

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan zaman yang semakin modern seperti saat ini dengan tingkat kemajuan teknologi yang berkembang pesat baik secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan kemudahan bagi manusia di berbagai bidang. Salah satunya yaitu dalam bidang perdagangan atau jual beli. Dalam menjalankan keberlangsungan hidupnya, manusia tidak akan pernah lepas dari kegiatan jual beli guna memenuhi kebutuhannya. Dengan bantuan teknologi yang semakin baik, seluruh kemudahan bagi kegiatan manusia dapat di realisasikan atau di wujudkan.¹

Internet telah mengubah berbagai aspek kehidupan manusia karena saat ini internet telah menjadi kebutuhan pokok selain kebutuhan pangan, sandang dan papan bagi sebagian besar orang terutama di daerah perkotaan. Pemanfaatan internet sudah lebih jauh dan bukan hanya untuk komunikasi semata tetapi juga untuk memesan transportasi, berkarya, bahkan untuk membeli barang. Dengan munculnya kebutuhan konsumen yang ingin mengambil keputusan dengan cepat tanpa terikat ruang dan waktu dan adanya kebutuhan mengaktualisasikan diri di dunia maya hal ini akan berdampak secara langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi produk yang di dapatkan secara *online*. Dengan banyaknya orang yang menggunakan internet bahkan untuk membeli barang secara *online* maka hal ini menjadi peluang bisnis untuk membuka *online shop* bagian dari *e-commerce*. *E-commerce* (*electronic commerce*) perniagaan elektronik merupakan bagian dari *electronic business* bisnis yang dilakukan dengan menggunakan *electronic missions*. Definisi global tentang *e-commerce* adalah semua bentuk transaksi perdagangan barang atau jasa yang dilakukan secara elektronik.²

Terdapat banyak jenis *e-commerce* yang berkembang di Indonesia. *E-commerce* jenis *marketplace*. *Marketplace* adalah sebuah pasar elektronik yang melakukan kegiatan menjual dan membeli suatu barang ataupun jasa yang meliputi 3 aspek (b2b & c2c) dimana B2B(*Bisnis to Bisnis*) mendominasi sampai 75% di

¹ AgungNeogroho, *Teknologi Komunikasi*, (Yogyakarta : Graha ilmu, 2010), hlm.2.

²Jaidan Jauhari “Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan E-commerce” *Jurnal Sistem Informasi (JSI)* 2 (April 2010) hlm.,162-163.

marketplace sebuah tempat atau pasar elektronik yang melakukan kegiatan jual beli suatu barang atau jasa³

Marketplace memberikan banyak keuntungan bagi penjual atau pun pembeli, salah satu contoh keuntungan bagi penjual adalah tidak perlu membuat situs atau *online shop* sendiri. Penjual dapat menjual produknya hanya melewati *marketplace* yang dia inginkan dan penjual hanya perlu mengunggah foto produk yang akan dijual lengkap dengan deskripsinya. Selanjutnya, jika ada pembeli yang tertarik dan ingin membeli barang yang dijual oleh produk yang ditawarkan penjual maka pihak penjual akan mendapatkan notifikasi dari sistem dari *e-commerce* tersebut.

Marketplace yang ada di Indonesia antara lain Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli, dan sebagainya. Banyak dari *marketplace* yang ada di Indonesia tidak hanya dapat akses menggunakan situs *web* saja, akan tetapi dapat diakses melalui aplikasi *mobile* berbasis *android* dan *IOS* yang dapat diinstall melalui *playstore* *appstore*.⁴

Gambar 1.1

Toko Online	Pengunjung Web bulanan	Ranking AppScore	Ranking PlayStore
1	88,953,400	#2	#3
2	55,964,700	#1	#1
3	42,874,100	#4	#9
4	27,985,900	#3	#2
5	21,395,600	#6	#4
6	8,524,000	#7	#6
7	5,037,700	#22	#10

Berdasarkan gambar 1.1 laporan terbaru kuartal 2019 PETA *e-commerce* *iPrice*, Tokopedia berada diposisi puncak sebagai *marketplace* yang memiliki

³Putu Artaya, Tubagus Purworusmiadi, "Efektifitas Marketplace Dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran Penjualan Produk bagi UMKM di Jawa Timur" *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, (Universitas Narotama Surabaya), hlm.8

⁴ *Ibid*, hlm. 1.

jumlah pengunjung tertinggi, diikuti oleh *e-commerce* lokal Shopee, Bukalapak, Lazada, JD id dan Blibli.com dan *marketplace* lainnya.⁵

Shopee adalah *website* pasar untuk jual beli dengan mudah dan cepat. Shopee menawarkan berbagai macam produk-produk mulai dari produk fashion sampai dengan produk untuk kebutuhan sehari-hari. Shopee juga hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* untuk memudahkan penggunaanya dalam melakukan kegiatan belanja online tanpa harus membuka *website* melalui perangkat komputer.⁶

