



Research Article

Penyalahgunaan Live Duplikat Di Shopee : Analisis Dampak Ekonomi Dan Solusi Berbasis Prinsip Syariah

Meirina Tri Ananda Putri¹, Fahrurrozi²

1. Universitas Islam Negeri Madura
E-mail: meirinatrianandaputri@gmail.com 

2. Universitas Islam Negeri Madura
E-mail: fahrurrozi@iainmadura.ac.id



Copyright © 2026 by Authors, Published by AL-AFKAR: Journal For Islamic Studies. This is an open access article under the CC BY License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

Received : November 25, 2025
Accepted : January 12, 2026

Revised : December 27, 2025
Available online : February 2, 2026

How to Cite: Meirina Tri Ananda Putri and Fahrurrozi (2026) "Live Duplicate Abuse on Shopee: Economic Impact Analysis and Sharia-Based Solutions", *al-Afkar, Journal For Islamic Studies*, 9(1), pp. 1464–1476. doi: 10.31943/afkarjournal.v9i1.2924.

Live Duplicate Abuse on Shopee: Economic Impact Analysis and Sharia-Based Solutions

Abstract. This study examines the phenomenon of live duplicate abuse on the Shopee platform and analyzes its economic impact through the lens of Islamic economics. Using a qualitative approach with content analysis and online interviews involving Shopee affiliates and customer service representatives, this research explores the ethical and economic implications of the misuse of live streaming features. The findings reveal that the practice of duplicating live broadcasts across multiple accounts not only violates Shopee's policies but also creates unfair competition, decreases affiliate engagement, and reduces consumer trust in the platform. From an Islamic economic perspective, such

actions contradict the principles of *sidq* (honesty), *amanah* (trustworthiness), and *adl* (justice), which are essential for maintaining fairness and transparency in digital transactions. The study suggests that implementing *maqasid al-shariah* values and reinforcing regulatory control over live commerce can prevent unethical practices, protect market integrity, and promote a more sustainable e-commerce ecosystem.

Keywords: Shopee, Live Duplicate, Islamic Economics, Business Ethics, E-Commerce.

Abstrak. Penelitian ini mengkaji fenomena penyalahgunaan fitur live duplicate pada platform Shopee serta menganalisis dampaknya ekonominya melalui perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten dan wawancara daring yang melibatkan afiliasi Shopee serta perwakilan layanan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi implikasi etis dan ekonomi dari penyalahgunaan fitur siaran langsung (live streaming) yang dilakukan oleh sebagian pelaku usaha di platform tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik menayangkan siaran langsung yang sama di beberapa akun secara bersamaan tidak hanya melanggar kebijakan Shopee, tetapi juga menciptakan persaingan tidak sehat, menurunkan partisipasi afiliasi, serta mengurangi tingkat kepercayaan konsumen terhadap platform. Dari perspektif ekonomi Islam, tindakan tersebut bertentangan dengan prinsip *sidq* (kejujuran), *amanah* (tanggung jawab), dan *adl* (keadilan), yang merupakan nilai fundamental dalam menjaga keadilan dan transparansi dalam transaksi digital. Penelitian ini menyarankan agar penerapan nilai-nilai *maqasid al-shariah* serta penguatan pengawasan regulatif terhadap kegiatan live commerce dapat mencegah praktik-praktik yang tidak etis, melindungi integritas pasar, serta menciptakan ekosistem e-commerce yang lebih adil dan berkelanjutan.

Kata Kunci : Shopee, Live Duplicate, Ekonomi Islam, Etika Bisnis, E-Commerce.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat melakukan transaksi dan berinteraksi dalam kegiatan jual beli. Platform e-commerce seperti Shopee semakin diandalkan karena menawarkan kemudahan, kecepatan, dan daya tarik visual melalui fitur live streaming. Fitur ini terbukti mampu meningkatkan minat beli konsumen karena memberikan kesan interaktif serta membangun rasa percaya terhadap produk dan penjual. (Umbaseng & Kumalaningrum, 2025a) Di sisi lain, penggunaan fitur live streaming tidak selalu berjalan sesuai dengan ketentuan, sebab muncul berbagai bentuk penyalahgunaan, salah satunya adalah praktik live duplikat, yaitu menayangkan siaran yang sama melalui beberapa akun dan perangkat secara bersamaan untuk memanipulasi jumlah penonton dan jangkauan.

