



## **Jual Beli *Online* Pada *Marketplace* Shopee Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam**

**Arya Wahyu Pradana<sup>1</sup>, Ridho Rokamah<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia, [aryawahyu959@gmail.com](mailto:aryawahyu959@gmail.com)

<sup>2</sup> Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia, [rokamahridho@iainponorogo.ac.id](mailto:rokamahridho@iainponorogo.ac.id)

---

### **Article Info**

---

#### **Article history:**

Received June 20, 2023

Revised November 27, 2023

Accepted November 28, 2023

Available online November 28, 2023

\*Corresponding author email:

[aryawahyu959@gmail.com](mailto:aryawahyu959@gmail.com)

---

#### **Keywords:**

**Business Ethics, Buying, Islamic, Online, Selling**

---

### **Abstract**

Economic activity is very closely related to a transaction activity, this is inseparable from an economic concept, namely to fulfill the necessities of life for oneself, for the welfare of the family, and also to help other people around us. Basically online buying and selling sites are buying and selling transactions, which are categorized in the form of modern buying and selling because in practice they apply a technology. Doing business in the view of Islamic business ethics in buying and selling online, sellers are required to always pay attention to ethics in their business, between being kind, speech and actions must be consistent. They are also required to always keep promises, be punctual, not hesitate to admit weaknesses and shortcomings, always maintain the quality of the goods sold, and must not lie and cheat. The purpose of this study was to find out about the implementation of online buying and selling on the marketplace shopee when viewed from Islamic business ethics. This study uses descriptive qualitative research methods by conducting interviews, observation, and documentation. The results of this study say that buying and selling online at the shopee marketplace has done well in implementing the principles of Islamic business ethics, even though understanding related to the principles of Islamic business ethics is still lacking, they are able to do it in their own way and in their own language.

---

DOI: [10.21154/niqosiya.v3i2.2084](https://doi.org/10.21154/niqosiya.v3i2.2084)

Page: 313-319

---

Niqosiya with CC BY license. Copyright © 2023, Arya Wahyu Pradana, Ridho Rokamah

## PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi sangat erat kaitannya dengan suatu aktifitas transaksi, hal tersebut tak terlepas dari sebuah konsep ekonomi yakni untuk memenuhi kebutuhan hidup untuk diri sendiri, untuk kesejahteraan keluarga, dan juga untuk membantu orang lain yang ada disekitar kita. Pemenuhan kebutuhan berupa pangan, sandang, dan papan menjadi kebutuhan yang tak bisa dipisahkan dalam kehidupan. Dalam konteks agama juga diajarkan atau malah dianjurkan untuk menjaga sebuah hubungan dengan menyeimbangkan antara hubungan personal dengan Tuhan (*hablum minallah*) dan juga hubungan antara personal dengan sosial/Muamalah (*hablum minannas*). Dalam hidup bermasyarakat manusia selalu berhubungan satu sama lain, disadari atau tidak, untuk mencukupi kebutuhan-kebutuhan hidupnya. Pergaulan hidup tempat setiap orang melakukan perbuatan dalam hubungannya dengan orang-orang lain disebut *muamalat* (Basyir, 2020).

Seiring dengan berkembangnya zaman akan membuat manusia lebih leluasa dalam mengembangkan ide pemikirannya, salah satunya dalam bidang ekonomi juga mengalami perkembangan. Dimana aktivitas jual beli kini juga memanfaatkan media elektronik, media elektronik dalam bidang ekonomi yang erat kaitannya dengan jual beli populer dengan istilah *electronic commerce* atau disingkat *e-commerce*. *E-commerce* (situs jual beli *online*) merupakan suatu aktivitas perniagaan seperti layaknya perniagaan pada umumnya, hanya saja para pihak yang bertransaksi tidak bertemu secara fisik akan tetapi secara elektronik melalui media internet (Dewi dkk., 2005).