Shopee mulai masuk kepasar indonesia pada akhir bulan Mei 2015 dan Shopee baru mulai beroperasi pada akhir juni 2015 di indonesia. Shopee merupakan anak perusahaan dari Garena yang berbasis di Singapura. Shopee telah hadir di beberapa negara di kawasan Asia Tenggara seperti Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, Filipina dan Indonesia. Shopee indonesia beralamat di Wisma 77 Tower 2, jalan Letjen. S. Parman, Palmerah, Daerah khusus ibu kota Jakarta 11410, indonesia.⁷ Berikut gambar 1.2 tampilan aplikasi website shopee.

Gambar 1.2



Shopee menawarkan banyak produk di dalam *websitenya*, kategori yang di tawarkan Shopee lebih mengarah pada produk fashion dan perlengkapan rumah tangga. Kategori yang di tawarkan meliputi pakaian wanita, pakaian pria, sepatu

⁵<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> (diakses kamis, tanggal 07 februari 2020, pukul 10:10 WIB)

⁶ Cherly D.T. Wahyuningsuara, Retno Indah Rokhmawati, Niken Hendrakusma Wardani, "Analisis Faktor-faktor Yang Memengaruhi Penerimaan Pengguna Dalam Transaksi Online Pada Shopee" *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi* 9 (Februari 2018), hlm.5.

⁷<https://openlibrary.telkomuniversityac.id> (diakses Minggu, 09 Februari pukul 13:05)

wanita, sepatu pria, tas, fashion muslim, aksesoris fashion, kecantikan & kesehatan, jam tangan, gadget, perlengkapan olahraga, hobi & koleksi, perlengkapan bayi & anak, perlengkapan rumah, elektronik, komputer & aksesoris, makanan & minuman, fotografi, otomotif, dan serba-serbi yang di dalamnya terdapat camilan dan dekorasi rumah.

Shopee menerapkan sistem layanan jual beli interaktif antara penjual dan pembeli melalui fitur *live chat*. Shopee menyediakan berbagai sistem pembayaran melalui transfer bank, indomaret hingga kredit. Selain itu juga tersedia dompet elektronik, *Shopeepay* yang dapat menyimpan seluruh dana, baik dari penjualan atau pembelian. Shopee juga memiliki fitur “Koin Shopee” yaitu koin virtual yang diperoleh dari hasil pembelian barang dengan promo tertentu dengan sistem cashback. Nantinya koin shopee ini dapat ditukar dengan diskon saat pembelian barang berikutnya.⁸

Untuk memastikan barang yang dikirim penjual shopee sampai ke pembeli, shopee memberlakukan sistem garansi shopee sebagai jaminan uang akan kembali seratus persen jika barang tidak sampai. Shopee indonesia bekerjasama dengan beberapa jasa logistik di indonesia seperti JNE, J&T, GOJEK (Go-Send), dan Pos Indonesia untuk membantu proses pengiriman barang.⁹

Adapun kebijakan pengembalian dana dan barang yang terjadi di Shopee. Dengan tunduk pada syarat dan ketentuan dalam kebijakan pengembalian dana dan barang serta syarat layanan, pembeli dapat mengajukan permohonan untuk pengembalian barang yang dibeli. Disini pembeli hanya boleh mengajukan permohonan pengembalian dana atau barang dalam situasi seperti barang belum diterima oleh pembeli, barang tersebut rusak/cacat saat diterima, atau penjual telah mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan spesifikasi yang disepakati, misalnya ukuran & warna kepada pembeli atau barang yang dikirimkan kepada pembeli secara material berbeda dari deskripsi yang diberikan oleh penjual dalam daftar barang. Dalam pengembalian barang pembeli harus memastikan bahwa barang, termasuk setiap barang gratis/bawaan seperti aksesoris yang datang bersama dengan barang, harus dikembalikan kepada penjual dalam kondisi yang

⁸<https://dailysocial.id/post/rayakan-hut-ke-2-shopee-klaim-annualized-gmv-di-tujuhnegara-sudah-capai-5miliar/> (di akses Jumat 17 April 2020 pukul 09:21)

⁹ [Shopee.co.id](https://shopee.co.id) (di akses Jumat 17 April 2020 pukul 09:39)

diterima oleh pembeli pada saat pengiriman. Dan Shopee akan menyarankan pembeli untuk mengambil foto barang pada saat diterima. Dalam tanggung jawab biaya pengiriman barang yang dikembalikan, misalkan dalam skenario kesalahan yang tidak terduga dari sisi penjual, (yaitu produk rusak, cacat atau salah dikirimkan ke pembeli), penjual atau pembeli menanggung biaya pengiriman pengembalian barang bergantung pada kesepakatan penjual dan pembeli. Jika dalam skenario dimana penjual & pembeli mempersengketakan siapa pihak yang bertanggung jawab atas biaya pengiriman barang yang dikembalikan, shopee atas kebijakannya sendiri akan menentukan siapa pihak yang akan bertanggung jawab atas biaya pengiriman pengembalian barang.¹⁰

