

**PANDANGAN EKONOMI ISLAM TERHADAP JUAL BELI
MELALUI *MARKETPLACE ONLINE SHOPEE***

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Strata S.1 dalam Ilmu Ekonomi Islam



Disusun Oleh:

NAILI NUR CHANIFAH

NIM 1705026136

JURUSAN EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : -

Hal : Naskah Skripsi

An.Sdri Naili Nur Chanifah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah saya melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Naili Nur Chanifah

NIM : 1705026136

Judul Skripsi : **PANDANGAN EKONOMI ISLAM TERHADAP JUAL BELI
MELALUI MARKETPLACE ONLINE SHOPEE**

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera diujikan dalam sidang munaqsyah. Demikian harap menjadikan maklum.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Semarang, 17 Juni 2021

Pembimbing I,


Prof. Dr. H. Musahadi, M.Ag.

NIP. 19690709 199403 1 003

Pembimbing II,


Drs. Zaenuri, M.H

NIP. 19610315 199703 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JL. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Semarang 50185, Telp./Fax. : (024) 7608454
Website : www.febi.walisongo.ac.id, Email : febi@walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Nama : Naili Nur Chanifah
NIM : 1705026136
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul : PANDANGAN EKONOMI ISLAM TERHADAP JUAL BELI
MELALUI *MARKETPLACE ONLINE SHOPEE*

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada tanggal 24 Juni 2021 dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude/baik/cukup serta dapat diterima untuk pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Semarang, 24 Juni 2021

Ketua Sidang

Dr. H. Muhlis, M.Si
NIP.19610117 198803 1 002

Sekretaris Sidang

Prof. Dr. H. Musahadi, M.Ag
NIP. 19690709 199403 1 003

Penguji Utama I

Dr. Ratno Agrivanto, SE., M.Si. ANEKA
NIP. 19800128 200801 1 010



Penguji Utama II

Dr. Imam Yahya, M.Ag
NIP. 19700410 199503 1 001

Pembimbing I

Prof. Dr. H. Musahadi, M.Ag
NIP. 19690709 199403 1 003

Pembimbing II

Drs. Zaenuri, M.H
NIP. 19610315 199703 1 001

MOTTO

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : Apabila sholat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.

(QS. Al-Jumu'ah : 10)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah *robbil 'aalamiin*, puji syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan juga hidayahNya kepada penulis karena tiada daya dan upaya serta tanpa nikmat dan kekuatan dariNya. Sholawat serta salam saya junjungkan kepada Nabi Agung, Nabi Muhammad SAW yang mana saya nantikan syafa'atnya besok di hari akhir nanti. Dengan segala ketulusan hati skripsi ini saya persembahkan kepada:

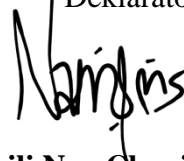
1. Bapak Bambang Sudiro dan Ibu Sugiati tercinta, yang senantiasa melimpahkan cinta dan kasih sayang dan juga pengorbanan dengan ikhlas merawat membesarkan, mengajarkan kebaikan, serta dengan ketulusan do'a mereka yang selalu menyertai penulis.
2. Adik Zulfa Najib Ainun Nafis yang telah mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Nenek Suharti dan segenap keluarga besar saya, yang telah memberikan dukungan do'a dan motivasi yang diberikan kepada penulis.
4. Huda sosok seseorang yang sudah menemani berjuang menyelesaikan skripsi dan memberikan *support*.
5. Semua pihak yang telah memberikan motivasi dan bantuan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 24 Juni 2021

Deklarator,



Naili Nur Chanifah

NIM 1705026136

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi merupakan hal yang sangat penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak menggunakan istilah arab, judul buku, nama orang, nama lembaga dan lain sebagainya yang kata aslinya ditulis arab diganti dengan huruf latin. Penulisan transliterasi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan Kebudayaan RI Nomor: 158/1987 dan Nomor 0543b/U/1987. Transliterasi ini digunakan sebagai pedoman supaya penulisan yang konsisten. Pedoman transliterasi adalah sebagai berikut:

A. Konsonan

Huruf Arab	Huruf Latin	Huruf Arab	Huruf Latin
ا	A	ط	T
ب	B	ظ	Z
ت	T	ع	‘
ث	‘S	غ	GH
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	KH	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Z	م	M
ر	R	ن	N
ز	‘Z	و	W
س	S	ه	H
ش	SY	ء	‘
ص	S	ي	Y
ض	D		

A. Vokal

َ = a

ِ = i

ُ = u

B. Diftong

اى = Ay

أو = Aw

C. Syaddah

Syaddah melambangkan dengan huruf konsonan yang ganda, contohnya الطَّبّ *al-thib*.

D. Ta' Marbutah

Setiap ta' Marbutah dituliskan dengan "h", contohnya المعشّة الطّبيعيّة = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

E. Kata sandang (...ل)

Kata sandang (...ل) ditulis al-... contohnya الصّناعة = *al-shina'ah*. kata al ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada awal kalimat.

ABSTRAK

Marketplace online Shopee adalah wadah belanja online yang lebih fokus pada kemudahan pengguna, aman, menyenangkan, serta praktis dengan mengintegrasikan platform sosial. Namun seiring perkembangan zaman yang semakin lama semakin modern justru dunia bisnis semakin cenderung mengabaikan etika. Faktanya, persaingan yang berkembang mengarah pada praktek-praktek yang bertentangan seperti penipuan, kebohongan, barang yang tidak sesuai. Hanya karena untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Dari latar belakang masalah tersebut, tujuan dalam penelitian ini adalah mengetahui bagaimana praktek jual beli dalam *marketplace online* Shopee dan jual beli melalui *marketplace online* Shopee menurut tinjauan etika bisnis Islam.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah pengguna (penjual dan pembeli) pada *marketplace online* Shopee. Data penelitian dianalisis menggunakan teknik analisis data yang dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan selanjutnya penarikan kesimpulan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan di *marketplace online* Shopee dapat diketahui bahwa penerapan etika bisnis Islam masih belum maksimal. Hal ini, dapat dilihat dari masih ditemukan penjual dalam melakukan transaksi di *marketplace online* Shopee yang tidak jujur.

Kata Kunci: Jual Beli *Online*, Etika Bisnis Islam, Shopee

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'aalamiin, segala puji dan syukur bagi Allah SWT, yang telah memberikan segala rahmat, taufiq, hidayah, dan kenikmatan kepada penulis yang berupa kenikmatan jasmani dan rohani, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PANDANGAN EKONOMI ISLAM TERHADAP JUAL BELI MELALUI *MARKETPLACE ONLINE SHOPEE*”. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW yang mana saya nantikan syafa'atnya di *yaumul qiyamah* akhir nanti.

Dengan berbekal keikhlasan dan berniat dengan ketulusan serta dengan tanggung jawab, Allah SWT telah meridhoi penyusunan skripsi ini. Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, atas dukungan dan motivasi yang telah di berikan secara spritual maupun moral. Sehubungan itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
3. H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag. selaku Kajor Ekonomi Islam
4. Bapak Prof. Dr. H. Musahadi, M.Ag. Pembimbing 1 dan Bapak Drs. Zaenuri, M.Pd. selaku pembimbing 2 yang selalu memberi saran, masukan, motivasi, dan bimbingan yang begitu berharga bagi penulis.
5. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang sudah memberikan banyak ilmu kepada penulis yang tidak terhitung.
6. Perpustakaan UIN Walisongo yang sudah sangat berperan banyak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai. Serta segenap karyawan/karyawati khususnya di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Pengguna Shopee yang sudah memberikan izin wawancara penelitian untuk penyusunan skripsi ini.

8. Teman-teman semua dari Fakultas Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Islam dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang khususnya EID yang telah memberikan dukungan, partisipasi, dan doanya.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini, Penulis percaya bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga penulis akan sangat berterimakasih atas kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan Skripsi ini.

Akhirnya, penulis mengucapkan “*jazakumullah khairan katsiran*” kepada mereka semua yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu saran dan kritik yang konstruktif demi perbaikan skripsi ini, penulis sangat harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua. Aamiin.

Semarang, 24 Juni 2021

Penulis



Naili Nur Chanifah

NIM 1705026136

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Tinjauan Pustaka	5
E. Metode Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	12
 BAB II JUAL BELI DAN ETIKA BISNIS ISLAM	
A. Jual Beli dalam Ekonomi Islam	14
1. Pengertian Jual Beli	14
2. Dasar Hukum Jual Beli	15
3. Rukun dan Syarat Jual Beli	17
4. Macam-macam Jual Beli	19
5. Khiyar Jual Beli	23
6. Produk Jual Beli dalam Ekonomi Islam	26
B. Jual Beli <i>Online</i>	28
1. Pengertian dan Konsep Dasar Jual Beli <i>Online</i>	28
2. Subjek dan Objek Jual Beli <i>Online</i>	29
3. Syarat Jual Beli <i>Online</i>	30

4. Jenis Transaksi Jual Beli <i>Online</i>	31
C. Etika Bisnis Islam	32
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	32
2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam	35

BAB III GAMBARAN UMUM *MARKETPLACE ONLINE SHOPEE*

A. Sejarah dan Profil <i>Marketplace Online Shopee</i>	38
B. Visi dan Misi <i>Shopee</i>	39
C. Prosedur Mendaftar sebagai Pengguna <i>Shopee</i>	39
D. Proses Transaksi di <i>Marketplace Online Shopee</i>	42
E. Klaim (Pengembalian) Produk atau Dana	46
F. <i>Review</i> Konsumen (Nilai Produk) <i>Marketplace Online Shopee</i>	46

BAB IV ANALISIS PANDANGAN EKONOMI ISLAM TERHADAP JUAL BELI MELALUI *MARKETPLACE ONLINE SHOPEE*

A. Analisis Jual Beli dalam <i>Marketplace Online Shopee</i>	49
B. Jual Beli <i>Marketplace Online Shopee</i> menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam	54

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	62
B. Saran	62
C. Penutup	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Logo Shopee	38
Gambar 2.1 Shopee di Play Store	40
Gambar 2.2 Halaman Awal Shopee	40
Gambar 2.3 Halaman Register Pengguna Shopee	41
Gambar 2.4 Halaman Register No HP Pengguna Shopee	41
Gambar 2.5 Halaman Profil Member Shopee	42
Gambar 3.1 Halaman Pengembalian Produk	56
Gambar 3.2 Halaman Penilaian Pesanan Pembeli Nurul Hudallah	59
Gambar 3.3 Halaman Penilaian Produk di Toko Young Clothes ID	60
Gambar 3.4 Halaman Toko Madu di Shopee	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Biaya Transaksi	44
---------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berkembangnya teknologi yang cepat dan tanpa batas membuat banyak orang melakukan transaksi jual beli menggunakan internet. Internet dapat diartikan sebagai PC (*Personal Computer*) yang luas dan mendunia, yang menghubungkan *klien* atau pemakai *personal computer* dari suatu tempat kemudian ke tempat berikutnya di manapun di dunia. Internet berasal dari *inter* dan *networking* berarti berbagai organisasi PC dan berbagai jenis yang berbicara satu sama lain menggunakan standar komunikasi. Sedangkan dari perspektif ilmu pengetahuan, internet adalah perpustakaan yang didalamnya terdapat teks, suara, ilustrasi, dan animasi dalam struktur elektronik.

Internet mengubah cara dunia bekerja sama (bisnis) baik ditingkat lokal maupun universal. Banyak organisasi kecil dan besar telah memanfaatkan internet untuk membantu bisnis mereka, yang dinamakan bisnis *online*. Bisnis adalah aktivitas dari perorangan atau organisasi yang menghasilkan barang atau jasa yang dibutuhkan orang dalam kehidupan sehari-hari yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Sedangkan online adalah suatu istilah yang sering digunakan pada saat terhubung dengan internet. Apapun yang dilakukan yang terhubung dengan internet adalah online, entah itu *browsing*, *chatting*, dan sebagainya.

Bisnis online merupakan segala jenis kegiatan bisnis baik dalam bidang jasa maupun barang yang dilakukan secara online melalui media internet mulai dari negosiasi hingga kegiatan transaksinya untuk mendapatkan keuntungan. Bisnis online memiliki prospek cukup besar pada saat ini dan di masa yang akan datang. Dimana hampir semua orang menginginkan kepraktisan, kemudahan, dan ekonomis. Seperti halnya sebuah kegiatan bisnis di kehidupan nyata, bisnis online yang dijalankan melalui via internet ini pun memiliki tujuan yang sama yaitu menghasilkan keuntungan. Perkembangan usaha di Indonesia belakangan ini semakin pesat. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya orang yang menggeluti bisnis ini, dari mulai belanja online barang, jasa, sampai jualan konten.

Setelah masyarakat mengetahui dan memahami sistem transaksi secara online tingkat penggunaan layanan jual beli online meningkat. Hal tersebut membuat segmen

bisnis online meningkat drastis. Salah satunya adalah transaksi jual beli melalui *marketplace online* yang sangat diminati. *Marketplace* adalah aplikasi online atau situs *online* yang memfasilitasi proses jual beli online dari berbagai toko. *Marketplace* mempunyai konsep seperti sektor tradisional. Pemilik *marketplace online* atas barang dagangan yang dijual dengan alasan bahwa pekerjaan mereka hanya untuk tempat bagi para *seller* (penjual) dan membantu *seller* untuk bertemu pembeli. Transaksi di *marketplace* juga terdapat aturan yang diatur oleh *marketplaceny*.

Indonesia memiliki banyak industri *marketplace*. Berikut ini adalah beberapa *marketplace* yang ada di Indonesia yaitu Shopee, Tokopedia, Buka Lapak, Lazada Indonesia, Kaskus, OLX, Elevation, JD.ID, BliBli, dan lain-lain yang menjadi tempat berbisnis. *Marketplace* tersebut akan membantu perkembangan belanja modern di tanah air, membantu pertumbuhan pelaku usaha yang memiliki keinginan untuk memasarkan produk ke dalam pasar yang lebih luas, efektif, dan efisien dalam upaya menggaet pelanggan.

Salah satu *marketplace* yang banyak diminati oleh masyarakat adalah *marketplace* Shopee. Shopee adalah aplikasi *mobile* jual beli. Aplikasi shopee yaitu wadah belanja *online* yang lebih memfokuskan pada kemudahan pengguna, aman, menyenangkan, dan praktis dengan mengintegrasikan *platform* sosial. Karena shopee dilengkapi dengan fitur chat, social sharing, dan hastag. Platform Shopee menawarkan beberapa macam produk yang diperjualkan dan juga dilengkapi dengan metode pembayaran yang beragam dan tentunya aman. Selain itu, jasa kirim yang ada di aplikasi Shopee terintegrasi menjadikan dalam jual beli menjadi lebih aman dan praktis.

Jual beli dalam Islam termasuk dalam bidang muamalah. Makna muamalah dalam perspektif luas adalah aturan Allah yang mengatur orang untuk berhubungan dengan orang lain dalam urusan duniawi. Sedangkan pemahaman muamalah dari sudut pandang yang sempit adalah berbagai aturan dari Allah yang mengatur hubungan manusia dengan manusia berbeda sejauh bagaimana mendapat dan membina (mengembangkan)¹.

Sejak awal, jual beli telah terjadi di belahan dunia manapun. Manusia termasuk makhluk banyak kebutuhan maupun keinginan untuk memiliki. Ada benda yang bisa dimiliki secara barter, jual beli, diberikan oleh orang lain dengan

¹ Yusuf al-Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997, h. 31

kerelaanya. Namun, tidak sedikit juga manusia ingin memiliki dengan cara yang batil. Misalnya dengan cara memaksa untuk memiliki tentu akan melahirkan keresahan dalam kehidupan. Karena itu Islam mengontrol kehidupan sosial (bermuamalah). Supaya individu satu dengan individu yang lainnya terjalin keharmonisan².

Dalam Islam ada aturan untuk segala sesuatu, termasuk dalam jual beli terdapat aturan. Salah satunya dalam muamalah akan ada konsep perikatan (akad). Akad adalah jenis komitmen yang penting untuk menampilkan diambil atau ditolaknya suatu transaksi. Akad adalah sesuatu yang diperbolehkan (*al jawaz wal ibahah*). Dengan cara ini, kebebasan akad tergantung pada bentuk yang dibenarkan syariat.³ Didalam prakteknya jual beli melalui *marketplace* memakai dua akad yaitu akad ijarah (sewa menyewa) dan akad salam (pesanan). Akad ijarah dalam praktek terjadi disaat pihak penjual bergabung dengan aplikasi Shopee. Saat itu penjual dipandang sebagai pihak penyewa dan aplikasi *marketplace online* Shopee dianggap dalam toko *online* sebagai pihak yang menyewakan.

Dalam ketentuan Ekonomi Islam, *marketplace online* termasuk dalam kategori jual beli pesanan (salam). Jual beli ini adalah jenis pembelian dan penjualan yang diselesaikan dimuka dan penyerahan produk di kemudian hari dengan biaya yang jelas, rincian, jumlah, kualitas, tanggal dan penyerahan produk harus dipenuhi sebelumnya dalam akad.⁴ Terdapat ketentuan yang harus dipenuhi dalam jual beli ini diantaranya jenis obyek harus jelas, ukuran obyek jelas, *seller* harus memberikan barang sesuai dengan jadwal (waktu).

Dalam Islam, hukum awal muamalah adalah diperbolehkan selama tidak ada dalil dari Al Quran atau Hadits yang melarangnya. Dengan demikian, apabila ada transaksi bisnis yang baru perlu dikaji apakah ada dalil yang melarangnya atau tidak. Setiap muslim yang berbisnis harus memperhatikan aturan Ekonomi Islam ketika melakukan aktivitas muamalah.

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern malah dunia bisnis pada umumnya cenderung mengabaikan etika. Faktanya, persaingan yang berkembang mengarah pada praktek-praktek yang bertentangan misalnya penipuan,

² Apipudin, *Konsep Jual Beli dalam Islam (Analisis Pemikiran Abdu Al-Rahman Al Jaziri dalam Kitab A-Fiqih 'Ala al Madahib al-Arba'ah)*, Jurnal Islaminomic, Vol V, No 2, 2016, h. 76

³ Ashabul Fadhli, *Tinjauan Hukum Islam terhadap Penerapan Akad as Salam dalam Transaksi E-Commerce*, Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam, Vol XV, No 1, 2016, h. 3

⁴ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Press, 2007, h. 90

kebohongan, barang yang tidak sesuai. Hanya karena untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya.

Pesatnya transaksi jual beli di *marketplace online* memiliki sistem kelebihan dan kekurangan. Beberapa kelebihan yang ditimbulkan transaksi lebih efektif dan efisien, mudah, jangkauan luas, dan dapat mencari kebutuhan selama 24 jam. Melalui pemasaran secara *online* akan mempermudah informasi tersebar ke seluruh kalangan yang dalam hal ini akan membuka peluang bagi penjual *online* untuk menaikkan omset penjualan.

Selain kelebihan terdapat juga kekurangan yang ditimbulkan dalam transaksi melalui *online* ini. Seperti kemungkinan terjadinya risiko kualitas produk yang tidak sesuai. Hal ini dikarenakan pembeli hanya melihat via *display* dari foto atau video yang ada di *marketplace*. Terjadinya *missed communication* antara penjual dan pembeli. Lamanya estimasi pengiriman. Penjual tidak merespon klaim *refund* (pengembalian).

Belum adanya keteraturan dalam sistem jual beli *online* melalui *marketplace* Shopee ini, membuat peneliti ingin mengetahui bagaimana etika bisnis yang dilakukan ketika menjalankan transaksi *online*. Berdasarkan dengan hal tersebut peneliti ingin mengamati hal-hal yang berkaitan dengan *marketplace* Shopee, seperti fitur-fitur yang ada dalam aplikasi Shopee, produk yang ditawarkan, sistem pembayaran yang ditawarkan, klaim *refund* (pengembalian), dan *review* maupun komentar pada *marketplace* Shopee. Kelima unsur tadi akan dikaitkan dengan kajian etika bisnis Islam.

Sebagaimana pemaparan diatas terdapat beberapa masalah maupun kajiannya perlu adanya pembahasan dan penelitian lebih lanjut. Untuk itu perlu diketahui bagaimana praktek jual beli dalam *marketplace online* Shopee dan jual beli melalui *marketplace online* Shopee menurut tinjauan etika bisnis Islam. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai **Pandangan Ekonomi Islam terhadap Jual Beli melalui Marketplace Online.**

B. Rumusan Masalah

Untuk membuat permasalahan menjadi lebih spesifik dan sesuai dengan titik tekan kajian, maka harus ada rumusan masalah yang benar-benar fokus. Ini dimaksudkan agar pembahasan dalam karya tulis ini tidak melebar dari apa yang dikehendaki.