Pada dasarnya situs jual beli *online* merupakan suatu transaksi jual beli, yang dikategorikan dalam bentuk jual beli modern karena pada praktiknya mengaplikasikan sebuah teknologi. Terdapat beberapa istilah yang ada dalam pembahasan jual beli *online*, istilah tersebut antara lain *e-commerce*, *onlineshop*, dan *marketplace*. Dari ketiga istilah tersebut memiliki sebuah arti yang hamper sama yakni tempat untuk melakukan jual beli secara *online*. *E-commerce* adalah website/aplikasi dari sebuah perusahaan yang pada implementasinya langsung menjualkan produknya, seperti Shopee, Lazada, Tokopedia. Lalu ada *marketplace* yaitu sebuah tempat untuk berkumpulnya penjual dan pembeli di ranah digital. Dan yang terakhir ada *onlineshops* yang merupakan proses dimana konsumen dengan bebas dapat memilih dan membeli suatu barang kebutuhan yang mereka inginkan dari seorang penjual.

Shopee merupakan salah satu situs elektronik komersial yang bergerak dalam bidang platform jual beli *online* yang berpusat di Singapura dengan Sea Limited sebagai pemiliknya. Semakin berkembangnya situs ini ditandai dengan luasnya jangkauan yang dimiliki, bukan hanya di Negara Singapura saja melainkan Negara-negara tetangga seperti Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, bahkan juga di Filipina. Shopee menjadi situs jual beli populer pada saat ini karena didalamnya banyak menyediakan fasilitas-fasilitas lengkap untuk berdagang atau bahkan untuk membeli barang kebutuhan kita. Mulai dari fasilitas gratis ongkos kirim bagi konsumen yang ingin membeli barang, layanan COD atau *Cash On Delivery* yang merupakan istilah untuk bayar selesai pengantaran.

Di dalam jual beli *online* sebagaimana dalam konsep perdagangan, situs jual beli *online* menimbulkan perikatan antara para pihak untuk memberikan suatu prestasi. Implikasi dari

perikatan itu adalah timbulnya hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh para pihak yang terlibat. Lalu bagaimana dengan pandangan Islam tentang hal ini. Jual beli merupakan salah satu jenis mu'amalah yang diatur dalam Islam (Alfarizi, 2019). Jual beli sebagai bagian dari mu'amalah mempunyai dasar hukum yang jelas. Baik dari Al-Quran, Al-Sunnah dan telah menjadi ijma' ulama dan kaum muslimin. Bahkan jual beli bukan hanya sekedar mu'amalah, akan tetapi menjadi salah satu media untuk melakukan kegiatan untuk saling tolong-menolong sesama manusia (Mustofa, 2016).

Berbisnis dalam pandangan etika bisnis islam pada jual beli *online*, penjual dituntut untuk selalu memperhatikan etika dalam berbisnisnya, antara bersikap baik ucapan dan tindakan haruslah konsisten. Mereka juga dituntut untuk selalu menepati janji, menepati waktu, tak sungkan mengakui kelemahan dan kekurangan, selalu menjaga kualitas barang yang dijual, dan tidak boleh berbohong serta menipu. Penjual juga dituntut untuk selalu berperilaku jujur, memiliki jiwa yang amanah untuk selalu terbuka pada pembeli, pelayanan yang optimal, dan bersikap, berucap, dan berperilaku yang baik kepada semua pembeli. Dengan sifat amanah, pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk mengamalkan kewajiban-kewajibannya (Rivai & Arifin, 2010). Dalam konteks bisnis, ihsan adalah kehendak untuk melakukan kebaikan hati dan meletakkan bisnis pada tujuan berbuat kebaikan. Di dalam penilaian etika bisnis pemahaman terhadap tujuan dari suatu aktivitas akan sangat menentukan baik atau tidaknya aktivitas tersebut.

