

## BAB IV

### PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

#### 1. Paparan Data

##### a. Gambaran umum *Marketplace* Shopee

Shopee mulai masuk ke pasar 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.<sup>1</sup>

##### a) Visi Shopee

“Menjadi *mobile marketplace* nomor 1 di Indonesia”

##### b) Misi Shopee

“Mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia”

##### c) Layanan

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. 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.

##### d) Produk

---

<sup>1</sup> <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id> > (diakses Minggu, 09 Februari pukul 13:05)

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 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.

## **2. Data Lapangan**

Berdasarkan apa yang telah peneliti dapatkan di lapangan baik dengan observasi, wawancara maupun data dokumentasi, maka yang dapat peneliti jadikan paparan data dari hasil penelitian ini mengenai kepuasan konsumen pada transaksi akad salam dalam layanan di marketplace shopee studi kasus mahasiswa institut agama islam negeri madura prodi ekonomi syariah sebagai berikut :

### **1. Bagaimana implementasi transaksi akad salam dalam layanan di marketplace Shopee**

Akad salam merupakan suatu akad jual beli yang pada transaksinya disyaratkan, barang diserahkan kemudian hari atau ditangguhkan, sedangkan harga atau modal diserahkan pada saat akad . Hal ini serupa dengan yang disampaikan Mala idayu, mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2016 selaku pengguna marketplace shopee dalam mengimplementasikan transaksi akad salam:

*“Saya pengguna marketplace shopee dengan menggunakan metode pembayaran di marketplace melewati koin shopeepay, shopeepay merupakan fitur yang terdapat di dalam aplikasi shopee, untuk melakukan pembayaran menggunakan shopeepay kita harus top up terlebih dahulu, minimal top up Rp. 10.000,- dan maksimal Rp.1 juta sesuai ketentuan barang yang kita belanjakan. Setelah mengisi saldo shopeepay kita bisa membelanjakan dengan saldo shopeepay tersebut. Dengan memasukkan produk ke keranjang belanja untuk membuat pesanan, selesai dengan produk yang kita inginkan selanjutnya checkout. Dan pembayaran akan secara otomatis terkonfirmasi dan produk yang kita belanjakan siap dikirim”<sup>2</sup>*

---

<sup>2</sup> Mala idayu, wawancara langsung dengan mahasiswa angkatan 2016 prodi ekonomi syariah Institut agama islam negeri madura pengguna marketplace shopee 29 april 2020

Hampir sama dengan yang disampaikan oleh wardatus shaliha mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2018 mengenai implementasi transaksi akad salam di *marketplace* shopee:

*”saya sering belanja di marketplace shopee, untuk metode pembayaran sendiri di marketplace shopee saya lebih memilih metode pembayaran melalui indomaret. Seperti biasa saya melakukan pemesanan dengan memilih barang yang ingin di beli setelah itu checkout dengan mengubah metode pembayaran indomaret lalu buat pesanan secara otomatis saya akan mendapatkan kode pembayaran, simpan kode pembayaran dan pergi ke kasir indomaret dengan menunjukkan kode pembayaran tadi dan pastikan jumlah pembayaran sesuai dengan petunjuk metode pembayaran setelah itu simpan bukti pembayaran yang di berikan oleh kasir indomaret sampai barang yang dikirim tiba, karena kebanyakan barang belum sampai tapi status pesanan sudah barang di terima”*

Adapun yang disampaikan oleh Rahmanyah mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2017 mengenai implementasi transaksi akad salam di *marketplace* shopee:

*“ Untuk transaksi di marketplace Shopee menurut saya pribadi banyak yang di keluhkan ketika bertransaksi, seperti bertransaksi di alfamart terkadang di beberapa outlet alfamart terdekat seringkali mengalami gangguan dan tidak menerima transaksi pembayaran shopee”.*