Fenomena ini semakin sering ditemukan, namun masih sedikit kajian akademik yang meneliti secara khusus penyalahgunaan fitur digital seperti live duplikat. Penelitian sebelumnya cenderung hanya menyoroti pengaruh live streaming terhadap keputusan pembelian. (Budianto & Kusuma, 2024) atau membahas promosi digital secara umum tanpa mengaitkannya dengan manipulasi konten. Hal ini membuat pembahasan mengenai dampak live duplikat terhadap keadilan bersaing, kepercayaan konsumen, serta integritas ekosistem Shopee masih belum banyak dijelaskan dalam literatur ilmiah. Padahal, praktik seperti ini dapat

memengaruhi algoritma platform secara signifikan, sehingga penjual lain yang berjualan secara jujur menjadi dirugikan.

Hasil wawancara dengan pihak Customer Service Shopee menunjukkan bahwa live duplikat dikategorikan sebagai pelanggaran berat karena merusak keaslian konten dan dapat memicu pembatasan fitur hingga pemblokiran akun. Hal serupa disampaikan oleh beberapa affiliator, yang mengaku bahwa keberadaan siaran duplikat menurunkan performa penjualan mereka karena algoritma lebih memprioritaskan jumlah penonton, tanpa memverifikasi apakah angka tersebut asli atau hasil manipulasi. Kondisi ini tidak hanya menimbulkan ketimpangan dalam persaingan, tetapi juga mendorong hilangnya rasa percaya konsumen ketika mereka menemukan siaran yang identik di banyak akun sekaligus.

Dalam perspektif ekonomi syariah, praktik live duplikat bertentangan dengan nilai-nilai seperti kejujuran (*ṣidq*), tanggung jawab (*amanah*), dan keadilan (*‘adl*). Etika bisnis Islam menekankan bahwa transaksi harus dilakukan dengan transparan, tidak menipu, dan tidak merugikan pihak lain. Penelitian sebelumnya mengenai etika jual beli online menegaskan bahwa praktik manipulatif dalam e-commerce termasuk kategori penipuan yang tidak dibenarkan secara syariah. (Najib, 2024a) Selain itu, prinsip *maqāṣid al-sharī‘ah*, khususnya perlindungan terhadap harta (*ḥifẓ al-māl*), menuntut agar setiap aktivitas ekonomi termasuk di ruang digital—tidak menyebabkan kerugian dan ketidakadilan. (Razali, Mohd, Hadigunawan, & Saidon, 2020)

Dengan memperhatikan perkembangan e-commerce yang semakin kompetitif, fenomena penyalahgunaan fitur live streaming seperti live duplikat menjadi penting untuk dikaji secara mendalam. Selain memiliki dampak ekonomi bagi para affiliator dan penjual jujur, praktik ini juga menimbulkan implikasi etis dan moral yang bertentangan dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai bagaimana live duplikat terjadi, apa dampaknya, dan bagaimana perspektif ekonomi Islam dapat menawarkan penilaian serta solusi atas persoalan tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis konten (*content analysis*). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi makna di balik fenomena penyalahgunaan fitur live duplicate di platform Shopee secara mendalam, terutama dalam kaitannya dengan dampak ekonomi serta relevansinya dengan nilai-nilai ekonomi Islam.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari berbagai dokumen, artikel berita, laporan pengguna, hingga unggahan media sosial yang berkaitan dengan praktik live duplikat di Shopee. Selain itu, peneliti juga memanfaatkan literatur-literatur ilmiah yang relevan, baik dari buku maupun jurnal, sebagai dasar untuk membandingkan antara praktik yang terjadi di lapangan dan prinsip-prinsip ekonomi syariah yang berlaku.

Data penelitian ini juga menggunakan metode wawancara dengan beberapa affiliator dan juga costumer service dari pihak yang bersangkutan yaitu shopee. Data ini berupa interview melalui aplikasi shopee dan juga aplikasi whatsapp untuk

mendapatkan datanya. Proses pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dan wawancara. Studi dokumentasi dilakukan dengan menelusuri serta mengkaji dokumen-dokumen yang berkaitan dengan topik penelitian, sedangkan wawancara dilakukan secara daring dengan beberapa affiliator aktif Shopee. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi langsung mengenai motivasi dan pengalaman para affiliator dalam menjalankan live streaming, termasuk pandangan mereka terhadap praktik live duplikat, dampak ekonomi yang dirasakan, serta pemahaman mereka terhadap etika promosi dalam perspektif ekonomi syariah.