Beberapa uraian latar belakang di atas, ada beberapa pokok masalah yang menjadi arah pembahasan penulis dalam penelitian, yaitu:

1. Bagaimana jual beli melalui *marketplace online* Shopee?
2. Bagaimana jual beli melalui *marketplace online* Shopee menurut tinjauan etika bisnis Islam?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui jual beli melalui *marketplace online* Shopee
- b. Untuk mengetahui jual beli melalui *marketplace online* Shopee menurut tinjauan etika bisnis Islam.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis

1. Dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam bermuamalah melalui pembaca dan peneliti.
2. Dapat menambah pengetahuan dan memahami teori-teori yang telah diperoleh selama di bangku perkuliahan

b. Manfaat Praktis

Bagi pengguna layanan *Marketplace online*, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai bagaimana analisis pandangan Ekonomi Islam terhadap jual beli dalam *marketplace online* Shopee.

D. Tinjauan Pustaka

Menghindari kesamaan penelitian yang telah ada sebelumnya. Maka, peneliti telah melakukan penelusuran dan kajian dari berbagai sumber dan referensi yang memiliki kesamaan topik atau relevansi dengan penelitian ini. Berikut beberapa karya tulis ilmiah yang relevan dengan penelitian:

1. Skripsi yang disusun oleh Maudy Vena Melinda (2017) dengan judul “Pandangan Ekonomi Islam terhadap Minat Beli melalui Sistem Online Shop”.⁵ Penelitian ini diperoleh melalui *field research* dengan cara wawancara dengan informan. Berdasarkan hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa pandangan ekonomi Islam mengenai jual beli secara online diperbolehkan selagi tidak ada kezaliman, unsur-unsur riba, dan penipuan. Islam memperbolehkan melakukan jual beli

⁵ Maudy Vena Melinda, Skripsi: *Pandangan Ekonomi Islam terhadap Minat Beli melalui Sistem Online Shop*, Makassar: UIN Alauddin, 2017

secara online selama telah memenuhi rukun akad dalam aturan syariah yaitu adanya penjual dan pembeli, serta sighthat telah terpenuhi dimana konsumen menyetujui syarat dan kondisi tertulis ketika proses transaksi dilanjutkan. Selain itu, obyek akadnya juga harus jelas serta tidak merugikan salah satu pihak. Persamaan dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti pada penelitian ini adalah membahas tentang jual beli melalui sistem *online shop*. Perbedaannya adalah membahas tentang pandangan mahasiswa tentang resiko-resiko yang muncul saat belanja *online* dan pandangan ekonomi Islam mengenai berbelanja di *Online Shop*. Dalam penelitian Maudy membahas jual beli *online* secara umum tidak mengarah pada salah satu *marketplace online*. Sedangkan peneliti memfokuskan meneliti tentang *marketplace online* Shopee.

2. Skripsi yang disusun oleh Nurmia Noviantri (2019) dengan judul “Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Online Shopee dan Perlindungan Konsumen di Shopee menurut Mahasiswa UIN Syahid Jakarta”.⁶ Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif analisis. Berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa bisnis online boleh (ibahah) selama bisnis tersebut tidak mengandung elemen yang dilarang. Hanya berdasar pada deskripsi yang telah disediakan oleh pihak penjual dianggap sah. Namun, apabila deskripsi tersebut tidak sesuai maka pihak pembeli memiliki hak khiyar yang diperbolehkan pembeli untuk meneruskan atau membatalkannya. Pengguna aplikasi Shopee menyediakan layanan untuk penggunaannya yaitu pengguna bebas melakukan komunikasi melalui fitur chat. Apabila ada kegiatan yang tidak sesuai dengan keinginan para konsumen maka Shopee sendiri dapat bertanggung jawab atas apa yang telah ditetapkan dan disepakati pada ketentuan-ketentuan yang ada. Persamaan dengan peneliti adalah sama-sama membahas jual beli melalui aplikasi Shopee. Perbedaan dengan penelitian yang diteliti peneliti adalah mengangkat masalah tentang analisis perlindungan konsumen dan resiko-resiko yang ditimbulkan dari belanja di Shopee. Sedangkan peneliti meneliti tentang jual beli melalui *marketplace online* Shopee menurut tinjauan etika bisnis Islam.

⁶ Nurmia Noviantri, Skripsi: *Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Online Shopee dan Perlindungan Konsumen di Shopee menurut Mahasiswa UIN Syahid Jakarta*, Jakarta: UIN Syarif hidayatullah, 2019

3. Retno Dyah Pekerti dan Eliada Herwiyanti (2018) dengan judul “Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Madzhab As-Syafi’i”.⁷ Penelitian ini berdasarkan berbagai masalah jual beli online yaitu banyak penjual menipu pembeli dengan tidak mengirimkan barangnya maupun mengirimkan barang dengan spesifikasi yang berbeda dengan aktualisasi pada etalase di toko *online*. Tidak hanya penjual, pembeli pun seringkali melakukan berbagai kecurangan dengan memesan barang di toko *online* tetapi tidak melakukan pembayaran. Penelitian ini menggunakan *library research* dari berbagai literatur. Hasil analisis penelitian ini adalah transaksi jual beli *online* secara hukum dilihat dari perspektif madzhab Asy-Syafi’i diperbolehkan dengan dasar jual beli *wakalah* (penjagaan) yang diwakilkan kepada kurir yang mengantarkan, dengan catatan bahwa kurir tersebut memiliki surat kuasa atau surat tugas dalam melakukan jual beli. Dan ketika melakukan transaksi elektronik hendaknya pelaku transaksi memperhatikan prinsip kehati-hatian, akuntabilitas, transparansi, dan kewajaran. Persamaan dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti pada penelitian ini adalah membahas tentang jual beli *online*. Dalam Islam jual beli *online* merupakan suatu bentuk transaksi dimana sistem pembayaran dilakukan secara tunai/disegerakan tetapi penyerahan barang ditangguhkan. Namun dengan syarat spesifikasi, kualitas, harga, jumlah, tanggal dan tempat penyerahan jelas, dan juga telah disepakati sebelumnya dalam perjanjian. Perbedaan dalam penelitian ini adalah peneliti lebih memfokuskan jual beli dalam *Marketplace* Shopee menurut etika bisnis Islam, sedangkan dalam penelitian ini mengangkat masalah tentang praktek jual beli *online* dalam perspektif syariah mazhab Asy Syafi’i secara umum tidak terfokus salah satu dalam *marketplace online*.
4. M. Nur Rianto Al Arif (2013) dengan judul “Penjualan On-line Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam”.⁸ Kesimpulan dari penelitian ini adalah perkembangan transaksi jual beli kontemporer, tidak lagi semata mengandalkan penjualan dengan tatap muka. Transaksi jual beli kontemporer seiring dengan perkembangan teknologi, telah memunculkan bentuk penjualan lainnya yaitu penjualan online. Penjualan online merupakan salah satu bentuk penjualan yang

⁷ Dyah Pekerti dan Eliada Herwiyanti, *Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi’i*, Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA), Vol 20, No 02, 2018

⁸ M Nur Rianto Al Arif, *Penjualan Online Berbasis Media Sosial dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan, Vol 13, No 1, 2013

memanfaatkan teknologi seperti telepon pintar, tablet, gadget, dan yang memanfaatkan jaringan internet. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kepustakaan dari berbagai literatur. Persamaan dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti pada penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang jual beli *online* dalam perspektif Ekonomi Islam. Perbedaannya adalah membahas tentang penjualan *on-line* berbasis media sosial dalam ekonomi Islam menurut berbagai Mazhab. Sedangkan peneliti membahas melalui aplikasi *marketplace online* Shopee menurut etika bisnis Islam.

5. Intan Surun Fauziah (2019) dengan judul “Perilaku Konsumen dalam *Marketplace* (Studi Kasus di Shopee dan Tokopedia Perspektif Etika Bisnis Islam”.⁹ Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif model analisis studi kasus. Berdasarkan hasil analisis data maka dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar informan atau pembeli yang terdapat di Shopee dan Tokopedia sudah melaksanakan transaksi sesuai dengan etika bisnis Islam/Syariah berdasarkan aksioma-aksioma seperti pertanggungjawaban, kebebasan, dan kemanfaatan terkait dengan implementasi dalam proses pembelian online di Shopee dan Tokopedia. Hanya saja masih ada hal-hal yang belum sesuai dengan etika bisnis Islam. Karena ada indikator dari aksioma keadilan dan kesatuan yang belum dilaksanakan. Implementasi perilaku konsumen saat proses pembelian dalam *marketplace online* yang belum sesuai dengan keadilan dan kesatuan seperti berkata kasar kepada penjual maupun sebaliknya saat melakukan transaksi pembelian dan melakukan pembatalan terhadap pesanan secara tiba-tiba. Persamaan dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti pada penelitian ini adalah membahas tentang etika bisnis Islam pada aplikasi Shopee. Perbedaannya adalah membahas tentang analisis perbedaan perilaku konsumen yang ada di Shopee dan Tokopedia. Sedangkan peneliti mengangkat masalah pandangan etika bisnis Islam terhadap jual beli melalui *marketplace online* Shopee.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan seorang peneliti untuk mengumpulkan informasi atau data, mengklasifikasi, dan menganalisis fakta yang terdapat di tempat penelitian dengan memakai ukuran-ukuran dalam pengetahuan,

⁹ Intan Surun Fauziah, *Perilaku Konsumen dalam Marketplace (Studi Kasus di Shopee dan Tokopedia Perspektif Etika Bisnis Islam)*, Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, 2019

yang dilakukan untuk menemukan kebenaran.¹⁰ Berikut ini adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian yang memiliki tujuan utama untuk mempelajari intensif tentang latar belakang keadaan saat ini (sekarang) dan interaksi lingkungan sosial baik individu, kelompok, masyarakat, maupun lembaga.¹¹

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, data dan fakta yang diperoleh berbentuk kata atau gambar (tidak diperoleh melalui prosedur/proses statistik atau bentuk hitung lainnya).¹² Dalam operasionalnya metode ini digunakan sebagai proses penelitian yang menghasilkan data deskripsi yang dapat berupa tulisan maupun lisan yang didapat langsung dari kajian pustaka yang berkaitan dengan judul penelitian.

2. Sumber Data

Terdapat dua sumber data yang digunakan untuk melakukan penelitian kepustakaan ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder:

a. Data Primer

Merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran maupun pengambilan data langsung dari subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Sumber data yang didapat langsung dari sumber yang berkaitan dengan transaksi jual beli *online* Shopee melalui wawancara. Sumber data primer dalam penelitian ini merupakan pengguna (penjual dan pembeli) *marketplace online* Shopee.

b. Data Sekunder

Merupakan sumber data yang diperoleh dari pihak lain. Sumber data sekunder atau data pendukung diperoleh melalui pengumpulan maupun pengolahan data yang bersifat studi dokumentasi yang berupa penelaah terhadap dokumen pribadi, referensi-referensi atau peraturan (literatur tulisan, laporan, dan lain-lain), kelembagaan resmi yang memiliki keterkaitan dengan objek penelitian. Data sekunder yang mendukung penelitian ini adalah web atau situs Shopee.

¹⁰ Koentjaraningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat* Jakarta: PT Gramedia, 2010, h.13

¹¹ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo persada, 1998, h. 22

¹² Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2017, h. 28

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah tahap yang paling strategis dalam sebuah penelitian, karena tujuan yang utama dari penelitian ini adalah memperoleh data. Peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan apabila peneliti tidak mengetahui teknik pengumpulan data.¹³

Untuk mengumpulkan dan memperoleh data-data, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Metode Observasi (*Observation*)

Metode ini juga disebut dengan pengamatan yang berarti kegiatan pemusatan perhatian semua obyek dengan menggunakan seluruh indera¹⁴. Metode observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara datang langsung (mengunjungi aplikasi *marketplace* Shopee), melihat langsung, dan merasakan langsung apa yang terjadi di lapangan yang ingin diteliti.

Metode pengamatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi partisipan, karena peneliti melibatkan diri secara langsung dalam lapangan penelitian yaitu *marketplace online* Shopee. Teknik pengumpulan data dengan observasi ini sangatlah baik karena peneliti akan dapat menggabungkan antara teknik wawancara dengan dokumentasi dan sekaligus mengonfirmasikan kebenarannya.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti melalui tatap muka antara peneliti dengan pihak yang diteliti. Wawancara adalah perbincangan antara dua orang atau lebih yang berlangsung antara pewawancara dan narasumber¹⁵. Wawancara akan dilakukan dengan sumber informasi yang dianggap memiliki kompetensi/cakap dalam masalah yang diteliti. Adapun dalam penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara dengan pengguna (3 pembeli dan 3 penjual) di *Marketplace online* Shopee yang berada di Kota Kudus.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu pengumpulan data yang dapat dilakukan peneliti untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: ALFABETA, 2016, h. 224

¹⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006, h. 156

¹⁵ Nana Sudjana, *Penelitian Hasil Proses Belajar Mengajar*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014, h. 194

melalui suatu media tertulis atau dokumen lain yang ditulis maupun dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan.¹⁶ Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan menganalisis atau melihat dokumen-dokumen melalui cara pengumpulan beberapa informasi pengetahuan, fakta, dan data. Sumber informasi ini berupa arsip, buku-buku, dan jurnal ilmiah. Dokumentasi penulis gunakan sebagai instrumen utama untuk mendapatkan semua data yang berhubungan dengan *Marketplace online* Shopee dan etika bisnis Islam.

4. Metode Analisis Data

Setelah mengumpulkan data selanjutnya adalah tahap dalam analisis data merupakan salah satu tahap penting dalam penelitian. Dalam analisis data kualitatif adalah penulis melakukan upaya dengan cara mengumpulkan data dan memilah atau memilih data sehingga dikelola dan menemukan data yang penting dan dapat diceritakan kepada orang lain¹⁷. Kegiatan paling inti analisis data ini mencakup:

a. Reduksi Data

Reduksi data yaitu proses pemilihan, konsentrasi perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan perubahan data kasar yang timbul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.¹⁸ Masalah etika bisnis transaksi jual beli melalui *marketplace online* Shopee diambil melalui observasi dan wawancara kemudian dianalisis dengan menajamkan, memilah, mengarahkan, membuang yang tidak diperlukan dan menyusun data tersebut sehingga dapat disajikan.

b. Penyajian Data

Setelah melakukan reduksi data langkah selanjutnya adalah langkah penyajian data. Penyajian data merupakan kegiatan ketika sekumpulan informasi yang diperoleh disusun, sehingga memberikan kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan langkah (tindakan). Bentuk penyajian data yang umum dilaksanakan dalam penelitian kualitatif yaitu berupa teks naratif yang menceritakan secara panjang lebar temuan dalam penelitian. Penyajian data mengenai jual beli melalui *marketplace online*

¹⁶ Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Salemba Humanika, 2010, h. 9

¹⁷ Sugiyono, *Metode...*, h. 244

¹⁸ Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, Terj. Tjetjep Rohendi Rohidi, Jakarta: UI Press, 2007, h. 16

Shopee menurut tinjauan etika bisnis Islam yang telah direduksi dengan bab-bab yang sudah ada.

c. Penarikan Kesimpulan (*Verification*)

Langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan terkini. Dapat berupa deskripsi maupun gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih gelap atau remang-remang sehingga sesudah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan interaktif atau kausal, teori atau hipotesis.¹⁹ Kesimpulan ini dapat dibuat sesudah seluruh data di analisis mengenai jual beli melalui *marketplace online* Shopee menurut tinjauan etika bisnis Islam.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan informasi gambaran yang jelas dan singkat mengenai penelitian ini, maka disusunlah sistematika penulisan yang berisi mengenai informasi materi serta hal-hal yang berhubungan dengan penelitian ini. Adapun sistematika dalam penelitian ini yaitu terbagi menjadi lima bab yang tersusun sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Pada bab ini terdiri dari Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metodologi Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

Bab II Landasan Teori. Pada bab ini berisi tentang pembahasan umum topik permasalahan yang meliputi tiga sub bab. Sub bab pertama tentang Jual Beli yang berisi Pengertian Jual Beli, Dasar Hukum Jual Beli, Rukun dan Syarat, Macam-Macam Jual Beli, dan Khiyar Jual Beli. Sub bab kedua tentang Jual Beli Online yang berisi Pengertian dan Konsep Dasar Jual Beli *Online*, Syarat Jual Beli Online, Syarat Barang Yang Diperjualbelikan Secara *Online*, dan Jenis Transaksi Jual Beli *Online*. Sub bab ketiga adalah Etika Bisnis Islam yang berisi tentang Pengertian Etika Bisnis Islam, Dasar Hukum Etika Bisnis Islam, dan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam.

Bab III Gambaran Umum *Marketplace Online*. Pada bab ini membahas tentang gambaran umum *marketplace online* Shopee meliputi Sejarah dan profil *marketplace online* Shopee, visi dan misi Shopee, prosedur mendaftar sebagai pengguna shopee, dan proses transaksi di *marketplace* Shopee.

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta, 2015, h. 336

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan. Bab ini adalah hasil penelitian, yang dibahas pada bab ini meliputi analisis jual beli dalam *marketplace online* Shopee dan jual beli dalam *marketplace online* Shopee menurut tinjauan etika bisnis Islam.

Bab V Penutup. Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran/rekomendasi yang didapatkan dari penelitian tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

JUAL BELI DAN ETIKA BISNIS ISLAM

A. Jual Beli dalam Ekonomi Islam

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli merupakan salah satu cara pemindahan hak milik yang diperbolehkan dalam Al-Quran.²⁰ Istilah jual beli berasal dari dua kata yaitu jual dan beli. Istilah ini memiliki arti yang saling bertolak belakang satu sama lainnya. Oleh karena itu, istilah ini menunjukkan terdapat dua kegiatan dalam satu kejadian yakni satu pihak menjual dan satu pihak lainnya membeli.²¹

Dalam istilah fikih Jual beli sering disinggung dengan istilah *al-bai'* yang memiliki arti memperdagangkan, menukar, dan mengganti sesuatu dengan sesuatu yang berbeda. Terkadang dalam bahasa Arab kata *al-bai'* digunakan untuk pengertian lawannya adalah *asy-syira'* yang berarti beli. Kata *al-bai'* selain memiliki arti jual juga memiliki arti beli, sehingga dalam sehari-hari istilah *al-bai'* diartikan jual beli.²²

Sedangkan menurut terminologi jual beli ada beberapa pengertian sebagai berikut:

- a. Menukar barang dengan uang melalui cara melepaskan hak milik yang berasal dari seseorang kepada yang lain atas dasar saling rido.²³
- b. Jual beli adalah pemindahan pemilikan harta benda yang sesuai dengan agama (*syara'*).²⁴
- c. Menukar sesuatu dengan sesuatu yang lainnya melalui cara tertentu (perikatan/akad).²⁵

Adapun *al-bai'* menurut pandangan para ulama adalah sebagai berikut:

- a. Menurut ulama mazhab Syafi'i, jual beli merupakan pergantian barang dengan barang lain.²⁶

²⁰ Nur Fathoni, *Konsep Jual Beli dalam Fatwa DSN-MUI*, *Economica: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, Vol IV, Edisi 1, 2013, h. 51

²¹ Chairuman Pasaribu, *Hukum Perjanjian Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 1994), h. 33

²² Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000, h. 111

²³ Ibnu Mas'ud dan Zainal Abidin, *Fiqh Madzhab Syafi'i*, Bandung: Pustaka Setia, 2000, h. 22

²⁴ Hendi Suhendi, *Fiqh Mu'amalah*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 1997, h. 67

²⁵ T.M. Hasbi Ash-Shiddieqy, *Hukum-hukum Fiqh Islam*, Jakarta: Bulan Bintang, 1991, h. 360

- b. Menurut ulama mazhab Maliki, jual beli ada dua pengertian dalam istilah yaitu:
- 1) Untuk semua satuannya jual beli yang mencakup akad sharf, akad salam, dan lainnya.
 - 2) Untuk satu satuan atau bagian dari beberapa satuan merupakan sesuatu yang dipahamkan dari lafal *bai'* secara mutlak menurut adat kebiasaan.
- c. Menurut ulama mazhab Hanafiyah, jual beli adalah tukar-menukar barang sesuatu yang diinginkan (disukai) dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang berguna²⁷.
- d. Menurut ulama mazhab Hanabilah, jual beli adalah saling tukar-menukar harta dengan harta lain dengan cara pemindahan milik dan kepemilikan.