Dari penjelasan Mala idayu dan Wardatus shaliha dapat disimpulkan bahwa implementasi transaksi akad salam di *marketplace* shopee, menggunakan fitur yang terdapat di *marketplace* shopee yaitu *“shopeepay”* dimana pembeli mengisi saldo *shopeepay* terlebih dahulu untuk membelanjakan suatu produk, setelah yakin dengan produk yang di inginkan pembeli bisa langsung checkout dan pembayaran langsung terkonfirmasi dan produk yang dipesan siap dikirim. Selain itu marketplace shopee dalam mengimplementasikan transaksi akad salam dengan metode pembayaran melalui indomaret. Pembeli seperti biasa melakukan pemesanan terlebih dahulu setelah itu checkout dengan mengubah metode pembayaran melalui kasir indomaret, secara otomatis marketplace shopee akan mengirimkan kode pembayaran dan pembeli menunjukkan kode pembayaran tersebut ke kasir indomaret dan pesanan siap dikirim. Berbeda dengan Rahmanyah yang mengeluhkan untuk transaksi di alfamart seringkali mengalami gangguan.

Selain transaksi akad salam dalam layanan di *marketplace* shopee, Pemasaran merupakan perbedaan dalam pelayanan *online* dan *offline*, jika di *marketplace*

shopee pemasaran yang di lakukan melalui sistem komputer *online* interaktif yang menghubungkan pelanggan dengan penjual secara elektronik, sedangkan pemasaran *offline* proses transaksi jual beli secara langsung, dimana produsen dan konsumen bertemu dalam satu tempat untuk mewujudkan terjadinya proses transaksi jual beli. Seperti yang disampaikan Mazedah fahlufi mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2016:

*“Menurut saya yang membedakan pelayanan online dengan pedagang offline salah satunya jangkauan pemasaran, bisnis online mempunyai jangkauan yang sangat luas. Di sini pedagang online berkesempatan mendapatkan pembeli dari seluruh indonesia karena internet sangat memungkinkan untuk itu. Sedangkan untuk pedagang offline yang dengan modal terbatas, jangkauannya lebih sempit, mungkin hanya pada orang-orang disekitar toko atau daerah tersebut saja”*.<sup>3</sup>

Selanjutnya Animazizah mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2016 yang mengatakan:

*“Yang membedakan pelayanan online dengan pedagang offline yaitu waktu. Kalau pelayanan online bisa di akses dalam waktu 24 jam dimana pembeli bisa mengakses toko online kapan saja dan dimana saja. Kalau pedagang offline buka toko dengan waktu yang terbatas tidak mungkin 24 jam.”*<sup>4</sup>

Ditambahkan Alina khoiriyah mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2017 menjelaskan:

*“Menurut saya yang membedakan pelayanan online dengan pedagang offline yaitu kalau pelayanan online produk apapun bisa dijual barang yang disediakan untuk pedagang online sangat bervariasi. Di sini mengapa banyak orang yang lebih memilih berjualan secara online karena bisa menyediakan barang apa saja dan dari agen mana saja selama itu di minati oleh konsumen. Dan kalau untuk pedagang offline produknya sangat terbatas jadi kemungkinan besar jika konsumen tidak mendapatkan produk yang diinginkan konsumen harus mencari ke toko yang lain”*.<sup>5</sup>

Adapun Rifatul jannah mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2017 menyatakan:

*“Yang membedakan pelayanan online dengan pedagang offline yaitu karyawan” untuk pedagang bisnis online sendiri tidak membutuhkan banyak tenaga kerja untuk mengerjakannya, bahkan untuk pedagang online yang pemula bisa menghandlenya sendiri . kalau untuk pedagang offline sangat membutuhkan karyawan, apalagi untuk pedagang offline awal buka toko, pasti akan*

---

<sup>3</sup> Mazedah fahlufi, wawancara langsung dengan mahasiswa angkatan 2016 prodi ekonomi syariah Institut agama islam negeri madura pengguna marketplace shopee, 29 april 2020.