Ada banyak sekali praktek jual beli *online* yang tidak memperhatikan etika bisnis terutama etika bisnis islam. Dalam wawancara dengan pemilik toko *Raey Hijab* yang berlokasi di Magetan yakni Erika, beliau berpendapat masih banyak toko di *marketplace* shopee berbuat kecurangan hanya untuk keuntungan pribadi saja dengan tidak memperhatikan dampak yang ditimbulkan dari perilaku tersebut (Erika, komunikasi pribadi, Agustus 2022). Hal ini juga senada dengan ungkapan dari pemilik *Stipenstuff* yakni Kiki yang berlokasi di Ponorogo, beliau beranggapan bahwa masih banyak contoh kasus yang terjadi dalam jual beli *online*, salah satunya tidak adanya kejujuran saat bertransaksi oleh pemilik toko atau penjual (Kiki, komunikasi pribadi, Agustus 2022). Dimana ketika konsumen membeli barang masih ada banyak kecurangan yang didapatkan. Kecurangan yang sering terjadi dalam bisnis *online* salah satunya bedanya produk saat pesan dan ketika sampai di tangan konsumen, hal ini sering terjadi karena saat membeli produk di situs *online* kita hanya bisa melihat gambar dan spesifikasi dari produknya saja tidak ada jaminan nantinya barang yang dipesan sesuai dengan apa yang menjadi keinginan kita, kita sebagai konsumen hanya bisa mempercayakan hal tersebut sepenuhnya kepada penjual. Wawancara selanjutnya dengan pemilik *Zoescraft.id*, yakni Agustiyana Alfaturrizka yang lokasi *marketplacena* di Madiun, pendapatnya tak jauh berbeda dengan wawancara-wawancara sebelumnya. Menurutnya masih banyak dalam transaksi jual beli *online* yang berbuat kecurangan dalam transaksinya (A. Alfaturrizka, komunikasi pribadi, Agustus 2022). Dalam kasus ini produk yang dikirim tidak sesuai dengan produk yang dipesan kunjung dikirim oleh penjual dan pada akhirnya produk itu tidak sampai ke tangan pembeli. Hal ini membuat konsumen merasa ragu untuk membeli produk secara

*online* karena begitu banyak praktik penyimpangan dalam transaksi jual beli *online* yang tidak memperhatikan etika bisnis islam.

Alasan peneliti memilih tempat *marketplace* tersebut karena ketersediaan pemilik *marketplace* untuk di wawancarai sebagai bahan penelitian, dan peneliti melihat bahwa pemilik dari *marketplace-marketplace* tersebut masih muda, karena nantinya generasi-generasi muda haruslah paham terkait bagaimana bisnis yang baik itu dilakukan, terkhusus disini bisnis *online* pada *marketplace* shopee. Agar kedepannya bisa menjadi pelopor bagi semua kalangan bisnis untuk bisa menerapkan bisnis yang baik dan benar. Dalam penulisan skripsi ini juga mempunyai pembatasan dalam penelitian, pembatasan dilakukan terhadap pelaku usaha dalam bidang fashion saja. Hal ini dilakukan agar nantinya pembahasan tidak melebar kemana-mana.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dalam kehidupan yang sebenarnya. Peneliti nantinya terjun langsung ke lapangan untuk mengamati apa yang menjadi permasalahan yang ada di beberapa toko *Marketplace* Shopee yang ada disekitar khususnya dalam pelaksanaan jual beli *online* di *Marketplace* Shopee. Sedangkan pendekatan penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif yang digunakan sebagai proses penelitian untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata (frasa) tertulis atau lisan yang berasal langsung dari tinjauan literatur yang terkait dengan topik penelitian, yakni Jual Beli *Online* Pada *Marketplace* Shopee Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam.

Penelitian ini dilakukan di beberapa lokasi (Magetan, Madiun, Ponorogo). Penelitian ini dipilih menggunakan random sampling. Alasan peneliti memilih tempat pelaku usaha pada *marketplace* tersebut karena ketersediaan pemilik usaha pada *marketplace* Shopee untuk di wawancarai sebagai bahan penelitian, dan peneliti melihat bahwa pemilik dari toko *online* tersebut masih muda, karena nantinya generasi-generasi muda haruslah paham terkait bagaimana bisnis yang baik itu dilakukan, terkhusus disini bisnis *online* pada *marketplace* shopee. Agar kedepannya bisa menjadi pelopor bagi semua kalangan bisnis untuk bisa menerapkan bisnis yang baik dan benar.

Adapun data yang relevan dalam rumusan masalah ini yaitu data yang berkaitan dengan pelaksanaan jual beli *online* pada *marketplace* shopee, problem etis antara pemesanan dan pengiriman dalam jual beli *online* pada *marketplace* shopee, dan dampak pelaksanaan jual beli *online* pada *marketplace* shopee untuk perkembangan bisnis.