Dari pengertian jual beli di atas definisi dari jual beli adalah suatu perjanjian atau akad tukar-menukar sesuatu yang memiliki nilai diantara kedua belah pihak yang sukarela tanpa adanya paksaan atau pemindahan hak milik dengan ganti yang dapat dibenarkan syara'.

2. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli sebagai salah satu sarana tolong-menolong diantara sesama manusia mempunyai landasan kuat baik yang berasal dari Al-Quran maupun Hadits. Berikut ini beberapa dasar hukum jual beli:

- a. Al-Quran

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya :

Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengaramkan riba. (QS. Al Baqarah 2: 275)²⁸

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

Artinya :

²⁶ Muhammad Rizki Romdhon, *Jual Beli Online menurut Madzhab Asy-Syafi'i*, Tasikmalaya: Pustaka Cipasung, 2015, h. 67

²⁷ Haroen, *Fiqh...*, h. 111

²⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah Indonesia*, Jakarta, 1971, h. 68

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar). Kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sendiri. Sungguh, Allah maha Penyayang kepadamu. (QS. An Nisa 4: 29)²⁹

Ayat-ayat Al-Quran di atas menjadi dalil dengan tegas dan jelas menyebutkan bahwa jual beli diperbolehkan. Ayat di atas juga menjelaskan bahwa jual beli merupakan akad yang paling mendasar dalam perdagangan (*tijarah*) adalah cara yang paling adil ketika seseorang ingin memakan atau memakai harta orang lain.

b. Hadits

Dasar hukum jual beli juga ditemukan di dalam hadits-hadits Rasulullah, diantaranya adalah hadits yang diriwayatkan oleh Bazzar dan Hakim:

عن رفاعة بن رافع رضي الله عنه ان النبي صلى الله وسلم سئل : اى الكسب اطيب؟ قال: عمل الرجل بيده وكل بيع مبرور

“Dari Rifa’ah bin Rafi’ ra sesungguhnya Nabi Muhammad saw pernah ditanya seorang sahabat mengenai pekerjaan, ‘Pekerjaan apakah yang paling halal?’. Rasulullah saw menjawab: ‘Pekerjaan seseorang yang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli (*tijarah*) yang baik’. (HR. Bazzar dan Hakim)³⁰

Jual beli yang baik memiliki maksud jual beli yang tidak ada unsur menipu, tidak ada gharar (ketidakpastian), dan sesuai dengan aturan. Bahkan Rasulullah saw memberikan janji kepada para pedagang yang jujur kelak di akhirat. Hal ini berdasarkan hadits tentang jual beli yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

²⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an...*, h. 135

³⁰ Imam Ahmad ibn Hanbal, *al-Musnad al-Imam Ahmad ibn Hanbal*, Jilid 4, Beirut: Dar al- Kutub al-Ilmiyah, 1993), h.141

“Seorang pedagang muslim jujur dan amanah (dipercaya) akan dikumpulkan bersama para Nabi, orang-orang yang jujur, dan orang yang mati syahid”’. (HR. Tirmidzi)³¹

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Secara umum rukun dalam akad jual beli ada empat macam yang membentuk terjadinya akad ini yaitu *ba'i* (penjual) dan *musytari* (pembeli), *mabi'* (objek/barang yang diperjualbelikan), harga, dan *sighat* (ijab dan qabul).³² Sedangkan menurut mazhab Hanafi berpendapat hanya ada satu rukun yang membentuk terjadinya akad jual beli yaitu *sighat*. Penjual, pembeli, dan juga barang hanyalah sebagai konsekuensi dari terbentuknya rukun ijab qabul tersebut.³³

- a. *'Aqidain* (orang atau subjek), meliputi penjual dan pembeli. Syarat subjek yang berakad adalah mempunyai kecakapan bertindak hukum sempurna (*baligh*, berakal, dan *rusyd*). Jual beli yang dilaksanakan oleh orang gila dan anak kecil hukumnya adalah tidak sah. Tetapi apabila anak kecil sudah *mumayyiz* (mampu membedakan hal baik dan buruk) hukumnya sah hanya akibat hukumnya (seperti serah terima harga dan barang) belum bisa dilaksanakan kecuali ada izin dari wali. Tetapi apabila barang yang ringan (murah) diperbolehkan.³⁴
- b. *Mabi'* (barang yang diperjualbelikan). Syaratnya adalah:
 - 1) Barang tersebut suci (halal dan baik). Dalam QS. Al-A'raf ayat 157 disebutkan bahwa tidaklah benar mendagangkan sesuatu yang najis misalnya babi, anjing, dan lain-lain. Menurut mazhab Hanafi dan mazhab Zhahiri mengecualikan barang-barang yang mempunyai kemanfaatan yang diperdagangkan. Mereka beranggapan diperbolehkan memperdagangkan kotoran ataupun sampah yang mengandung najis dikarenakan sesuatu tersebut memiliki manfaat yang sangat bermanfaat untuk kebutuhan penyubur tanaman, pertanian, dan lainnya. Dan juga diperbolehkan memperdagangkan sesuatu yang

³¹ Abi Isa Muhammad ibn Isa Ibn Saurah, *Sunan Al-Tirmizi*, Juz 3, Beirut: Dar al-Fikr, 1994, h. 5

³² Harun, *Fiqh Muamalah*, Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017, h. 68

³³ M. Pudjihardjo dan Nur Faizin Muhith, *Fikih...*, h. 27

³⁴ Harun, *Fiqh...*, h. 68

najis yang bermanfaat tetapi tidak untuk dimakan maupun diminum seperti minyak najis yang diperlukan sebagai cat pelapis dan bahan bakar. Semua barang serupa boleh diperjualbelikan namun tidak untuk dikonsumsi (makan dan minum) selagi ada manfaat dari barang tersebut³⁵.

- 2) Memberikan manfaat menurut syara'. Larangan menjual barang atau sesuatu yang tidak terdapat manfaatnya karena hal tersebut termasuk dalam memubazirkan (menyia-nyiakan) harta karena agama Islam tidak memperbolehkan dan melarang keras perbuatan mubazir.³⁶
- 3) Barang tersebut dapat diserahkan. Yang dimaksud dapat diserahkan adalah pihak penjual dapat menyerahkan barang sebagai objek yang diperjualbelikan sesuai dengan jumlah dan bentuk barang yang sudah diakadkan pada saat penyerahan objek kepada pihak pembeli.
- 4) Milik sendiri (milik orang yang melakukan akad). Menjual barang orang lain tanpa seizin dengan pemiliknya merupakan jual beli tidak sah³⁷.
- 5) Memahami status barang yang meliputi kualitas, kuantitas, jenis, dan sebagainya. Dalam hadits disebutkan "Rasulullah telah melarang jual beli dengan cara melempar batu dan juga jual beli yang mengandung unsur tipuan". Maksud dari jual beli dengan cara melempar adalah melempar suatu barang tertentu maupun yang telah disediakan tempat kemudian tidak ada satupun lemparan yang mengenai barang, sehingga pembeli tidak mendapatkan apa-apa padahal uang pembeli telah diberikan kepada penjual. Maka dari itu, hal tersebut merugikan pembeli hanya menguntungkan salah satu pihak. Perbuatan ini bukan saja termasuk dalam hal penipuan tetapi juga termasuk dalam judi.³⁸

³⁵ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, Jilid 4, Jakarta: Pena Ilmu dan Amal, 2006, h. 125

³⁶ Ibnu Mas'ud dan Zainal Arifin, *Fiqh Madzhab Syafi'i 2*, Bandung: Pustaka Setia, 2007, h. 31

³⁷ Rachmad Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2001, h. 99

³⁸ Mas'ud dan Arifin, *Fiqh...*, h. 32-33

- c. Harga atau dapat disebut dengan nilai tukar barang. Berikut ini merupakan syarat-syarat bagi harga barang yang dijual:
- 1) Harga jual yang disepakati diantara kedua belah pihak (penjual dan pembeli) harus jelas jumlahnya.
 - 2) Nilai tukar barang tersebut bisa diserahkan pada waktu transaksi jual beli walaupun secara hukum seperti pembayaran melalui atau menggunakan kartu kredit.
 - 3) Jika jual beli dilaksanakan secara *al-muqayyadah* atau barter berarti nilai tukar barang yang dijual tidak berupa uang namun berupa barang³⁹.
- d. *Sighat* (ijab dan qabul) merupakan ungkapan yang menunjukkan bahwa antara pihak penjual dan pihak pembeli sama-sama rela (*taradhin*). Ijab yaitu ungkapan dari penjual yang timbul sebagai tanda rela untuk menjual sesuatu (barang). Sedangkan qabul adalah ungkapan dari pembeli yang timbul sebagai tanda setuju untuk membeli sesuatu (barang). Ungkapan ijab qabul dapat dianggap sah dengan memakai kata, ucapan, atau yang lainnya yang menandakan saling rela diantara penjual dan pembeli⁴⁰. Adapun syarat-syarat *sighat* adalah⁴¹:
- 1) Subjek yang melakukan ijab qabul telah akil dan *baligh*.
 - 2) Qabul harus sesuai dengan ijab
 - 3) Dilaksanakan dalam satu majlis

4. Macam-macam Jual Beli

Macam-macam jual beli ditinjau dari berbagai sisi, berikut ini macam-macam jual beli:

a. Ditinjau dari Sisi Objek Jual Beli

Dilihat dari sisi benda yang dijadikan objek jual beli, menurut Imam Taqiyudin jual beli dari sisi objek dibagi menjadi tiga bentuk yaitu:

1) Jual Beli Benda yang Dapat Disaksikan

Merupakan pada saat melakukan akad jual beli barang (objek) yang diperjualbelikan terdapat di depan pembeli dan penjual.

2) Jual Beli Disebukan Sifat-sifatnya dalam Akad (Janji)

³⁹ Sri Sudiarti, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018, h.84

⁴⁰ Pudjihardjo dan Muhith, *Fikih...*, h. 27

⁴¹ Sudiarti, *Fiqh...*, h.83

Merupakan jual beli pesanan (salam) atau jual beli barang dengan cara tangguh dengan harga yang dibayarkan dimuka dengan kata lain jual beli yang dimana pembayarannya dimuka sedangkan barang yang diperjualbelikan dengan kriteria tertentu diserahkan pada waktu tertentu.⁴²

Dalam jual beli salam berlaku syarat jual beli. Berikut ini syarat jual beli tambahan:

- a) Jelas sifatnya, baik barang yang berupa ditakar, ditimbang, maupun diukur.
 - b) Jelas jenisnya, disebutkan jenisnya apa dan kualitas barangnya.
 - c) Batas waktu penyerahan barang diketahui
- 3) Jual Beli Benda (Objek) yang Tidak Ada

Merupakan jual beli yang hukumnya tidak diperbolehkan. Karena barangnya masih gelap yang dikhawatirkan barang tersebut merupakan barang curian oleh salah satu pihak⁴³.

b. Ditinjau dari Sisi Hukumnya

Dari sisi hukum jual beli dibedakan menjadi tiga macam jual beli yaitu jual beli shahih, jual beli batil, dan jual beli fasid⁴⁴.

1) Jual Beli *Shahih*

Merupakan jual beli yang sesuai dengan ketentuan syara' yaitu terpenuhinya rukun dan syarat jual beli yang telah ditentukan agama Islam, barang tersebut bukan milik orang lain serta tidak terikat dengan *khiyar*. Misalnya: seseorang membeli sebuah barang, seluruh rukun dan syarat dalam jual beli telah terpenuhi. Barang tersebut juga sudah diperiksa oleh pembeli dan tidak ditemukan kecacatan dan tidak ada kerusakan. Pembayaran (uang) telah diserahkan kepada penjual dan barang pun telah diterima pembeli dan tidak ada lagi *khiyar*.

2) Jual Beli *Batil*

Merupakan jual beli yang apabila salah satu atau seluruh rukun dalam jual beli tidak terpenuhi atau jual beli itu pada dasar dan sifatnya

⁴² Ghufron A. Masadi, *Fiqh Mua'amalah Kontekstual*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002, h. 143

⁴³ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta, Rajawali Pers, 2010, h. 67

⁴⁴ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, Jakarya: PT Raja Grafindo Persada, 2013, h.

tidak disyariatkan. Misalnya: jual beli yang menjual barang-barang yang diharamkan oleh syara' (bangkai, babi, minuman yang memabukkan, darah, dll).

3) Jual Beli *Fasid*

Ulama hanafiyah membedakan antara jual beli *fasid* dengan jual beli *batil*. Jika kerusakan pada barang (objek) maka itu batil, tetapi jika kerusakan menyangkut harga barang maka boleh diperbaiki, maka yang demikian jual beli itu dikatakan *fasid*. Jumhur ulama' tidak membedakan antara jual beli *fasid* dengan jual beli *batil*. Menurut jumhur ulama' terbagi dua yaitu jual beli *sahih* dan *batil*. Jenis-jenis jual beli *fasid* adalah:

a) Jual Beli *Al Majhul*

Adalah jual beli dimana barang secara universal tidak diketahui dengan syarat ketidakjelasannya memiliki sifat menyeluruh. Tetapi apabila sifat ketidakjelasannya sedikit jual belinya tetap sah, karena hal itu tidak membawa peselisihan. Ulama Hanafiyah mengatakan bahwa sebagai tolak ukur untuk unsur *majhul* diserahkan sepenuhnya pada kebiasaan yang berlaku bagi penjual dan pembeli (*'urf*).

b) Jual Beli yang Dikaitkan dengan Suatu Syarat

Seperti contoh pada ucapan seorang penjual ke pembeli: "Saya jual motor saya kepada Anda bulan depan setelah mendapat gaji.". jual beli seperti ini menurut jumhur ulama' batal dan fasid menurut ulama Hanafiyah. Menurut ulama' Hanafiyah jual beli tersebut dianggap sah pada saat syaratnya terpenuhi (tenggang waktu yang disebutkan dalam akad). Maksudnya jual beli tersebut sah apabila waktu yang ditentukan (bulan depan) telah jatuh tempo.

c) Jual beli barang yang tidak ada di tempat atau tidak dapat diserahkan pada saat jual beli berlangsung sehingga tidak dapat disaksikan oleh pembeli. Menurut ulama Malikiyah jual beli tersebut boleh apabila sifat-sifat barang disebutkan dan dengan syarat sifat-sifatnya tidak akan berubah sampai barang tersebut diserahkan. Sedangkan menurut Ulama Hambali mengatakan

bahwa jual beli tersebut sah apabila pihak pembeli mempunyai hak *khiyar ru'yah* (sampai melihat barang tersebut)⁴⁵.

c. Ditinjau dari sisi Subjeknya (pelaku akad)

Dari sisi pelaku akad dibagi menjadi tiga yaitu akad jual beli dengan lisan, perantara, dan perbuatan.

1) Akad jual beli dengan lisan

Merupakan akad yang dilaksanakan melalui cara menyatakan *shighat* secara lisan. Bagi orang yang tunawicara (tidak bisa bicara) diubah dengan menggunakan bahasa isyarat karena isyarat adalah pembawaan alami dalam menunjukkan kehendaknya⁴⁶.

2) Akad jual beli dengan perantara

Merupakan akad jual beli yang dilaksanakan dengan cara melalui utusan, perantara, tulisan ataupun surat menyurat yang sama halnya ijab qabul dengan lisan. Jual beli seperti ini dilakukan antara penjual dan pembeli yang tidak berhadapan secara langsung dalam satu majlis. Tetapi jual beli seperti ini diperbolehkan oleh syara'.

3) Akad jual beli dengan perbuatan

Merupakan akad jual beli dengan perbuatan saling memberikan. Jual beli ini juga dikenal dengan sebutan *mu'athah* adalah mengambil dan memberikan barang tanpa ijab qabul. Misalnya, seseorang mengambil roti yang sudah bertuliskan label harganya. Jual beli tersebut dilakukan tanpa adanya *shighat* (ijab qabul) antara penjual dan pembeli. Menurut Mazhab Hanafi memperbolehkan jual beli seperti ini karena *shighat* tidak hanya berupa perkataan tetapi juga berbentuk perbuatan yaitu saling memberikan (penyerahan barang dan penerimaan uang)⁴⁷.

d. Ditinjau dari sisi cara pembayarannya

1) Penyerahan barang dan pembayaran secara langsung

2) Pembayaran tertunda

3) Penyerahan barang tertunda

⁴⁵ Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2005, h. 108

⁴⁶ Sabiq, *Fiqih...*, h. 123

⁴⁷ Suhendi, *Fiqih...*, h. 76

4) Penyerahan barang dan pembayaran sama-sama tertunda⁴⁸

5. *Khiyar* Jual Beli

Khiyar secara bahasa berasal dari kata *kharaa-yakhiiru-khiyaaratan* yang memiliki arti memilih. Sedangkan menurut istilah menurut ulama fikih yaitu mencari yang terbaik dari dua urusan baik yang berupa meneruskan atau membatalkan akad⁴⁹.

Menurut Sayyid Sabiq definisi *khiyar* adalah menuntut yang terbaik dari dua kejadian (perkara) yang berupa meneruskan atau membatalkan suatu akad *khiyar* juga dapat diartikan membolehkan memilih antara dua, meneruskan atau mengurungkan akad jual beli. Adanya *khiyar* dapat memberikan kemaslahatan agar dua orang yang berakad dalam jual beli tidak terjadi penyesalan di kemudian hari karena salah satu pihak merasa tertipu⁵⁰.

Dasar hukum *khiyar* adalah QS Al-Baqarah: 275. Selain itu terdapat Hadits sebagai dasar hukum *khiyar* yang diriwayatkan oleh Ibnu Umar bahwa terdapat seorang laki-laki diceritakan kepada nabi yang suka menipu dalam jual beli, kemudian nabi berkata kepadanya: “Jika kamu menjual sesuatu maka katakanlah tidak terdapat penipuan.” Hadits ini adalah dalil tentang kebolehan menetapkan *khiyar* syarat kepada pembeli⁵¹.

Syariat bertujuan melindungi manusia dari kejadian keburukan, maka syariat menetapkan terdapatnya hak *khiyar* dalam rangka menegakkan keselamatan, kerukunan, serta keharmonisan sesama manusia⁵². Hikmah adanya *khiyar* adalah untuk kemaslahatan bagi pihak-pihak yang melakukan transaksi akad, terwujudnya hubungan baik, dan memelihara kerukunan. Berikut ini macam-macam *khiyar* antara lain:

a. *Khiyar Majlis*

Majlis menurut bahasa merupakan bentuk masdar mimi dari *julus* yang berarti tempat duduk. Sedangkan menurut kalangan ahli fikih adalah tempat kedua belah pihak yang berakad berada dari sejak mulai akad sampai sempurna, berlaku, dan wajibnya akad. Dengan demikian majelis

⁴⁸ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana, 2012, h. 109-110

⁴⁹ Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Amzah, 2017, h. 99

⁵⁰ Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*, Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2012, h.286

⁵¹ Azzam, *Fiqh...*, h. 100

⁵² Hamzah Ya'qub, *Kodde Etik Dagang menurut Islam (Pola Pembinaan Hidup dalam Berekonomi)*, Bandung: CV. Diponegoro, 1992, h.101

adalah tempat berkumpul dan juga terjadinya akad apapun keadaan pihak yang melakukan akad⁵³.

Menurut istilah *khiyar majelis* adalah *khiyar* yang berlaku (ditetapkan) oleh syara' bagi setiap pihak-pihak yang melakukan transaksi akad selama kedua belah pihak masih berada di tempat transaksi. *Khiyar* ini berlaku dalam berbagai macam akad jual beli, seperti jual beli minuman dengan minuman, jual beli salam, *syirkah*, dan lain-lain⁵⁴.

Ketika jual beli berlangsung masing-masing pihak yang berakad berhak melakukan *khiyar* yaitu membatalkan atau meneruskan akad. Pada prinsipnya *khiyar majlis* ini berakhir dengan adanya dua hal yaitu kedua belah pihak memilih akan terusnya akad dan diantara kedua pihak terpisah dari tempat jual beli⁵⁵.

b. *Khiyar Syarat*

Khiyar syarat adalah suatu *khiyar* dimana pihak pembeli membeli sesuatu dari pihak penjual dengan ketentuan dia boleh melakukan *khiyar* pada waktu atau pada masa tertentu (telah disepakati kedua belah pihak), apabila bila menghendaki maka bisa melangsungkan jual beli dan apabila tidak menghendaki maka ia dapat membatalkannya.