<sup>4</sup> animazizah, wawancara langsung dengan mahasiswa angkatan 2016 prodi ekonomi syariah Institut agama islam negeri madura pengguna marketplace shopee ,1 mei 2020.

<sup>5</sup> Alina khoiriyah, wawancara langsung dengan mahasiswa Institut agama islam negeri madura prodi ekonomi syariah angkatan 2017 pengguna marketplace shopee, 6 mei 2020.

*membutuhkan bantuan orang lain untuk membereskan barang dan menyiapkan segala sesuatunya di toko offline sebelum mulai menjual barang dagangan di toko offline.”<sup>6</sup>*

Dilanjutkan Dian Islamiati mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2018 yang mengemukakan:

*“Mengenai perbedaan pelayanan online dengan pedagang offline yaitu transaksi pembeliannya, seperti yang kita semua ketahui transaksi pembelian secara online tidak dilakukan dengan dengan cara bertatap muka. Transaksi pembelian online bisa dilakukan melalui media internet seperti via bank, sehingga pembeli tidak perlu datang langsung untuk berbelanja. Berbeda dengan melakukan transaksi pembelian offline, kita mau tidak mau sebagai pembeli harus langsung bertemu dan bertatap muka dengan penjual untuk melakukan proses pembelian.”<sup>7</sup>*

Adapun Ayu Wandira mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2018 yang mengungkapkan:

*“Yang membedakan pelayanan online dengan pedagang offline adalah kualitas barang untuk pedagang online pembeli harus teliti membaca setiap keterangan yang ada di dalam barang yang di jual melalui media online, jadi pembeli tidak bisa melihat kualitas dari barang tersebut jadi untuk pelayanan di sini pedagang online harus sabar menghadapi konsumen yang selalu mempertanyakan kualitas barang dan untuk pedagang offline pembeli dapat memilih barang yang di beli dengan membandingkan kualitas barang yang satu dengan yang lain”.<sup>8</sup>*

Selanjutnya Ika mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2019 yang mengatakan:

*“Yang membedakan pelayanan online dengan pedagang offline misalnya pelayanan gojek, JNE atau JNT dan semisal pelayanan pengiriman lainnya. barang yang kita beli untuk konsumen yang membeli barang di pedagang online kita tidak bisa langsung membawa barang yang kita beli karena pembeli harus menunggu barang di proses oleh pedagang online, dan untuk pengirimannya pembeli harus menanggung biaya pengiriman dari jarak pedagang online tersebut, misalnya satu kota dari desa pedagang online tersebut ke desa pembeli online tersebut bisa menggunakan pelayanan gojek, jika antar kota atau luar pulau bisa menggunakan layanan JNE atau JNT.*

---

<sup>6</sup> Rifatul Jannah, wawancara langsung dengan mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2017 pengguna marketplace Shopee, 6 Mei 2020.

<sup>7</sup> Dian Islamiati, wawancara langsung dengan mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2017 pengguna marketplace Shopee 6 Mei 2020.

<sup>8</sup> Ayu Wandira, wawancara langsung dengan mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2017 pengguna marketplace Shopee, 6 Mei 2020.

*Dan untuk pedagang offline barang yang kita beli kita bisa langsung membawa barang tersebut”.*<sup>9</sup>

Ditambahkan Ira miftahurrahmah mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2019 yang menyatakan:

*“Yang membedakan pelayanan online dengan pedagang offline seperti yang di ungkapkannya “ Respon ” , menurut saya setiap orang akan merasa nyaman ketika mereka merasa di dengarkan, untuk pelayanan online sendiri karena ini menggunakan media internet jadi pedagang online tidak bisa langsung merespon pesan yang kita kirim mengenai barang yang ingin kita beli, pedagang online bisa merespon pesan pembeli kadang 3 jam lagi atau 1 jam kemudian, kadang bisa membalas pesan secara cepat ketika pedagang tersebut tidak sibuk. Dan untuk pedagang offline tentunya karena pembeli dan penjual bertatap muka secara langsung jadi penjual lebih cepat merespon barang yang di inginkan pembeli tidak menunggu beberapa jam”.*<sup>10</sup>