Setelah data terkumpul, tahap selanjutnya adalah melakukan analisis isi dengan cara mengidentifikasi pola tema, data, dan isu utama yang muncul. Dalam hal ini, penelitian ini bersifat deskriptif-analitis, yakni menggambarkan fakta yang ditemukan di lapangan dan menganalisisnya dalam perspektif normatif Islam.

TEORI

Live Streaming

Dalam dunia pemasaran digital, fitur live streaming yang tersedia di platform e-commerce seperti Shopee menjadi strategi promosi yang efektif dalam menarik perhatian konsumen. Melalui fitur ini, pelaku usaha dapat berinteraksi secara langsung dengan calon pembeli, menampilkan produk secara nyata, dan memberikan kesan transparansi dalam transaksi. Penelitian Umbaseng dan Kumalaningrum (2023) menunjukkan bahwa live streaming memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen di Shopee karena mampu membangun rasa percaya (trust) terhadap penjual dan produk yang ditawarkan. (Umbaseng & Kumalaningrum, 2025a)

Namun, di sisi lain, praktik live streaming juga berpotensi disalahgunakan oleh sebagian pelaku usaha. Beberapa di antaranya menggunakan teknik manipulatif, seperti membuat klaim berlebihan, menampilkan diskon palsu, atau menyembunyikan informasi penting untuk mendorong keputusan pembelian secara impulsif. Hasil penelitian Budianto dan Kusuma (2023, p. 83) mengungkapkan bahwa strategi promosi melalui live streaming dapat memicu pembelian impulsif apabila tidak diimbangi dengan transparansi dan kejujuran dalam penyampaian informasi. (Budianto & Kusuma, 2024)

Dari perspektif ekonomi syariah, penyalahgunaan semacam ini jelas bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam yang menekankan kejujuran (sidq) Kejujuran merupakan prinsip utama dalam etika bisnis Islam. Nabi Muhammad SAW menekankan bahwa seorang pelaku usaha wajib bersikap jujur dalam transaksi dan tidak melakukan penipuan, karena perilaku tersebut menunjukkan karakter seorang muslim yang benar dalam bermuamalah. (Wulandari & Djakfar, 2022) tanggung jawab (amanah) Dalam konteks bisnis Islam, amanah berarti menjaga kepercayaan yang diberikan dengan penuh tanggung jawab dan menghindari segala hal yang bertentangan dengan prinsip Islam. (Qurratulaini, 2024) dan (Adl) dalam Islam artinya memberi hak kepada tiap individu sesuai porsi, bukan sekadar kesamaan“ seseorang mendapatkan haknya tanpa ketidakadilan.”. Pelaku usaha hendaknya memastikan bahwa promosi yang dilakukan melalui live streaming

tetap dalam koridor syariah, dengan menjauhi unsur penipuan dan eksploitasi terhadap ketidaktahuan konsumen.

Penyalahgunaan

Ketika fitur live streaming disalahgunakan, dampaknya tidak hanya dirasakan oleh konsumen yang mengalami kerugian secara langsung, tetapi juga berimbas pada ekosistem bisnis secara keseluruhan. Konsumen yang merasa tertipu atau kecewa akibat informasi produk yang tidak sesuai akan kehilangan kepercayaan terhadap pelaku usaha, bahkan terhadap platform itu sendiri. Ketidakpercayaan ini, dalam jangka panjang, dapat menurunkan aktivitas transaksi, mengganggu stabilitas pasar digital, serta merugikan pelaku usaha lain yang menjalankan bisnisnya secara jujur dan profesional.

Menurut hasil penelitian Machfudyah, Ayuni, dan Djasuli (2023), salah satu penyebab utama dari penyalahgunaan ini adalah minimnya penerapan prinsip good corporate governance dalam transaksi jual beli daring. Prinsip ini, yang juga selaras dengan nilai-nilai Islam, menekankan pentingnya transparansi, akuntabilitas, dan keadilan dalam menjalankan usaha. Ketika prinsip-prinsip tersebut tidak dijalankan dengan benar, maka celah-celah manipulasi akan terbuka lebar, sehingga memperbesar potensi kerugian ekonomi baik pada tingkat mikro (individu/konsumen) maupun makro (reputasi industri e-commerce). (Machfudyah, Ayuni, & Djasuli, 2022)

Prinsip Syariah

Mengatasi praktik penyalahgunaan fitur live streaming tidak cukup hanya dengan pengawasan teknis dari pihak platform, tetapi harus dibarengi dengan pendekatan berbasis nilai-nilai etis yang kuat, terutama dalam kerangka ekonomi syariah. Prinsip-prinsip seperti kejujuran dalam menyampaikan informasi produk, amanah dalam menjaga kepercayaan konsumen, serta keadilan dalam proses transaksi harus dijadikan pedoman utama.