Khiyar syarat disyariatkan untuk menajaga pihak-pihak yang melakukan akad atau salah satu dari konsekuensi yang kemungkinan di dalam suatu akad terdapat unsur penipuan dan juga dusta. Oleh karena itu adanya masa *khiyar syarat* (waktu yang telah ditentukan) satu kesempatan untuk menunggu melangsungkan atau membatalkan suatu akad karena memang diperlukan. Kalangan ulama fikih sepakat bahwa *khiyar* ini sah apabila waktunya diketahui, tidak lebih dari tiga hari, serta barang yang yang dijual tidak termasuk dalambarang yang cepat rusak dalam waktu (tempo) ini⁵⁶.

c. *Khiyar Aibi*

Khiyar aibi berhubungan dengan ketiadaan kriteria-kriteria yang diduga sebelumnya. *Khiyar aib* adalah suatu hak pembatalan jual beli dan

⁵³ Azzam, *Fiqh...*, h. 177

⁵⁴ Wahbah Zuhaili, *Al-Fiqhu As-Syafi'i Al-Muyassar*, Terj. Muhammad Afifi, Abdul Hafiz, "Fiqh Imam Syafi'i", Jakarta: Almahira, 2010, h. 676

⁵⁵ Sudarsono, *Pokok-pokok Hukum Islam*, Jakarta: Rineka Cipta, 1992, h. 410

⁵⁶ Azzam, *Fiqh...*, h. 111

pengembalian barang yang diakibatkan karena terdapat kecacatan pada suatu produk yang belum diketahui. Kecacatan itu terdapat pada waktu transaksi atau baru terlihat sesudah transaksi selesai disepakati namun sebelum serah terima barang. Terjadinya *khiyar* ini yaitu kecacatan yang mengakibatkan berkurangnya nilai dan harga bagi para pedagang⁵⁷.

Apabila akad telah dilakukan dan pembeli telah mengetahui adanya cacat pada barang tersebut, maka akadnya sah dan tidak ada lagi *khiyar* setelahnya⁵⁸. Alasannya karena pihak pembeli telah rela dengan barang tersebut beserta kondisinya. Namun apabila pihak pembeli belum mengetahui cacat barang tersebut serta mengetahuinya setelah akad, maka akad tetap dinyatakan boleh (benar) dan pihak pembeli berhak melakukan *khiyar aibi* antara mengembalikan barang atau meminta ganti rugi yang sesuai dengan adanya cacat pada suatu barang. *Khiyar* ini dapat dijalankan dengan syarat sebagai berikut:

- 1) Cacat telah ada ketika atau setelah akad dilakukan sebelum terjadi serah terima barang, apabila aib muncul setelah serah terima barang maka tidak adanya *khiyar aibi*.
- 2) Cacat (aib) tetap melekat pada obyek (barang) sesudah diterima oleh pembeli.
- 3) Pihak pembeli tidak mengetahui adanya kerusakan atas obyek transaksi, baik ketika sedang melakukan akad atau sesudah menerima barang. Jika pihak pembeli mengetahui sebelumnya maka tidak adanya *khiyar* karena berarti telah pihak pembeli ridho.
- 4) Tidak ada persyaratan membebaskan pihak penjual dari cacat barang yang dijual (*bara'ah*), jika dipersyaratkan hak *khiyar* gugur.
- 5) Cacat masih tetap sama sebelum terjadinya pembatalan akad⁵⁹.

d. *Khiyar Ru'yah*

Khiyar ru'yah adalah hak bagi pembeli untuk membatalkan akad atau tetap melangsungkan ketika pihak pembeli melihat objek akad dengan syarat belum melihat objek ketika berlangsung akad atau sebelumnya

⁵⁷ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008, h.98

⁵⁸ Ahmad Wardi Muslih, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Amzah, 2010, h. 233

⁵⁹ Djuwaini, *Pengantar...*, h.99

pernah melihat dalam batasan waktu yang memungkinkan sudah terjadi batas perubahan atasnya.

Konsep *khiyar* ini disampaikan oleh ulama Hanafiyah, Hanabilah, Malikiyah, dan Dhahiriyah dalam kasus jual beli benda yang *ghaib* (tidak ada ditempat) maupun benda yang belum pernah diperiksa. Sedangkan menurut Imam Syafi'i *khiyar* ini tidak sah dalam proses jual beli dikarenakan menurut beliau jual beli pada barang yang *ghaib* sejak awal memang dianggap tidak sah. Syarat *khiyar ru'yah* ini bagi yang membolehkannya adalah sebagai berikut:

- 1) Objek (barang) yang akan ditransaksikan berupa barang yang secara fisik ada serta dapat dilihat. Dapat berupa harta tetap atau harta bergerak.
- 2) Barang yang ditransaksikan atau diperdagangkan dapat dibatalkan dengan mengembalikan saat transaksi.
- 3) Tidak melihat barang yang diperdagangkan ketika terjadi transaksi maupun sebelumnya. Sedangkan barang dagangan tersebut tidak berubah⁶⁰.

6. Produk Jual Beli dalam Ekonomi Islam

Kata Ekonomi berasal dari bahasa Yunani kuno (*Greek*) dari kata *oikonomeia* yang memiliki dua arti *oikos* dan *nomos*. *Oikos* berarti rumah tangga sedangkan *nomos* adalah aturan.⁶¹ Jadi, ekonomi mempunyai arti aturan yang mengatur untuk menyelenggarakan kebutuhan hidup insan dalam rumah tangga rakyat maupun rumah tangga negara.⁶²

Ekonomi Islam adalah sebuah ilmu pengetahuan dalam perkembangan aliran pemikiran Islam mulai awal abad 2 Hijriyah.⁶³ Ekonomi Islam menurut Yusuf Qardhawi yaitu ekonomi berdasarkan ketuhanan, yang memiliki arti bertitik tolak dari Allah, mempunyai tujuan akhir kepada Allah, serta memakai

⁶⁰ Sabiq, *Fiqh...*, h. 156-158

⁶¹ Taqyuddin An-Nabhani, *Pembangunan Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam*, Surabaya: Risalah Gusti, 1999, h. 47

⁶² Abdullah Zaky Al-Kaaf, *Ekonomi dalam Perspektif Islam*, Bandung: PT. Pustaka Setia Pertama Maret, 2002, h. 18

⁶³ Siti Mujibatun, *Prospek Ekonomi Syari'ah melalui Produk Mudharabah dalam Memperkuat Sektor Riil*, *Economica: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, Vol IV, Edisi 1, 2013, h. 141

sarana yang dapat dipisahkan dari syariat Allah.⁶⁴ Berikut ini adalah produk berbasis jual beli yang terdapat dalam Ekonomi Islam:

a. *Murabahah*

Jual beli *murabahah* merupakan akad jual beli untuk produk tertentu, dimana pedagang mengambil keuntungan dari produk yang dijualnya, sedangkan pembeli mengetahui harga pokok barang itu⁶⁵. Akad ini, pedagang menjual produk dengan menghendaki kelebihan atas harga beli dengan harga jual. Perbedaan itu disebut dengan keuntungan.

b. *Istishna*

Jual beli *istishna* merupakan kesepakatan atau akad dalam jual beli dalam bentuk pesanan pembuatan barang tertentu dengan standar dan persyaratan tertentu yang disetujui antara pihak pembeli dan penjual. Secara terminologi, *Istishna* yaitu suatu akad yang dilakukan oleh produsen dengan seorang yang memesan untuk mengerjakan sesuatu yang dipesan dinyatakan dalam perjanjian, yakni pemesan membeli sesuatu yang dibuat oleh produsen serta barang dan pengerjaan dari pihak produsen.⁶⁶

c. *Salam*

Jual beli *salam* merupakan akad jual beli barang yang dipesan antara pembeli dan pedagang. Ciri-ciri barang dan harga barang harus telah disepakati di awal akad. Sedangkan pembayaran atau pelunasan barang dilakukan di muka secara penuh⁶⁷. Jual beli salam berarti pembelian suatu barang yang pembayarannya dilakukan dimuka dan barang diserahkan di kemudian hari.

Dalam memakai akad ini, seharusnya menyebutkan deskripsi sifat dari objek jual beli yang mungkin dapat dijangkau oleh pihak pembeli, terlepas dari berupa barang yang ditakar, ditimbang, ataupun diukur. Dan juga disebutkan juga jenis dan semua spesifikasi yang melekat pada objek jual beli yang menyangkut kualitas maupun kuantitas.

⁶⁴ Yusuf, *Norma...*, h. 31

⁶⁵ Imam, *Fiqih...*, h. 57

⁶⁶ Muhammad Rizki Hidayah, *Analisis Implementasi Akad Istishna Pembiayaan Rumah*, Journal UHAMKA: Jurnal Ekonomi Islam, Vol 9, No 1, 2018, h. 4

⁶⁷ Saprida, *Akad Salam dalam Transaksi Jual Beli*, Jurnal Ilmu Syariah, Vol 4, No 1, 2016, h. 123

B. Jual Beli *Online*

1. Pengertian dan Konsep Dasar Jual Beli *Online*

Praktek jual beli *online* sekarang ini semakin populer, karena ditambah terdapatnya situs belanja *online* yang memudahkan pengguna untuk melaksanakan transaksi jual beli *online* semakin berkembang serta lebih beragam. Meskipun demikian, dalam sistem jual beli *online* produk atau barang yang ditawarkan hanyalah berupa tampilan *display* dan penjelasan deskripsi produk yang tidak dapat dipastikan keaslian atau kesesuaian produk yang ditawarkan.

Dalam menjelajah situs jual beli dalam internet, pembeli menyerupai orang yang berbelanja di sebuah pasar dengan melihat-lihat etalase (*display*) yang ditampilkan oleh masing-masing toko dan apabila menemukan sesuatu yang dibutuhkan maupun yang diinginkan maka pembeli dapat melakukan transaksi dengan penjual yang melakukan penawaran dalam situs tersebut yang diumpamakan sebuah pasar.

Secara terminologi jual beli merupakan pertukaran antara sesuatu dengan sesuatu yang lain⁶⁸. Sedangkan kata *online* berasal dari dua kata yang dari Bahasa Inggris, yaitu *On* yang berarti hidup atau dalam, dan *Line* yang berarti garis, saluran, jaringan, atau lintasan. Secara bahasa *online* dapat bermakna di dalam koneksi atau dalam jaringan. *Online* adalah keadaan yang terkait dengan jaringan internet. Pada saat *online* dapat melaksanakan aktivitas secara aktif internet sampai bisa menjalin komunikasi, baik menjalin komunikasi satu arah misalnya yaitu membaca sebuah artikel atau berita melalui *website* serta dapat menjalin komunikasi dua arah misalnya berbicara, *video call*, dan saling mengirim sebuah email.

E-commerce atau jual beli *online* merupakan sebuah tawaran salah satu produk internet yang berbasis sebuah *computer line* yang saling terkait antara pihak satu dengan yang lainnya. Dalam satu jaringan itu terdapat satu rangkaian banyak terminal komputer yang bekerja dalam sebuah sistem komunikasi elektronik⁶⁹.

Jual beli *online* yaitu salah satu kumpulan teknologi dinamis, aplikasi, serta, langkah-langkah bisnis yang menghubungkan sebuah organisasi,

⁶⁸ Syafe'i, *Fiqh...*, h. 73

⁶⁹ Imam Mustafa, *Fiqih Mu'amalah Kontemporer*, Jakarta: PT, Raja Frafindo Persada, 2016, h. 30

pembeli, maupun kelompok tertentu melalui proses transaksi elektronik berupa penjualan jasa atau informasi yang dilaksanakan melalui media elektronik⁷⁰. *E-commerce* merupakan sebuah pembelian, penjualan, serta permasalahan barang dan jasa internet yang meliputi transfer dana, pertukaran maupun pengumpulan data yang diatur dalam manajemen inventori otomatis⁷¹.

Jual beli *online* pihak penjual menawarkan terhadap produk untuk diperdagangkan melalui media elektronik dengan memasukan penawaran tersebut ke dalam situs, baik situs yang penjual kelola sendiri atau memasukkan penawaran dalam situs lain. Pihak pembeli dapat dengan bebas memilih produk yang akan dibeli sesuai dengan kebutuhan maupun keinginan pembeli.

Jual beli *online* telah mengubah perilaku penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi dimulai dari menawarkan produk hingga melakukan transaksi jual beli. Seluruh kegiatan dilaksanakan tanpa batas waktu dan ruang (jarak). Karena dilakukan tanpa bertatap muka secara langsung.⁷²

Dalam mencari situs jual beli *online*, pembeli seperti orang yang membeli di sebuah pasar dengan melihat etalase (*display*) yang dipajang oleh masing-masing toko dan jika memperoleh sesuatu yang dibutuhkan maupun yang diinginkan maka pembeli dapat melakukan jual beli dengan penjual yang menawarkan dalam situs *online* yang di umpamakan seperti pasar.

Dari penjelasan-penjelasan di atas, dapat dikatakan bahwa jual beli *online* adalah suatu perjanjian atau persetujuan yang saling mengikat (akad) melalui sebuah jaringan internet antara pihak pedagang dengan pembeli. Jual beli *online* melalui internet tidak adanya kontak langsung antara penjual dan pembeli. Hanya Dilaksanakan melalui internet yang memanfaatkan *handphone*, laptop, dan sebagainya.

2. Subjek dan Objek dalam Jual Beli *Online*

Penjual dan pembeli dalam transaksi jual beli *online* tidak bertemu langsung dalam satu tempat melainkan hanya melalui jaringan yang

⁷⁰ Onno W Purbo dan Anang Arief Wahyudi, *Mengenal e-Commerce*, Jakarta: Alex Media Computendo, 2000, h.13

⁷¹ Jony Wong, *Internet Marketing for the Beginer*, Jakarta: Kompas Gramedia, 2010, h.23

⁷² Naili Saadah, *Perencanaan Keuangan Islam Sederhana dalam Bisnis E-Commerce pada Pengguna Online Shop*, *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 9, No 1, 2018, h. 112

terkoneksi. Namun tidak berbeda dengan jual beli pada umumnya yang menjadi subjek dalam transaksi jual beli *online* yaitu pihak penjual sebagai pelaku usaha dan pihak pembeli sebagai konsumen.

Sedangkan yang menjadi objek dalam transaksi jual beli *online* ini adalah barang yang di beli pihak konsumen tetapi barang tersebut tidak dilihat secara langsung. Hal ini berbeda dengan jual beli pada umumnya yang dapat bertemu atau berpapasan antara kedua belah pihak dan dapat melihat objek jual beli langsung.

3. Syarat Jual Beli Online

Syarat terdapat produk dan uang sebagai pengganti harga barang, maka dalam transaksi jual beli *e-commerce* atau jual beli *online* tidak dapat dilakukan secara langsung dalam dunia nyata. Objek transaksi dalam online biasanya hanya berupa gambar visualisasi (foto atau video) dalam hal wujud dan bentuk barang. Dengan begitu dapat menunjukkan barang aslinya serta dijelaskan spesifikasi sifat dan jenis objek transaksi. Pembeli dapat memilih barang sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan dengan bebas. Mengenai penyerahan uang pengganti barang atau sistem pembayaran pada umumnya dilakukan dengan cara mentransfer⁷³.

Berikut ini merupakan syarat-syarat mendasar dalam jual beli *online* adalah:

- a. Tidak melanggar ketentuan syariat agama Islam, seperti transaksi bisnis yang dilarang, terjadinya penipuan, terjadinya kecurangan, monopoli, dan lain-lain.
- b. Terdapat kesepakatan perjanjian (akad) antara pihak yang bertransaksi (penjual dan pembeli) apabila terjadi sesuatu yang tidak diinginkan antara melanjutkan akad atau membatalkan akad.
- c. Terdapat aturan, kontrol, dan sanksi hukum yang tegas dan jelas dari lembaga maupun pemerintah untuk menjamin bolehnya melakukan transaksi *online* bagi masyarakat⁷⁴.

⁷³ Mustafa, *Fiqih...*, h. 45

⁷⁴ Muhammad Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2004, h.

4. Jenis Transaksi Jual Beli Online

Berikut ini adalah beberapa jenis transaksi yang digunakan oleh konsumen jual beli *online*:

a. *Cash On Delivery* (COD)

Cash On Delivery (COD) dapat dilakukan melalui dua cara yaitu melalui bayar langsung ke pihak penjual atau membayar melalui jasa kurir (*Delivery Service*). Cara membayar langsung ke pihak penjual adalah pihak penjual dan pihak pembeli memutuskan untuk bertemu di tempat yang disepakati untuk melakukan transaksi sehingga pihak pembeli bisa memeriksa keadaan barang yang diperjualbelikan apakah sesuai yang dideskripsikan oleh pihak penjual, setelah disetujui produk yang diperjualbelikan kemudian penjual dapat menerima pembayaran secara langsung dari pihak pembeli.

Pihak penjual serta pihak pembeli saling setuju untuk memakai layanan jasa kurir ekspedisi untuk mengantarkan suatu produk dari tangan penjual ke pembeli. Kemudian pembeli membayar sejumlah uang sesuai dengan harga yang disepakati melalui layanan kurir ekspedisi.

b. *Debit On Delivery* atau *Credit On Delivery*

Tidak hanya transaksi melalui COD ada juga transaksi melalui cara *debit on delivery* merupakan dimana pembeli melakukan transaksi dengan cara memakai kartu debit. Konsumen menggesek secara tunai kepada agen pengiriman sesudah memperoleh pesanan atau dapat juga memakai kartu kredit dengan cara melakukan transaksi seperti kartu debit.

c. Menggunakan Transfer Rekening Bank

Pembayaran dapat dibayarkan menggunakan transfer uang antar bank. Konsumen dapat melakukan transfer uang dengan melalui teller yang ada di bank, juga dapat lewat Anjungan Tunai Mandiri, dan juga pihak konsumen dapat melakukan transfer antar bank dengan cara internet *banking* atau *m-banking* adalah metode transfer ke rekening lain menggunakan bantuan internet.

d. Menggunakan Dompot Virtual

Merupakan tempat menyimpan sejumlah uang di penyimpanan elektronik cara kerjanya sama seperti menggunakan kartu debit. Selain itu punggungnya dapat menggunakan untuk menyimpan hasil penjualan serta

sebuah transaksi. Terdapat berbagai dompet virtual misalnya adalah Paypal, Dana, Gopay, Shopeepay, dll.

e. Menggunakan *Escrow Account* atau *Escrow Service*

Merupakan sebuah salah satu cara pembayaran pihak penjual maupun konsumen lewat pihak ketiga. Yang mana pihak konsumen akan mentransferkan uang ke rekening agen elektronik. Setelah itu, agen elektronik akan mentransferkan kepada pihak penjual. Istilah ini juga sering disebut dengan rekber (Rekening Bersama). Rekber merupakan suatu organisasi atau perusahaan yang memiliki peran sebagai pihak ketiga atau delegasi dalam transaksi *online*.

Mekanismenya yaitu konsumen dan penjual saling setuju memilih rekber tertentu kemudian pihak pembeli membayar pembayaran ke rekber. Kemudian rekber memberikan pemberitahuan kepada pihak penjual bahwa konsumen sudah mengirimkan uang pembayaran produk. Kemudian penjual mengirimkan produk atau barang kepada pembeli melalui layanan kurir. Setelah barang diterima pihak pembeli, pembeli mengonfirmasikan atau membritahukan pihak rekber. Kemudian rekber mentransferkan uang pembayaran ke pihak penjual⁷⁵.

C. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Istilah etika dalam Islam yang paling dekat adalah *khuluq* yang tertera dalam QS. Al-Qalam ayat 4:

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ

Artinya: dan sesungguhnya Engkau (Nabi Muhammad) benar-benar berbudi pekerti yang agung. (QS. Al-Qalam: 04)⁷⁶

Jika ditelusuri lebih dalam, ternyata dalam Al Quran juga menggunakan istilah lain untuk menggambarkan konsep kebaikan antara lain *birr* (kebenaran), *khayr* (kebaikan), *haqq* (kebenaran dan kebaikan), *taqwa* (ketaqwaan), *ma'ruf* (mengetahui), *'adl* (kesetaraan dan keadilan). Tindakan terpuji adalah *salihat* sedangkan tindakan tercela adalah *sayyi'at*.

⁷⁵ Muhammad Rizki Romdhon, *Jual Beli Online menurut Madzhab Asy-Syafi'i*, Tasikamlaya: Pustaka Cipasung, 2015, h. 96-99

⁷⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an...*, h. 960

Etika secara teoritis berasal dari kata Yunani *ethos* yang berarti kebiasaan atau adat istiadat. Berarti etika berisi nilai dan norma-norma konkret yang menjadi pegangan hidup dalam menjalani aktivitas kehidupan manusia yang di dalamnya mengandung setiap perintah dan larangan lebih mengikat masing-masing individu yang bersifat faktual⁷⁷.