Shopee merupakan salah satu situs jual beli online yang menyediakan rating dan ulasan, jaminan 100% pengembalian dan layanan COD atau bayar ditempat. Tentunya hal tersebut dilakukan dengan harapan mampu meningkatkan kepuasan konsumen terhadap shopee. Rating merupakan penilaian dalam bentuk *rank* yang biasanya disimbolkan dengan bentuk bintang sedangkan ulasan merupakan ungkapan seseorang berupa pujian atau kritikan terhadap suatu barang atau kualitas layanan yang diberikan oleh penjual.

Transaksi jual beli *online* (pesanan) sudah umum di terapkan masyarakat Indonesia, jual beli *online* di sini menggunakan aplikasi *marketplace* yang bisa di download di *playstore iOS Android*. Transaksi pada *marketplace* dilakukan dengan metode pembayaran terlebih dahulu, bisa melalui alfamart, indomaret dan via bank. Transaksi seperti ini disebut dengan transaksi akad salam. jual beli pesanan dalam fiqih Islam disebut dengan bay' as-salam yaitu suatu akad yang penyerahan barangnya ditunda, atau menjual suatu barang dengan adanya sifat, kriteria, jenis, ciri-ciri yang jelas dengan membayar harga modal lebih awal, sedangkan barangnya diserahkan dikemudian.

Pada zaman modern jual beli pesanan atau as-salam lebih terlihat pada pembelian alat-alat furniture, baju, tas, sepatu, kosmetik dan lainnya. Jual beli pesanan boleh dilakukan dengan syarat harga barang tersebut dibayar terlebih dahulu dan barang dikirim dikemudian hari. Untuk barang di sini menjelaskan barang yang tidak PO (*Pre-Order*) artinya *Ready*. Barang tidak PO dan *ready*

¹⁰<https://shopee.co.id/docs> (diakses Minggu 09 Februari 2020 pukul 11:52)

artinya barang tersebut sudah ada dan siap dikirim tanpa harus PO (*Pre-Order*) yaitu sistem pembelian barang dengan sistem memesan dan membayar terlebih dahulu di awal pemesanan, dengan tenggang waktu tunggu perkiraan kedatangan barang. Kehadiran jual beli pesanan secara *online* memiliki sisi kelebihan dan sisi kekurangan. Sisi kelebihan jual beli salam (pesanan) secara *online*, yakni transaksi lebih efisien, informasi akan lebih mudah disebar, serta dapat membuka peluang lebih besar untuk mendapat keuntungan penjualan berbeda dengan penjualan yang tidak menggunakan sistem *online*. Adapun kekurangan jual beli salam (pesanan) secara *online*, yakni memiliki kemungkinan terjadinya resiko kualitas produk yang tidak pasti, terjadinya *missed communication* antara penjual dengan pembeli, adanya unsur gharar yaitu unsur ketidakpastian atas barang yang diperjual-belikan karena barang tersebut tidak nampak secara fisik, dan tidak dapat disentuh secara langsung oleh orang yang memesan/pembeli, dan dapat memungkinkan terjadinya kerugian terhadap salah satu pihak.¹¹

Fenomena yang terjadi saat ini yakni jual beli pesanan secara *online*, kerap kali kita jumpai banyak konsumen yang merasa kecewa setelah melihat barang yang dipesan tidak sesuai dengan yang ia pesan dan tidak sesuai dengan spesifikasi atau tidak sesuai dengan harapan konsumen misalnya kualitas ataupun ukuran pakaian. Selain dari kualitas ataupun kuantitas barang, pengiriman barang termasuk yang dikeluhkan banyak konsumen, misalnya barang yang di janjikan akan datang tanggal sekian dan hari sekian tetapi barang tersebut melampaui dari tanggal yang di janjikan. Transaksi jual beli online masih dikhawatirkan oleh sebagian orang yang memilih untuk tidak melakukan transaksi online karena mereka masih memiliki anggapan bahwa produk yang ditayangkan dan diterima tidak sesuai bahkan ada beberapa kasus seperti yang dijelaskan sehingga hal tersebut dapat mengurangi tingkat kepuasan konsumen. Salah satu cara untuk mengantisipasi kemungkinan berkurangnya kepuasan konsumen karena ketidaksesuaian produk adalah dengan menerapkan jaminan pengembalian. Sejalan dengan hal tersebut, islam telah mengatur sedemikian rupa kemaslahatan bagi keduanya baik untuk produsen maupun konsumen dengan menerapkan akad khiyar dalam jual beli. Khiyar artinya dapat memilih antara dua pilihan yakni untuk meneruskan atau

