

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Banjarmasin sebagai ibu kota Provinsi Kalimantan Selatan dikenal dengan julukan “Kota Seribu Sungai” karena karakteristik geografisnya yang didominasi oleh aliran sungai dan aktivitas perdagangan masyarakat yang berkembang di kawasan perairan. Kondisi geografis tersebut menjadikan Banjarmasin sebagai pusat pertumbuhan ekonomi dan perdagangan di Kalimantan Selatan. Selain itu, perkembangan jumlah penduduk yang terus meningkat turut mendorong pertumbuhan sektor ekonomi, khususnya pada bidang perdagangan dan kuliner. Berdasarkan data tahun 2024, jumlah penduduk Kota Banjarmasin mencapai 678.541 jiwa dengan pertumbuhan rata-rata 1,2% per tahun (Syarifuddin, A., & Ratnasari, D. 2024). Pertumbuhan penduduk ini berdampak pada meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan yang cepat, praktis, dan berbasis teknologi digital.

Di tengah dinamika perkembangan perkotaan tersebut, revolusi ekonomi digital yang dipicu oleh kemajuan teknologi internet telah mengubah pola konsumsi masyarakat secara global, termasuk di Indonesia. Don Tapscott menyebut fenomena ini sebagai digital economy, yaitu kondisi ketika aktivitas ekonomi mulai bergeser ke ruang virtual dan membentuk ekosistem bisnis baru yang berbasis teknologi digital. Perubahan tersebut tidak hanya memengaruhi perusahaan besar,

tetapi juga memberikan dampak signifikan terhadap keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya pada sektor kuliner.

Salah satu bentuk nyata perkembangan ekonomi digital di Indonesia adalah hadirnya layanan food delivery berbasis aplikasi, seperti ShopeeFood. Kehadiran layanan ini telah mengubah pola transaksi dalam industri kuliner dari sistem konvensional menjadi sistem digital yang lebih praktis dan efisien. Platform food delivery tidak hanya berfungsi sebagai media pemesanan makanan, tetapi juga menjadi mitra strategis bagi pelaku usaha dalam memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan aksesibilitas produk, serta mempercepat proses pelayanan kepada konsumen.

Dengan adanya fitur shopeefood dari aplikasi Shopee sangat menguntungkan bagi pembeli dan penjual. Selain bisa menguntungkan secara financial, kamu pun bisa mendapatkan keuntungan lainnya. Jika sebelumnya kamu kesulitan dalam memasarkan produk kamu, kini hal tersebut bias diatasi. Berikut beberapa keuntungan itu:

1. Meningkatkan Popularitas

Sebuah popularitas restoran atau produk kamu itu penting. dengan adanya aplikasi Shopee kita bisa meningkatkan popularitas restoran atau produk dengan peluang ini.

2. Ongkos Antar Lebih Murah

Sebagian orang sangat memperhitungkan ongkos untuk antar makanan ke pengguna dan Konsumen. Dengan mendaftarkan restoran kita di Shopeefood

kita tidak usah khawatir karena pembayaran pun bias dilakukan dengan menggunakan Shopepay dengan biaya yang lebih murah.

3. Menjangkau Konsumen Lebih Luas

Jika kita bermitra dengan aplikasi ojek online, kita secara otomatis dibantu menjangkau para konsumen kita secara luas dikarenakan ada ratusan ribu driver ojek online yang siap mengantarkan makanan dan minuman ke Konsumen.

4. Memberikan Kemudahan Bagi Konsumen

Kategori yang berada didalam layanan Shopefood akan mempermudah Konsumen untuk menemukan restoran kita.

5. Kemudahan Mempromosikan Menu

Dengan banyaknya fitur dari aplikasi Shopefood kita dapat menampilkan menu-menu terbaik yang ada di restoran kita.

6. Tak perlu kurir sendiri

Hal menguntungkan lainnya yaitu kamu tidak memerlukan kurir antar sebab para driver siap kapan saja melayani kamu.

7. Meningkatnya Omzet

Jika restoran kita sudah terdaftar di aplikasi Shopefood, apalagi ditunjang dengan mengolah makanan secara menarik dan bercita rasa yang memuaskan, secara otomatis orderan pun akan semakin banyak. Semakin banyak orderan omzet pun akan meningkat.