Dalam KBBI etika adalah suatu ilmu tentang asas-asas akhlak⁷⁸. Secara umum istilah etika sering disamakan dengan moral. Padahal moral dan etika dua hal yang berbeda, walaupun keduanya sama-sama menyangkut baik dan buruk. Etika dalam bahasa Inggris berarti tata susila pula berasal dari kata *Ethics* sedangkan moral artinya kebiasaan (*habits*) yang berasal dari kata *mores*⁷⁹. Sedangkan bisnis adalah suatu organisasi atau sistem ekonomi yang melakukan aktivitas untuk menghasilkan atau menjual barang dan jasa untuk mendapatkan *profit* dalam memenuhi kebutuhan suatu masyarakat.

Etika bisnis merupakan suatu pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas disini adalah pemikiran baik dan buruk, benar dan salah, terpuji dan tercela, wajar dan tidak wajar, pantas dan tidak pantas dari perilaku seseorang dalam bekerja atau bisnis⁸⁰.

Sedangkan etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan suatu bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai dalam agama Islam, sehingga dalam pelaksanaan bisnis tidak terjadi kekhawatiran dikarenakan sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik serta benar⁸¹.

Al-Quran telah menegaskan bahwa bisnis itu adalah suatu tindakan yang halal dan diperbolehkan. Perdagangan yang jujur dan bisnis yang transparansi yang sangat dihargai, dianjurkan, dan disarankan⁸². Hal ini terdapat dalam Al-Qur'an QS. At-Taubah ayat 111

إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَىٰ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنَّ لَهُمُ الْجَنَّةَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعَدًّا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ أَوْفَىٰ بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بِّبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ

⁷⁷ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Jakarta: Penebar Plus, 2012, h. 13-15

⁷⁸ Tri Rahman, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya: Karya Agung, 2011, h.129

⁷⁹ Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Bandung: Alfabeta, 2011, h.24

⁸⁰ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2007, h. 70

⁸¹ Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi Islam dalam Perspektif Hadis Nabi*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015, h. 32

⁸² Muhammad Djakfar, *Agama, Etika, dan Ekonomi*, Malang: UIN-Maliki Press, 2014, h.147

Artinya : “Sesungguhnya Allah membeli dari orang-orang mukmin, baik diri maupun harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka. Mereka berperang di jalan Allah. Sehingga mereka membunuh ataupun terbunuh, (sebagai) janji yang benar dari Allah di dalam Taurat, Injil, dan Al-Qur'an. Dan siapakah yang lebih menepati janjinya selain Allah? Maka bergembiralah dengan jual beli yang telah kamu lakukan itu, dan demikian itulah kemenangan yang agung.”⁸³

Pada ayat di atas manusia memiliki kebebasan dalam melakukan usaha akan tetapi mereka tetap terikat terhadap norma-norma yang telah ditentukan supaya hasil dari suatu bisnis yang diusahakan menjadi halal dan berkah karena prosedur memperolehnya sah menurut Al-Quran. Adanya arti penting agar dalam menjalankan suatu aktivitas harus memperhatikan keadilan, menghindari riba, terbuka, dan lain sebagainya yang dapat menciderai nilai etika yang harus dijunjung tinggi⁸⁴.

Dalam etika bisnis Islam, proporsi baik dan buruk adalah bersifat mutlak, yang berpedoman Al-Quran dan Hadis Nabi Muhammad saw. Dilihat dari segi pelajaran yang mendasar, etika Islam termasuk dalam Etika Theologis. Sebagaimana pandangan menurut Hamzah Ya'qub yang menjadi proporsi etika Theologis adalah baik dan buruknya perbuatan insan didasarkan atas ajaran Tuhan. Setiap perbuatan yang diperintahkan oleh Tuhan merupakan perbuatan yang baik dan segala perbuatan yang dilarang merupakan perbuatan yang buruk, semua sudah digambarkan dalam kitab suci. Etika Islam mengajarkan setiap individu untuk bekerjasama, saling tolong menolong, dan menghindari rasa iri, dengki, serta dendam⁸⁵.

Mempelajari etika dalam ekonomi menurut Al-Quran adalah sebagian normatif dari ilmu ekonomi. Pebisnis muslim individu maupun kelompok disatu sisi diberikan kebebasan mencari keuntungan sebesar-besarnya namun, disisi lain terikat dengan iman dan etika. Sehingga tidak sepenuhnya bebas membelanjakan hartanya.

⁸³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an...*, h. 299

⁸⁴ Muhammad Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2004, h. 44

⁸⁵ Yusuf, *Norma...*, h. 58

2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Keberkahan usaha dalam Islam adalah kemantapan dari usaha itu dengan mendapatkan profit sesuai dengan perintah oleh Allah SWT. Oleh karena itu, ketentuan guna mendapatkan keberkahan atas nilai utama seorang pebisnis patut memedulikan beberapa prinsip etika bisnis yang sudah ditetapkan dalam Islam, yaitu:

a. Persatuan (*Unity*)

Kesatuan ini memiliki makna bahwa sumber utama etika bisnis Islam merupakan kepercayaan murni dan total terhadap ke-Esaan Allah. Hal ini terbukti dengan memperlihatkan dimensi tegak-lurus Islam yang menyangkutpautkan organisasi-organisasi sosial yang telah dibatasi sesuai dengan Dzat-Nya tidak terbatas. Hubungan vertikal ini merupakan bentuk penyerahan diri manusia secara total tanpa adanya ketentuan di depan Allah, dengan membuat tekad, keinginan, dan perbuatannya tunduk pada perintah Allah swt.

Penerapan konsep ini adalah tidak berbuat diskriminatif terhadap pesaing lain, pemasok, pembeli atas dasar ras, warna kulit, jenis kelamin, agama. Terpaksa atau dipaksa untuk melakukan praktek-praktek bisnis karena dia hanya takut kepada Allah SWT, serta tidak menimbun kekayaan dengan penuh tamak karena konsep amanah sangat penting bagi seorang muslim dan semua harta kekayaan hanya bersifat sementara maka harus dengan bijaksana.

b. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Selama berkegiatan di dunia bisnis serta kerja, Islam menetapkan untuk berlaku seimbang, tidak terkecuali pada pihak yang tidak disenangi. Penafsiran adil atau seimbang dalam agama Islam diarahkan supaya hak seseorang, lingkungan sosial hidup, alam semesta, hak Allah dan juga Rasul (Nabi Muhammad) agar ditempatkan sebagaimana semestinya (sesuai ketentuan syariah). Tidak berpihak pada satu hak di atas, lantaran bisa memasukkan orang itu dapat menempatkan seseorang itu terhadap kezaliman. Karena seseorang yang berbuat adil akan lebih mendekatkan terhadap ketakwaan, karena itu dalam perdagangan agama Islam mngharamkan umatnya untuk mencurangi walaupun hanya sekedar

membawa barang pada situasi yang dapat menumbuhkan keraguan sekalipun.

Implementasi konsep keseimbangan ini misalnya adalah Allah memperingatkan pelaku bisnis muslim untuk menyempurnakan proporsi timbangan dalam transaksi jual beli. Lagi pula, agama Islam perlu mengendalikan kecenderungan sikap yang rakus atau tamak seorang individu dan kecintaannya guna mempunyai sesuatu yang tidak diperlukan.

c. Kebebasan (*Free Will*)

Dalam perspektif Islam, seseorang diberikan kemungkinan untuk memilih dan berkehendak diantara opsi yang bermacam-macam, kebebasan yang dimiliki oleh Allah. Dalam nilai etika bisnis Islam Kebebasan merupakan bagian penting, namun kebebasan tersebut tidak membuat kerugian kepentingan orang banyak atau kelompok. Kepentingan pribadi dibuka sangat lebar. Karena tidak terdapat pembatas yang membatasi gaji bagi individu sehingga mendorong seseorang untuk aktif dalam bekerja maupun membuat karya dengan segala kemampuan dan bakat yang dimiliki seseorang. Keinginan manusia untuk terus-menerus memenuhi kebutuhannya sendiri yang tidak terbatas, dibatasi dengan adanya kewajiban masing-masing orang terhadap sosial masyarakatnya melalui zakat, infak, dan sedekah.

Penerapan konsep ini dalam etika bisnis Islam adalah insan mempunyai kebebasan membuat kontrak untuk mempertahankannya atau untuk melanggarnya.. Tetapi seorang muslim akan menepati semua kontrak yang telah dibuat apabila dia telah memberikan hidupnya kepada kehendak Allah swt.

d. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Merupakan kewajiban tunggal begitu krusial dalam ajaran Islam. Apalagi jika itu tergantung pada kebebasan ekonomi. Pengakuan atas aturan prinsip tanggung jawab individu menyiratkan bahwa setiap individu akan dihakimi secara eksklusif di kemudian hari. Setiap orang memiliki hubungan langsung dengan Allah. pengampunan harus diminta secara langsung dari Allah. Setiap perorangan memiliki hak penuh untuk mendapatkan bimbingan dari sumber agama Islam (Al-Quran dan Sunnah)

guna kepentingannya pribadi. Setiap individu harus menggunakan hak ini, karena itu adalah landasan untuk melaksanakan tanggung jawabnya kepada Allah swt⁸⁶.

Implementasi prinsip tanggung jawab dalam etika bisnis Islam seperti apabila ada pebisnis muslim berperilaku secara tidak etis, dia tidak dapat menyalahkan tindakannya pada persoalan tekanan bisnisnya ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang atau individu juga berperilaku tidak etis. Dia harus menanggung tanggung jawab yang besar atas segala perilaku yang dia perbuat.

e. Kebenaran, Kebajikan, dan Kejujuran (*Truth, Goodness, and Honesty*)

Al-Qur'an menerapkan prinsip kebajikan, kebenaran, serta kejujuran dalam suatu bisnis. Maka bisnis tersebut secara tidak langsung akan menumbuhkan ikatan persaudaraan. Persaudaraan dalam hubungan kerja antara pihak yang mempunyai kepentingan berbisnis untuk saling menghasilkan menguntungkan, tanpa adanya kerugian dan perasaan menyesal sedikitpun. Sehingga, keseluruhan proses bisnis akan dilaksanakan tanpa terdapat rekayasa dan secara transparan. Prinsip kebenaran berdasarkan dua arti yaitu kejujuran dan kebajikan secara pasti dan jelas sudah diteladankan oleh Nabi Muhammad SAW yang merupakan seorang pelaku bisnis atau pedagang yang sukses pada masanya. Dalam menjalankan bisnis, nabi tidak pernah sekalipun melakukan penipuan, kebohongan, ataupun menyembunyikan kecacatan barang⁸⁷.

⁸⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN-Malang Press, 2007, h. 16-21

⁸⁷ Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi Al-Qu'an tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002, h. 19-20

BAB III

GAMBARAN UMUM *MARKETPLACE ONLINE SHOPEE*

A. Sejarah dan Profil *Marketplace Online Shopee*

Shopee adalah aplikasi *marketplace online* yang berguna untuk melakukan aktivitas jual beli yang menggunakan akses internet melalui smartphone maupun komputer dengan cepat dan mudah. Aplikasi ini membuat penawaran berbagai macam produk dimulai dari *trend* pakaian hingga kebutuhan sehari-hari lainnya.



Gambar 1.1. Logo Shopee

Sumber :<https://shopee.co.id/shopeeid>

Logo Shopee tersendiri diwarnai dengan warna oren (jingga) yang diartikan sebagai warna yang hangat, memiliki daya tarik, serta meningkatkan daya minat pembeli. Gambar keranjang berarti menandakan keranjang belanja dan huruf S merupakan simbol dari Shopee.

Shopee didirikan oleh Chris Feng yang merupakan mantan pekerja di perusahaan Lazada dan Zalora. Penyelenggara dan ketua perusahaan ini sangat sukses setelah meninggalkan dari organisasi Lazada dan Zalora. Bahkan saat ini perusahaan Shopee justru mengungguli perusahaan Lazada dan Zalora.

Perusahaan Shopee merupakan bagian dari Sea Group yang berasal dari Singapura. Lokasinya adalah di 1 Fusionopolis Place, #17-10, Galaxis, Singapore 138522. *Marketplace online* Shopee diluncurkan secara bersamaan di tujuh negara Asia pada tahun 2015. Negara tersebut adalah negara Singapura, negara Malaysia, negara Thailand, negara Taiwan, negara Indonesia, negara Vietnam, dan negara Filipina. *Marketplace* ini mempunyai tujuan yaitu untuk meningkatkan kepuasan pribadi dari pengusaha (pedagang) kecil dan konsumen melalui cara memanfaatkan kemajuan teknologi⁸⁸.

⁸⁸ https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee_Indonesia, diakses pada 4 Mei 2021 pukul 15.30 WIB

Shopee menciptakan *platform* yang memfasilitasi bertemunya antara penjual dan pembeli. Sehingga memberikan kemudahan dalam berbelanja yang dapat diakses melalui smartphone ataupun laptop. Dapat menggunakan aplikasi yang dapat diunduh melalui Playstore dan AppStore atau juga dapat mengunjungi website Shopee <https://shopee.co.id>.

Hingga quarter 4 pada tahun 2020 jumlah pengunduh aplikasi ini berdasarkan hasil survey iPrice menduduki peringkat pertama dengan jumlah pengunduh paling banyak diantara aplikasi *marketplace online* lainnya. Pengunjung *web* pada quarter 4 tahun 2020 lebih banyak daripada quarter 3. Lonjakan pengunjung cukup signifikan yaitu pada quarter 3 pengunjung bulanan sebanyak 96.532.300, sedangkan pada quarter 4 berjumlah 129.320.800 pengunjung setiap bulannya⁸⁹.

Marketplace online Shopee mulai masuk di Negara Indonesia pada akhir bulan Mei 2015 serta beroperasi mulai akhir bulan Juni 2015. Kantor Shopee di Indonesia terletak di Wisma 77 Tower 2, di Jalan Letjen. S. Parman, Palmerah, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11410, Indonesia.

Shopee percaya bahwa perusahaannya dapat membawa perubahan yang lebih baik dengan cara memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini. Seperti halnya menciptakan *platform* untuk memfasilitasi bertemunya antara penjual (pedagang) dan pembeli. Sehingga dapat tercipta belanja yang menyenangkan dan juga mudah. Nantinya *marketplace* Shopee menjadi pilihan *e-commerce* di Asia Tenggara dan Taiwan.

B. Visi dan Misi Shopee

1. Visi

Menjadi *mobile marketplace* nomor 1 di Indonesia

2. Misi

Mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia

C. Prosedur Mendaftar sebagai Pengguna Shopee

Proses pendaftaran pengguna aplikasi Shopee dapat melalui *handphone* atau menggunakan laptop. Dapat menggunakan nomor hp, alamat email, ataupun menggunakan akun Facebook. Untuk menjadi seorang member (pengguna Shopee)

⁸⁹ <https://www.google.com/amp/s/iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/> Diakses pada 5 Mei 2021 pukul 23.00 wib

diperlukan beberapa langkah yang harus dilakukan. Langkah-langkah tersebut adalah sebagai berikut:

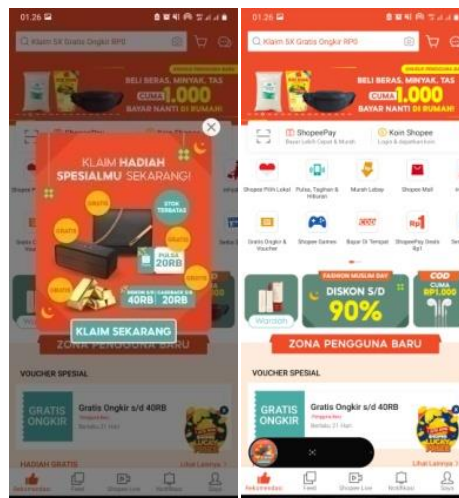
1. Carilah aplikasi Shopee pada Playstore atau App Store apabila menggunakan *smartphone*, kemudian unduh serta instal aplikasi.



Gambar 2.1 Shopee di Play Store

Sumber: <https://play.google.com/store>

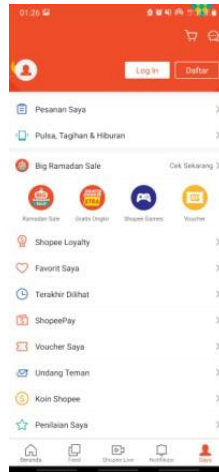
2. Setelah aplikasi Shopee terinstal kemudian buka aplikasinya



Gambar 2.2 Halaman Awal Shopee

Sumber: <https://shopee.co.id/shopeeid>

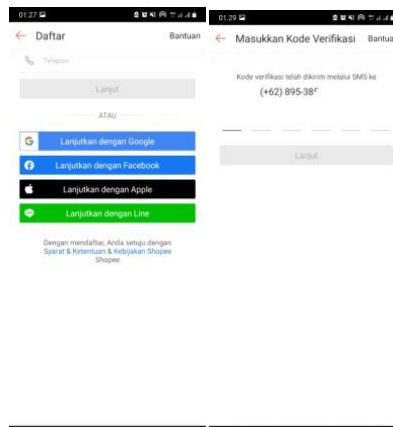
3. Kemudian klik Daftar dan lakukan Daftar. Daftar bisa dilakukan melalui nomor telepon, Facebook, atau E- mail.



Gambar 2.3 Halaman Register Pengguna Shopee

Sumber: <https://shopee.co.id/shopeeid>

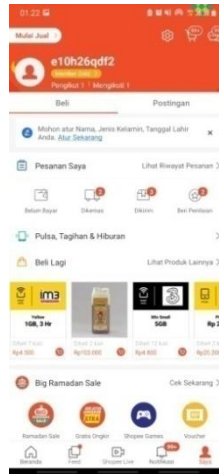
4. Pilihlah salah satu cara untuk register. Seperti melalui nomer telepon, masukkan nomer telpon kemudian ketik kode verifikasi yang dikirimkan lewat sms. Kemudian buat password.



Gambar 2.4 Halaman Register No HP Pengguna Shopee

Sumber: <https://shopee.co.id/shopeeid>

5. Sesudah melakukan pendaftaran, secara otomatis sudah menjadi member (pengguna) *marketplace online* Shopee. Setelah itu dapat memilih apakah akan menjadi *seller* atau hanya menjadi seorang konsumen di *marketplace* Shopee.



Gambar 2.5 Halaman Profil Member Shopee

Sumber: <https://shopee.co.id/shopeeid>

D. Proses Transaksi di *Marketplace* Shopee

1. Berbelanja

- a. Sebelum berbelanja produk yang ada di Shopee ada beberapa hal yang perlu diketahui oleh calon pembeli (pengguna). Telusuri berbagai klasifikasi dan sub-kelas atau menggunakan fitur cari yang ada pada bagian atas halaman depan. Pada halaman barang calon pembeli dapat menghubungi penjual dengan menekan simbol chat dan dapat juga melakukan penawaran⁹⁰.
- b. Klik “Beli Sekarang” produk tersebut otomatis akan masuk ke dalam keranjang, pilihlah produk yang diinginkan, setelah itu kemudian klik *checkout* barang yang telah dipilih. Kemudian masukkan alamat pengiriman produk, opsi jasa pengiriman, masukkan voucher Shopee (apabila mempunyai voucher), pilih metode pembayaran, kemudian klik “Buat Pesanan”.