Ruslang, Kara, dan Wahab dalam penelitiannya menegaskan bahwa nilai-nilai maqāṣid al-sharī'ah yang mencakup perlindungan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta dapat menjadi dasar untuk membangun bisnis yang berkelanjutan dan beretika. Mereka menekankan bahwa dalam bisnis e-commerce, kepatuhan terhadap maqāṣid bukan hanya menjadi kewajiban moral, tapi juga strategi jangka panjang agar bisnis tetap mendapat kepercayaan dari masyarakat.

Selain itu, solusi praktis lain yang dapat diterapkan adalah penerapan prinsip khiyār dalam transaksi online. Prinsip ini memberikan hak kepada konsumen untuk memilih melanjutkan atau membatalkan transaksi apabila ditemukan ketidaksesuaian terhadap informasi yang diberikan. Yuanita dan Wijaya menjelaskan bahwa penerapan khiyār dalam platform Shopee menjadi penting untuk melindungi konsumen dari praktik yang merugikan, sekaligus menciptakan rasa aman dalam bertransaksi. Ini menunjukkan bahwa prinsip-prinsip syariah sebenarnya sangat aplikatif dan relevan dalam konteks ekonomi digital modern.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Penelitian ini mengungkapkan adanya fenomena penyalahgunaan fitur live streaming di platform Shopee yang dikenal dengan istilah live duplicate. Praktik ini dilakukan oleh penjual dengan menayangkan siaran langsung yang sama di beberapa akun berbeda secara bersamaan menggunakan banyak perangkat. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Customer Service dan beberapa affiliate Shopee, tindakan ini dilakukan untuk memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan potensi penjualan. Namun, strategi tersebut terbukti melanggar kebijakan resmi Shopee dan menimbulkan ketimpangan kompetisi antarpengjual.

Hasil wawancara dengan Customer Service (CS) Shopee bernama Sofian menunjukkan bahwa praktik live duplikat dikategorikan sebagai pelanggaran berat yang dapat berakibat pada pembatasan fitur siaran langsung hingga pemblokiran akun secara permanen¹. Pernyataan ini sejalan dengan yang disampaikan oleh CS Miya, yang menegaskan bahwa live duplikat merupakan bentuk kecurangan yang dapat merusak sistem algoritma Shopee serta menurunkan performa akun penjual lain

Tabel 1. Hasil Wawancara dan Observasi Lapangan Terkait Praktik Live Duplikat di Shopee

No.	Informan / Sumber Data	Hasil Wawancara / Observasi
1	Sofian – Customer Service Shopee	Menyatakan bahwa penyalahgunaan fitur live duplikat tergolong pelanggaran berat karena melanggar integritas dan keaslian konten. Akun yang melakukan pelanggaran dapat dikenakan pembatasan fitur siaran langsung hingga pemblokiran permanen.
2	Miya – Customer Service Shopee	Mengonfirmasi bahwa live duplikat termasuk bentuk kecurangan (fraudulent behavior) yang dilarang dalam kebijakan Shopee. Pelaku dapat dikenai sanksi berupa pembekuan akun dan penghapusan hak komisi atau bonus.
3	Contoh Kasus Lapangan (Observasi langsung)	Berdasarkan dokumentasi lapangan, pelaku live duplikat menggunakan lebih dari sepuluh perangkat ponsel dengan akun berbeda untuk menayangkan siaran langsung yang sama secara

		bersamaan. Hal ini dilakukan untuk menaikkan jumlah penonton dan jangkauan audiens secara artifisial.
4	Maryati – Affiliate Shopee	Menyatakan bahwa live duplikat menurunkan performa dan engagement penjual yang berjualan secara jujur, karena sistem algoritma Shopee lebih menampilkan siaran dengan jumlah penonton tinggi tanpa memverifikasi keaslian audiens.
5	Dina & Ahmad – Reseller / Affiliate Shopee	Mengungkapkan bahwa banyak konsumen merasa bingung dan kehilangan kepercayaan karena menemukan siaran dengan konten dan produk yang sama di banyak akun berbeda. Hal ini berdampak negatif terhadap reputasi platform dan kredibilitas pelaku usaha.