8. Membantu Meningkatkan Usaha Kuliner

Tak hanya membantu usaha waralaba besar, layanan pesan antar dari aplikasi ojek online bias membantu mempromosikan makanan hasil karya pelaku UKM. Warung jajanan biasa bisa sukses bersama ShopeeFood.

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia telah mendorong transformasi signifikan pada sektor kuliner melalui hadirnya layanan pesan-antar makanan berbasis aplikasi. Layanan seperti ShopeeFood, menjadi salah satu primadona baru bagi pelaku usaha kuliner. Bagi konsumen, ShopeeFood menawarkan kemudahan dalam memesan makanan dengan berbagai pilihan promo seperti diskon dan gratis ongkir. Di sisi lain, bagi pelaku usaha, ShopeeFood menawarkan sejumlah keunggulan kompetitif. Platform ini dikenal memiliki tingkat komisi terendah di antara tiga platform food delivery besar di Indonesia seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood, dengan besaran komisi berkisar antara 15% hingga 30% dari total nilai transaksi, tergantung pada kategori bisnis dan kesepakatan.

Keunggulan lainnya adalah proses onboarding merchant yang cepat dan sederhana. serta dukungan subsidi promosi yang agresif untuk membantu merchant baru mendapatkan pelanggan dengan cepat Dengan memiliki "ratusan ribu pilihan merchant" dan terus menambah mitra pengemudi, ShopeeFood menawarkan ekosistem yang masif. Hal ini memungkinkan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memperluas jangkauan pasar secara signifikan tanpa perlu menyediakan armada kurir sendiri. Kemudahan akses ini, ditambah dengan integrasi dengan ekosistem Shopee yang memiliki jutaan pengguna aktif, menjadikan ShopeeFood sebagai mitra strategis yang potensial bagi UMKM kuliner.

Keberhasilan ekosistem serupa juga dihadirkan oleh ShopeeFood, yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Usaha Makanan MAUL (Mantap Betul) di Banjarmasin, sebagai salah satu UMKM kuliner lokal dengan pelanggan tetap, memanfaatkan ShopeeFood sebagai mitra digitalnya untuk bersaing di tengah ketatnya persaingan dengan layanan food delivery lainnya. Secara teoritis, kemitraan dengan ShopeeFood menawarkan peluang besar bagi MAUL untuk meningkatkan pendapatan melalui peningkatan visibilitas produk, perluasan pangsa pasar, serta efisiensi biaya operasional pengantaran.

Namun demikian, terdapat kesenjangan yang mendasar antara potensi teoritis dan realitas di lapangan. Meskipun layanan food delivery (seperti ShopeeFood yang menawarkan berbagai kemudahan) menjanjikan peningkatan omzet, pada praktiknya tidak semua pelaku UMKM di daerah, termasuk MAUL Banjarmasin, memperoleh dampak positif yang setara. Berbagai kendala operasional seperti besarnya potongan biaya layanan (15-30%) yang harus ditanggung merchant, persaingan harga antar-merchant yang memaksa pelaku usaha menekan margin keuntungan, serta ketergantungan terhadap skema promo justru berpotensi menekan pendapatan bersih usaha.

Kemudahan penggunaan aplikasi, dukungan sistem pembayaran digital, serta banyaknya promo yang ditawarkan membuat masyarakat semakin tertarik menggunakan layanan food delivery. Di sisi lain, pelaku usaha juga memperoleh peluang untuk meningkatkan penjualan tanpa harus membuka cabang usaha baru atau menyediakan layanan pengantaran sendiri. Syarat kerja sama yang relatif mudah memungkinkan pelaku usaha memasukkan produknya ke dalam platform

digital dan memanfaatkan ratusan ribu armada driver yang tersedia (Hartono, S., & Pratama, I. G. S. 2021).