2. Pembayaran

- a. Kartu Kredit, merupakan pembayaran dengan menggunakan kartu yang diproses melalui saluran pembayaran pihak lain dan jenis kartu kredit yang diakui dapat berfluktuasi tergantung pada lokasi (aturan) tempat pembeli ditemukan. Pembayaran menggunakan kartu kredit dapat dilakukan dengan minimal belanja sebesar Rp. 500.000.
- b. Transfer Bank, pembeli dapat menggunakan pembayaran lewat ATM (Anjungan Tunai Mandiri) atau transfer lewat *virtual account* (dicek

⁹⁰ Dyah Ayu Minurha, Skripsi: *Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli dalam Marketplace Online Shopee di Kalangan Mahasiswa UINSA Surabaya*, Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018, h. 69-70

- otomatis). Dengan batas waktu 24 jam setelah pemesanan. Pembeli harus menyertakan bukti transfer pembayaran kepada pihak Shopee untuk keperluan verifikasi melalui “Unggah Bukti Pembayaran”.
- c. ShopeePay, merupakan fitur layanan uang elektronik yang Shopee punya. Fitur ini dapat digunakan untuk metode pembayaran transaksi *online* maupun *offline* yang disediakan oleh *merchant* ShopeePay. *Top up* ShopeePay maksimal Rp. 2.000.000 untuk pengguna dengan akun yang belum diverifikasi dan Rp. 10.000.000; untuk akun yang telah diverifikasi. Selain itu, fitur ini dapat transfer saldo ke pengguna ShopeePay yang lain. Fitur ini disediakan oleh PT AirPay International Indonesia sesuai dengan ketentuan, syarat, dan juga kebijakan penggunaan layanan ini yang telah ditentukan oleh PT AirPay. Pembayaran dengan menggunakan ShopeePay dapat dilakukan paling lambat 3 jam setelah pemesanan produk.
 - d. *Cash On Delivery* (COD), merupakan layanan yang diberikan oleh Shopee supaya konsumen bisa membayar secara *cash* kepada jasa pengiriman sesudah menerima produk yang dibeli. Metode pembayaran ini hanya dapat dilakukan pada toko yang telah mengaktifkan *Cash On Delivery* dan berdasarkan jasa kirim yang digunakan.
 - e. Pembayaran melalui Alfamart, Alfamidi, Dan+Dan, Indomart, maupun i.Saku, pembayaran dengan metode ini setelah “Buat Pesanan” maka pengguna (pembeli) akan menerima kode. Kode tersebut kemudian digunakan untuk melakukan pembayaran di salah satu yang dipilih (Alfamart, Alfamidi, Dan+Dan, Indomart, i.Saku). Setelah melakukan pembayaran kemudian barang akan dikirimkan oleh penjual. Pembayaran menggunakan metode ini dikenakan biaya penanganan sebesar Rp. 2.500
 - f. Metode pembayaran yang lain, seperti yang ditertera di Situs Shopee. Pembeli dapat mengubah metode pembayaran yang lain sebelum melakukan pembayaran. Shopee tidak bertanggungjawabkan dan tidak mempunyai kewajiban sama sekali atas segala musibah atau kerugian yang ditimbulkan dari informasi atau data pengiriman dan atau informasi pembayaran yang dimasukkan oleh konsumen atau pengiriman uang yang salah oleh konsumen yang berhubungan dengan pembayaran untuk produk yang dibeli.⁹¹

⁹¹ Syarat Layanan, <https://shopee.co.id/shopeeid> Diakses pada 2 Mei 2021 pukul 10.00 WIB

3. Biaya

Biaya pada *Marketplace* Shopee sebenarnya sudah tertulis dalam “Layanan Shopee”. Biaya ini bertujuan untuk pemeliharaan sistem serta meningkatkan layanan. *Marketplace* Shopee membebaskan tarif penanganan untuk semua transaksi berhasil yang diselesaikan melalui kartu kredit maupun kartu debit, melalui Alfamart ataupun indomart yang biasa disebut dengan biaya penanganan. Biaya penanganan ditanggung oleh konsumen serta dapat dihitung sebagai berikut dengan penyesuaian rupiah terdekat.

No	Metode Pembayaran	Biaya Penanganan (Termasuk PPN)
1.	Kartu debit/kartu kredit	0%
2.	COD	2% untuk pembeli biasa 9% untuk <i>dropshipper</i>
3.	Pembayaran Kredivo	1,5%
4.	Pembayaran Akulaku	1,5%
5.	Pembayaran Alfamart	Rp. 2.500; per <i>check out</i>
6.	Pembayaran Indomaret	Rp. 2.500; per <i>check out</i>
7.	Cicilan Kartu Kredit (3 bulan)	2,5%
8.	Cicilan Kartu Kredit (6 bulan)	3,5%
9.	Cicilan Kartu Kredit (12 bulan)	6%
10.	Cicilan Kartu Kredit (18 bulan)	8%
11.	Cicilan Kartu	10%, (Pengecualian: 1,5% Bank

	Kredit (24 bulan)	BTN dan Bank Mandiri
12.	<i>Virtual Account</i>	Rp. 1.000;
13.	Transfer Bank (Dicek Manual)	Rp. 1.000;
14.	Shopeepay	0%

Tabel 1.1 Biaya Transaksi

Sumber: Syarat Layanan Shopee <https://shopee.co.id/shopeeid>

Jika ada biaya tambahan yang harus dibayarkan, seluruhnya akan dikenakan PPN (Pajak Penghasilan) dan pajak lainnya yang diberlakukan. Semua *seller* bertanggung jawab atas pajak tersebut. Penjual mengetahui dan menyetujui bahwa Shopee bisa memotong biayanya serta setiap pajak yang berlaku dari Uang Pembelian Pembeli. Shopee harus memberikan tanda terima (faktur) untuk biaya dan pajak yang dibayarkan oleh *seller* atas permintaan.

4. Pengiriman

Jual beli secara *online* memerlukan jasa kurir pengiriman sebagai kontak yang menghubungkan atau pengirim produk diantara *seller* dan konsumen. Jasa pengiriman yang dipercaya pada situs *online* Shopee diantaranya adalah J&T Express, J&T Economy, J&T Jemari, Shopee Express Standard, Shopee Xpress Hemat, Shopee Express Sameday, Shopee Express Instant, Ninja Xpress, ID Express, JNE Reguler, JNE YES, JNE Trucking (JTR), Anteraja, SiCepat REG, Sicepat Express, GoSend Instant, Gosend Sameday, GrabExpress Sameday, dan GrabExpress Instant.

Demi keamanan pengiriman untuk barang elektronik maupun barang yang mudah pecah terdapat juga layanan asuransi untuk menjamin keamanan produk sampai ke alamat tujuan. Tentunya layanan jasa asuransi ini membutuhkan biaya tambahan.

Di *marketplace* Shopee pembeli dapat memeriksa barang yang telah dikirim maupun yang belum melalui menu akun “Saya” pada bagian “Pesanan Saya”. Jika terdapat tulisan masih dikemas, yang berarti belanjaan belum dikirimkan penjual ke jasa pengiriman. Pembeli juga dapat memeriksa posisi (keberadaan) barang yang telah dikirimkan melalui jasa pengiriman. Caranya yaitu cek

langsung melalui situs resmi yang digunakan oleh jasa pengiriman dengan cara memasukkan nomer resi produk yang tertera di Shopee.

E. Klaim (Pengembalian) Produk atau Dana

Klaim Pengembalian merupakan suatu Garansi yang diberikan Shopee kepada pihak pembeli. Klaim ini sangat berguna bagi pembeli dikarenakan konsumen dapat merasa aman apabila ada penjual yang mengirimkan produk tidak sesuai dengan yang tercantum dalam deskripsi.

Konsumen dapat mengajukan pengembalian produk dan dana karena berbagai alasan. Konsumen dapat memilih untuk menerima alasan yang dikomplainkan seperti pembeli tidak mengirimkan barang dalam 5 hari, ada kesalahan produk, atau yang lain sebagainya beserta buktinya, kemudian pembeli apabila menyetujui akan dikirimkan kembali atau segera mengembalikan dana ke pembeli tanpa pengembalian barang.

Klaim Pengembalian terdapat proses yang cukup panjang. Pertama kali membuat atau memvideo *unboxing* dan juga foto barang yang telah terima untuk digunakan sebagai bukti. Kemudian klik tombol Rincian Pesanan dan setelah itu mengklik Ajukan Pengembalian yang ada di pojok kiri bawah. Kemudian memilih alasan kenapa mengajukan pengembalian disertai bukti juga. Kemudian saya klik kirimkan. Pengajuan pengembalian barang atau dana tidak langsung disetujui karena harus menunggu persetujuan dari *seller*. Jika *seller* atau penjual tidak setuju atau tidak merespon maka ajukan tersebut dapat di ajukan ke pihak Shopee. Disini Shopee sebagai penengah antara penjual dan pembeli. Masing-masing antara mereka mengirimkan bukti. Kemudian akan diambil solusi yang tidak merugikan salah satu pihak⁹².

F. Review Konsumen (Nilai Produk) Marketplace Online Shopee

Penilaian produk merupakan kumpulan berupa penilaian dan ulasan pembeli pada produk (barang) tertentu setelah pesanan produk diselesaikan. Nilai produk digunakan untuk mengukur kepuasan pembeli atas pembelian serta pengalaman berbelanja. Hal ini penting bagi calon pembeli yang akan membeli suatu produk sebagai referensi atau sebagai patokan untuk mengetahui apakah produk tersebut memenuhi ekspektasi atau tidak bagi calon pembeli.

Penilaian produk memiliki skala 1 sampai 5 bintang, dengan 5 bintang sebagai yang terbaik. Apabila pembeli merasa puas maka akan memberikan penilaian bintang

⁹² Wawancara dengan Nurul Hudallah, Konsumen di *Marketplace Online* Shopee, 4 Juni 2021 pukul 08.00

5. Apabila kurang puas pembeli dapat memberikan penilaian bintang 4 bahkan jika pembeli kecewa dapat memberikan bintang 1. Pembeli dapat melihat penilaian produk di halaman rincian produk atau di halaman hasil pencarian⁹³.

Cara memberikan penilaian terhadap barang yang sudah dibeli adalah setelah pesanan selesai (sudah diterima). Klik tombol Nilai kemudian berikan bintang dari 1-5, bila ingin menambahkan foto atau video tinggal klik Tambah Foto atau Tambah Video. Kemudian memberikan ulasan, kritik, maupun saran pada kolom yang disediakan. Kemudian klik Kirim yang berada di pojok kanan atas⁹⁴.

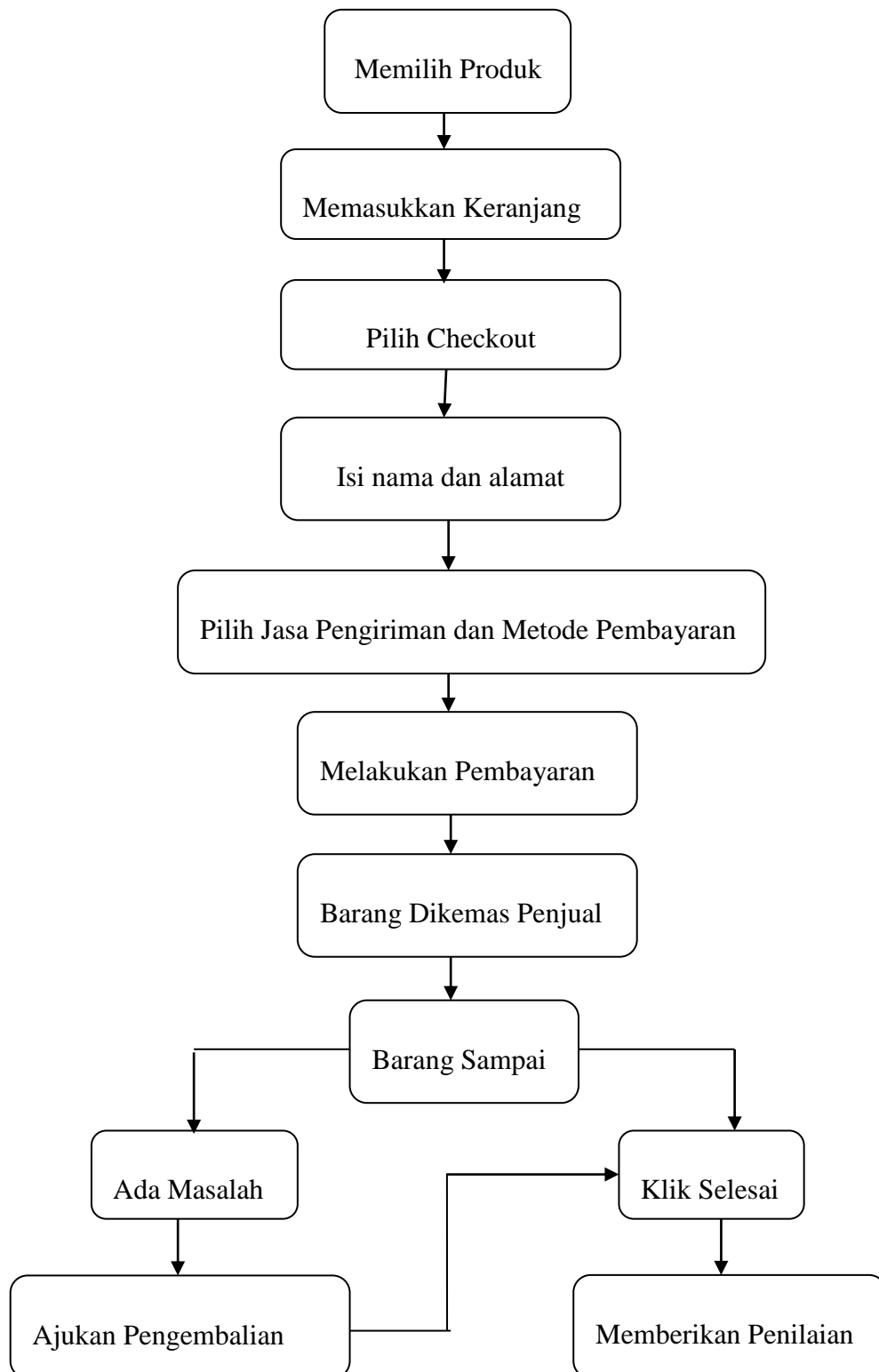
Review (penilaian) konsumen sangat penting bagi calon pembeli yang akan membeli suatu produk. Karena di setiap toko ada informasi atau deskripsi tentang produk yang berbeda, ada yang jelas tetapi juga ada yang tidak. Dengan melihat ulasan-ulasan dari pembeli sebelumnya bisa mengetahui informasi produk dan juga *real pict* maupun video yang dikirim dari pembeli sebelumnya.⁹⁵

⁹³ Pusat Bantuan, <https://shopee.co.id/shopeeid> Diakses pada 22 Mei 2021 pukul 10.00 WIB

⁹⁴ Wawancara dengan Rifda Farnida, Konsumen di *Marketplace Online* Shopee, 4 Juni 2021 pukul 15.00 WIB

⁹⁵ Wawancara dengan Siti Aminatun Nisah, Penjual di *Marketplace Online* Shopee, 4 Juni 2021 pukul 12.00 WIB

Berikut ini adalah bagan singkat proses transaksi di *marketplace online* Shopee:



BAB IV

PEMBAHASAN

A. Jual Beli dalam *Marketplace Online* Shopee

Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat berkembang salah satunya internet telah memberikan banyak dampak yang besar bagi aspek ekonomi. Perubahan yang sangat cepat dan menyeluruh telah memberikan kesempatan para pemasar yang lebih efektif dan efisien. Salah satunya melalui *marketplace online* Shopee.

Aplikasi Shopee merupakan sebuah aplikasi *marketplace online* yang digunakan untuk berbelanja yang lebih efektif dan efisien. *Marketplace online* Shopee memberikan fitur yang menarik untuk para penggunanya baik penjual maupun pembeli. Untuk para penjual Shopee ada beberapa fitur yang gratis maupun yang berbayar. Fitur gratis seperti menaikkan pengunjung dengan manual, fitur chat penjual untuk merespon dengan cepat, dan fitur Shopee Feed.

Fitur chat penjual adalah digunakan untuk tetap berkomunikasi dan merespon calon pembeli yang bisa mengatur Auto-Reply Chat atau Template Pesan untuk respon cepat dan tanggap. Sedangkan Shopee Feed adalah fitur yang digunakan untuk berinteraksi dengan pengikut toko maupun calon pembeli dengan cara membagikan konten yang menarik dan kreatif tentang produk yang dijual yang akan membantu penjual untuk mendapatkan lebih banyak pengikut yang mengikuti toko yang mungkin akan berbelanja.

Sedangkan fitur untuk pembeli adalah fitur chat dengan penjual, gratis ongkir, Cashback Voucher, Shopeepay, dan Shopee Games. Fitur chat dengan penjual memudahkan untuk menanyakan produk maupun komplain dengan penjual. Fitur chat dengan penjual masih ada penjual yang tidak cepat merespon bahkan tidak membalas sama sekali.

Gratis ongkir merupakan salah satu voucher yang paling banyak diminati oleh pengguna Shopee. Banyak yang berminat belanja di Shopee dikarenakan adanya Gratis Ongkir. Gratis ongkir dengan ketentuan sampai batas Rp. 20.000; per pesanan dengan minimum berbelanja Rp. 120.000; per toko yang berlaku pengiriman dalam pulau Jawa. Jika pengiriman pesanan lebih dari Rp. 20.000 sisa biaya ditanggung

pembeli. Tetapi disaat event tertentu, gratis ongkir bisa berubah-ubah sesuai dengan ketentuan pihak Shopee. Kadang dalam Shopee gratis ongkir minimum belanja Rp. 0.

Cashback Voucher adalah penawaran dimana pembeli atau konsumen diberikan persentase pengembalian uang tunai atau uang virtual dari pembelian yang menggunakan Voucher yang tersedia oleh Shopee. Pengembalian ini biasanya berupa Koin Shopee. Koin Shopee dapat digunakan untuk pembelian dengan cara menukarkan koin Shopee yang dimiliki oleh penggunanya. Pengguna Shopee dapat menukarkan koin Shopee untuk bertransaksi jual beli hingga 25% dari total belanja di *marketplace online* Shopee.

Shopeepay adalah fitur layanan dompet atau uang virtual elektronik yang berfungsi sebagai metode pembayaran dan dapat juga untuk menyimpan pengembalian dana dari transaksi *online* Shopee. Sedangkan Shopee Koin adalah mata uang virtual resmi di marketplace Shopee yang akan dikreditkan ke akun seseorang setiap berhasil berbelanja.

Shopee Games adalah fitur yang terdapat di aplikasi Shopee, dimana pengguna bisa mendapatkan hadiah yang berupa Voucher Belanja, Koin Shopee, dan lain sebagainya. Supaya pengguna Shopee dapat sejenak menghilangkan kejenuhan dan juga kebosanan.

Proses transaksi jual beli *online* melalui Shopee memakai sistem Reker (rekening bersama). Ketika konsumen melakukan pembayaran atas produk yang di beli, pembeli mentransferkan dana pembelian ke pihak Shopee tidak langsung ke pihak penjual. Sedangkan pihak penjual atau *seller* harus menunggu beberapa waktu untuk dapat dicairkan ke saldo penjual. Hal adalah pengaturan dan juga fasilitas yang diberikan oleh pihak Shopee untuk para penggunanya.

Rekening bersama diberikan sebagai Jaminan Shopee supaya memastikan dan menjaga keamanan disaat transaksi. Shopee melakukan hal ini dengan menahan uang pelunasan (uang yang dibayarkan) hingga pembeli mengonfirmasi bahwa produk yang dibeli telah diterima oleh pembeli dengan baik. Selain itu juga pihak pembeli dapat mengajukan pengembalian barang atau dana apabila produk tidak sesuai atau terdapat produk cacat. Setelah pembeli mengonfirmasi bahwa pesanan sudah diterima, dana tersebut akan diteruskan (dikirimkan) ke pihak penjual.

Berikut ini adalah cara berbelanja produk atau *check out* melalui *marketplace online* Shopee:

1. Langkah paling awal adalah memilih barang yang akan dibeli kemudian pilih tombol Beli Sekarang atau klik gambar keranjang
2. Jika produk yang diminta sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan kemudian klik tanda *Checkout*
3. Setelah itu masukkan alamat untuk pengiriman barang dan juga memilih jasa pengiriman
4. Kemudian memilih metode pembayaran. Jika sudah klik konfirmasi dan Buat Pesanan
5. Segeralah melakukan pembayaran yang sesuai dengan metode pembayaran yang telah dipilih sebelumnya. Apabila metode yang dipilih adalah COD maka pembeli cukup menunggu pesanan sampai diantar oleh kurir kemudian melakukan pembayaran melalui jasa kurir yang telah dipilih.

Di aplikasi Shopee pembeli dapat memeriksa status produk telah dikirim maupun belum dikirim dapat melalui cek status yang berada di menu “Akun” pengguna Shopee pada bagian “Belanjaanku”. Apabila terdapat tulisan “Dikemas” menandakan bahwa produk masih belum dikirim oleh penjual. Pembeli dapat memeriksa posisi atau lokasi produk dengan cara memeriksa langsung melalui aplikasi Shopee atau dapat menggunakan resi pengiriman melalui situs jasa pengiriman.

Marketplace online Shopee memiliki kegunaan yang sama dengan sebuah pasar tradisional. Hanya saja *Marketplace online Shopee* ini lebih modern atau menggunakan teknologi inovasi dengan bantuan sebuah jaringan internet untuk membantu suatu pasar sehingga dapat dilakukan secara efektif serta efisien dalam memberikan berbagai *update*-an informasi dan layanan jasa bagi penjual maupun pembeli yang berbeda-beda.