Jadi dapat disimpulkan Dari hasil wawancara di atas ada delapan perbedaan dalam pelayanan *online* dan *offline*, yakni sebagai berikut:

1. Jangkauan
2. Waktu
3. Produk
4. Karyawan
5. Transaksi pembeliannya
6. Kualitas barang
7. Layanan pengiriman
8. Respon

Selain *marketplace* shopee sudah banyak situs *e-commerce* yang hadir di indonesia, dimana seluruh perusahaan *e-commerce* ini terus bersaing untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk para penggunanya. Seperti Suci afriyanti mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2019 mengungkapkannya:

*” Di sini marketplace shopee memberikan inovasi yang mempermudah pelanggan dalam berbelanja dengan menggabungkan media sosial dengan aplikasi shopee, disini shopee menerapkan layanan “Live Chat” yang bisa digunakan oleh pelanggan untuk menanyakan suatu barang langsung pada penjual dan untuk melakukan negoisasi tanpa harus repot-repot*

---

<sup>9</sup> Ika, wawancara langsung dengan mahasiswa Institut agama islam negeri madura prodi ekonomi syariah angkatan 2017 pengguna marketplace shopee 6 mei 2020.

<sup>10</sup> Ira miftahurrahmah, wawancara langsung dengan mahasiswa Institut agama islam negeri madura prodi ekonomi syariah angkatan 2017 pengguna marketplace shopee 6 mei 2020.

*berhubungan lewat di luar aplikasi. Adanya layanan ongkos kirim, layanan ongkos kirim di sini marketplace shopee memberikan promo gratis ongkos kirim setiap harinya untuk para penggunanya dengan batas pembelian tertentu, misalnya gratis ongkir Rp. 50.000,- dengan minimal pembelian Rp. 90.000,- jadi sangat menghemat dengan belanja melebihi minimum yang sudah tertera. Selanjutnya menerapkan filter dari harga termurah sampai ke termahal tapi meskipun harga termurah barang dan kualitas hampir sama dengan harga yang termahal memberikan jaminan harga termurah, apalagi yang di cari anak muda zaman sekarang membeli dengan harga termurah dan mendapatkan kualitas barang yang bagus. Shopee tidak pelit dalam memberikan promo kepada pembeli, banyak promo yang yang disediakan mulai dari cashback , diskon hingga gratis ongkir.”<sup>11</sup>*

Adapun sukrawati mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2017 yang mengatakan:

*“di marketplace shopee ada pengembalian retur, saya melakukan transaksi pembelian casing tablet di shopee. Sebelum transaksi saya sudah memastikan detail produk apakah sesuai seperti deskripsi di gambar ke penjual. Barang diterima tanggal 20 februari 2020, ternyata produk tidak sesuai deskripsi gambar. Customer Service Shopee menginformasikan bahwa ongkos kirim pengembalian bisa di diskusikan dengan penjual. Tanggal 22 februari 2020, saya menghubungi shopee untuk retur barang karen saya menerima alamat email dari shopee untuk alamat pengembalian. Namun yang mengherankan adalah lokasi daerah tujuan retur tidak sesuai dengan lokasi penjual tempat saya pesan barang. Alamatnya juga tidak lengkap, hanya ada kelurahan, kota, provinsi dan kode pos. Karena shopee bersikeras agar saya mengirimkan ke alamat tersebut, maka saya kirimkan sesuai data yang saya terima. Akibat alamat tidak jelas tersebut, saya tracking JNE, statusnya missroute atau alamat tidak lengkap. Saya menghubungi shopee kembali pada tanggal 26 februari 2020, diberitahukan bahwa jika ada respon dari penjual bahwa retur sudah diterima, maka dana akan dilepaskan ke pembeli. Masalahnya sekarang status barang sudah diterima, namun penjual kembali menolak pengajuan refund, karena penjual mengaku belum terima barang. Padahal status pengiriman barang sudah diterima ke alamat di jakarta. Namun penjual complain karena karena barang tidak dikembalikan ke kodus. Beli produknya di jakarta, mengapa di kembalikan ke kodus? Dan menurut saya pelayanan shopee yang ruet terkesan lama dalam pengembalian retur, lengkap dengan barang yang saya terima tidak sesuai dengan detail produk yang saya baca, saya sebagai konsumen merasa tidak puas dan kecewa dengan pelayanan yang terbilang lama harus menunggu beberapa hari”.*