Salah satu UMKM kuliner di Kota Banjarmasin yang memanfaatkan layanan digital tersebut adalah Usaha Makanan MAUL (Mantap Betul). Usaha ini merupakan salah satu usaha kuliner lokal yang telah lama berdiri dan memiliki pelanggan tetap. Dengan menawarkan jajanan dengan harga terjangkau, Maul memiliki potensi besar untuk berkembang melalui integrasi dengan platform digital seperti ShopeeFood. Kemitraan tersebut memberikan berbagai keuntungan, antara lain meningkatkan popularitas usaha melalui visibilitas digital, memperluas jangkauan pasar dengan dukungan jaringan driver, memudahkan konsumen dalam mencari dan memesan menu, serta membantu promosi produk melalui fitur aplikasi yang menarik. Selain itu, pelaku usaha tidak perlu menyediakan kurir sendiri karena proses pengantaran sepenuhnya ditangani oleh mitra driver ShopeeFood.

Sebagaimana kita ketahui bahwasanya aplikasi Shopeefood ini sangat berperan penting sebagai mitra penjualan online dapat dilihat di bawah ini merupakan data penjualan Maul Banjarmasin sebelum dan sesudah bermitra dengan aplikasi Shopeefood sebagai berikut:

Tabel 1.1 Tabel penjualan Maul Banjarmasin

Tahun	Pendapatan Kotor (Rp/Tahun)	Pendapatan Bersih (Rp/Tahun)	Persentase Pendapatan Bersih Dari ShopeeFood
2023	Rp.42.000.000	Rp.8.400.000	0%
2024	Rp.63.000.000	Rp.15.750.000	25%
2025	Rp.78.000.000	Rp.22.620.000	29%
2026 (Jan-Mei)	Rp.42.000.000	Rp.15.120.000	36%

Sumber data primer olahan 2026

Dari tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa Usaha jajanan Maul Banjarmasin sejak awal berdiri pada tahun 2023 di kota Banjarmasin ini masih dengan jumlah pendapatan Kotor tercatat sebesar Rp42.000.000 per tahun. Pendapatan Bersih yang diperoleh adalah Rp8.400.000. Kontribusi ShopeeFood tercatat 0%, yang menegaskan bahwa seluruh pendapatan murni berasal dari penjualan langsung (offline) atau pesanan konvensional. Pada fase ini, margin keuntungan bersih usaha berada di angka 0% (Rp8,4 juta / Rp42 juta), yang merupakan margin standar usaha kuliner offline tanpa adanya potongan biaya platform.

Setelah bergabung dengan ShopeeFood, terlihat pertumbuhan yang signifikan, Tahun 2024: Pendapatan kotor melonjak 50% menjadi Rp63.000.000. Pendapatan bersih meningkat tajam 87,5% menjadi Rp15.750.000. Kontribusi ShopeeFood terhadap pendapatan bersih sudah mencapai 25%. Ini membuktikan bahwa di tahun pertama, platform digital sudah memberikan tambahan porsi pendapatan yang cukup besar meskipun masih harus menanggung biaya komisi platform. Tahun 2025: Pendapatan kotor kembali meningkat 23,8% menjadi

Rp78.000.000. Pendapatan bersih naik 43,6% menjadi Rp22.620.000. Kontribusi ShopeeFood semakin menguat menjadi 29%. Meskipun ShopeeFood memungut komisi (15-30% + biaya layanan), pendapatan bersih MAUL justru mengalami peningkatan yang luar biasa. Mengingat pada tahun 2023 laba bersih hanya Rp8,4 juta. Pada 5 bulan pertama 2026 saja, laba bersih sudah mencapai Rp15,12 juta, yang artinya hampir dua kali lipat laba bersih setahun penuh di tahun 2023. Proyeksi laba bersih tahun 2026 (Rp36,28 juta) menunjukkan pertumbuhan +332% dibanding tahun 2023. Margin keuntungan pun membaik, dari 20% menjadi 36%. Peningkatan margin ini mengindikasikan bahwa meskipun ada biaya platform, volume penjualan yang jauh lebih besar melalui ShopeeFood berhasil menekan biaya tetap per unit produk, sehingga laba bersih justru meningkat lebih cepat daripada kenaikan omzet.

Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran di platform digital tidak hanya meningkatkan omset kotor, tetapi juga mulai efisien karena biaya promosi dan operasional sudah tertutupi oleh volume pesanan meningkat

Keberadaan ShopeeFood juga berpotensi meningkatkan omzet dan pendapatan usaha karena jumlah pesanan dapat bertambah seiring meningkatnya akses konsumen terhadap produk yang dijual. Bagi UMKM seperti MAUL Banjarmasin, platform digital dapat menjadi sarana untuk bertahan dan bersaing di tengah persaingan usaha kuliner yang semakin ketat, terutama dengan hadirnya layanan serupa seperti GoFood dan GrabFood. Namun demikian, penggunaan layanan digital tersebut juga menimbulkan pertanyaan mengenai dampak nyata yang dirasakan oleh pelaku usaha, khususnya terkait peningkatan pendapatan dan

keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Dengan adanya kerjasama antara aplikasi Shopeefood dan Maul Banjarmasin sangat membantu masyarakat yang ingin berbelanja tanpa harus mengunjungi toko tersebut sebagaimana kita ketahui bahwasanya pada era modern sekarang ini semua kebutuhan masyarakat bisa di akses secara online. Sehingga menyebabkan masyarakat yang mempunyai kesibukan pada saat itu memilih alternatif Shopeefood sebagai layanan belanja tanpa harus keluar rumah, hal ini sangat membantu dalam peningkatan penjualan Usaha Maul Banjarmasin lewat aplikasi Shopeefood.

Meskipun secara teoritis layanan food delivery mampu meningkatkan penjualan dan memperluas pasar, pada praktiknya tidak semua pelaku Umkm memperoleh manfaat yang sama. Terdapat berbagai faktor yang memengaruhi keberhasilan penggunaan aplikasi digital, seperti biaya layanan dan potongan platform, persaingan harga antar merchant, ketergantungan terhadap promo, serta kemampuan pelaku usaha dalam menyesuaikan strategi pemasaran digital. Oleh karena itu peneliti mengangkat judul “Dampak Shopeefood terhadap pendapatan usaha mantap betul Banjarmasin dalam Perspektif Islam”

Selain aspek ekonomi, penggunaan platform digital dalam kegiatan usaha juga perlu ditinjau dari perspektif ekonomi Islam. Dalam ekonomi Islam, keberhasilan usaha tidak hanya diukur dari peningkatan pendapatan secara material, tetapi juga harus memperhatikan aspek keadilan, transparansi, keberkahan, dan kemaslahatan bagi seluruh pihak yang terlibat. Lubis et al. (2025) menjelaskan bahwa kesuksesan dalam perspektif ekonomi Islam mencakup aspek kuantitatif maupun kualitatif, termasuk keberlanjutan usaha dan tanggung jawab sosial.

Pemanfaatan ShopeeFood oleh Usaha Maul Banjarmasin dapat dianalisis melalui pendekatan maqashid al-shari'ah, khususnya dalam menjaga dan mengembangkan harta (hifz al-mal). Dalam hal ini, kemitraan antara pelaku usaha dan platform digital harus mampu memberikan manfaat yang luas dan tidak menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak. Prinsip kemaslahatan (maslahah) menekankan bahwa kerja sama tersebut harus menghasilkan kebaikan (jalb al-manfa'ah) bagi pelaku usaha, konsumen, maupun pihak platform serta mencegah terjadinya mudarat (Asy'ari, 2022).

Selain itu, prinsip keadilan ('adl) dan transparansi juga menjadi hal penting dalam hubungan kerja sama antara merchant dan platform digital. Sistem pembagian keuntungan, biaya layanan, serta mekanisme transaksi harus dilakukan secara jelas dan tidak merugikan pihak tertentu. Prinsip keadilan dalam ekonomi Islam menekankan bahwa seluruh transaksi harus mencerminkan nilai yang wajar dan dilakukan secara terbuka (Sari et al., 2025).

Di samping itu, seluruh proses transaksi pada platform ShopeeFood juga harus terhindar dari unsur gharar, riba, maupun penipuan (tadlis). Prinsip kejujuran (sidq) dalam ekonomi Islam mengharuskan adanya keterbukaan informasi terkait harga, kualitas produk, hingga sistem pembayaran agar transaksi berlangsung secara adil dan etis (Mayangsari, 2024). Dengan demikian, peningkatan pendapatan yang diperoleh tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga memiliki nilai keberkahan.