Transaksi jual beli pada *marketplace online* Shopee para *seller* mengiklankan atau memposting produknya dengan menggunakan foto atau video pada *platform* Shopee. Proses jual di Shopee pertama membuat akun, kemudian klik bagian Mulai Jual yang berada di pojok kiri atas. Kemudian Tambah Produk berupa gambar atau video. Kemudian mengisi keterangan yang meliputi nama produk, deskripsi, kategori, produk berbahaya atau tidak, harga, jumlah stok, variasi, jumlah untuk harga grosir,

ongkos kirim (jumlah berat atau ukuran), kondisi (baru atau tidak), dan pre-order (produk ready atau tidak) kemudian *diposting*.

Dalam Shopee satu produk biasa dijual oleh banyak penjual yang menawarkan. Pembeli dapat memilih dengan sesuka hati, dapat memilih harga yang paling murah, lokasi penjualan yang terdekat, dan lain sebagainya. Banyak orang yang menyebutkan bahwa berbelanja lewat *marketplace* banyak kelebihan yang didapat. Berikut ini adalah kelebihan yang diperoleh:

1. Dapat Dilakukan Dimana Saja dan Kapan Saja

Dikutip dari informan berikut:

“Selain itu efektif dan efisien karena kita tidak perlu keluar rumah ya. Jadi kita tinggal buka hp pilih-pilih barang yang kita mau terus klik pesan terus tinggal tunggu barang sampai.”

“Tidak perlu repot dan bisa dilakukan dimana saja”

Aplikasi *marketplace online* ini dapat melakukan transaksi jual beli selama 24 jam tanpa takut toko tutup. Selain itu dimana pun dapat melakukan jual beli tanpa harus pergi ke toko yang menjual produk. Hanya dengan menggunakan hp dan koneksi internet, pembeli dapat melihat produk dan juga melakukan transaksi jual beli.

2. Banyak Promo Menarik

Di *marketplace online* Shopee banyak promo menarik yang ditawarkan. Seperti yang disampaikan informan berikut: “Di *marketplace online* Shopee banyak promo yang ditawarkan baik itu berupa Voucher Gratis Ongkir, Voucher *Cashback*, Voucher Diskon Toko, dan lain sebagainya. Yang paling disukai ya promo Gratis Ongkir”.

Promo ini tidak hanya voucher Gratis Ongkir. Masih ada promo yang lainnya seperti berupa, Voucher *Cashback*, Voucher Diskon Toko, *Cashback Xtra*, Ekstra Gratis Ongkir, Promo Bank, dan lain sebagainya. Promo yang diberikan oleh *marketplace online* ini menguntungkan bagi para penggunanya. Setiap promo terdapat syarat dan ketentuan yang berbeda-beda.

3. Harga Relatif Lebih Murah

Harga di Shopee relatif lebih murah daripada di toko atau pasar dekat rumah. Karena di aplikasi Shopee sendiri banyak penjual yang menawarkan produk. Sehingga dapat memilih dan membandingkan harga untuk mencari harga yang

lebih murah. Kebanyakan penjual di Shopee hanya melayani penjualan *online* saja, dimana penjual tidak perlu membayar biaya sewa toko. Hanya menjual di rumah juga bisa. Seperti yang dikutip dari penjual di Shopee “Tidak perlu biaya sewa toko jadi lebih efisien dan efektif”.

Selain itu, di pihak pembeli juga mengatakan bahwa di Shopee ada garansi termurah, apabila menemukan harga yang paling murah di *marketplace online* yang lain. Tetapi sekarang garansi tersebut sudah tidak ada lagi.

“Harga di Shopee lebih murah daripada di toko atau pasar dekat rumah. Karena di aplikasi Shopee sendiri terdapat fitur garansi termurah yang dimana pembeli dapat ganti uang kembali 2x lipat jika menemukan harga yang lebih rendah atau murah dari *marketplace online* yang lainnya.”

Sedangkan kekurangan *marketplace* Shopee adalah sebagai berikut:

1. Terdapat Penjual yang Tidak Jujur

Hal ini mungkin terjadi karena mudahnya berjualan di *marketplace online* Shopee, semua orang dapat jualan di sana. Terdapat penjual nakal yang berniat menipu pelanggannya, yang *display* foto sama yang dikirimkan berbeda. Seperti yang diungkapkan oleh pembeli di Shopee:

“Bukannya nggak amanah cuma kan kebanyakan itu banyak yang deskripsi dengan yang dikirim tidak sesuai. Karena kebanyakan beberapa kali saya pesan tidak sesuai”

2. Aplikasi Shopee Sering Eror saat Diakses

Karena banyaknya pengunjung yang datang karena adanya event tertentu yang mengakibatkan membludaknya pengguna secara bersamaan. Aplikasi *marketplace online* ini proses *loading* yang sangat lama. Bahkan sering gagal memuat produk dan juga gagal memesan barang. Seperti yang diungkapkan salah satu pembeli Siti Aminatun Nisah dalam wawancara:

“Paling males ya misal ada promo gede-gedean biasanya tanggal yang cantik seperti 3.3, 11.11, 12.12 sering buat eror aplikasi. Pasti susah untuk mengakses bahkan tidak bisa *checkout* produk yang akan dibeli”

3. Respon Penjual yang Lama

Terdapat penjual dalam membalas chat pembeli sangat lama, bahkan sering tidak dibales. Sehingga banyak pembeli yang kesal karena kurang cepatnya respon penjual. Seperti yang diungkapkan Rifda Farnida dalam wawancara:

“Sebaiknya ya diperhatikan lagi untuk chat para konsumen, kalau ada yang komplek atau yang belum jelas bisa tolong dipercepat jawabannya.”

B. Jual Beli dalam *Marketplace Online* Shopee menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam

Seseorang yang melakukan transaksi jual beli *online* menyiratkan bahwa mereka melakukan jual beli yang tidak saling pandang atau tidak saling bertatap muka secara langsung. Tetapi melalui sebuah aplikasi *marketplace online* salah satunya adalah *marketplace online* Shopee.

Islam adalah salah satu agama yang dianut oleh masyarakat dunia yang mana dalam ajarannya sangat menjunjung tinggi berbagai kemajuan teknologi, termasuk beberapa inovasi dalam sistem perniagaan. Dengan demikian berbagai macam perniagaan harus dipahami, dikonsentrasikan, serta dikaji dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam supaya sesuai dengan syariat Islam.

Etika dalam ilmu pengetahuan tentang tingkah laku manusia yang merupakan cabang filsafat dengan fokus utamanya adalah penentuan baik dan buruk. Sebagai ilmu yang mengandung kumpulan asas akhlak atau nilai yang berkaitan dengan akhlak, yang membahas nilai tindakan suatu moral, pengkajian moralitas sehingga bisa diterapkan pada sistem yang dianut.⁹⁶

Etika bisnis Islam hadir untuk mengatasi keprihatinan ekonomi. Islam sebagai agama yang *rahmatan lil 'aalamiin* dapat mengatasi manusia dari keterpurukan dengan memberikan solusi terbaik. Islam memberikan penawaran konsep bisnis yang bersih yang jauh dari perbuatan kotor, penipuan, juga memberikan sebuah konsep yang mempunyai pandangan yang jauh ke depan. Dalam Islam yang dikejar tidak hanya keuntungan semata, tetapi juga mengejar fah yaitu kesejahteraan dunia dan akhirat. Prinsip etika bisnis Islam adalah kesatuan (keEsaan), tanggung jawab, keseimbangan, kebebasan, dan kejujuran.

1. Prinsip Kesatuan (*Unity*)

⁹⁶ Indri dan Titik Triwulan Rutik, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, Jakarta: Lintas Pustaka Publisher, 2008, h. 45

Sehubungan dengan mempertahankan suatu bisnis, seseorang harus memiliki prinsip ini. Karena untuk mengontrol pikiran, cara pandang, tingkah laku, dan aktivitas seseorang dalam mempraktekkan roda ekonomi dan bisnis. Penerapan prinsip ini terletak pada bagaimana cara seseorang menjalankan sebuah transaksi. Selama transaksi dilakukan dengan cara yang benar dan tidak merugikan salah satu pihak, hal tersebut sejalan dengan prinsip ini.

Bersikap seperti Allah mengawasi dalam berbisnis dapat diimplikasikan oleh narasumber adalah foto dengan aslinya sama serta menulis deskripsi produk pada kolom keterangan di Shopee sesuai dengan kondisi produk. Dikutip dari informan berikut:

“Produk yang saya jual sama dengan gambar yang saya tampilkan di Shopee. Jadi, saya menjual produk yang sesuai dengan apa yang saya jual di Shopee dan ketika saya menjual di Shopee saya berusaha untuk memberikan gambar yang *real pict*. Selain foto dari katalog terus saya memfoto dari hp sendiri. Biasanya saya posting di Shopee Feed untuk memperlihatkan gambar *real pictnya*. Dan deskripsi yang saya berikan sesuai dengan yang saya jual.”⁹⁷

2. Prinsip Tanggung Jawab (*Responsibility*)

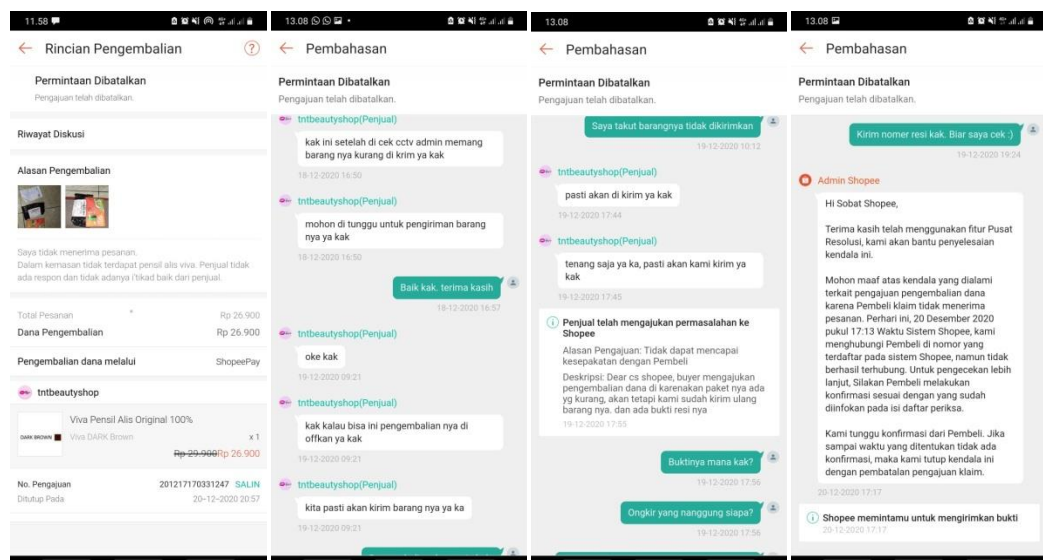
Prinsip tanggung jawab merupakan sebuah bentuk pertanggungjawaban seseorang atas segala aktivitas yang telah diperbuat. Manusia harus berani bertanggung jawab segala perbuatannya dengan manusia lainnya, apalagi yang paling utama yaitu bertanggung jawab kelak dihadapan Allah swt. Sangat mungkin di dunia karena keahliannya seseorang mampu melepaskan tanggung jawab yang merugikan orang lain. Namun, di kemudian hari dia tidak akan terbebas dari tanggung jawab dihadapan Allah karena Allah maha mengetahui.

Berdasarkan analisis, dalam proses transaksi jual beli *online* ketika produk telah diterima diterima oleh konsumen. Kemudian produk yang diterima tidak sesuai dengan barang yang dijual di situs Shopee tersebut, baik dari deskripsi, warna, kualitas, kuantitas, dan lain sebagainya. Ketika pembeli mengajukan hak pengembalian (*refund/retur*) tidak semua penjual *online* merespon terhadap pembeli. Tetapi pembeli dapat mengajukan pengembalian walau penjual tidak merespon. Melalui cara klik tombol Rincian Pesanan dan setelah itu mengklik

⁹⁷ Wawancara dengan Wahyu Hidayati, Penjual di *Marketplace Online* Shopee, 5 Juni 2021 pukul 14.00 WIB

Ajukan Pengembalian yang ada di pojok kiri bawah. Kemudian memilih alasan kenapa mengajukan pengembalian disertai bukti juga.

Pihak Shopee juga bertanggung jawab apabila ada keluhan konsumen. Karena dalam aplikasi Shopee terdapat layanan chat dengan Shopee. Jika ada keluhan dapat menanyakan dan meminta solusi kemudian diberikan solusi. Di layanan chat dengan Shopee dapat menanyakan pengiriman, pengembalian dana, akun dan keamanan, dan lain sebagainya. Di Shopee juga misal ada pertikaian atau perdebatan antara *seller* dan pembeli yang tidak ditemukan solusi. Pihak Shopee akan menjadi penengah diantara keduanya. Tetapi harus mengikuti ketentuan dan syarat yang berlaku, atau terdapat beberapa proses⁹⁸.



Gambar 3.1 Halaman Pengembalian Produk

Sumber: <https://shopee.co.id/shopeeid>

Proses pengembalian dana/barang adalah sebagai berikut:

- a. Pembeli mengajukan pengembalian kepada pihak penjual apabila pembeli tidak menerima produk, salah produk, produk mengalami kerusakan, dan atau produk tidak lengkap.
- b. Penjual memiliki waktu 3 hari untuk menyetujui atau tidak menyetujui. Apabila penjual menyetujui
 - 1) Pembeli kemudian mengirimkan produk yang akan dikembalikan

⁹⁸ Wawancara dengan Nurul Hudallah, Konsumen di *Marketplace Online* Shopee, 4 Juni 2021 pukul 08.00 WIB

- 2) Penjual menunggu produk sampai ke pihak penjual kemudian penjual menerima produk dan menyetujui pengembalian dana
- 3) Pembeli mendapatkan pengembalian dana

Apabila tidak menyetujui maka bisa mengajukan masalah.

- 1) Pihak penjual harus merespon Pengajuan Pembeli sebelum periode hari yang sudah tertera. Apabila tidak merespon maka Pengajuan Pembeli akan diterima.
 - 2) Pihak penjual dapat mengubah solusi untuk memberikan pengembalian dalam bentuk atau cara yang berbeda kepada pembeli.
 - 3) Awalnya diskusi dengan pembeli, apabila tidak mencapai kesepakatan maka mencari bantuan kepada pihak Shopee.
 - 4) Apabila tidak mencapai kesepakatan antara penjual dan pembeli. Dapat mengajukan permasalahan ke pihak Shopee. Harus mengunggah bukti untuk mendukung pengajuan permasalahan. Hanya memiliki 1 hari untuk mempersiapkan bukti yang bersangkutan
 - 5) Setelah itu pihak Shopee menerbitkan hasil permasalahan. Ada 3 potensi hasil setelah investigasi Tim Shopee: pengembalian dana disetujui, pembeli mengembalikan produk, dan pengajuan ditutup (ditolak).
3. Prinsip Keseimbangan (*Equilibrium*)

Prinsip ini juga disebut dengan keadilan yang merupakan sebuah perilaku yang tidak membeda-bedakan dan tidak mengakibatkan kerugian bagi orang lain.⁹⁹ Prinsip ini lebih menggambarkan dimensi kehidupan yang memiliki sifat horizontal. Karena lebih banyak hubungan dengan sesama manusia. Prinsip ini merupakan prinsip dasar yang harus dipegang dalam kehidupan siapapun. Agama Islam mengharuskan berbuat adil kepada semuanya tak terkecuali dengan orang yang tidak kita sukai atau yang kita benci.

Kutipan wawancara dari Ahmad Haris sebagai penjual sebagai berikut:

“Semua pembeli bagi kami sama, tidak ada perbedaan ataupun penggolongan ras, jenis kelamin, agama, dan lain lain karena sebagai penjual kami berkewajiban melayani pembeli sebaik mungkin yang kami bisa.”¹⁰⁰

⁹⁹ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004, h. 109

¹⁰⁰ Wawancara dengan Ahmad Haris, Penjual di *Marketplace Online* Shopee, 5 Juni 2021 pukul 17.00

Selain itu pembeli yang berada di *marketplace online* Shopee selain disamaratakan juga harus antri sesuai dengan yang terlebih dahulu order. Hal ini berdasarkan kutipan dari wawancara Yusril Ihza Mahendra adalah sebagai berikut:

“Semua di sama ratakan mbak. Pesen sedikit atau banyak sama-sama layani. Dan harus ikut antrian. Tidak ada yang kita dahulukan. Wajib ikut antrian”

Berdasarkan analisis dalam proses jual beli melalui Shopee, pihak penjual/*seller* di Shopee dalam hal jual beli tidak membedakan jenis umur, jenis kelamin, ras, daerah, ataupun yang lainnya. Semuanya dilayani dalam pembelian suatu produk.

4. Prinsip Kebebasan (*Free Will*)

Pada tingkat tertentu manusia diberi kebebasan untuk mengendalikan kehidupan masing-masing disaat Allah menurunkan ke bumi. Tetapi tidak mengabaikan kenyataan bahwa seseorang sepenuhnya dituntun oleh hukum yang telah ditetapkan oleh Allah swt, manusia diberikan kemampuan untuk berpikir dan memilih keputusan, memilih jalan yang diinginkan atau yang akan ditempuh.

Manusia sebagai khalifah di muka bumi dibekali dengan potensi kehendak bebas dalam melakukan apapun dalam mencapai suatu tujuan. Berdasarkan tersebut melakukan kehendak bebas dapat diterapkan ke seluruh aspek dalam kehidupan ini, tidak terkecuali dalam kehidupan perekonomian. Dengan demikian, kebebasan adalah bagian penting dalam etika bisnis Islam, tetapi dengan syarat tidak merugikan kepentingan orang banyak atau kolektif.

Berdasarkan analisis, jual beli yang dilakukan melalui *marketplace online* Shopee seorang pembeli dapat bebas melihat foto produk, memilih barang yang akan dibeli, bebas melakukan pilihan toko yang ingin dituju, bebas menentukan jasa pengiriman barang karena di Shopee banyak jasa pengiriman yang dapat dipilih, dan lain sebagainya. Tanpa adanya batasan paksaan dalam membeli produk tertentu. Selain itu, pembeli apabila telah menerima barang dapat bebas memberikan penilaian atau *review* barang. Apabila pembeli merasa puas dengan berbelanja di salah satu toko dapat memberikan bintang 5, sedangkan apabila pembeli tidak merasa puas atau ada kesalahan saat berbelanja dapat memberikan bintang kurang dari 5.

Seperti yang dilakukan oleh Nurul Hudallah membeli pulsa di salah satu di Shopee yaitu di Paketandata. Pembeli tersebut merasa puas dikarenakan produk

yang dibeli terkirim dan juga respon penjual juga sangat cepat. Kemudian memberikan penilaian Produk diberikan penilaian bintang 5 dikarenakan merasa puas dengan produk maupun respon penjual.



Gambar 3.2 Halaman Penilaian Pesanan Pembeli Nurul Hudallah

Sumber: <https://shopee.co.id/shopeeid>

Sedangkan penerapan kehendak bebas kepada pihak penjual adalah penjual bebas mencari *interest* atau pengunjung toko bisa dengan cara menaikkan produk secara manual yang merupakan fitur dari Shopee tidak berbayar atau dapat memasang iklan berbayar.

5. Prinsip Kejujuran (*Honesty*)

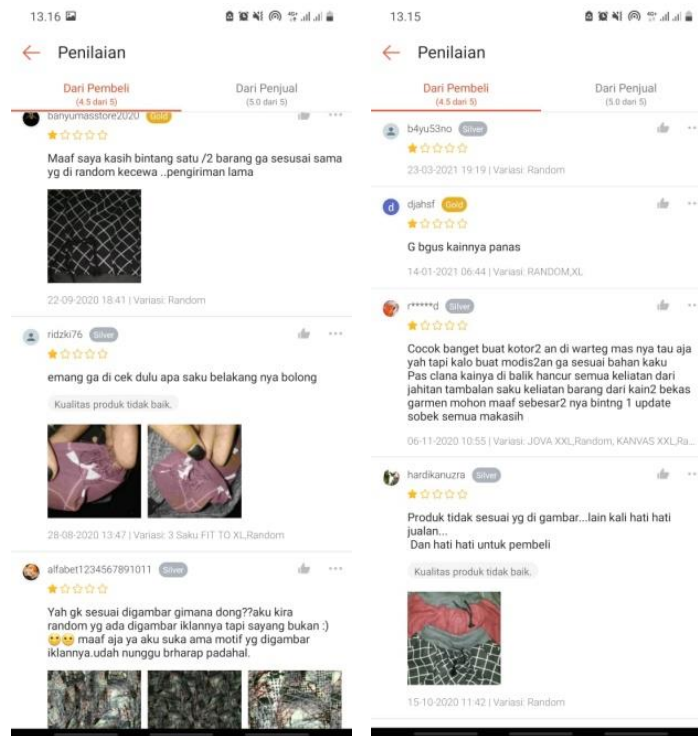
Prinsip kejujuran adalah sesuatu yang dapat diandalkan kepada seseorang baik berupa kekayaan, ilmu pengetahuan, dan hal-hal yang bersifat rahasia yang harus diteruskan kepada orang yang memenuhi syarat untuk mendapatkannya, serta harus disampaikan apa adanya yang bermakna tidak dikurangi atau ditambah-tambahi¹⁰¹. Dengan prinsip kejujuran, maka etika bisnis Islam menerapkan pencegahan dan sangat menjaga terhadap kemungkinan terdapat kerugian yang mungkin ditimbulkan dari salah satu pihak yang betransaksi.