Dilanjutkan Gina putri mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2019 yang mengemukakan:

*“di sini saya selaku konsumen shopee sangat kecewa dengan rumitnya aplikasi shopee, dari proses pembayaran, pembatalan, pengembalian dana yang lambat dan juga proses verifikasi yang rumit. Saya pernah belanja di marketplace*

---

<sup>11</sup> Suci afriyanti, wawancara langsung dengan mahasiswa angkatan 2016 prodi ekonomi syariah Institut agama islam negeri madura pengguna marketplace shopee 29 april 2020.

*shopee pada tanggal 14 januari 2020 saya membeli sepatu, namun ternyata penjual salah informasi, sehingga pesanan saya harus saya batalkan. Penjualpun sepakat untuk melakukan pembatalan, namun proses pengembalian dana dari shopee sangat lama. Bahkan saya harus menghubungi customer service terlebih dahulu untuk mempercepat proses pengembalian dana. Dana pun akhirnya dikembalikan dan masuk ke shopeepay. Saat dana hendak saya tarik disini saya merasa kecewa dengan proses verifikasi yang lambat dan berbelit-belit. Untuk proses verifikasi KTP saja sudah saya ajukan sejak sekitar pukul 20:00 malam, namun baru selesai di verifikasi keesokan harinya pada sekitar pukul 13:00, dan itupun saya harus melakukan verifikasi rekening bank yang saya yakin lambat pula. Padahal perusahaan e-commerce lain pun tak pernah serumit ini dalam hal pengembalian dana dan verifikasi data. Itu saja keluhan dari saya selaku konsumen shopee untuk membenahi sistem aplikasi shopee agar tidak membuat pelanggan kecewa”.*

Sama dengan Novia mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2019 yang mengatakan:

*“saya pernah order di Shopee dan melakukan pembayaran melalui alfamart. Namun karena saya ingin mengubah jumlah barang yang ingin di beli akhirnya saya cancel orderan tersebut. Namun setelah saya cancel ternyata dana saya tidak kembali. Saya coba hubungi CS bahwa alfamart invalid karena ada masalah teknis di shopee sehingga dana belum bisa di kembalikan. Saya kemudian komplain ke CS meminta dana segera dikembalikan karena bukan kesalahan saya dan dijanjikan oleh bapak putra selaku supervisor bahwa dana akan dikembalikan 1x24 jam. Namun lagi-lagi saya kecewa karena sampai saat ini dana saya belum kembali.*

Dari penjelasan di atas ada beberapa konsumen yang mengeluhkan pengembalian dana yang terkesan rumit dan sangat lama dan ada konsumen yang merasa di mudahkan dalam berbelanja di marketplace shopee.

d) Bagaimana upaya *marketplace* shopee dalam membangun citra positif kepada konsumen?

Membangun citra perusahaan yang baik menghadirkan terbentuknya kepercayaan dengan pelanggan dan menjadikan perusahaan sebagai pilihan pertama. Seperti Intan mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2019 selaku pengguna *marketplace* shopee yang menyatakan:

*“Menurut saya harga, harga di marketplace shopee cukup kompetitif dan sangat terjangkau, selain harga banyaknya promosi yang di lakukan di marketplace tersebut selain barang terdapat juga voucher, adapun kualitas produk, meskipun dengan harga terendah sekalipun di marketplace shopee sangat menjaga kualitas produk, lagu di marketplace shopee yang viral dan membuat konsumen dari anak-anak sampai orang tua yang memudahkan konsumen mudah menngingat perusahaan tersebut, dengan konten pemasaran baby shark pun dikemas dengan mengubah lirik tersebut seperti contoh lirik*