Dalam perspektif ekonomi Islam, peningkatan pendapatan usaha seharusnya tidak hanya berorientasi pada akumulasi keuntungan materi (kasb al-mal), tetapi juga diarahkan untuk mencapai falah, yaitu kesejahteraan dan keberuntungan dunia

serta akhirat. Al-Qur'an menegaskan bahwa harta harus dimanfaatkan secara bertanggung jawab dan memberikan manfaat sosial bagi masyarakat (Suhaimi, 2023). Oleh karena itu, pertumbuhan usaha melalui platform digital perlu dievaluasi secara menyeluruh, baik dari sisi ekonomi maupun nilai-nilai syariah yang melandasinya.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai dampak penggunaan aplikasi layanan ShopeeFood dalam meningkatkan pendapatan pelaku Usaha Makanan MAUL (Mantap Betul) Banjarmasin dalam perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana peran platform digital dalam mendukung perkembangan UMKM kuliner, sekaligus menilai kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, sehingga pertumbuhan usaha yang terjadi tidak hanya bersifat komersial, tetapi juga etis, berkelanjutan, dan membawa kemaslahatan bersama.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dan untuk memfokuskan pembahasan dalam penelitian yang akan penulis laksanakan, maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana dampak penggunaan aplikasi layanan ShopeeFood terhadap peningkatan pendapatan Usaha Makanan Mantap Betul Banjarmasin?
2. Bagaimana dampak penjualan usaha Maul Banjarmasin setelah bergabung pada layanan Shopeefood dalam perspektif ekonomi islam?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mencari jawaban ilmiah atas permasalahan yang diteliti. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis dampak penggunaan layanan ShopeeFood terhadap peningkatan pendapatan Usaha Makanan Mantap Betul Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui dampak penjualan usaha kuliner setelah bergabung pada layanan Shopeefood dalam perspektif ekonomi islam

D. Signifikansi Penelitian

1. Secara Teoritis

Bagi pengembangan ilmu ekonomi syariah dan ekonomi digital, penelitian ini dapat menjadi bahan referensi empiris mengenai integrasi platform online food delivery (OFD) dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Bagi penulis dan akademisi, penelitian ini dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang kewirausahaan digital, pemasaran modern, dan ekonomi Islam kontemporer.

2. Secara Praktis

Bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kuliner di Banjarmasin, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan dalam memanfaatkan platform digital untuk pengembangan usaha, sekaligus menyadari aspek syariah dalam transaksi digital. Bagi pengelola platform ShopeeFood, penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai dampak layanannya terhadap UMKM lokal serta masukan untuk pengembangan

fitur yang lebih selaras dengan kebutuhan pelaku usaha muslim. Bagi pihak lain (pemerintah, asosiasi, dll), penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk penyusunan kebijakan atau program pendampingan UMKM digital yang berkelanjutan dan beretika.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional ditujukan untuk menghindari kesalahpahaman ataupun perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan istilah-istilah yang ada pada judul skripsi penelitian yakni “Dampak Shopeefood terhadap pendapatan usaha Mantap Betul Banjarmasin dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Maka dari itu definisi operasional yang perlu dijelaskan sebagai berikut:

1. Dampak: Pengaruh atau akibat yang timbul, baik positif maupun negatif, dari suatu tindakan atau kejadian (Kriyantono, 2019). Dalam penelitian ini, dampak merujuk pada perubahan yang diakibatkan oleh penggunaan aplikasi ShopeeFood terhadap variabel pendapatan dan aspek operasional Usaha Maul.
2. Pendapatan Usaha: Seluruh penerimaan dalam bentuk uang atau setara uang yang diperoleh suatu usaha dari aktivitas penjualan barang atau jasa dalam periode tertentu (Mankiw, 2020). Dalam konteks ini, pendapatan yang dimaksud adalah total penerimaan kotor Usaha Maul yang berasal dari penjualan melalui channel offline (langsung) dan online (melalui platform ShopeeFood).

