oleh karena itu, baik *muwakkil* dan *wakil* yang telah melakukan kerja sama/kontrak wajib bagi keduanya untuk menjalankan hak dan kewajibannya, saling percaya, dan menghilangkan sifat curiga dan berburuk sangka.<sup>55</sup> Di sisi lain *wakalah* bermakna pembagian tugas, karena tidak semua orang memiliki kesempatan untuk menjalankan pekerjaannya dengan dirinya sendiri. Dengan *mewakikan* kepada orang lain, maka muncullah sikap saling tolong menolong dan memberikan pekerjaan kepada orang lain. *Muwakkil* akan terbantu dalam menjalankan pekerjaannya dan si *wakil* tidak kehilangan pekerjaannya, di samping itu akan mendapatkan imbalan sewajarnya.

---

<sup>55</sup> Zaenudin A Naufal, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*. (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2012), 191.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang objeknya bersifat alamiah, di mana peneliti sebagai instrument kunci.<sup>56</sup> Disebut penelitian kualitatif karena hasil penelitiannya lebih menekankan makna dari norma hukum berupa dalil tentang akad *wakalah* pada *e-commerce* Shopee yang ditinjau dari hukum ekonomi Syariah. Tujuannya adalah untuk menemukan makna atau arti dari sebuah fenomena, keadaan atau situasi sosial yang sedang terjadi.

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah studi lapangan dengan pendekatan yuridis empiris, yakni penelitian yang menggunakan dasar perundang-undang. Tujuannya adalah untuk pengumpulan data, mengadakan analisis, mengadakan tes, dan memberikan interpretasi terhadap sejumlah data, sehingga orang bisa memahami fenomena yang sedang terjadi.<sup>57</sup>

Penelitian ini menekuni bidang pengetahuan yang fokus pada nilai (value). Salah satu penelitian kualitatif yang bersifat rasional, sistematis dan kritis terhadap suatu objek dalam bidang yang diteliti dengan tujuan untuk memperoleh pengetahuan baru.<sup>58</sup>

---

<sup>56</sup> Lexy. J, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016), 60

<sup>57</sup> Lexy. J, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi.*, 23.

<sup>58</sup> Lexy. J, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi.*, 21.

## B. Sumber Data

Sumber data adalah semua fakta yang diperoleh peneliti. Untuk pengumpulan data peneliti menggunakan sumber data yang berupa bahan hukum. Berikut bahan-bahan hukum yang akan digunakan peneliti;

1. Bahan Hukum Primer, merupakan data yang diperoleh secara langsung melalui referensi yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dan langsung dari sumbernya.<sup>59</sup> Bahan data primer penelitian ini adalah Fatwa DSN MUI No. 52/III/2006 dan situs resmi web Shopee.
2. Bahan Hukum Sekunder, merupakan sumber yang memberikan data secara tidak langsung oleh peneliti seperti buku-buku referensi yang berhubungan dengan pembahasan topik pada penelitian ini.<sup>60</sup> Peneliti telah mengumpulkan beberapa sumber buku atau jurnal yang memiliki kesamaan dalam variabel penelitian atau lainnya. Beberapa ada buku yang menjelaskan tentang tafsir suatu dalil, hadist, pendapat ulama. Termasuk kajian terdahulu berupa skripsi dan artikel-artikel yang membahas tentang teori maupun objek. Berikut dalil dan fatwa ulama sebagai landasan penelitian ini, di antaranya:
  - a) Fatwa DSN Nomor: 10/DSN-MUI/IV/2000
  - b) Fatwa DSN Nomor: 52/DSN-MUI/III/2006
  - c) Fatwa DSN Nomor: 113/DSN-MUI/IX/2017
  - d) Qiyas

---

<sup>59</sup> Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2017), 63

<sup>60</sup> Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif*, 62.

### C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan data

Untuk mendapatkan data penelitian, peneliti mengumpulkan data dengan melakukan studi dokumen, yaitu bahan-bahan tertulis untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Dokumen dapat berupa catatan, buku teks, jurnal, makalah, dan referensi lainnya yang telah ditulis oleh Lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa. Dokumen dapat dipergunakan sebagai instrument pengumpulan data yang dapat dipertanggung jawabkan karena dokumen merupakan sumber informasi yang stabil. Penelitian ini menggunakan dokumen yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia dan catatan tertulis dari lembaga Shopee.<sup>61</sup>

### D. Analisis Data

Pada analisis data kualitatif hukum Islam peneliti adalah *content analysis*, yakni meneliti dalil-dalil yang terkandung dalam kitab suci al- Quran melalui metode normatif.<sup>62</sup> *Content analysis* adalah menganalisis dan memahami teks yang berusaha untuk menguraikan secara objektif. Kegiatan analisis data kualitatif ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus, Adapun tahap analisis data meliputi:

#### 1. Reduksi Data

Mereduksi data adalah kegiatan merangkum, memilih sesuatu yang pokok, memfokuskan pada sesuatu yang dianggap penting, dicari tema dan polanya serta membuang yang tidak perlu.<sup>63</sup> Peneliti memilah jenis penjual

<sup>61</sup> Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif*, 86.

<sup>62</sup> Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 83

<sup>63</sup> Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 121

non-star dan penjual star/star+. Tujuannya agar dapat teroganisir dengan rapi dan sesuai katgorinya.

## 2. Penyajian Data

Setelah mereduksi data, data yang tersaji dianalisis, disusun secara sistematis dan simultan untuk menjelaskan dan menjawab pokok permasalahan penelitian.<sup>64</sup> Pada tahap ini, peneliti mendeskripsikan data yang telah dikelompokkan sesuai jenis atau bentuk akad *wakalah*. Tujuan penyajian data ini agar analisis data dapat teroganisir dengan baik dan mudah dipahami oleh pembaca umum.

## 3. Kesimpulan

Langkah terakhir yaitu kesimpulan dan verivikasi, merupakan tahap lanjutan dari dua Langkah tahap analisis data. Verivikasi ini adalah inti temuan penelitian secara eksplisit.<sup>65</sup> Adapun peneliti menguraikan kesimpulan dengan secara informatif dan jelas.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>64</sup> Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal.*, 121.

<sup>65</sup> Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal.*, 121.

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

##### 1. E-commerce

*E-commerce* atau transaksi elektronik merupakan transaksi yang dilakukan menggunakan sistem informasi. Suatu kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (consumers), manufaktur (manufactures), *service providers*, dan pedagang penata (intermediaries) dengan menggunakan jaringan-jaringan computer (computer network) yaitu internet. *E-commerce* sudah meliputi spektrum kegiatan komersial. Saat ini transaksi dalam *e-commerce* hampir seluruhnya dikerjakan menggunakan teknologi berbasis web.<sup>66</sup>

*E-commerce* adalah proses pembelian dan penjualan barang serta jasa, atau memindahkan dana atau data melalui jaringan elektronik. Dengan adanya media sosial yang dapat menunjang perkembangan *e-commerce* saat ini. Mengutip dari ungkapan Hengky Prihatna yang mengatakan “Riset kami menunjukkan bahwa dengan belanja *online*, masa depan akan semakin meluas di Indonesia”. Hal ini membuktikan bahwa Indonesia adalah pasar yang besar untuk *e-commerce* di Asia Tenggara, dengan perkiraan besarnya pasar 210 juta orang. Jumlah ini terus bertumbuh sering adanya ponsel menjadi bagian penting bagi orang Indonesia.<sup>67</sup>

---

<sup>66</sup> Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Depok: Rajawali Pers. 2018), 31.

<sup>67</sup> Sri Julianti, *Mastering Packaging for E-commerce* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2017), 2-3.



Fenomena saat ini menyatakan bahwa banyak orang meninggalkan cara lama berbelanja (offline) dan mulai beralih menggunakan *online* karena kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan, konsumen tinggal menunggu barang yang dipesan tiba di rumah. Dengan model bisnis seperti ini, menarik para penjual memasarkan produknya secara *online*, mulai dari perlengkapan rumah tangga, kebutuhan alat tulis menulis, kebutuhan pokok dari yang harga murah hingga yang berkualitas tersedia dalam transaksi e-commerce. Selain itu banyak keunggulan lainnya yang dapat menarik target konsumen dengan mudah dan cepat.

Model *e-commerce* yang dapat menghubungkan penjual dan pembeli menjadi penggerak terhadap ekonomi nasional guna menghadapi era globalisasi. Dunia industri teknologi informasi yang menerapkan bisnis secara elektronik yang mengacu pada transaksi- transaksi komersial.