Pada situs *marketplace online* Shopee dalam menampilkan produk dan spesifikasi produk diharuskan agar para *seller* menjual produk yang sesuai dengan

¹⁰¹ Muhammad Amin Suma, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan, Islam*, Tangerang: Kholam Publishing, 2008, h. 292

spesifikasi yang tercantum. Hal tersebut mempunyai tujuan untuk membangun kepercayaan dan juga kepuasan pembeli.

Dalam jual beli di *marketplace online* Shopee semua pihak dituntut untuk berperilaku jujur dalam bertransaksi. Dalam Shopee tersendiri juga sudah ada aturan sendiri. Tetapi masih ada beberapa penjual yang berperilaku tidak jujur dengan mengirimkan produk yang tidak sesuai dengan spesifikasi.



Gambar 3.3 Halaman Penilaian Produk di Toko Young Clothes ID

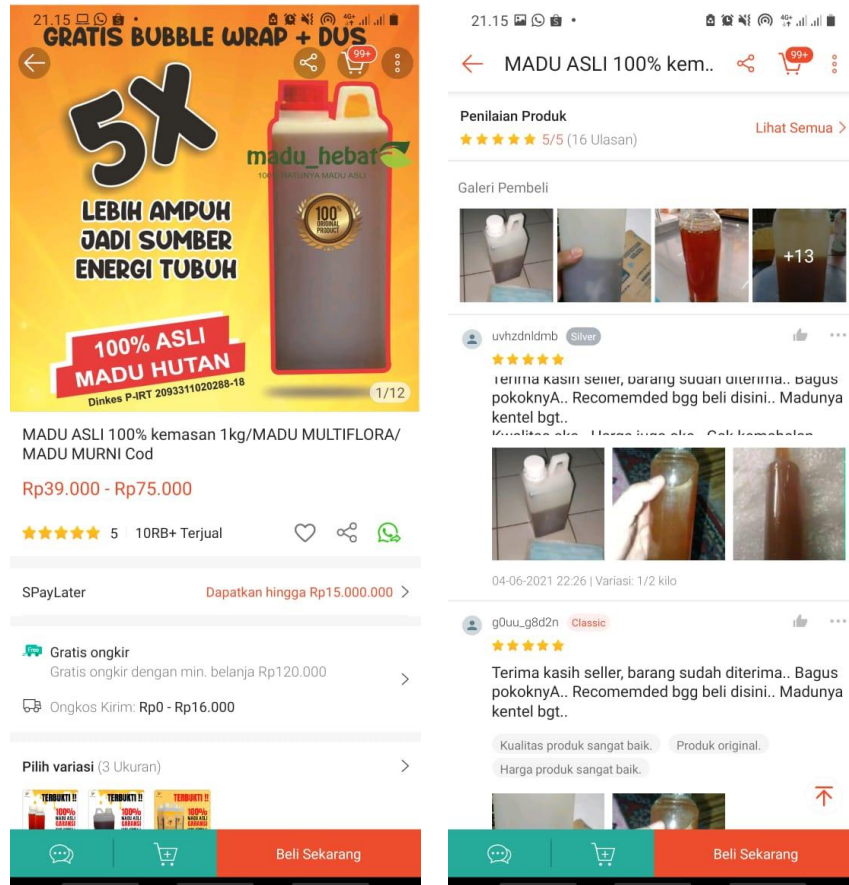
Sumber: <https://shopee.co.id/shopeeid>

Gambar di atas menunjukkan masih ada ketidaksesuaian dengan deskripsi produk. Ada pembeli yang merasa kecewa atas pembelian dikarenakan ada produk yang tidak sesuai dengan gambar dan deskripsi.

Selain itu juga terdapat penjual yang melakukan *fake order* (order fiktif). Seperti yang dikutip dari informan penjual di Shopee Wahyu Hidayati berikut ini:

“Permasalahan yang dihadapi itu mungkin adanya *seller-seller* yang curang melakukan *fake order* terus melakukan curang dalam penjualan seakan memanipulasi harga atau pokoknya pakai cara-cara yang curang.”

Fake order adalah aktivitas yang dilakukan oleh penjual untuk meningkatkan reputasi toko melalui cara melakukan transaksi di toko sendiri dengan cara menggunakan akun lain atau penyedia jasa order fiktif.



Gambar 3.4 Halaman Toko Madu di Shopee

Sumber: <https://shopee.co.id/shopeeid>

Gambar di atas menunjukkan bahwa produk tersebut terjual lebih dari 10.000 pcs. Tetapi di dalam ulasan penilaian hanya terdapat 16 ulasan saja dan juga bintang yang diberikan juga bintang 5 semua. Selain itu yang menilai di toko tersebut menggunakan akun yang sama. Dalam satu akun menilai 10 produk yang dijual di toko. Hal tersebut tidak mungkin terjadi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pemaparan dalam pembahasan permasalahan yang disampaikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. *Marketplace online* Shopee memberikan pelayanan yang baik bagi penggunanya dan memungkinkan penggunanya dapat berbelanja kapanpun dan dimanapun. Selain itu, banyaknya promo dan fitur yang ditawarkan di *marketplace* ini juga beragam seperti, voucher gratis ongkir, voucher *cashback*, fitur chat, Shopee Koin, Shopee Games, Shopeepay, dan Shopee Feed yang bermanfaat bagi pengguna Shopee. Selain itu juga terdapat kekurangan seperti masih terdapat penjual yang tidak jujur, sering mengalami eror saat *event* tertentu, dan respon penjual yang lama.
2. Etika bisnis Islam memang harus diterapkan khususnya bagi umat muslim. Sebagian penjual yang berada di Shopee telah melaksanakan transaksi jual beli *online* sesuai dengan etika bisnis Islam berdasarkan aksioma-aksioma seperti kesatuan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan keseimbangan. Hanya saja masih terdapat hal yang masih belum sesuai dengan etika bisnis Islam, sehingga pelaksanaan etika bisnis Islam masih belum maksimal. Terdapat indikator dari aksioma kejujuran. Implementasi transaksi jual beli dalam *marketplace online* Shopee yang belum sesuai dengan aksioma kejujuran adalah masih ditemukan penjual yang menjual produk tidak sesuai dengan deskripsi maupun gambar dan juga masih ditemui penjual yang membuat *fake order*.

B. Saran

Terdapat beberapa saran yang dapat penulis sampaikan dari pembahasan maupun kesimpulan di atas yaitu:

1. Bagi penjual atau *seller* seharusnya berlaku jujur dengan memberikan informasi yang sebenar-sebenarnya di dalam deskripsi produk. Hal tersebut untuk menghindari kerugian atau kekecewaan pihak pembeli. Selain berlaku jujur seharusnya pihak penjual lebih bertanggung jawab apabila ada produk yang mengalami kecacatan maupun produk yang tidak sesuai.

2. Bagi konsumen atau pembeli sebelum melakukan transaksi jual beli *online*, sebaiknya lebih menggali atau mencari informasi se jelas-jelasnya terhadap ciri atau spesifikasi produk yang ditawarkan penjual. Dapat melalui fitur chat dengan penjual yang telah disediakan oleh *platform* Shopee atau dengan melihat.

C. Penutup

Alhamdulillah robbil'aalamiin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan memberikan petunjuk kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: “PANDANGAN EKONOMI ISLAM TERHADAP JUAL BELI MELALUI MARKETPLACE ONLINE SHOPEE”.

Penulis menyadari penelitian ini tentunya masih jauh dari kata sempurna. Hal tersebut disebabkan karena adanya keterbatasan pengetahuan serta kemampuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun dari semua pihak.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah ikut berpartisipasi dalam membantu untuk menyelesaikan penelitian ini, semoga segala amal kebaikan dibalas oleh Allah swt. Aamiin.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, Muhammad. 2004. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Aedy, Hasan. 2011. *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta
- Apipudin. 2016. *Konsep Jual Beli dalam Islam (Analisis Pemikiran Abdu Al-Rahman AlJaziri dalam Kitab A-Fiqih 'Ala al Madahib al-Arba'ah)*. Jurnal Islaminomic. Vol V. No 2
- Arif, M Nur Rianto Al. 2011. *Penjualan Online Berbasis Media Soaial dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Surakarta: Era Intermedia
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Ascarya. 2007. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Press
- Azzam, Abdul Aziz Muhammad. 2017. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah
- Al-Kaaf, Abdullah Zaky. 2002. *Ekonomi dalam Perspektif Islam*. Bandung: PT. Pustaka Setia Pertama Maret
- An-Nabhani, Taqyuddin. 1999. *Pembangunan Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam*. Surabaya: Risalah Gusti
- Badroen, Faisal. 2007. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an Terjemah Indonesia*
- Dewi, Gemala. 2005. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana
- Djakfar, Muhammad. 2007. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN-Maliki Press
- Djakfar, Muhammad. 2012. *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus
- Djakfar, Muhammad. 2014. *Agama, Etika, dan Ekonomi*. Malang: UIN-Maliki Press
- Djuwaini, Dimyauddin. 2008. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Dyah Ayu Minurha. 2018. Skripsi: *Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli dalam Marketplace Online Shopee di Kalangan Mahasiswa UINSA Surabaya*. Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- Fadhli, Ashabul. 2016. *Tinjauan Hukum Islam terhadap Penerapan Akad as Salam dalam Transaksi E-Commerc*. Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam. Vol XV. No 1

- Hanbal, Imam Ahmad ibn. 1993. *al-Musnad al-Imam Ahmad ibn Hanbal*. Jilid 4. Beirut: Dar al- Kutub al-Ilmiyah
- Haroen. 2000. Nasrun *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama
- Harun. 2017. *Fiqh Muamalah*. Surakarta: Muhammadiyah University Press
- Hasan, Muhammad Ali. 2004. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika
- Hidayah, Muhammad Rizki. 2018. *Analisis Implementasi Akad Istishna Pembiayaan Rumah*. Journal UHAMKA: Jurnal Ekonomi Islam. Vol 9. No 1
- Idri. 2015. *Hadis Ekonomi: Ekonomi Islam dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Indri dan Titik Triwulan Rutik. 2008. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta: Lintas Pustaka Publisher
- Intan Surun Fauziah. 2019. *Perilaku Konsumen dalam Marketplace (Studi Kasus di Shopee dan Tokopedia Perspektif Etika Bisnis Islam)*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas
- Koentjaraningrat. 2010. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia
- Mardani. 2012. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana
- Masadi, Ghufron A.. 2002. *Fiqh Mua'alah Kontekstual*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Mas'ud, Ibnu dan Zainal Abidin. 2000. *Fiqh Madzhab Syafi'i*. Bandung: Pustaka Setia
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman. 2007. *Analisis Data Kualitatif, Terj. Tjetjep Rohendi Rohidi*. Jakarta: UI Press
- Melinda, Maudy Vena. 2017. *Pandangan Ekonomi Islam terhadap Minat Beli melalui Sistem Online Shop*. Skripsi. Makassar: UIN Alauddin
- Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Muhammad dan Lukman Fauroni. 2002. *Visi Al-Qu'an tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah
- Mujibatun, Siti. 2013. *Prospek Ekonomi Syari'ah melalui Produk Mudharabah dalam Memperkuat Sektor Riil*. Economica: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam. Vol IV. Edisi 1
- Muslih, Ahmad Wardi. 2010. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah
- Mustafa, Imam. 2016. *Fiqh Mu'alah Kontemporer*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

- Fathoni, Nur. 2013. *Konsep Jual Beli dalam Fatwa DSN-MUI*, *Economica: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*. Vol IV. Edisi 1
- Nurmia Noviantri. 2019. Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Online Shopee dan Perlindungan Konsumen di Shopee menurut Mahasiswa UIN Syahid Jakarta. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif hidayatullah
- Pekerti, Dyah dan Eliada Herwiyanti. 2018. *Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi'i*. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA)*, Vol 20, No 02
- Pasaribu, Chairuman. 1994. *Hukum Perjanjian Islam*. Jakarta: Sinar Grafika
- Purbo, Onno W dan Anang Arief Wahyudi. 2000. *Mengenal e-Commerce*. Jakarta: Alex Media Computendo
- Qardhawi, Yusuf al-. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press
- Rahman, Tri. 2011. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Karya Agung
- Rasjid, Sulaiman. 2012. *Fiqh Islam*. Bandung: Sinar Baru Algensindo
- Romdhon, Muhammad Rizki. 2015. *Jual Beli Online menurut Madzhab Asy-Syafi'i*, Tasikmalaya: Pustaka Cipasung
- Saadah, Naili. 2018. *Perencanaan Keuangan Islam Sederhana dalam Bisnis E-Commerce pada Pengguna Online Shop*. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*. Vol 9. No 1
- Sabiq, Sayyid. 2006. *Fiqh Sunnah*. Jilid 4. Jakarta: Pena Ilmu dan Amal
- Saprida. 2016. *Akad Salam dalam Transaksi Jual Beli*. *Jurnal Ilmu Syariah*. Vol 4. No 1
- Satori, Djam'an dan Aan Komariah. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Saurah, Abi Isa Muhammad ibn Isa Ibn. 1994. *Sunan Al-Tirmizi*. Juz 3. Beirut: Dar al-Fikr
- Shiddieqy, T.M. Hasbi Ash. 1991. *Hukum-hukum Fiqh Islam*. Jakarta: Bulan Bintang
- Shopee. https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee_Indonesia. diakses pada 4 Mei 2021 pukul 15.30 WIB
- Sudarsono. 1992. *Pokok-pokok Hukum Islam*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sudiarti, Sri. 2018. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Medan: FEBI UIN-SU Press
- Sudjana, Nana. 2014. *Penelitian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014
- Suhendi, Hendi. 1997. *Fiqh Mu'amalah*. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Suhendi, Hendi. 2010. *Fiqh Muamalah*. Jakarta. Rajawali Pers

- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: ALFABETA
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: ALFABETA
- Suma, Muhammad Amin. 2008. *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*. Tangerang: Kholam Publishing
- Suryabrata, Sumadi . 1998. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo persada
- Syafe'i, Rachmad. 2001. *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia
- Syarat Layanan. <https://shopee.co.id/shopeeid> Diakses pada 2 Mei 2021 pukul 10.00 WIB
- The Map of E-commerce in Indonesia. <https://www.google.com/amp/s/iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>. Diakses pada 5 Mei 2021 pukul 23.00 WIB
- Wong, Jony. 2010. *Internet Marketing for the Beginer*. Jakarta: Kompas Gramedia
- Ya'qub, Hamzah. 1992. *Kode Etik Dagang menurut Islam (Pola Pembinaan Hidup dalam Berekonomi)*. Bandung: CV. Diponegoro
- Zuhaili, Wahbah. 2010. *Al-Fiqhu As-Syafi'i Al-Muyassar. Terj. Muhammad Afifi, Abdul Hafiz, "Fiqh Imam Syafi'i"*. Jakarta: Almahira

LAMPIRAN

TRANSKIP PEDOMAN WAWANCARA

A. Wawancara ke Penjual Shopee

1. Kapan Anda mulai berjualan di *marketplace* online Shopee?
2. Berapa rata-rata omset dalam sebulan?
3. Bagaimana cara Anda melayani konsumen?
4. Apakah produk yang Anda jual sesuai dengan yang Anda iklankan?
5. Harga yang tertera dalam *display* apakah sudah sesuai dengan aslinya?
6. Apakah ada konsumen yang komplain karena adanya kecacatan atau produk yang tidak sesuai dengan spesifikasi (deskripsi) produk setelah diterima konsumen? Bagaimana cara Anda bertanggung jawab jika terdapat konsumen yang komplain terhadap barang yang cacat atau tidak sesuai?
7. Apa saja permasalahan yang pernah Anda temui berjualan melalui *marketplace online* Shopee?
8. Apa saja kelebihan menjual produk melalui *marketplace online* Shopee?

B. Wawancara ke Pembeli Shopee

1. Seberapa sering Anda berbelanja melalui *marketplace online* Shopee?
2. Mengapa lebih tertarik belanja *online* daripada berbelanja langsung ke pasar atau toko?
3. Kemudahan apa yang Anda rasakan dengan berbelanja produk melalui *marketplace online* Shopee?
4. Apakah Anda sebagai konsumen sudah mendapatkan informasi yang jelas mengenai barang yang dijual? Jika sudah, bagaimana caranya?
5. Ketika Anda membeli produk, setelah barang diterima mengalami cacat atau adanya ketidaksesuaian dengan spesifikasi yang tercantum, bagaimana tindakan Anda?
6. Apakah Anda pernah mengajukan pengembalian barang atau dana? Jika pernah, bagaimana prosesnya?
7. Apakah pihak Shopee bertanggung jawab atas kekecewaan konsumen jika terdapat keluhan atau ketidakpuasan bertransaksi?

DOKUMENTASI

la.bellestore
Aktif 19 jam lalu
5.0 / 5.0 | 224 Pengikut | 55% Performa chat

YOUNG CLOTHES ID
Aktif 19 jam lalu
4.5 / 5.0 | 14,3RB Pengikut | 87% Performa chat

UlfiyaSouvenir
Aktif 12 jam lalu
4.8 / 5.0 | 836 Pengikut | 71% Performa chat

la.bellestore
Selamat Datang di La Belle Store...
Lihat Lainnya

YOUNG CLOTHES
LETS ORDER PREMIUM PRODUCT

UlfiyaSouvenir
Kami Produsen Tas dan Dompet Custom :
✓ Macam² Produk Tas Ultah,Hajatan,Promosi,Skincare,Bidan
✓ Syarat dan Ketentuan Order
- Minimal Order 40Pcs, Pesen di Bawah 40Pcs Konfirmasi Dulu dengan Admin Boleh dan Tidaknya
- Jarak Waktu Pemesanan dengan Tanggal Acara Minimal 7Hari Sebelum Acara
- Bebas Custom Desain, dan Warna Kain Maksimal Revisi Desain 3x
- Untuk Custom Ukuran, Biaya Menyesuaikan Ukuran Besar atau Kecilnya
- 40Pcs Hanya Bisa di bagi 2 Warna Kain (Random)

Tautan Toko shopee.co.id/ulfiyasouvenir
Akun Terverifikasi

Produk Terlaris
Lihat Semua >

- TOP 1: [FREE GIFT] MASKER OHMYSKIN! 65gr MAS... Rp40.000 39 terjual
- TOP 2: (FREE GIFT) LIP GLOSS SERUM OHMYSKIN! Rp68.000 9 terjual
- TOP 3: Set mang 1 Rp3.800

HOT LIST

- Celana Cargo Pendek Pria Surfing Distro Premium Cowo... Rp68.080 ~ Rp73.260 2RB terjual
- TERLARIS COD Celana Pendek Pria Surfing Distro Premium ... Rp25.000 617 terjual

Produk Terlaris
Lihat Semua >

- TOP 1: Tas Murah Untuk Bidan Persalinan KB, dan Imu
- TOP 2: Tas Souvenir Baby Cowo Cewek Baru Lahiran Bis
- TOP 3: Pouch Mi Desain B





DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Naili Nur Chanifah
Tempat dan Tanggal Lahir : Kudus, 13 November 1999
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Prambatan Kidul 04/04, Kaliwungu, Kudus
E-mail : nailichani@gmail.com
No. Hp : 085738613545

Pendidikan Formal

- | | |
|------------------|------------------------------|
| 1. MIN Kudus | Lulus tahun 2011 (Berijazah) |
| 2. MTsN 01 Kudus | Lulus tahun 2014 (Berijazah) |
| 3. MAN 02 Kudus | Lulus tahun 2017 (Berijazah) |

Pendidikan Non Formal

- | | |
|--------------------------------------|------------------------------|
| 1. Madrasah Diniyyah Hidayatul Aulad | Lulus tahun 2013 (Berijazah) |
|--------------------------------------|------------------------------|

Demikian daftar riwayat hidup yang penulis buat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 15 Juni 2021

Penulis



Naili Nur Chanifah

1705026136