3. Aplikasi Layanan ShopeeFood: Layanan online food delivery (OFD) yang terintegrasi dalam platform e-commerce Shopee, yang memfasilitasi proses pemesanan, pembayaran, dan pengantaran makanan dari restoran/UMKM kepada konsumen (Shopee, 2023). Dalam penelitian ini, ShopeeFood adalah variabel independen berupa kemitraan digital yang diikuti oleh Usaha Maul.
4. Peningkatan Pendapatan: Pertumbuhan atau kenaikan nilai pendapatan usaha yang dapat diukur secara kuantitatif dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, indikatornya meliputi kenaikan omzet total, peningkatan frekuensi transaksi, dan perluasan basis pelanggan yang diakibatkan oleh keikutsertaan dalam platform ShopeeFood.
5. Perspektif Ekonomi Islam: Suatu pendekatan analisis ekonomi yang bersumber dari nilai-nilai fundamental Islam (Al-Qur'an dan As-Sunnah) yang dielaborasi melalui ijtihad para ulama, dengan prinsip utama menegakkan keadilan, menghindari *riba* (bunga), *gharar* (ketidakpastian yang merugikan), *maysir* (judi), serta mempromosikan kehalalan dan kemaslahatan (Karim, 2021). Dalam penelitian ini, perspektif ini digunakan untuk menilai model kerja sama dan mekanisme transaksi pada platform ShopeeFood.
6. Transaksi Digital dalam Ekonomi Islam: Aktivitas muamalah (jual-beli atau bagi hasil) yang dilakukan melalui medium digital, yang harus memenuhi rukun (penjual, pembeli, objek, ijab-qabul) dan syarat (saling ridha, barang/jasa halal, harga jelas, bebas dari unsur terlarang) sebagaimana transaksi konvensional, dengan memperhatikan kesahan akad elektronik (*e-*

contract) menurut fiqh kontemporer (Ascarya, 2022). Penelitian ini akan menganalisis akad yang terbentuk antara Usaha Maul, ShopeeFood, dan konsumen.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian yang lebih jauh mengenai kajian yang akan dibahas, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mengangkat pembahasan mengenai kolaborasi platform digital dengan penyedia jasa dalam perspektif ekonomi syariah. Peneliti melakukan kajian pustaka melalui berbagai skripsi, tesis, dan jurnal terkait kemitraan bisnis digital dengan analisis syariah. Meskipun pembahasan yang diangkat memiliki kesamaan tema, tentunya terdapat perbedaan baik dari fokus pembahasan, objek penelitian, maupun metodologi yang digunakan. Untuk mendukung pendalaman kajian, peneliti melakukan studi terhadap literatur yang relevan. Beberapa literatur yang relevan mengenai kemitraan platform dengan analisis ekonomi syariah adalah sebagai berikut:

Pertama penelitian skripsi yang dilakukan oleh Ahmad Fauzi (2023) dengan judul "Analisis Akad dan Implikasi Syariah pada Kemitraan Gojek dengan Mitra Rental Mobil di Kota Yogyakarta". Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian field research yang dilakukan melalui observasi dan wawancara mendalam dengan 10 mitra rental dan 15 driver. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga pola akad yang digunakan dalam kemitraan ini, yaitu ijarah (sewa) murni antara rental dan

driver mudarabah (bagi hasil) antara platform dan rental, serta wakalah bil ujroh (perwakilan dengan fee) antara platform dan driver. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa beberapa praktik dalam kemitraan tersebut mengandung unsur *gharar* (ketidakpastian), terutama dalam penentuan biaya perbaikan yang menjadi tanggungan driver ketika terjadi kerusakan di luar kelalaian. Temuan ini menunjukkan perlunya standardisasi akad yang jelas dan transparan serta pembentukan dewan pengawas syariah pada kemitraan platform-rental untuk memastikan kepatuhan syariah secara menyeluruh. Adapun Penelitian Ahmad Fauzi (2023) mengkaji akad dan implikasi syariah pada kemitraan Gojek di Yogyakarta, dengan temuan adanya unsur *gharar* dalam biaya perbaikan.

Sementara itu penulis mengembangkan kajian tersebut dengan fokus ke dampak pendapatan UMKM kuliner Maul Banjarmasin setelah bergabung dengan ShopeeFood, serta menganalisis potensi *gharar*, *riba*, dan *dharar* dalam skema promo, potongan biaya, dan sistem pembayaran platform. Meskipun sama-sama menggunakan perspektif ekonomi Islam dan metode kualitatif, penelitian ini menawarkan kebaruan pada objek (kuliner), lokasi (Banjarmasin), variabel fokus (pendapatan), serta data empiris lintas tahun yang lebih terukur.