Adapun macam-macam transaksi *online* terbagi menjadi enam model, di antaranya:<sup>68</sup>

- a. Business to business (B2B) model transaksi yang menukarkan produk secara elektronik, pelayanan antar bisnis dan konsumen yang menggunakan situs web untuk melakukan pertukaran produk, mencari produk, layanan dan informasi melalui antarmuka *e- procurement*.
- b. Business to consumer (B2C) bisnis yang menjual produk, layanan atau informasi langsung ke konsumen. Toko virtual dan mal di internet yang menjual semua jenis barang konsumsi.

---

<sup>68</sup>*Definition of e-commerce*, di akses pada tanggal 29 Agustus 2022  
<https://www.techtarget.com/searchcio/definition/e-commerce>.

- c. Consumer to consumer (C2C) *e-commerce* yang memperdagangkan produk, layanan, dan informasi satu sama lain secara *online*. Pada umumnya transaksi ini dilakukan melalui pihak ketiga yang menyediakan platform *online*.
- d. Consumer to business (C2B) *e-commerce* yang membuat produk dan layanan tersedia secara *online*. Kebalikan model transaksi B2C.
- e. Business to administration (B2A) transaksi yang dilakukan secara *online* antara perusahaan dan administrasi publik atau badan pemerintah. Produk dan layanan ini biasanya berkaitan dengan jaminan sosial dan pekerjaan.
- f. Consumer to administration (C2A) transaksi yang dilakukan secara *online* antara konsumen dan administrasi publik atau badan pemerintah.

Paritel *online* besar seperti Shopee termasuk model layanan *e-commerce consumer to consumer* (C2C), yang melibatkan transaksi secara elektronik, antarindividu maupun melalui pihak ketiga. Shopee mengizinkan penjualan produk melalui situs mereka.<sup>69</sup>

Walaupun *e-commerce* ini adalah transaksi modern yang sangat digandrungi para milenial. *E-commerce* juga memiliki kelebihan dan kekurangan, berikut kelebihan menggunakan cara *online*:<sup>70</sup>

- a. Ketersediaan, situs web memiliki layanan 24/7 konsumen dapat berbelanja kapan saja dan di mana saja.

<sup>69</sup> Sri Julianti, *Mastering Packaging for E-commerce* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2017), 12.

<sup>70</sup> *Definition of e-commerce*, di akses pada tanggal 29 Agustus 2022 <https://www.techtarget.com/searchcio/definition/e-commerce>

- b. Kecepatan akses, pembeli di toko akan mengalami keramaian pengunjung lainnya. Sedangkan *e-commerce* ditentukan oleh kecepatan akses dari perangkat konsumen secara *online*. Transaksi *online* hanya membutuhkan waktu kurang dari lima menit.
- c. Ketersediaan yang luas, *e-commerce* menyediakan berbagai merek dan beragam produk yang memudahkan pembeli tanpa perlu berpindah tempat.
- d. Aksesibilitas mudah, pembeli dapat menelusuri kategori produk secara *real time* dan menggunakan fitur pencarian situs untuk menemukan produk dalam waktu singkat.
- e. Biaya rendah, bisnis *e-commerce* tidak menghabiskan biaya untuk sewa, inventaris dan kasir. Hanya membutuhkan tenaga gudang, packing dan ekspedisi.
- f. Rekomendasi produk, *e-commerce* dapat melacak riwayat penelusuran, pembelian konsumen lain. Jadi pembeli baru dapat melihat penilaian dari pembeli lain atau rekomendasi produk dari platform penjualan.

Beberapa kerugian yang dialami penjual dari layanan e-commerce:

- a. Layanan pelanggan terbatas, pelanggan toko dapat membandingkan harga, lokasi pengiriman, penilaian toko dan lainnya.
- b. Pengalaman produk terbatas, pembeli hanya dapat melihat gambar saja tanpa mengetahui detail produk secara langsung seperti membeli kemeja, sepatu dan lainnya. Dapat terjadi pengembalian dana atau

pengembalian barang karena ketidakseuaian barang saat diterima pembeli.

- c. Waktu tunggu, jika membeli barang di toko pembeli membayar produk dan membawanya pulang. Berbeda dengan e-commerce, pembeli harus menunggu produk dikirimkan kepada alamat sesuai tenggang waktu.
- d. Keamanan, pembelian melalui *online* tidak memungkiri akan terjadi penipuan. Pengguna juga menyimpan informasi pribadi yang dapat disalah gunakan oleh *hacker*.

Salah satu tantangan terbesar dalam menjalankan bisnis ritel *online* agar tetap bersaing bergantung pada beberapa faktor, antara lain: berat, ukuran paket, jarak, dan kecepatan pengiriman. Alangkah baiknya jika memperhitungkan biaya dasar dan biaya pengiriman dengan tepat agar tidak mengalami kerugian. Sebab *wakil* tidak akan menanggung kerugian *muwakkil* apabila terjadi kesalahan.

## 2. Shopee

Pembahasan peneliti mengkaji *e-commerce* Shopee karena platform ini adalah *mobile-platform* pertama di Asia Tenggara (Indonesia, Filipina, Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, dan Taiwan) yang menyediakan layanan transaksi jual beli *online* dengan konsep yang menyenangkan, gratis, dan terpercaya melalui *smartphone* pengguna.

Diluncurkan pada tahun 2015, Shopee menyediakan pengalaman berbelanja *online* yang mudah, aman, dan cepat bagi pelanggan melalui dukungan pembayaran dan logistik yang kuat. Shopee merupakan bagian

dari anak perusahaan SEA Group yang berpusat di Indonesia Singapura. Didirikan dan dipimpin langsung oleh Crish Feng, yang memiliki pengalaman menjadi CEO *e-commerce* di Zalora dan Lazada. Saat pertama kali peluncuran Shopee mengusung konsep transaksi model *customer to customer* (C2C) namun saat ini beralih model hybrid C2C dan *business to consumer* (B2C) sejak meluncurkan Shopee Mall atau platform toko *online* khusus untuk merek internasional maupun lokal. Shopee sendiri memiliki enam kantor pusat yang berlokasi di enam wilayah di antaranya Bandung, Bekasi, Jakarta, Medan, Solo, dan Yogyakarta dengan logo seperti berikut ini:



Gambar 4.1  
Logo Shopee

Shopee juga menyediakan sarana yang tepat untuk mendukung para penjual untuk memasarkan produknya dengan mudah dan praktis. Dengan mendaftarkan nama toko dan mulai menjual produk dalam kurun waktu 30 detik saja. Kemudahan menjual barang melalui Shopee dapat mengenalkan produk dalam cakupan konsumen yang lebih luas.

Adapun tujuan Shopee adalah bertransformasi dari teknologi dan ingin mengubah dunia menjadi lebih baik dengan menyediakan platform untuk menghubungkan pembeli dan penjual dalam satu komunitas. Mereka menawarkan layanan kebutuhan konsumen tanpa hambatan.

Crish Feng, CEO Shopee, menyatakan dalam laman resminya bahwa, “Memahami manusia adalah kunci dari kepemimpinan yang sukses. Di Shopee, kami percaya bahwa memberikan pengalaman terbaik untuk karyawan, mitra, dan pelanggan adalah hal yang krusial”.<sup>71</sup> Sehingga dia menciptakan fitur yang lengkap untuk promosi, mengirim pesan kepada konsumen, dan bagaimana cara membangun branding toko.<sup>72</sup> Berdasarkan jumlah data pengunduh aplikasi Shopee di Google Play Store saat ini mencapai 100 juta. Berikut tampilan aplikasi Shopee:



Gambar 4.2  
Tampilan aplikasi Shopee di Google Play Store

Pada laman utama Shopee pengguna akan menemukan beberapa fitur penawaran, di antaranya “fitur Shopee pilih lokal, fitur Elektronik 100% ORI, fitur pulsa, tagihan dan tiket, fitur inFashion, fitur Shopee

<sup>71</sup> Shopee “Jelajahi Shopee”, diakses pada tanggal 4 September 2022 <https://careers.shopee.co.id/about>.