Sumber: Data primer hasil wawancara dengan Customer Service dan Affiliate Shopee (September–Oktober 2024), serta hasil observasi lapangan peneliti, 2024.

Dari sisi pelaku usaha, para affiliate seperti Maryati, Dina, dan Ahmad menilai bahwa praktik tersebut berdampak langsung terhadap keadilan dan kepercayaan konsumen. Maryati menjelaskan bahwa live duplikat menurunkan performa dan engagement penjual yang berjualan secara jujur karena algoritma Shopee cenderung menampilkan siaran dengan jumlah penonton tertinggi tanpa mempertimbangkan keaslian audiens³. Akibatnya, pelaku usaha yang menggunakan metode manipulatif lebih diuntungkan dibanding mereka yang mematuhi aturan. Dina dan Ahmad menambahkan bahwa situasi ini menimbulkan kebingungan di kalangan konsumen karena banyak akun menayangkan produk dan siaran yang sama, sehingga mengurangi tingkat kepercayaan terhadap penjual maupun platform.

Fenomena ini, jika ditinjau dari perspektif ekonomi syariah, menunjukkan adanya pelanggaran terhadap prinsip *ṣidq* (kejujuran), *amānah* (tanggung jawab), dan *‘adl* (keadilan) yang menjadi dasar etika bisnis Islam. Dalam bisnis digital, kejujuran dan keadilan tidak hanya berkaitan dengan penyampaian informasi yang benar, tetapi juga dalam menjaga persaingan yang sehat dan transparansi data. Menurut Anjelina dan Muzan (2025), pelaku usaha digital wajib menjaga kejujuran informasi serta menghindari segala bentuk manipulasi yang dapat menyesatkan konsumen karena praktik tersebut termasuk dalam kategori *tadlis* (penipuan terselubung) yang dilarang dalam muamalah. (Ruslang, Kara, & Wahab, 2020)

Dalam lembaga keuangan mikro syariah yang menggunakan akad mudharabah, prinsip keadilan ('adl) sangat penting karena perjanjian bagi hasil harus mencerminkan keseimbangan hak dan kewajiban antara pemodal (shahib al-maal) dan pelaku usaha (mudharib). Namun, penelitian menemukan bahwa dalam praktiknya terjadi tantangan seperti kurangnya transparansi dalam pelaporan dan dominasi institusi dalam penentuan nisbah pembagian keuntungan. (Siregar, Muda, & Soemitra, 2025)

Rizki (2024) menyatakan bahwa digitalisasi ekonomi memberikan kemudahan besar bagi konsumen, namun juga menimbulkan berbagai risiko yang bertentangan dengan prinsip syariah, seperti kecurangan dan pelanggaran privasi. Dalam kerangka maqāṣid al-syarī'ah, penting untuk menegakkan keadilan ('adl) dan transparansi agar transaksi digital tidak merugikan konsumen. Maka dari itu, regulasi dan pengawasan transaksi daring harus diperkuat, serta edukasi konsumen ditingkatkan, agar transaksi digital bisa berjalan adil dan transparan sesuai ajaran Islam. (Rizki, 2024)

Sementara itu, penelitian Sholihah dan Jannah (2022) menemukan bahwa sebagian besar pelaku e-commerce di Indonesia belum memahami penerapan etika bisnis syariah secara menyeluruh, khususnya dalam aktivitas promosi berbasis digital. Mereka menekankan pentingnya pengawasan dan edukasi etika berbasis syariah untuk mencegah praktik kecurangan dalam perdagangan online⁸. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian lapangan, di mana masih banyak affiliate Shopee yang melakukan live duplikat dengan alasan kurangnya pengetahuan mengenai konsekuensi etika dan hukum syariah. Berdasarkan keseluruhan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa praktik live duplikat menimbulkan tiga konsekuensi utama. Pertama, kerugian ekonomi, berupa turunnya performa penjualan dan pendapatan bagi pelaku usaha yang jujur. Kedua, pelanggaran terhadap etika syariah, karena mengandung unsur gharar (ketidakjelasan) dan tadlis (penipuan). Ketiga, krisis kepercayaan digital, di mana konsumen kehilangan keyakinan terhadap keaslian penjual dan integritas platform. Oleh karena itu, pengawasan dan edukasi berbasis nilai-nilai maqāṣid al-sharī'ah perlu diperkuat agar e-commerce seperti Shopee dapat berkembang secara adil, transparan, dan sesuai prinsip ekonomi Islam. (Sholihah & Jannah, 2022)