Kedua. penelitian yang dilakukan oleh Dr. Siti Khodijah, M.E.I. (2022) dengan judul "Kemitraan Usaha dalam Platform Digital: Tinjauan Maqashid Syariah pada Kolaborasi Grab dengan Perusahaan Rental di Jakarta". Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif analitik dengan pendekatan maqashid syariah yang berfokus pada analisis dampak kemitraan terhadap

pencapaian tujuan-tujuan syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemitraan ini mendukung *hifzh al-mal* (menjaga harta) melalui optimalisasi aset kendaraan dan *hifzh al-nafs* (menjaga jiwa) dengan menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat. Namun demikian, penelitian ini juga mengungkap adanya ancaman terhadap *hifzh al-'aql* (menjaga akal) akibat tekanan target yang berlebihan pada driver yang dapat menyebabkan stres dan kelelahan mental. Secara keseluruhan, kolaborasi ini dinilai sesuai dengan prinsip masalah *mursalah* karena membawa kemaslahatan umum, khususnya dalam kategori *al-hajjiyyat* (kebutuhan sekunder) dan *al-tahsiniyyat* (kebutuhan tersier). Penelitian Dr. Siti Khodijah (2022) mengkaji kemitraan Grab dengan rental mobil di Jakarta menggunakan pendekatan *maqashid syariah*, dengan temuan positif (*hifzh al-mal*, *hifzh al-nafs*) dan negatif (ancaman *hifzh al-'aql*), serta dinilai sesuai *masalah mursalah* kategori *hajjiyyat* dan *tahsiniyyat*.

Perbedaan dengan skripsi saya, penulis mengembangkan kajian tersebut dengan menggeser fokus ke dampak pendapatan usaha MAUL Banjarmasin setelah bergabung dengan ShopeeFood, serta menganalisis potensi *gharar*, *riba*, dan *dharar* dalam skema promo, potongan biaya, dan sistem pembayaran. Meskipun sama-sama menggunakan perspektif ekonomi Islam dan menganalisis kesejahteraan pelaku usaha (*hifzh al-mal*), adapun perbedaan terhadap penulis (kuliner vs transportasi), lokasi (Banjarmasin vs Jakarta), serta data pendapatan riil lintas tahun yang lebih terukur dan spesifik, sehingga menjadi pelengkap penting dalam kajian ekonomi Islam pada platform digital.

Ketiga, penelitian M. Rizki Pratama dan Laila Nur Azizah (2023) dengan judul "Analisis Fiqh Muamalah terhadap Skema Bagi Hasil dalam Kemitraan Transportasi Online dengan Penyedia Armada" yang diterbitkan di Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-analitis dengan studi kepustakaan fiqh kontemporer untuk menganalisis skema bagi hasil yang diterapkan dalam kemitraan platform-rental. Hasil penelitian menunjukkan bahwa skema bagi hasil 80:20 antara driver dan rental dengan platform sebagai perantara sah menurut syariah jika memenuhi rukun dan syarat mudarabah Biaya layanan platform (20%) termasuk ujah (upah) yang halal selama tidak mengandung unsur riba Sistem potongan langsung dari pendapatan driver juga diperbolehkan selama ada kesepakatan sebelumnya (taradin) dan tidak mengandung unsur pemaksaan.

Perbedaan penelitian dengan skripsi saya yaitu sama-sama menuju ranah hukum ekonomi Islam/fiqh muamalah, dengan objek kajian berupa platform digital ekonomi berbagi (transportasi online dan pesan-antar makanan). Keduanya juga sama-sama membahas aspek bagi hasil/komisi antara platform dengan mitra

keterkaitan antara kedua penelitian Pratama & Azizah dapat dijadikan acuan penulis untuk menganalisis aspek fiqh muamalah dalam skema pendapatan platform digital, meskipun objeknya berbeda:

Analisis syarat sah kerjasama: penulis dapat mengadopsi kerangka mereka untuk menilai apakah akad antara ShopeeFood dengan merchant Mantap Betul memenuhi rukun dan syarat kerjasama dalam Islam.

Konsep ujrah (upah) yang halal: Penelitian ini menegaskan bahwa biaya platform (20%) halal jika disepakati bersama. penulis bisa menerapkannya untuk menilai komisi ShopeeFood.

Prinsip taradin (kerelaan): Penelitian ini menekankan pentingnya kesepakatan tanpa paksaan, ini relevan untuk menilai kontrak baku ShopeeFood dengan merchant.