<sup>72</sup> Shopee “Shopee Edu Artikel”, diakses pada tanggal 4 September 2022 <https://seller.shopee.co.id/edu/article/7067/Fitur-Pelengkap-untuk-Promosi>.

supermarket, fitur Bayar di tempat (COD), fitur murah lebay, fitur gratis ongkir dan voucher, fitur promo bank, dan semua promo. Dan kategori produk yang dapat dibeli melalui Shopee, seperti pakaian, sepatu, aksesoris fashion pria dan wanita, kesehatan, hobi dan koleksi, makanan dan minuman, perawatan dan kecantikan, perlengkapan rumah tangga, fashion bayi dan anak, dan otomotif.<sup>73</sup>

## B. Penyajian dan Analisis Data

### 1. Penerapan Akad *Wakalah bil Ujrah* pada *E-commerce* Shopee

*Wakalah* adalah akad pemberian kuasa dari pemberian kuasa (*muwakkil*) kepada penerima kuasa (*wakil*) untuk melaksanakan tugas (*taukil*) atas nama pemberi kuasa.<sup>74</sup> Akad *wakalah bil Ujrah* pada asuransi syari'ah yang ditetapkan oleh fatwa Ulama' dapat digunakan untuk menganalisis *wakalah bil Ujrah* pada *e-commerce* Shopee, di antara beberapa ketentuan fatwa ulama tentang *wakalah bil Ujrah* adalah sebagai berikut:

- a. Pihak yang menjadi *muwakkil* di sini adalah orang yang mewakilkan (*muwakkil*) adalah seseorang yang berstatus pemilik barang atau dikenal dengan pedagang/penjual yang bergabung dalam Shopee. Penjual di sini adalah akun seller yang telah menjalani verifikasi dan memenuhi persyaratan yang telah ditentukan oleh pihak aplikasi Shopee. Penjual adalah pemilik asli dari barang yang diperjual belikan,

<sup>73</sup> Shopee "Platform Marketplace Shopee", diakses pada tanggal 4 September 2022 [Shopee Indonesia! Jual Beli di Ponsel dan Online.](#)

<sup>74</sup> Jaih Mubarak, *Perkembangan Fatwa Ekonomi Syari'ah di Indonesia*, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004), 45.

yang mana mereka telah mempublisk gambar produk yang telah dicantumkan harga dan keterangannya.

Orang yang berstatus sebagai pemilik adalah orang yang berhak bertindak terhadap harta barang dagangannya. Sebab jika *muwakkil* bukan pemilik atau bukan orang yang ahli maka akad ini batal. Sebagaimana rukun akad *wakalah* dan syarat sah sebagai *muwakkil* adalah orang yang akil baligh yang dapat membedakan baik dan buruk.<sup>75</sup>

- b. Pada *e-commerce* Shopee yang bertindak sebagai *wakil* adalah aplikasi Shopee sendiri, yang menjadi perantara penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi secara *online*. Pada umumnya pihak yang menjadi *wakil* merupakan seorang manusia yang diberi amanah untuk memenuhi suatu pekerjaan. Namun pada kasus ini, peneliti memilih

Shopee sebagai *wakil* bagi *muwakkil* di toko oren tersebut, alasannya karena aplikasi Shopee memenuhi syarat sebagai seorang *wakil* dalam akad *wakalah bil Ujrah* yakni melakukan pemasaran barang dagangan *muwakkil* dalam skala besar dan target pasar yang lebih luas. Pola penjualan seperti ini dapat membantu para penjual UMKM di beberapa wilayah yang tidak memiliki lapak jualan.

Meninjau ulang syarat sebagai *wakil* adalah berakal. Konteks berakal di sini adalah dapat mengetahui pola transaksi dengan baik dan mampu menampilkan penjualan secara transparan. Peneliti

---

<sup>75</sup> Djuwani Dimyauddin, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 235.



menyimpulkan bahwa aplikasi juga dapat menjadi pihak *wakil* dalam akad *wakalah bil ujah*.

Selain berakal syarat sebagai *wakil* adalah bertindak sebagai orang yang *diwakili* untuk menjalankan sebuah amanah dengan baik dan jelas. Melihat aplikasi Shopee dapat *mewakili* atau melakukan tujuan *muwakkil* dengan baik. Maka, penerapan akad *wakalah bil Ujah* pada *e-commerce* Shopee telah sesuai syariat sebagaimana yang telah ditetapkan oleh Majelis Ulama Indonesia.

- c. Rukun ketiga dalam penerapan akad *wakalah bil Ujah* ini adalah *muwakkil fih* (sesuatu yang *diwakilkan*). Penelitian ini mengkaji kegiatan penjual yang terdaftar di *e-commerce* Shopee, dengan model layanan *e-commerce consumer to consumer* (C2C), yang mana *muwakkil* berjualan produk miliknya kepada para penjual secara *online*.

Adapun syarat *muwakkil fih* ialah:<sup>76</sup>

- 1) Suatu pekerjaan atau urusan yang digantikan kepada orang lain, selain pekerjaan ibadah seperti shalat, puasa dan membaca al- Qur'an.
- 2) Pekerjaan atau barang yang *diwakilkan* tersebut adalah telah menjadi hak milik *muwakkil*. Apabila barang yang dijual tersebut belum menjadi hak milik maka akad *wakalah* ini batal.
- 3) Pekerjaan yang *diwakilkan* atau barang yang *diwakilkan* diketahui secara jelas, apabila sesuatu tersebut masih samar maka dihukumi batal.

---

<sup>76</sup> Abdul Rahman dan Ihsan, Ghufron Ghazaly, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana Predana Media Grup, 2010), 189.

*E-commerce* Shopee menentukan produk jualan yang dapat diwakilkan oleh *muwakkil* sebagai berikut:<sup>77</sup>

1) Group A

Produk jualan yang termasuk kategori A meliputi: produk Fashion, Elektronik (kelistrikan), barang kebutuhan sehari-hari, aksesoris handpone, olahraga & outdoor, otomotif dan lainnya.

2) Group B

*Muwakkil* yang menjual kategori B meliputi: Elektronik (peralatan elektronik tambahan, aksesoris handpone), otomotif dan lainnya.

3) Group C

Barang jualan yang termasuk kategori C meliputi: Elektronik (alat elektronik tambahan, aksesoris handpone), barang kebutuhan sehari-hari (kesehatan, makanan dan minuman, ibu dan bayi), hewan peliharaan, hobi dan koleksi, aksesoris computer, dan lainnya.

4) Group D

Kategori grup D menjual produk aksesoris fashion (logam mulia dan perhiasan), elektronik (alat-alat rumah tangga, handpone dan gadget, kamera, dan komputer), dan lainnya.

5) Group E

Produk jualan kategori E meliputi: elektronik (alat elektronik lainnya dan aksesoris komputer), barang kebutuhan sehari-hari (makanan dan minuman, ibu dan bayi), dan lainnya.

---

<sup>77</sup> Shopee "Platform Marketplace Shopee", diakses pada tanggal 10 Oktober 2022 <https://seller.shopee.co.id/edu/article/7882>

Dalam akad ini penjual sebagai *muwakkil* (pemberi kuasa) untuk memasarkan produk jualannya melalui *e-commerce* Shopee (*wakil*). Adapun ketentuan berdasarkan fatwa MUI No: 113/DSN- MUI/IX/2017 akad *wakalah bil Ujrah* boleh dilakukan secara lisan, tertulis, isyarat, dan perbuatan/tindakan, serta dapat dilakukan secara elektronik sesuai syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.<sup>78</sup>

d. Sighat ijab Qabul

Dalam pelaksanaan *wakalah* tidak disyaratkan pengucapan atau lafadz tertentu. *Wakalah* dapat dilakukan sebagai salah satu bentuk bantuan *muwakkil* kepada *wakil*. Adapun sighat yang berlaku pada akad *wakalah bil Ujrah* ini adalah penjual yang telah menyetujui ketentuan dan syarat yang berlaku dan telah diterapkan. Proses sighat tersebut terjadi pada saat proses pendaftaran akun seller pada halaman Saya dan mengisi informasi penting yang dibutuhkan seperti tahapan berikut ini:<sup>79</sup>

- 1) Pertama, mengunduh aplikasi Shopee pada ponsel atau *gadget*.
- 2) Setelah mengunduh, pastikan akun Shopee tersebut masih aktif.
- 3) Setelah berhasil masuk, pilih menu “Saya” di pojok kanan bawah aplikasi Shopee.
- 4) Klik “Mula Jual” pada halaman Saya.
- 5) Klik “Mulai Pendaftaran”, lalu lanjutkan dengan mengisi informasi penting yang dibutuhkan.

<sup>78</sup> Fatwa DSN Majelis Ulama Indonesia No. 52/III/2006

<sup>79</sup> Shopee “Platform Marketplace Shopee”, diakses pada tanggal 4 September 2022 <https://shopee.co.id/m/buka-toko-di-shopee>

Setelah toko dibuat, penjual bisa meng-upload foto produk yang dipasarkan.