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa praktik penyalahgunaan fitur live duplicate di platform Shopee tidak hanya berdampak pada pelanggaran teknis terhadap kebijakan platform, tetapi juga menciptakan distorsi dalam mekanisme pasar digital. Berdasarkan wawancara dengan pihak Customer Service Shopee dan beberapa afiliasi, tindakan menayangkan siaran langsung yang sama melalui beberapa akun secara bersamaan dilakukan dengan tujuan untuk memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan interaksi penonton. Namun, strategi ini menimbulkan ketimpangan kompetisi karena sistem algoritma Shopee secara otomatis menampilkan siaran dengan jumlah penonton tertinggi tanpa memverifikasi keaslian audiens. Akibatnya, pelaku usaha yang menjalankan bisnis secara jujur mengalami penurunan performa dan keterpaparan pasar.

Temuan ini menunjukkan adanya market inefficiency dalam ekosistem digital, di mana keunggulan kompetitif tidak lagi ditentukan oleh kualitas produk dan keaslian promosi, melainkan oleh kemampuan memanipulasi sistem. Machfudyah, Ayuni, &

Djasuli (2023) menegaskan bahwa lemahnya penerapan prinsip good corporate governance pada transaksi daring menjadi salah satu penyebab meningkatnya praktik manipulatif di e-commerce Indonesia. (Machfudyah et al., 2022) Ketidakseimbangan ini juga memperlebar kesenjangan ekonomi antar pelaku usaha, di mana pihak yang berperilaku curang lebih diuntungkan dibanding pelaku yang mematuhi aturan.



Gambar 1 : kegiatan sebelum live duplikat di mulai



Gambar 2 : kegiatan saat live duplikat menggunakan banyak hp

Kedua dokumentasi lapangan tersebut memperlihatkan dengan jelas praktik live duplikat yang dilakukan oleh beberapa akun secara bersamaan. Pola ini menunjukkan adanya upaya untuk memanfaatkan celah algoritma dengan cara yang tidak adil. Dalam konteks hukum positif Indonesia, tindakan semacam ini bertentangan dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan

Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Penguasaan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, khususnya Pasal 15 ayat (1), yang menyebutkan bahwa pelaku usaha dilarang menampilkan konten menyesatkan atau menggandakan materi promosi secara tidak sah araktik ini juga melanggar Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) yang menegaskan larangan penyebaran informasi palsu atau manipulatif dalam transaksi elektronik.(Indonesia, 2016)

Dari perspektif ekonomi syariah, penyalahgunaan fitur live duplikat ini melanggar tiga prinsip utama dalam muamalah, yaitu *ṣidq* (kejujuran), *‘adl* (keadilan), dan *amānah* (tanggung jawab). Prinsip *ṣidq* menuntut pelaku usaha untuk menyampaikan informasi produk secara jujur dan transparan, sementara *‘adl* menekankan keadilan dalam bersaing tanpa merugikan pihak lain. *Amānah* menuntut pelaku usaha menjaga kepercayaan konsumen dan integritas sistem digital. Najib (2024) dalam studinya di *Journal of Private Law & Regulation* menjelaskan bahwa sistem afiliasi e-commerce dapat dianggap sah secara syariah hanya jika dilakukan secara jujur, tanpa manipulasi, dan melalui akad yang jelas.(Najib, 2024a)

Temuan ini juga sejalan dengan pandangan Musanna et al. (2024) yang menegaskan bahwa prinsip *ḥifẓ al-māl* dalam *maqāṣid al-syarī‘ah* bertujuan menjaga keamanan dan kestabilan harta di era digital. Mereka menjelaskan bahwa perlindungan harta harus diwujudkan melalui mekanisme transaksi yang aman, transparan, dan bebas dari unsur kecurangan agar tidak menimbulkan kerugian bagi pihak mana pun(Musanna, Fitri, & Nabilah, 2024) Dalam hal ini, praktik live duplicate secara jelas merusak keadilan pasar karena memusatkan keuntungan pada pihak tertentu melalui cara yang tidak sah dan menurunkan kepercayaan publik terhadap platform.