Keempat, penelitian skripsi yang dilakukan oleh Nadia Putri Ramadhani (2021) dengan judul "Implementasi Prinsip Keadilan dalam Kemitraan Gojek dengan Mitra Rental: Studi Kasus di Kota Semarang". Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologis untuk memahami pengalaman driver dalam kemitraan dengan rental. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat ketidakadilan dalam pembebanan biaya perawatan kendaraan yang sepenuhnya ditanggung driver meski menggunakan kendaraan rental. Mekanisme pengaduan yang tidak efektif juga dapat menimbulkan dharar (kerugian) pada pihak driver. Berdasarkan temuan tersebut, penulis merekomendasikan perlunya penerapan al-'adalah (keadilan) dengan pembagian biaya perawatan yang proporsional antara driver dan rental, serta pengembangan sistem pengaduan yang lebih efektif dan transparan. Persamaannya terletak pada adanya kerja sama dan tanggung jawab antara driver dan rental, sedangkan perbedaannya terlihat pada pembebanan biaya perawatan yang masih lebih banyak ditanggung driver sehingga belum sepenuhnya mencerminkan prinsip keadilan.

Dari Penelitian Nadia Putri Ramadhani, dapat diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan berusaha untuk menjawab karena membuka perspektif baru terhadap skripsi saya “Dampak Shopeefood terhadap pendapatan usaha mantap betul banjarmasin dalam perspekif Ekonomi Islam” antara lain :

1. Memperkaya analisis dengan prinsip keadilan (al-'adalah). Penelitian Nadia menunjukkan bahwa ketidakadilan sering terjadi dalam praktik kemitraan platform digital, terutama dalam pembebanan biaya dan mekanisme pengaduan. Ini adalah novelty penting yang bisa saya adopsi.
2. Konsep dharar (kerugian). Penelitian Nadia menemukan bahwa mekanisme pengaduan yang tidak efektif menimbulkan dharar bagi driver. Penulis dapat menganalisis apakah merchant ShopeeFood juga mengalami dharar akibat kebijakan sepihak platform (misalnya pembatalan pesanan, klaim refund yang tidak adil, atau sistem komplain yang rumit).
3. Metodologi kualitatif fenomenologis dapat menjadi inspirasi untuk menggali pengalaman subjektif pemilik Mantap Betul secara mendalam, terutama pengalaman mereka terkait keadilan atau ketidakadilan dalam bermitra dengan ShopeeFood

G. Sistematika Penulisan

Sistematika untuk lebih mudah memahami isi, maka penulis membagi dalam 5 bab, sebagai berikut:

BAB I : memuat uraian mengenai latar belakang masalah, yang berisikan alasan memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang

sudah tergambarkan dirumuskan dalam sebuah rumusan masalah, setelah itu disusun tujuan penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan. Manfaat penelitian sebagai bentuk kegunaan hasil penelitian. Definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna umum atau luas. Kerangka teori ringkasan mengenai teori yang digunakan dalam penelitian. Kajian pustaka ditampilkan sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain. Adapun sistematika penulisan merupakan susunan Proposal skripsi secara keseluruhan.

BAB II : Merupakan laandasan teori yang menjadi acuan untuk menganalisis data yang diperoleh. Pada bab ini disajikan informasi mengenai beberapa teori yang berkaitan dengan bahasan penelitian,

BAB III : Merupakan metode penelitian, yang akan digunakan untuk melakukan penelitian nantinya. Pada bab ini disajikan informasi secara deskriptif tentang bagaimana penelitian dilaksanakan.

BAB IV : memuat pembahasan yang berusaha menjawab dari rumusan masalah yang telah dirumuskan yaitu : Apakah penggunaan layanan Shopefood pada Maul Banjarmasin dapat berdampak pada peningkatan pendapatan usaha mantap betul Banjarmasin dan Bagaimana dampak penjualan usaha kuliner setelah bergabung pada layanan ShopeFood dalam perspektif ekonomi islam

BAB V : Memuat simpulan dari Dampak Penggunaan Aplikasi Layanan ShopeFood dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku usaha jajanan Mantap Betul Banjarmasin Dalam Perspektif islam.