Sighat yaitu melafadzkan sebuah akad yang diiringi keridhoan dari *muwakkil*, yang diterima oleh *wakil*. Dalam *sighat qabul* akad ini *wakil* tidak disyaratkan berucap qabul tetap dikatakan sah. *Sighat* dapat diartikan sebagai ungkapan yang menunjukkan kesepakatan dua pihak melalui kontrak atau akad. Dapat berupa ucapan, tindakan, isyarat dan lainnya.<sup>80</sup> Seperti *sighat* yang telah dilakukan *muwakkil* dengan melakukan pendaftaran akun seller yang telah terverifikasi oleh e-commerce.

Biaya Administrasi/Pembayaran Layanan Program	Tipe Penjual															Shopee Mall
	Non-Star dengan total pesanan terrealisasi < 100					Non-Star dengan total pesanan >= 100					Star/Star+					
	Kategori A	Kategori B	Kategori C	Kategori D	Kategori E	Kategori A	Kategori B	Kategori C	Kategori D	Kategori E	Kategori A	Kategori B	Kategori C	Kategori D	Kategori E	
Biaya Administrasi Shopee Mall <sup>81</sup>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1%/3%/5% (sesuai sub-kategori produk) <sup>81</sup>
Biaya Pembayaran Shopee Mall <sup>81</sup>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,8%
Biaya Administrasi Non-Star	GRATIS	GRATIS	GRATIS	-	2,5% <sup>81</sup>	1,7%	1,7%	1,25%	1,25%	-	-	-	-	-	-	-
Biaya Administrasi Star/Star+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,2% <sup>81</sup>	2,5%	2,5%	1,75%	1,75%	-	
Biaya Layanan Gratis Ongkir XTRA <sup>81</sup>	4% <sup>81</sup>	3%	3%	3%	3%	4% <sup>81</sup>	3%	3%	3%	3,6% <sup>81</sup>	2,5%	2,5%	2,5%	2,5%	3,6%	
Biaya Layanan Cembali XTRA <sup>81</sup>	1,4%	1,4%	1,4%	1,4%	1,4%	1,4%	1,4%	1,4%	1,4%	1,4%	1,4%	1,4%	1,4%	1,4%	1,4%	
Total Jika Penjual bergabung dalam semua program	5,4%	4,4%	4,4%	4,4%	4,4%	7,9%	6,1%	6,1%	5,55%	5,55%	8,2%	5,4%	5,4%	5,63%	5,60%	7,2% - 11,8% (sesuai sub-kategori produk)

Pada tabel tipe penjual Shopee<sup>81</sup> memuat rincian fee dan biaya apa saja yang harus dipelajari dengan baik-baik oleh *muwakkil*. Sebab hal ini dapat mempengaruhi pendapatan *muwakkil*, keuntungan *muwakkil*, dan memilih program yang sesuai target pasaran *muwakkil*. Sehingga akad *wakalah* ini dapat dipraktikkan sesuai hukum syariah yang telah ditetapkan.

<sup>80</sup> Djuwani Dimyauddin, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 51.

<sup>81</sup> Shopee "Platform Marketplace Shopee", diakses pada tanggal 10 Oktober 2022 <https://seller.shopee.co.id/edu/article/3489>

*Ujrah* adalah imbalan yang wajib ditunaikan atas jasa yang dilakukan oleh *wakil*. Pada kesepakatan akad *wakalah bil Ujrah* harus dinyatakan secara tegas dan jelas serta dimengerti baik oleh *wakil* maupun *muwakkil*. Adapun ketentuan *ujrah* menurut fatwa ulama dapat berupa uang atau barang yang boleh dimanfaatkan menurut syariaah (*mutaqawwam*). Kuantitas atau kualitas *ujrah* harus jelas, baik berupa angka nominal, prosentase tertentu, atau rumus yang disepakati dan diketahui oleh para pihak yang melakukan akad.<sup>82</sup>

*Ujrah* dapat dibayar secara tunai, angsur/bertahap, dan tanggung sesuai dengan syariaah, kesepakatan, dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dan *ujrah* yang telah disepakati dapat ditinjau ulang atas manfaat yang akan diperoleh oleh *muwakkil*. Shopee menerapkan 5 kategori produk yang diberlakukan biaya administrasi dan biaya layanan (*ujrah*) yang ditetapkan Shopee kepada penjual sebagai berikut:

Shopee memberlakukan perhitungan biaya administrasi pada tiap produk yang dijual oleh *muwakkil* dengan ketentuan berikut ini:<sup>83</sup>

a. Biaya Administrasi

Biaya administrasi merupakan *fee* yang harus dikeluarkan oleh *muwakkil* kepada *wakil* guna memperlancar transaksi *online*. Adapun besaran biaya administrasi tersebut meliputi harga asli produk – diskon produk dan voucher diskon yang ditanggung penjual x % biaya

---

<sup>82</sup> Fatwa DSN Majelis Ulama Indonesia No. 52/III/2006

<sup>83</sup> Shopee “Platform Marketplace Shopee”, diakses pada tanggal 10 Oktober 2022 <https://seller.shopee.co.id/edu/article/15965>

administrasi Non-Star/Star/Star+ (tergantung kategori produk A/B/C/D/E). Sebagaimana rincian detail di bawah ini:

1) Non-Star

Pada kategori Non-Star meliputi para penjual yang telah mencapai minimal 100 pesanan yang terselesaikan sejak bergabung di Shopee. Biaya administrasi ini dipotong sesuai banyaknya pesanan yang didapatkan oleh penjual. Besaran biaya yang dikenakan penjual adalah sebagai berikut:<sup>84</sup>

Kategori	Biaya Administrasi Dasar Non-Star	Biaya Administrasi Final Non-Star
A	32%	2,5%
B & C	1,7%	1,7%
D & E	1,25%	1,25%

Gambar 4.4  
Tipe *Muwakkil* Non-Star

Untuk memudahkan perhitungan biaya administrasi yang harus difahami oleh *muwakkil* agar mendapatkan keuntungan setelah berjualan melalui e-commerce. Berikut ilustrasi perhitungan biaya yang dapat menjadi panduan sebelum melaksanakan akad *wakalah*

<sup>84</sup> Shopee “Platform Marketplace Shopee”, diakses pada tanggal 10 Oktober 2022 <https://seller.shopee.co.id/edu/article/15965>

ILUSTRASI PERHITUNGAN BIAYA ADMINISTRASI NON-STAR	
Pembeli membeli produk I (termasuk kategori A), produk II (termasuk kategori B/C), dan produk III (termasuk kategori D/E) di tokomu. Produk I, II, dan III masing-masing seharga Rp50.000.	
<b>Produk 1</b>	
Harga asli produk (Kategori A)	= Rp 50.000
Diskon Penjual	= - Rp 5.000
Voucher Penjual	= - Rp 5.000
<b>Total pembayaran Pembeli</b>	= <b>Rp 40.000</b>
<b>Biaya administrasi Penjual Non-Star</b> (2,5% x Rp40.000)	= <b>Rp 1.000</b> <sup>1</sup>
<b>Produk 2</b>	
Harga asli produk (Kategori B/C)	= Rp 50.000
Diskon Penjual	= - Rp 5.000
Voucher Penjual	= - Rp 5.000
<b>Total pembayaran Pembeli</b>	= <b>Rp 40.000</b>
<b>Biaya administrasi Penjual Non-Star</b> (1,7% x Rp40.000)	= <b>Rp 680</b> <sup>2</sup>
<b>Ilustrasi 3</b>	
Harga asli produk (Kategori D/E)	= Rp 50.000
Diskon Penjual	= - Rp 5.000
Voucher Penjual	= - Rp 5.000
<b>Total pembayaran Pembeli</b>	= <b>Rp 40.000</b>
<b>Biaya administrasi Penjual Non-Star</b> (1,25% x Rp40.000)	= <b>Rp 500</b> <sup>3</sup>
<b>Total Biaya Administrasi Penjual Non-Star</b>	= <b>Rp 2.180</b> <sup>1 + 2 + 3</sup>

Gambar 4.5 Ilustrasi biaya administrasi

Hitungan biaya administrasi<sup>85</sup> tersebut berlaku apabila *muwakkil* telah menyelesaikan 100 pesanan dan wajib ditunaikan oleh *muwakkil* pada pesanan yang ke-101. Biaya *ujrah* akan terpotong secara otomatis sesuai kategori penjual dan kategori produk dari saldo toko. Oleh karena itu setiap produk yang dipasang harus meliputi harga pokok, biaya administrasi, ongkos kirim dan harga diskon atau voucher. Sebab semua model layanan

<sup>85</sup> Shopee “Platform Marketplace Shopee”, diakses pada tanggal 10 Oktober 2022 <https://seller.shopee.co.id/edu/article/7187>

transaksi via Shopee dikenakan *ujrah* di luar harga jual untuk pembeli.