Penelitian ini juga menemukan bahwa penyalahgunaan fitur live duplicate menurunkan efisiensi pasar dan memperlebar kesenjangan ekonomi antar pelaku usaha. Hasil ini sejalan dengan penelitian Tussifah & Nabila (2024) yang menegaskan bahwa kegiatan afiliasi yang dilakukan secara etis justru meningkatkan keputusan pembelian dan memperkuat kepercayaan publik terhadap merek.(Tussifah & Nabila, 2024) Dalam konteks ini, afiliasi etis menciptakan rasa aman, memperkuat loyalitas konsumen, dan menumbuhkan kepercayaan jangka panjang terhadap merek, sedangkan praktik yang manipulatif justru menghasilkan efek sebaliknya.

Lebih jauh lagi, penelitian Umbaseng & Kumalaningrum (2023) menemukan bahwa interaksi langsung melalui fitur live streaming dapat meningkatkan trust konsumen dan minat beli jika dilakukan secara jujur dan informatif .(Umbaseng & Kumalaningrum, 2025b) Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kunci keberhasilan dalam ekonomi digital bukan terletak pada eksploitasi sistem, tetapi pada integritas pelaku usaha dalam menjaga nilai-nilai syariah.

Selain itu, temuan penelitian ini juga menegaskan pentingnya integrasi antara etika syariah dan regulasi digital nasional. Pemerintah melalui Kementerian Perdagangan telah mengatur prinsip keadilan dalam transaksi daring, sementara Islam memberikan fondasi moral berupa *maqāṣid* syariah untuk memastikan keberkahan dalam aktivitas ekonomi. Dengan menggabungkan keduanya, diharapkan tercipta ekosistem digital yang tidak hanya efisien secara ekonomi tetapi juga berkeadilan dan beretika.

Akhirnya, praktik live duplicate bukan hanya pelanggaran terhadap kebijakan Shopee dan hukum positif Indonesia, tetapi juga bentuk penyimpangan moral dalam

ekonomi Islam. Oleh karena itu, penguatan literasi etika bisnis syariah, peningkatan pengawasan berbasis algoritma, dan penerapan sanksi yang tegas terhadap pelanggaran digital menjadi langkah strategis untuk mencegah kerusakan sistemik dalam perdagangan daring. Dengan penerapan prinsip *ṣidq*, *ʿadl*, dan *amānah*, serta berpegang pada nilai *maqāṣid al-sharīʿah*, ekosistem e-commerce dapat berkembang secara berkeadilan, berkelanjutan, dan membawa keberkahan bagi seluruh pelaku ekonomi.

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa praktik live duplicate yang marak terjadi di Shopee telah menimbulkan gangguan serius dalam ekosistem perdagangan digital. Aktivitas menayangkan siaran langsung yang sama melalui banyak akun ternyata bukan hanya melanggar aturan platform, tetapi juga menciptakan kondisi pasar yang tidak seimbang. Algoritma Shopee yang mengutamakan jumlah penonton membuat pelaku usaha yang berupaya menaikkan angka secara manipulatif justru memperoleh keuntungan yang tidak seharusnya, sementara penjual dan affiliator yang mematuhi ketentuan mengalami penurunan performa serta jangkauan. Keadaan ini mendorong munculnya ketidakpercayaan konsumen karena mereka sering melihat konten yang sama berseliweran dari berbagai akun sehingga menimbulkan keraguan terhadap keaslian penjual maupun mekanisme platform itu sendiri.

Dari sudut pandang ekonomi Islam, praktik tersebut jelas bertentangan dengan nilai-nilai muamalah yang menekankan kejujuran, keadilan, dan rasa tanggung jawab dalam setiap transaksi. Live duplicate mengandung unsur manipulatif yang mendekati penipuan dan menimbulkan ketidakpastian bagi pihak lain sehingga tidak sejalan dengan tujuan syariah dalam menjaga keamanan harta serta mencegah kerugian. Penelitian ini menunjukkan bahwa ketika pelaku usaha mengabaikan prinsip-prinsip tersebut, bukan hanya integritas platform yang terganggu, tetapi juga keberlangsungan ekonomi digital secara keseluruhan.