Sumber data dalam penelitian ini adalah dari tiga pelaku usaha pada *marketplace* shopee yang ada di tiga kabupaten. Toko Zoecraft.id, yang berada di kabupaten Madiun dengan pemilik Agustiyana Alfaturrizka. Berikutnya ada toko Raey Hijab, yang berada di kabupaten magetan dengan pemilik Erika. Dan terakhir ada toko Stipenstuff, yang berada di kabupaten Ponorogo dengan pemilik Kiki. Pengumpulan data primer dan data sekunder merupakan langkah yang dilakukan oleh peneliti. Data primer dapat diperoleh melalui beberapa jenis dan cara seperti melakukan pertanyaan tertulis berupa kuisisioner dan lisan

menggunakan metode wawancara (Sarwono, 2006). Dimana data tersebut didapatkan dari beberapa narasumber yang telah disebutkan. Sedangkan data sekunder peneliti diperoleh dari mengkaji dan menganalisa hasil studi kepustakaan dan digunakan oleh para peneliti yang menganut paham pendekatan kualitatif yang bersumber dari studi penelitian terdahulu.

Jenis wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur yakni wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya (Sugiyono, 2014). Wawancara yang dilakukan peneliti yaitu kepada pemilik dari Raey Hijab, Zoecraft.id, dan Stipenstuff. Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi dengan cara melihat, mengamati, dan mencermati mengenai transaksi jual beli *online* di toko *online* Raey Hijab, Zoecraft.id, dan Stipenstuff.

Reduksi data merupakan merangkum, memfokuskan pada hal-hal penting, memilih hal-hal yang pokok, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data setelah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya serta mencarinya jika diperlukan (Sugiyono, 2014). Peneliti mereduksi data yang disampaikan oleh pemilik toko *online* Raey Hijab, Zoecraft.id, dan Stipenstuff terkait bagaimana transaksi jual beli *online* dalam tinjauan etika bisnis islam.

Penyajian data merupakan semua informasi yang terkumpul sehingga dari seluruh informasi tersebut ditarik sebuah kesimpulan yang kemudian diambil tindakan untuk penyajian data yang biasanya digunakan adalah dengan teks bersifat naratif (Sugiyono, 2014). Dalam hal ini data yang disajikan berupa keterangan dari pemilik dan konsumen toko *online* Raey Hijab, Zoecraft.id, dan Stipenstuff terkait transaksi jual beli *online* dalam tinjauan etika bisnis islam.

Kesimpulan merupakan temuan yang belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang dulunya belum jelas setelah diteliti menjadi jelas dapat berupa hubungan kasual atau interaktif, hipotesis atau teori (Sugiyono, 2014). Menarik kesimpulan dari awal hingga akhir pengumpulan data, peneliti mencari beberapa kesimpulan awal sehingga dapat disusun secara runtut dan sistematis.

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, menemukan pola, memilah menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain (Kuncoro, 2003). Peneliti menggunakan metode berfikir induktif dalam menganalisa data. Metode induktif merupakan cara menerangkan data dari paparan data kemudian kearah teori (Sugiyono, 2014). Adapun dalam menganalisis data dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis data deskriptif dalam menggambarkan hasil penelitian yang diawali teori yang bersifat umum. Dalam hal ini peneliti ingin menguraikan mengenai "Jual Beli *Online* Pada *Marketplace* Shopee Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam".

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dari analisis tentang pelaksanaan jual beli *online* pada pelaku usaha di *marketplace* shopee dapat ditarik kesimpulan bahwasannya ketiga *marketplace* yakni Zoecraft.id, Raey

Hijab, dan Stipenstuff telah menerapkan hampir seluruh prinsip dasar etika bisnis islam dalam pelaksanaan jual beli pada *marketplace* shopee. Dari kelima prinsip dasar etika bisnis islam prinsip yang secara optimal bisa dilakukan ada pada prinsip kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebaikan/kejujuran. Sedangkan prinsip yang belum optimal di lakukan ada pada prinsip unity/ketauhidan dan keseimbangan. Serta ada satu *marketplace* yang belum bisa menerapkan prinsip etika bisnis islam pada prinsip keseimbangan yakni *marketplace* Zoecraft.id, hal tersebut terjadi dikarenakan suatu sebab yang mana *marketplace* ingin lebih memperhatikan dahulu konsumen lama yang sudah loyal kepada *marketplaceny*.