Berdasarkan pengalaman peneliti apabila produk jual dipasang dengan harga diskon dapat meningkatkan jumlah konsumen. Ditambah adanya klaim voucher dengan tarif minimal pembelian terbukti dapat menarik pembeli untuk melakukan pesanan. Karena Shopee juga menampilkan penilaian dan ulasan dari pengalaman pembeli yang sebelum-sebelumnya.

## 2) Star/Star+

Penjual Star/Star+ adalah penjual yang terpilih dan terpercaya dalam pelayanannya. Dapat dibuktikan melalui pengalaman berbelanja yang mendapatkan ulasan sangat baik dari pembeli. Biaya administrasi yang harus ditunaikan penjual adalah sebagai berikut:<sup>86</sup>

Kategori	Biaya Administrasi Dasar Star/Star+	Biaya Administrasi Final Star/Star+
A	4%	3,2%
B & C	2,5%	2,5%
D & E	1,75%	1,75%

Gambar 4.6  
*Muwakkil* Star/Star+

<sup>86</sup> Shopee “Platform Marketplace Shopee”, diakses pada tanggal 10 Oktober 2022 <https://seller.shopee.co.id/edu/article/15965>



Berbeda dengan tipe penjual sebelumnya, perhitungan biaya administrasi bagi *muwakkil* tipe Star/ Star+ bertambah dengan rincian seperti berikut ini:<sup>87</sup>

ILUSTRASI PERHITUNGAN BIAYA ADMINISTRASI FINAL STAR/STAR+ PER PRODUK	
<b>Ilustrasi 1</b>	
Harga asli produk (Kategori A)	= Rp 50.000
Diskon Penjual	= - Rp 5.000
Voucher Penjual	= - Rp 5.000
<b>Total pembayaran Pembeli</b>	<b>= Rp 40.000</b>
<b>Biaya administrasi Penjual Star/Star+ (3,2% x Rp40.000)</b>	<b>= Rp 1.280</b>
<b>Ilustrasi 2</b>	
Harga asli produk (Kategori B/C)	= Rp 50.000
Diskon Penjual	= - Rp 5.000
Voucher Penjual	= - Rp 5.000
<b>Total pembayaran Pembeli</b>	<b>= Rp 40.000</b>
<b>Biaya administrasi Penjual Star/Star+ (2,5% x Rp40.000)</b>	<b>= Rp 1.000</b>
<b>Ilustrasi 3</b>	
Harga asli produk (Kategori D/E)	= Rp 50.000
Diskon Penjual	= - Rp 5.000
Voucher Penjual	= - Rp 5.000
<b>Total pembayaran Pembeli</b>	<b>= Rp 40.000</b>
<b>Biaya administrasi Penjual Star/Star+ (1,75% x Rp40.000)</b>	<b>= Rp 700</b>

Gambar 4.7  
Ilustrasi biaya administrasi

Adapun keuntungan yang didapatkan *muwakkil* dengan program star ini adalah pengakuan atas penjualan dan kemampuan melayani pembeli dengan sangat baik. Penjual yang dapat memenuhi kriteria ini mendapatkan undangan untuk bergabung dalam program Star melalui notifikasi yang dikirimkan oleh Shopee. Dan yang paling penting produk

<sup>87</sup> Shopee “Platform Marketplace Shopee”, diakses pada tanggal 10 Oktober 2022 <https://seller.shopee.co.id/edu/article/7187>

jualan *Star seller* menempati posisi teratas pada laman pencarian, atau termasuk pada produk rekomendasi pada laman utama Shopee.

Berdasarkan pengalaman peneliti, pada umumnya pembeli akan mencari produk dengan kategori *Star seller*, kuantitas penjualan setiap produk serta ulasan pembeli yang dapat mempengaruhi penjualan. Mulai dari kejujuran penjual dan keamanan yang ekstra bisa menjadi acuan pembeli baru untuk membeli produknya atau membeli ulang atas kepercayaan pembeli terhadap layanan penjual dapat dipertanggung jawabkan.

#### b. Biaya Layanan

*Muwakkil* menghitung biaya layanan dengan rincian (harga asli produk – diskon produk atau voucher diskon ditanggung penjual) x % biaya layanan Gratis Ongkir XTRA dan Cashback XTRA (sesuai kategori produk A/B/C/D/E).

##### 1) Gratis Ongkir XTRA

Biaya layanan dikenakan kepada penjual yang tergabung dalam program Gratis Ongkir XTRA dibagi berdasarkan jenis toko *online* penjual dengan menggunakan rumus berikut ini:<sup>88</sup>

Kategori	Biaya Layanan Cashback XTRA untuk Penjual yang Tidak Tergabung di Program Gratis Ongkir XTRA		Biaya Layanan Final Cashback XTRA untuk Penjual yang Tergabung di Program Gratis Ongkir XTRA
	Biaya Layanan Dasar	Biaya Layanan Final	
Seluruh Kategori	2%	1,4%	1%

Gambar 4.8  
Gratis ongkir XTRA

<sup>88</sup> Shopee “Platform Marketplace Shopee”, diakses pada tanggal 10 Oktober 2022 <https://seller.shopee.co.id/edu/article/15965>

Pada program gratis ongkir XTRA ini sama seperti tipe penjual non-star atau star/star+ dapat menawarkan pengurangan biaya ongkir yang ditanggung pembeli dengan membeli produk senilai harga yang telah ditentukan oleh penjual. Dengan tergabung di program ini, penjual juga dapat memberikan *cashback* kepada pembeli sebagai trik pemasaran yang sangat ampuh. Sebab pembeli sangat menyayangkan tarif ongkir yang diterapkan melebihi jumlah pembelian produk. Pada umumnya pembeli langsung mengaktifkan lokasi terdekat dari alamat yang dituju.

Dengan program gratis ongkir ini dapat membantu umkm yang di daerah kabupaten atau penjual yang berada di wilayah pelosok dapat dijangkau oleh pembeli sesama daerah atau bahkan luar daerah dengan tambahan biaya ongkir yang sangat minim.

## 2) Cashback XTRA

Biaya layanan yang dikenakan kepada penjual yang tergabung dalam program Cashback XTRA sebagai berikut:<sup>89</sup>

Kategori	Biaya Layanan Gratis Ongkir XTRA untuk Penjual Non-Star		Biaya Layanan Gratis Ongkir XTRA untuk Penjual Star/Star+	
	Biaya Layanan Dasar	Biaya Layanan Final	Biaya Layanan Dasar	Biaya Layanan Final
<b>A</b>	5%	4%	4,5%	3,6%
<b>B, C, D, dan E</b>	3%	3%	2,5%	2,5%

Gambar 4.9  
Cashback XTRA

<sup>89</sup> Shopee “Platform Marketplace Shopee”, diakses pada tanggal 10 Oktober 2022 <https://seller.shopee.co.id/edu/article/15965>

Pada program Cashback XTRA ini memberikan peluang bagi penjual dengan menawarkan Voucher Cashback lebih besar dibandingkan penjual biasanya kepada pembeli. Dan kesempatan mendapatkan cashback hanya berlaku di toko yang tergabung pada program ini saja. Tujuannya agar menarik pembeli dengan membandingkan keuntungan-keuntungan yang didapatkan jika membeli di toko yang tergabung. Selain itu, toko dapat tampil di laman utama atau produk yang direkomendasikan, hal ini biasa dilakukan pembeli yang mencari produk dalam waktu singkat, harga terjangkau dan lainnya.

Pada intinya pekerjaan yang diwakilkan oleh *muwakkil* merupakan pemasaran produk jualannya melalui media sosial. Tujuannya agar mendapatkan target pasar yang lebih luas tentunya memudahkan kedua belah pihak dalam memenuhi kebutuhannya.

Banyak keunggulan yang didapatkan, seperti penjual mendapatkan konsumen tanpa memerlukan modal yang besar untuk menyewa tempat atau membuat toko seperti pada umumnya. Sama seperti pembeli, berdasarkan pengalaman peneliti yang menggunakan e-commerce Shopee merasa bahwa harga yang ditetapkan lebih murah dibandingkan harga toko offline, ada cashback atau gratis ongkos kirim untuk pembelian tertentu, dan kelebihan lainnya.