Melihat berbagai temuan tersebut, penelitian ini menekankan perlunya penguatan pengawasan dari pihak platform agar praktik serupa dapat diminimalisir. Selain itu, edukasi mengenai etika bisnis berbasis syariah penting diberikan kepada para penjual dan affiliator, sehingga transaksi dalam ruang digital dapat berjalan lebih jujur, transparan, dan seimbang. Dengan menerapkan nilai-nilai tersebut secara konsisten, ekosistem e-commerce diharapkan mampu berkembang dengan lebih sehat dan mampu menjaga kepercayaan konsumen serta keadilan antar pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Budianto, A. Z., & Kusuma, Y. B. (2024). Pengaruh Live Streaming Selling, Discount, Dan Kualitas Produk Terhadap Impulsive Buying Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Kota Surabaya. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 7768–7780. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.10091>
- Indonesia, Pemerintah republik. (2016). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. Retrieved from

- <https://peraturan.go.id/id/uu-no-19-tahun-2016>
- Machfudyah, A. D., Ayuni, L., & Djasuli, M. (2022). Analisis Good Corporate Governance Dalam Perspektif Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Secara Online Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 2(1), 950–954. <https://doi.org/10.47233/jebs.v2i3.370>
- Musanna, K., Fitri, A., & Nabilah, D. (2024). APLIKASI E-WALLET: SOLUSI DIGITAL UNTUK PERLINDUNGAN HARTA BERDASARKAN MAQASID SYARIAH. 10(2). <https://doi.org/10.24952/almaqasid.v10i2.13615>
- Najib, A. (2024a). A Sharia Perspective on E-Commerce Affiliate Marketing in Indonesia: A Study of Shopee Marketplace. *Prophetic Law Review*, 6(1), 120–142. <https://doi.org/10.20885/PLR.vol6.iss1.art6>
- Najib, A. (2024b). A Sharia Perspective on E-Commerce Affiliate Marketing in Indonesia: A Study of Shopee Marketplace. *Prophetic Law Review*, 6(1), 120–142. <https://doi.org/10.20885/PLR.vol6.iss1.art6>
- Piliana, N. P. C., & Maradona, A. F. (2024). Strategy to Increase Consumer Trust in Affiliate Links on Social Media. *Quantitative Economics and Management Studies*, 5(5), 1021–1034. <https://doi.org/10.35877/454RI.qems2800>
- Qurratulaini, I. (2024). Nilai Kejujuran dan Amanah dalam Ekonomi dan Bisnis Islam. *Al-Iqtishadiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 5(1), 80–100. <https://doi.org/10.22373/iqtishadiyah.v5i1.5240>
- Razali, M., Mohd, N., Hadigunawan, N., & Saidon, R. (2020). Maqasid Syariah HIFZ MAL in E-Wallet Application. *Islamiyyat*, 43(1), 113–120. <https://doi.org/10.17576/islamiyyat-2021-4301-10>
- Rizki, D. (2024). DAMPAK ERA DIGITAL TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH. 10(2). <https://doi.org/10.24952/almaqasid.v10i2.11456>.
- Ruslang, R., Kara, M., & Wahab, A. (2020). Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 665. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1412>
- Sholihah, D., & Jannah, W. (2022). Implementasi Etika Bisnis Syariah pada E-Commerce di Indonesia. 1(1), 35–36.
- Siregar, L. H., Muda, I., & Soemitra, A. (2025). Implementasi Konsep Keadilan dalam Akad Mudharabah: Studi pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. 6(11). <https://doi.org/10.47467/elmal.v6i11.10184>
- Tussifah, H., & Nabila, A. N. (2024). The Analysis of Affiliate Marketing, Video Marketing, and Halal Brand Awareness Factor in Influencing Consumer Decisions in Purchasing Implora Products. *Indonesian Journal of Economics and Management*, 5(1), 50–58. <https://doi.org/10.35313/ijem.v5i1.6444>
- Umbaseng, J., & Kumalaningrum, M. P. (2025a). The Effect of Live Streaming and Online Customer Review on Shopee Purchase Intention: Trust as an Intervening Variable. *International Journal of Social Science Research and Review*, 8(4), 323–336. <https://doi.org/10.47814/ijssrr.v8i3.2645>
- Umbaseng, J., & Kumalaningrum, M. P. (2025b). The Effect of Live Streaming and Online Customer Review on Shopee Purchase Intention: Trust as an Intervening Variable. *International Journal of Social Science Research and*

Review, 8(4), 323–336. <https://doi.org/10.47814/ijssrr.v8i3.2645>

Wiaam, I., Nisa', K., & Thia Anggraeni, S. (2024). Islamic Ethics and Values in the Shopee Affiliate Program: Qawaid Fiqhiyyah Approach. *Demak Universal Journal of Islam and Sharia*, 2(03), 333–346. <https://doi.org/10.61455/deujis.v2i03.193>

Wulandari, E. P., & Djakfar, M. (2022). Etika Bisnis Islam Dalam Upaya Pengembangan Ekonomi Sektor Industri Halal. 07(02).