*lagu marketplace shopee di shopee pi pi pi pi pi pi pi, sebagai ciri khas yang dapat dengan mudah di ingat masyarakat. di marketplace shopee selalu meluncurkan artis- artis terbaru sebagai iklan marketplace tersebut salah satunya blackpink, artis korea selain idola saya, blackpink termasuk salah satu brand ambassador marketplace shopee.*<sup>12</sup>

Dari hasil wawancara di atas beberapa perbedaan upaya *marketplace* shopee, lazada dan tokopedia dalam membangun citra positif kepada konsumen sebagai berikut:

1. *Marketplace* shopee dengan harga yang terjangkau dengan kualitas produk yang bagus dan lagu yang viral dengan memudahkan konsumen untuk mengingat perusahaan tersebut.

## **2. Pertanyaan Fokus Penelitian II Tentang Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Layanan di Marketplace Shopee, Lazada dan Tokopedia**

Berikut jawaban dari mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2016, 2017, 2018 dan 2019. Sebagaimana pertanyaan yang terdapat dengan pedoman wawancara dan sesuai dengan penelitian fokus kedua:

- a) Bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap estimasi barang yang di janjikan *marketplace* shopee tidak tepat waktu?

Setiap *marketplace* selalu mengutamakan kepuasan pelanggannya terutama sampainya produk ke tangan konsumen. Namun banyak *marketplace* yang menjanjikan barang yang di pesan tidak datang tepat waktu, seperti yang diungkapkan Muhammad imron mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2016 yang mengatakan:

*“Menurut saya barang yang di janjikan tidak tepat waktu itu tidak sah, karena ada unsur penipuan di dalam akadnya, dimana barang yang dijanjikan marketplace tersebut datangnya tidak tepat waktu sehingga menyebabkan kecacatan dalam syarat jual beli”.*<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Intan , wawancara langsung dengan mahasiswa angkatan 2016 prodi ekonomi syariah Institut agama islam negeri madura pengguna marketplace shopee , 8 mei 2020

<sup>13</sup> Mohammad imron, wawancara langsung dengan mahasiswa Institut agama islam negeri madura prodi ekonomi syariah angkatan 2017 pengguna marketplace shopee 12 mei 2020.

Selanjutnya dengan Kholisul Muhlis mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2019 yang menyatakan:

*” Jika keterlambatan barang karena faktor ekspedisi tidak masalah, akan tetapi jika ada faktor kesengajaan terhadap pengiriman dari marketplace shopee, lazada dan tokopedia maka menurut tinjauan ekonomi islam sama juga haram karena membuat orang atau konsumen yang beli menunggu atau selalu berharap barang yang dipesan ”.*<sup>14</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa keterlambatan estimasi barang dalam tinjauan ekonomi islam hukumnya tidak sah karena terjadi kecacatan akad dalam syarat jual beli, sedangkan dalam akad salam jual beli ini tetap sah karena barang tetap dikirim tetapi terjadi keterlambatan, keterlambatan estimasi tidak sepenuhnya terjadi karena kesalahan *marketplace*, karena banyak faktor yang bisa menyebabkan estimasi pengiriman barang tidak tepat waktu seperti kendala di tim ekspedisi pengiriman.

b) Bagaimana dengan produk yang di deskripsikan *marketplace* shopee tidak sesuai dengan harapan konsumen?