¹¹ Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam* (Surakarta: Erlangga, 2012), hlm, 515-516.

membatalkan jual beli.¹² Fungsi khiyar sendiri secara syara' adalah agar kedua belah pihak baik penjual maupun pembeli saling memiliki kerelaan dan tidak terdapat penyesalan di kemudian hari karena merasa tertipu atau merasa tidak cocok dalam membeli barang yang telah dipilih.¹³ Sejauh ini, jika *marketplace* mampu memberikan pelayanan yang tepat dan sesuai dengan harapan konsumen, maka *marketplace* akan memiliki persepsi baik di mata konsumen, dalam memberikan pelayanan yang tepat dan sesuai, perusahaan diuntut untuk memahami harapan konsumen serta memberikan pelayanan yang memuaskan. Jika konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka konsumen cenderung membandingkan dengan pelayanan dari *marketplace* lain. Pelayanan terhadap konsumen yang kurang baik, membuat konsumen tidak menjadi pelanggan tetap.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Kepuasan Konsumen Pada Transaksi Akad Salam Dalam Layanan di *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Konsumen Mahasiswa). Di sini menggunakan *marketplace* yang pasar-pasarannya sangat tinggi dan banyak di minati oleh konsumen. Pendekatan yang di gunakan untuk mengukur kepuasan konsumen menggunakan metode kualitatif.

B. Fokus penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun fokus penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi transaksi akad salam di *marketplace* Shopee?
2. Bagaimana Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penerapan Akad Salam dalam Layanan di *Marketplace* Shopee ?

D. Tujuan penelitian

Sesuai dengan fokus penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis implementasi transaksi akad salam di *marketplace* Shopee
2. Untuk menganalisis Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penerapan Akad Salam dalam Layanan di *Marketplace* Shopee

¹² A. Munir dan Sudarsono, *Dasar-dasar Agama islam*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2001), hlm. 219.

¹³ Sohari Sahrani dan Ru'fah Abdillah, *Fikih Muamalah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 76.

E. Kegunaan penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini antara lain:

1) Bagi akademisi

Kegunaan bagi akademisi adalah sebagai sumber informasi untuk mengetahui tentang kepuasan konsumen pada transaksi akad salam dalam layanan di *marketplace*, sumbangsih pemikiran terhadap khazanah literatur perpustakaan yang dapat dibaca oleh mahasiswa dalam rangka memperkaya referensi baik untuk keperluan penelitian maupun tugas akademik dan tidak lupa sebagai bahan untuk dapat mengkritisi hasil penelitian kami.

2) Bagi peneliti

Kegunaan bagi peneliti adalah Sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh di bangku kuliah, Sebagai sarana untuk menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan Kepuasan konsumen pada transaksi akad salam dalam layanan di *marketplace* Shopee.

F. Definisi istilah

Definisi istilah diperlukan peneliti dalam melakukan penelitian yaitu dengan menggunakan istilah yang khusus untuk menggambarkan sebuah fenomena yang hendak diteliti secara tepat.

Ada beberapa istilah yang harus didefinisikan dalam penelitian ini, agar terbangun persepsi yang sejalan dengan penulis yaitu:

1. Pemasaran adalah pekerjaan rumah yang dikerjakan manajer untuk menilai kebutuhan, mengukur tingkat intensitasnya, dan menentukan apakah ada peluang yang menguntungkan.¹⁴
2. Kepuasan merupakan fungsi kedekatan antara harapan dan kinerja anggapan produk.¹⁵

¹⁴Ahmad Subagyo, *Marketing In Business: Studi kasus UMK & LKM; Usaha Mikro Kecil & Lembaga Keuangan Mikro* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010), hlm. 2.

¹⁵Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Penerbit erlangga, 2009), hlm 190.

3. Konsumen / pelanggan adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa.¹⁶
4. Akad salam / jual beli pesanan adalah akad jual beli barang pesanan diantara pembeli dengan penjual. Spesifikasi dan harga barang pesanan harus sudah disepakati diawal akad, sedangkan pembayaran dilakukan dimuka secara penuh.¹⁷
5. Khiyar adalah
6. *Marketplace* adalah sebuah pasar elektronik yang melakukan kegiatan menjual dan membeli suatu barang ataupun jasa yang meliputi 3 Aspek (b2b, b2c & c2c) dimana B2B (*Bisnis to Bisnis*) mendominasi sampai 75% di market.

¹⁶ Daryanto, Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Gava Medi, 2014), hlm. 49.

¹⁷ Saprida, Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli Online *Jurnal Ilmu Syariah, FAI Universitas Ibn Khaldun (UIKA) Bogor* 4(Januari 2016), hlm. 123.