Dari analisis tentang analisis problem etis antara pemesanan dan pengiriman dalam jual beli *online* pada pelaku usaha di *marketplace* shopee bisa ditarik kesimpulan bahwa dalam penerapan etika bisnis islam sudah dengan baik dilakukan. Prinsip yang bisa diterapkan dengan optimal ada beberapa seperti, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebaikan/kejujuran, hal ini karena prinsip tersebut lebih mudah dipahami bagi orang awam. Sedangkan untuk prinsip unity/ katauhidan belum secara maksimal diimplementasikan karena pemahaman mereka yang terbatas tetapi mereka mampu mengimplementasikan prinsip etika bisnis islam dengan baik dengan bahasa dan pemahaman mereka sendiri. Tetapi dalam kesesuaian antara pemesanan dan pengiriman dari ketiga *marketplace* hanya satu yang mengalami kesesuaian, yakni *marketplace* Stipenstuff. Ketidakesesuaian antara pemesanan dan pengiriman terjadi karena ada beberapa kesalahan, yang pertama kesalahan dari konsumennya terkait pemesanan (Zoecraft.id,) dan yang kedua kesalahan dari *marketplaceny* karena kurang teliti dalam menerima banyaknya pesanan (Raey Hijab). Tetapi semua kesalahan ada solusi sendiri-sendiri dari setiap *marketplace* yang mana itu merupakan bentuk tanggung jawab mereka ketika ada kesalahan.

Dari analisis dampak penerapan etika bisnis islam dalam jual beli *online* terhadap perkembangan bisnis pada *marketplace* shopee ditarik kesimpulan bahwa dalam penerapan etika bisnis islam sudah dengan baik dilakukan, tetapi perlu pemahaman lebih dalam agar bisa semakin mengerti bagaimana sikap yang harus dilakukan ketika menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis islam. Dan untuk dampaknya kepada perkembangan bisnis tentu ada banyak dampak yang bisa diambil ketika kita menerapkan prinsip etika bisnis islam dalam bisnis jual beli *online*. Mulai dari menjalankan operasional usaha dengan bertanggung jawab, jujur, dan totalitas, dan menjaga perilaku baik dalam melakukan transaksi jual beli *online*.

## **KESIMPULAN**

Secara umum jual beli *online* pada *marketplace* shopee jika ditinjau dari etika bisnis islam sudah sejalan dengan pandangan etika bisnis islam. Pelaku usaha sudah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis islam walaupun penerapan yang dilakukan secara tidak sadar dilakukan. Hal tersebut dikarenakan kurangnya literatur yang dimengerti tentang etika bisnis islam, sehingga mereka hanya melaksanakan sebuah jual beli *online* hanya berpatokan pada kebaikan. Tetapi kebaikan yang dijabarkan jika dibedah satu persatu mengarah kepada semua prinsip etika bisnis islam.

**REFERENSI**

- Alfarizi, I. (2019). *Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam* [Skripsi, IAIN BENGKULU]. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/3273/>
- Alfiaturrizka, A. (2022, Agustus). *Wawancara* [Komunikasi pribadi].
- Basyir, A. A. (2020). *Asas-asas Hukum Muamalat*. UII Press.
- Dewi, G., Wirnyaningsih, & Barlinti, Y. S. (2005). *Hukum Perikatan Islam di Indonesia* (2 ed.). Prenada Media.
- Erika. (2022, Agustus). *Wawancara* [Komunikasi pribadi].
- Kiki. (2022, Agustus). *Wawancara* [Komunikasi pribadi].
- Kuncoro, M. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga.
- Mustofa, I. (2016). *Fiqih Muamalah Kontemporer*. Raja Grafindo Persada.
- Rivai, V., & Arifin, A. (2010). *Islamic Marketing: Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Bumi Aksara.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.