Namun pekerjaan yang telah diwakilkan ini dapat gugur apabila pekerjaan tersebut digantikan kepada orang lain, seperti halnya mewakilkan orang lain untuk menjual.

## 2. Hukum Akad *Wakalah bil Ujrah* pada *e-commerce* Shopee dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Ketentuan khusus untuk kegiatan dan produk dalam hal akad *wakalah bil Ujrah* diterapkan pada kegiatan usaha perasuransian syariah, berlaku pada kegiatan *dhawabith* dan *hudud* yang terdapat pada fatwa DSN-MUI Nomor 52/DSN-MUI/III/2006 tentang akad *wakalah bil Ujrah* pada asuransi syariah dan reasuransi syariah.<sup>90</sup>

Menimbang kegiatan *wakalah bil Ujrah* untuk asuransi, yaitu peserta memberikan kuasa kepada perusahaan asuransi dengan imbalan berupa *ujrah* (fee). Dewan Syariah Nasional menetapkan bahwa fatwa tentang *wakalah bil Ujrah* mengacu pada sepuluh pedoman Firman Allah SWT, yang tertuang pada QS. al-Nisa' [4]: 9, QS. al-Hasyr [59]: 18, QS. al-Taubah [9]: 60, QS. al-Kahf [18]: 19, QS. Yusuf [12]: 55, QS. al-Nisa' [4]: 58, QS. al-Nisa' [4]: 35, QS. al-Maidah [5]: 2, QS. al-Maidah [5]: 1, QS. al-Nisa' [4]: 29. Beberapa firman Allah SWT berbunyi sebagai berikut:

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا  
 اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Artinya: “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan di belakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.” (QS.al-Nisa' [4]:9).

<sup>90</sup> Fatwa DSN Majelis Ulama Indonesia No. 52/III/2006

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ

إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨﴾

Artinya: “Hai orang yang beriman! Bertaqwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah dibuat untuk hari esok (masa depan). Dan bertaqwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan” (QS. al-Hasyr [59]: 18).

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمَلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبِهِمْ  
وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ

وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴿٦٠﴾

Artinya: “Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yuang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana” (QS. Al-Taubah [9]: 60).

Dari dalil naqli di atas yang menjadi pertimbangan fatwa DSN

MUI tentang *wakalah* pada asuransi Syariah sebagaimana kegiatan pemasaran produk jualan *muwakkil* melalui *e-commerce* Shopee memerlukan fatwa tentang *ujrah* untuk asuransi, yaitu bentuk akad *wakalah* bagi peserta memberikan kuasa kepada perusahaan dengan menunaikan imbalan atau pemberian *ujrah* (fee).

Walaupun kegiatan akad *wakalah bil Ujrah* yang tertuang dalam al- Quran tidak menyatakan secara gamblang bagaimana pola transaksi jual beli antara penjual dan pembeli. Namun al-Quran telah mengatur hukum ekonomi Syariah yang relevan dengan pola ekonomi modern,

seperti pola layanan C2C *e-commerce consumer to consumer*. Suatu transaksi secara elektronik, antar individu maupun melalui pihak ketiga.

Dalam hukum Islam, jual beli melalui perantara dikategorikan dalam akad *wakalah*. Akad ini merupakan bentuk akad antara penjual dengan e-commerce, yang mana aplikasi menjadi *wakil* penjual dalam transaksi jual beli. Sedangkan penjual menjadi *muwakkil*, orang yang mewakilkan atau pemilik produk jualan.

Ulama juga merujuk pada lima hadis Nabi Muhammad SAW, berikut uraian 2 hadis yang membahas tentang akad *wakalah* bil ujah:

(١) حَدَّثَنَا عَلِيُّ بْنُ عَبْدِ اللَّهِ، حَدَّثَنَا سُفْيَانُ، حَدَّثَنَا شَيْبُ بْنُ عُرْقَدَةَ، قَالَ: عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ أَعْطَاهُ سَمِعْتُ الْحَيَّ يُحَدِّثُونَ عَنْ عُرْوَةَ: أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ دِينَارًا يَشْتَرِي لَهُ بِهِ شَاةً، فَاشْتَرَى لَهُ بِهِ شَاتَيْنِ، فَبَاعَ إِحْدَاهُمَا بِدَيْنَارٍ وَشَاةً، فَدَعَا لَهُ بِالْبَرَكَةِ فِي بَيْعِهِ، التُّرَابَ لَرَبِحَ فِيهِ (رواه البخاري، بيروت: دار الفكر، ١٩٩٥، ج ٢، ص ٣٢٣، رقم

Artinya: “Ali bin Abdullah menceritakan kepada kami, Sufyan menceritakan kepada kami, ia berkata: saya mendengar penduduk bercerita tentang ‘Urwah, bahwa Nabi saw memberikan uang satu dinar. Ia pulang membawa satu dinar dan satu ekor kambing. Nabi saw mendokaannya dengan keberkatan dalam jual belinya. Seandainya ‘Urwah membeli tanah pun, ia pasti beruntung.” (H.R. Bukhari).

(٢) عَنْ أَبِي مُحَمَّدٍ السَّاعِدِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، قَالَ: اسْتَمَعَلَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ رَجُلًا مِنَ الْأَسَدِ عَلَى صَدَقَاتِ بَنِي سُلَيْمٍ يُدْعَى ابْنَ اللَّثَبِيِّ فَلَمَّ جَاءَ حَاسِبَهُ (رواه البخاري، بيروت: دار الفكر، ١٩٩٥، ج ١، ص ٣٢٢ رقم ١٥٠٠)



Artinya; “*Diriwayatkan dai Abu Humaid al-Sa’idi r.a., ia berkata: Rasulullah S.A.W. mengangkat seorang laki-laki dari suku Asd bernama Ibn Lutbiyah sebagai amil (petugas) untuk menarik zakat dari Bani Sulaim; ketika pulang (dari tugas tersebut), Rasulullah memeriksanya.*” (H.R. Bukhari).

Berdasarkan dari hadis Nabi di atas menunjukkan bahwa suatu pekerjaan membutuhkan perwakilan dari seorang wakil untuk mewujudkan kestabilan suatu pekerjaan. Sebagaimana Lembaga amil zakat memerlukan seorang amil (petugas) untuk mengatur dan mengelola harta muzakki dengan baik dan terstruktur.

Sama seperti penerapan akad *wakalah* pada *e-commerce* Shopee yang mengajarkan penjual untuk mengikuti inovasi penjualan *online* yang melibatkan kecanggihan aplikasi dalam transaksi jual beli untuk meningkatkan penjualan. Dengan kecanggihan fitur penjualan, pembayaran, dan pengiriman memberikan pengalaman yang lebih transparan dibandingkan pola penjualan konvensional. Penjualan lebih terstruktur serta marketing yang lebih baik daripada cara pembukuan sebelumnya.

Menjadi seller Shopee, *muwakkil* dapat mengetahui kondisi penjualan dari hari ke hari, apakah mengalami penurunan atau peningkatan. Dengan begitu penjual dapat mempelajari program seperti apa yang cocok dipraktikkan kepada konsumennya. Tujuannya adalah mengetahui akuntabilitas dan transparansi penjualan sesuai target atau mendapatkan *profit* yang signifikan.



Dan merujuk pada kaidah fiqh yang berbunyi:

دل يقيم ح حتى الصحة والمعاملات المعقود في والأصل  
والتحريم البطالان على

Artinya: “Pada dasarnya, semua bentuk mu’amalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”

Bentuk mu’amalah dalam transaksi *online e-commerce* Shopee telah sesuai standar MUI yang berlaku. Sebagaimana implementasi akad *wakalah bil Ujrah* para *muwakkil* kepada pihak *wakil* relevan dengan dalil naqli, berupa 10 ayat al-Qur’an, 5 sabda Nabi Muhammad SAW, dan ijma’ ulama lainnya. Melalui kaidah fiqh ini memberikan edukasi penjualan yang modern dan berlandaskan syariah.

Melihat banyaknya oknum yang menghalalkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan tanpa memperhatikan apakah sudah sesuai dengan hukum syariah atau tidak. Mengingat sesuatu yang halal dan haram terlihat sangat tipis, sehingga segala sesuatu yang haram dapat dihalalkan dengan menafikan dalil.

Dan mengacu pada lima ijma’ ulama, berikut uraiannya:

“Akad *taukil* (*wakalah*) boleh dilakukan, baik dengan imbalan maupun tanpa imbalan. Hal itu karena Nabi shallallahu 'alaihi wa alihi wa sallam pernah mewakilkan kepada Unais untuk melaksanakan hukuman, kepada Urwah untuk membeli kambing, dan kepada Abu Rafi’ untuk melakukan qabul nikah, (semuanya) tanpa memberi-kan imbalan. Nabi pernah juga mengutus para pegawainya untuk memungut sedekah (zakat) dan beliau memberikan imbalan kepada mereka.” (Ibn Qudamah, al-Mughni, [Kairo: Dar al-Hadis, 2004], juz 6, h. 468).

Pendapat Imam Syaukani ketika menjelaskan hadis Busr bin Sa’id:

ذَلِكَ بَعْدَ الْأَجْرَةِ أَخَذَ لَهُ يَجُوزُ عَالْتَبْرُنَوَى مَنْ أَنَّ عَلَى دَلِيلًا أَيْضًا وَفِيهِ

“Hadis Busr bin Sa’id tersebut menunjukkan pula bahwa orang yang melakukan sesuatu dengan niat tabarru’ (semata-mata mencari pahala, dalam hal ini menjadi wakil) boleh menerima imbalan.” (Al-Syaukani, Nail al-Auḥar, [Kairo: Dar al-Hadits, 2000], j. 4, h. 527).

٣) وَأَجْمَعَتِ الْأُمَّةُ عَلَى جَوَازِ الْوَكَالَةِ لِلْحَاجَةِ إِلَيْهَا، وَتَصِحُّ بِأَجْرٍ وَبِعَيْرِ أَجْرٍ.  
(المعاملات المالية المعاصرة للدكتور وهبة الزحيلي ص: ٨٩)

“Umat sepakat bahwa wakalah boleh dilakukan karena diperlukan. Wakalah sah dilakukan baik dengan imbalan maupun tanpa imbalan.” (Wahbah al-Zuhaili, al-Mu’amalat al-Maliyyah al-Mu’ashirah), [Dimasyq; Dar al-Fikr, 2002], h. 89).

تَصِحُّ الْوَكَالَةُ بِأَجْرٍ وَبِعَيْرِ أَجْرٍ، لِأَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ كَانَ يَبْعَثُ عُمَّالَهُ لِقَبْضِ الصَّدَقَاتِ وَيَجْعَلُ لَهُمْ عُمُولَةً... وَإِذَا كَانَتِ الْوَكَالَةُ بِأَجْرٍ أَيْ (بِعُجْلِ) فَحُكْمُهَا حُكْمُ الْإِجَارَاتِ. (تكملة فتح القدير، ج. ٦، ص. ٢؛ الفقه لإسلامي وأدلته للدكتور وهبة الزحيلي ج. ٥ ص. ٤٠٥٨)

“Wakalah sah dilakukan baik dengan imbalan maupun tanpa imbalan, hal itu karena Nabi shallallahu 'alaihi wa alihi wa sallam pernah mengutus para pegawainya untuk memungut sedekah (zakat) dan beliau memberikan imbalan kepada mereka... Apabila wakalah dilakukan dengan memberikan imbalan maka hukumnya sama dengan hukum ijarah.” (Fath al-Qadir, juz 6, h. 2; Wahbah al-Zuhaili, al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh, [Dimasyq: Dar al-Fikr, 2002], juz 5, h. 4058).

أَذِنَ (الْمُكَّل) لَهُ (الوَائِل) فِي التَّوَكِيلِ فَيَجُوزُ لَهُ ذَلِكَ، لِأَنَّهُ عَقْدٌ أَذِنَ لَهُ بِهِ، فَكَانَ لَهُ فِعْلُهُ. (المغنى لإبنت قدامة، القاهرة: دار الحديث، ٢٠٠٤، ج. ٦٠، ص. ٤٧٠)

“(Jika) muwakkil mengizinkan wakil untuk mewakilkan (kepada orang lain), maka hal itu boleh; karena hal tersebut merupakan akad yang telah diizinkan kepada wakil; oleh karena itu, ia boleh melakukannya

(mewakikan kepada orang lain).” (Ibn Qudamah, *al-Mughni*, [Kairo: Dar al-Hadis, 2004], juz 6, h. 470).

Termasuk pendapat ulama dari hasil Lokakarya Asuransi Syari’ah DSN-MUI dan AASI (Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia) tanggal 7-8 Jumadi al-Ula 1426 H / 14-15 Juni 2005 M. Serta pendapat dan saran peserta Rapat Pleno Dewan Syari’ah Nasional pada 23 Shafar 1427 H/23Maret 2006.

Ulama’ juga memutuskan fatwa tentang akad *wakalah bil Ujrah* pada asuransi syariah dan reasuransi syariah dengan ketentuan apabila *muwakkil* mengalami kerugian maka *wakil* tidak menanggung risiko atas kerugian yang timbul karena perbuatannya.<sup>91</sup> Mengingat dari website Shopee yang menyediakan artikel edukasi kepada para seller agar memahami kebijakan yang berubah seiring perkembangan inovasi transaksi *online*.

Namun, ilmu dan pengetahuan yang semakin berkembang memberikan wajah baru pada pola praktik akad *wakalah bil ujarah*. Para ulama sangat memperhatikan hal ini dengan membuat kesepakatan dalam menetapkan hukum agama berdasarkan al-Quran dan Hadis. Peneliti mengambil lima *ijma’* yang mengutip dari kitab dan dua hasil *musyawarah* dari Lokakarya Asuransi Syari’ah DSN-MUI dan AASI serta pendapat dan saran peserta pada Rapat Pleno Dewan Syaria’ah Nasional.

Kegiatan *wakalah bil Ujrah* pada Shopee ini boleh (mubah) dan sah, diperbolehkan secara hukum taklifi dan sah karena telah terpenuhinya

---

<sup>91</sup> Fatwa DSN Majelis Ulama Indonesia No. 52/III/2006

rukun dan syarat. Mulai dari rukun, syarat, ketentuan dan perjanjian yang telah ditetapkan dalam akad *wakalah bil Ujah* pada *e-commerce* Shopee sesuai dengan fatwa DSN MUI No. 52/DSN-MUI/III/2006 pedoman tentang *Wakalah bil Ujah* pada Asuransi Syariah.

Akad *wakalah* dapat diterapkan dengan imbalan atau tanpa imbalan. Namun para penjual yang ingin meningkatkan penjualan dapat mewakili produk jualannya dengan memasarkan melalui *marketplace*. Dengan mengikuti prosedur *e-commerce* Shopee dan memilih fitur-fitur yang ditawarkan dalam aplikasi. Tidak sedikit penjual Shopee merasa beruntung dengan berjualan secara *online*. Semakin banyak produk yang terjual, semakin tinggi profit yang didapatkan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Penerapan akad *wakalah bil Ujrah* pada *e-commerce* Shopee berdasarkan hukum ekonomi syariah tertuang pada keputusan fatwa DSN ulama no. 52/III/2006. Membandingkan penerapan yang ditentukan dalam hukum syariah terdapat empat rukun, antara lain *muwakkil*, *wakil*, *muwakkil fiih*, dan *shighat ijab qabul* serta *ujrah* yang harus ditunaikan pihak *muwakkil* yang telah bergabung dalam Shopee dan menjalani verifikasi. Dalam praktik akad *wakalah* ini Shopee sebagai pelaku *wakil*, *muwakkil fiih* di sini berupa barang atau produk yang dipasarkan melalui media sosial. Sedangkan *sighat ijab qobul* terhitung sah ketika penjual berhasil melakukan tahapan-tahapan yang ditetapkan oleh *wakil*. Sedangkan jumlah kuantitas *ujrah* yang ditunaikan oleh *muwakkil* harus sesuai kesepakatan dan peraturan perundang-undangan yang telah berlaku. Sebagaimana Shopee menerapkan lima kategori produk dengan rincian biaya administrasi dan biaya layanan.
2. Meninjau kesepakatan ulama yang merujuk pada 10 firman Allah SWT, 5 hadis Nabi Muhammad SAW, 1 dalil dari kaidah fiqh, 5 ijma' ulama, pendapat ulama dari hasil Lokakarya Asuransi Syariah DSN-MUI dan AASI, serta pendapat dan saran peserta Rapat Pleno Dewan Syari'ah Nasional yang diselenggarakan pada 23 Shafar 1427 H/23 Maret 2006. Menganalisis dari putusan ulama menyatakan bahwa jika *muwakkil*

mengalami kerugian maka *wakil* tidak menanggung risiko atas kerugian yang terjadi. Senada dengan informasi dari website Shopee dalam artikelnya mengedukasi para *muwakkil* agar memahami kebijakan yang berubah seiring perkembangan transaksi *online*. Kegiatan *wakalah bil Ujrah* pada Shopee ini boleh (mubah) dan sah, diperbolehkan secara hukum taklifi dan sah karena telah terpenuhinya rukun dan syarat. Mulai dari rukun, syarat, ketentuan dan perjanjian yang telah ditetapkan dalam akad *wakalah bil Ujrah* pada *e-commerce* Shopee sesuai dengan fatwa DSN MUI No. 52/DSN-MUI/III/2006 pedoman tentang *Wakalah bil Ujrah* pada Asuransi Syariah.

## B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, yang menjadi saran peneliti adalah sebagai berikut:

1. Aplikasi Shopee dapat melakukan pencegahan dalam proses verifikasi untuk mengonfirmasi secara valid untuk memastikan bahwa akun penjual berbeda dengan akun pembeli. Hal ini untuk menghindari penyalahgunaan akun seperti oknum yang bertindak menipu sebagaimana kejadian yang marak saat ini.
2. Pengguna *e-commerce* dapat bersikap bijak untuk tidak bertindak yang merugikan *muwakkil*, sebab jika terjadi kerugian dalam hal ini *wakil* tidak akan bertanggung jawab atas perbuatan tersebut. Seperti kasus COD (cash on delivery) yang banyak mengalami kerugian bagi *muwakkil*, di mana apabila ada barang yang dibeli oleh konsumen dengan fitur payment COD

dan konsumen tidak mau menerima barang sehingga barang tersebut harus di return kepada *muwakkil*. Sebab dalam kaca mata Islam, apabila menimbulkan sesuatu yang *mudhorot* maka hal tersebut dilarang namun tidak ada konsekuensi bila melakukannya (*makruh*).



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfarizi, Irfan. "Trend Jual Beli *Online* Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam." Skripsi, UIN Bengkulu, 2019.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Prenhalindo, 2012.
- Ariyanti, Pertiwi. "Etika Bisnis *E-commerce* Berdasarkan Akad Salam Pada *Marketplace* Lazada.com." Skripsi, UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi, 2019.
- Artiyanto dkk. *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Gava Media, 2018.
- Awaliyah, Dian Fitri. "Konsep *E-commerce* Dalam Perspektif Ekonomi Syariah." Skripsi, IAIN Parepare, 2022.
- Dimyauddin, Djuwani. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Djamal. *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2017.
- Fatwa Ulama' Dewan Syari'ah Nasional MUI No: 52/DSN-MUI/III/2006 tentang Akad *Wakalah* bi al-*Ujrah* Pada Asuransi syari'ah dan Reasuransi Syari'ah.
- Fatwa Ulama' Dewan Syari'ah Nasional MUI No: 113/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Wakalah* bi al-*Ujrah*.
- Ghazaly, Abdul Rahman dan Ihsan, Ghufron. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana Predana Media Grup, 2010.
- Hanifah. "*Wakalah* Dalam Kontrak Jual Beli Menurut Imam Syafi'I." Skripsi, UIN Raden Fatah, 2017.
- Hasnaa, Siti, Putri Karunia Sari, Isnaini Rofiqoh, "Analisis Akad *Wakalah bil Ujrah* Pada Jasa Titip Beli *Online* Dalam Prespektif Kaidah Fikih Ekonomi (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Jastiperopa777)." Jurnal el-Qist vol. 9 No. 2 (Oktober 2019): 196, <http://jurnalfebi.uinsby.ac.id/index.php/elqist/article/view/235>.



- Hernikawati, Dewi, “Analisis Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Jumlah Kunjungan Pada Situs *E-commerce* di Indonesia Menggunakan Uji T Berpasangan”, *Journal of Studi Komunikasi dan Media*, Vol. 25 No. 2 (Desember 2021): 191-202, <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jskm/article/view/4839>.
- Hidayat, Rahmat. *Buku Pengantar Fiqh Muamalah*. 2020.
- Karim, Helmi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta raja Grafindo, 1997.
- Kasali, Rhenald. *Cracking Zone*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Mahmudah. *Dewan Syariah Nasional dan Fatwa Ekonomi*. Jember: IAIN Jember
- Mardalis. *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Maulana, Elya Nur. “Implementasi Akad *Wakalah bil Ujrah* Dana Investaso PT. Asuransi Tafakul Keluarga Perspektif Fatwa DSN-MUI NOMOR 52/2006 (Studi di PT. Asuransi Tafakul Keluarga Kota Malang).” Skripsi, UIN Malang, 2020.
- Moleong, Lexy. J. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016.
- Mubarok, Jaih. *Perkembangan Fatwa Ekonomi Syariah di Indonesia*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004.
- Mustofa, Imam. *Fiqh Mu'amalah Kontemporer*. Depok: Rajawali Press, 2018.
- Naufal Zaenuddin A. *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia. 2012.
- Nawawi, Ismail. *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2012.
- Nawawi. *Metode Penelitian Fiqh dan Ekonomi Syariah*. Malang: Madani Media, 2019.
- Ollie. *Membuat Toko Online Dengan Multiplay*. Jakarta: Media Kita, 2008.

- Razif, Muhammad. "Tinjauan Hukum Terhadap Praktik Jual Beli Melalui *Marketplace* Berdasarkan Hukum Islam (Studi Kasus Shopee)." Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2012.
- Sabiq, Sayyid. *Fikih Sunnah*, terjemahan Kamaluddin A. Marzuki, Bandung: Al-Ma'arif, 1997.
- Sahroni, Oni & Hasanuddin. *Fikih Muamalah Dinamika Teori Akad dan Implementasinya dalam Ekonomi Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawali Press, 2013.
- Sulaiman, Abdul Wahab Ibrahim Abu. *Banking Cards Syariah Kartu Kredit dan Debit dalam Perspektif Fiqih*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Syafe'I, Rachmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia, 2001.
- Umami, Alvina Khoirul. "Analisis Hukum Jual Beli Melalui perantara aplikasi shopee perspektif regulasi transaksi elektronik dan hukum perjanjian syariah." Skripsi, UIN Malang, 2019.
- Yuniarti, Vinna Sri. *Ekonomi Mikro Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2016.
- Zainullah, Ahmad. "Perlindungan Hukum pada Merek Asing dan Terkenal (wellknown mark) atau passing off di Platform *Marketplace* Indonesia", Skripsi, UIN Khas, 2022.
- Shopee "Shopee Edu Artikel", diakses pada tanggal 4 September 2022 <https://seller.shopee.co.id/edu/article/7067/Fitur-Pelengkap-untuk-Promosi>
- Shopee "Jelajahi Shopee", diakses pada tanggal 4 September 2022 <https://careers.shopee.co.id/about>
- Shopee "Platform *Marketplace* Shopee", diakses pada tanggal 4 September 2022 <https://shopee.co.id/m/buka-toko-di-shopee>
- Shopee "Platform *Marketplace* Shopee", diakses pada tanggal 10 Oktober 2022 <https://seller.shopee.co.id/edu/article/7882>
- Shopee "Platform *Marketplace* Shopee", diakses pada tanggal 10 Oktober 2022 <https://seller.shopee.co.id/edu/article/15965>
- Shopee "Platform *Marketplace* Shopee", diakses pada tanggal 10 Oktober 2022 <https://seller.shopee.co.id/edu/article/348>

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Ana Mustika Dewi  
NIM : S20182127  
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Syariah  
Intitusi : Universitas Islam Negeri  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “Akad *Wakalah bil Ujrah* Pada *E-commerce* Shopee Dalam Persepektif Hukum Ekonomi Syariah” merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak terdapat unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapa pun.

Jember, 16 November 2022

Saya yang menyatakan



**Ana Mustika Dewi**  
**NIM. S20182127**

## BIODATA PENULIS



Nama : Ana Mustika Dewi  
NIM : S20182127  
Tempat, Tanggal Lahir : Probolinggo, 30 April 1999  
Alamat : JL Bantaran Gg Mawar No 22 Leces - Probolinggo  
Fakultas : Syariah  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

### RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TK Fatmawati : Tahun 2004-2006
2. SDN Sumberkedawung III : Tahun 2006-2012
3. MTS Negeri Paiton : Tahun 2012-2015
4. SMN I Dringu : Tahun 2015-2018
5. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember : Tahun 2018-2022

### RIWAYAT ORGANISASI

1. Anggota Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia Rayon Syariah Komisariat UIN KHAS Jember Kaderisasi 2018
2. Pengurus Himpunan Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Periode 2019/2020
3. Anggota Pramuka UINKHAS Jember
4. Pengurus Hipmi (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) Periode 2020/2021