Dalam ekonomi islam, akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis dalam islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, atau tanpa menghadirkan barang yang di pesan, tetapi dengan ketentuan harus di nyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau di serahkan kemudian sampai batas waktu tertentu. Seperti Irma yunita mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2018 yang menjelaskan:

*“Resiko belanja online memang seperti itu, jika dipandang dari tinjauan ekonomi islam produk yang tidak sesuai dengan harapan konsumen itu dilarang, dilarang disini contohnya saya melihat produk di katalog tersebut sebuah baju dengan motif bunga tetapi yang datang baju dengan motif hewan, itu termasuk gharar karena produk yang dipesan tidak sesuai dengan katalog yang di deskripsikan dan tidak sesuai dengan harapan saya. Maka dari itu sebelum kita membeli terlebih dahulu kita lihat detail barang tersebut untuk meminimalisir unsur penipuan ”.*<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Kholisul muhlis, wawancara langsung dengan mahasiswa Institut agama islam negeri madura prodi ekonomi syariah angkatan 2017 pengguna marketplace shopee 12 mei 2020.

<sup>15</sup> Irma yunita, wawancara langsung dengan mahasiswa Institut agama islam negeri madura prodi ekonomi syariah angkatan 2017 pengguna marketplace shopee 12 mei 2020.

Dilanjutkan mahasiswa Lilis haryati Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2016 yang menambahkan:

“Kalau menurut saya barang yang tidak sesuai dengan harapan konsumen itu membatalkan akad salam karena merugikan konsumen sedangkan dalam ekonomi islam syarat jual beli dalam akad salam barang yang dijual harus sesuai”.<sup>16</sup>

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa produk yang di deskripsikan *marketplace* shopee tidak sesuai dengan harapan konsumen membuat akad salam tidak sah karna dalam tinjauan ekonomi islam syarat dalam akad salam tidak terpenuhi karna barang tidak sesuai dengan harapan konsumen.

## 2. Temuan penelitian

Hasil penelitian yang penulis lakukan terdapat temuan-temuan yang dihasilkan dari observasi dan wawancara serta dokumentasi, temuan tersebut sesuai dengan fokus penelitian. Temuan penelitian yang berkaitan dengan fokus penelitian yang pertama, yang menanyakan bagaimana implementasi transaksi akad salam di *marketplace* shopee, lazada dan tokopedia.

### a. Implementasi transaksi akad salam di marketplace Shopee

#### a) Implementasi transaksi akad salam di *marketplace* shopee

Di *marketplace* shopee transaksi akad salam di implementasikan dengan menggunakan fitur “*Shopeepay*”,

#### b) Untuk perbedaan pelayanan di *marketplace* dengan pelayanan *offline* ada 8 (delapan)

#### c) Perbedaan pelayanan yang diterapkan di *marketplace* Shopee, Lazada dan Tokopedia yang berbeda dengan keunggulan fitur masing-masing yang ada di *marketplacetersebut*.

Perbedaan masing-masing *marketplace* dalam upaya memberikan citra positif terhadap konsumen dengan ciri khas *marketplace* sendiri.

### b. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Layanan di Marketplace Shopee

---

<sup>16</sup> Lilis haryati, wawancara langsung dengan mahasiswa Institut agama islam negeri madura prodi ekonomi syariah angkatan 2017 pengguna marketplace shopee, 12 mei 2020.

- a) Sama-sama berpendapat jika barang yang dijanjikan *marketplace* Shopee tidak tepat waktu hukumnya haram kecuali ada kendala faktor ekspedisi pengiriman karena barang tetap dikirim tetapi ada keterlambatan.
- b) Persamaan pendapat yang menyatakan dalam tinjauan ekonomi islam itu dilarang dan membatalkan akad salam.

### 3. Pembahasan

#### a. Implementasi transaksi akad salam di *marketplace* Shopee

Hasil kegiatan penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dalam implementasi transaksi akad salam pada layanan di *marketplace* shopee (studi kasus konsumen mahasiswa) menjadi hal yang penting dalam keberhasilan *marketplace* dalam memudahkan konsumennya dengan berbelanja seperti beberapa hal dibawah ini:

*Marketplace* Shopee, memberikan banyak kemudahan kepada masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya tidak terkecuali dalam kemudahan dalam melakukan transaksi jual beli. Transaksi jual beli tidak hanya dilakukan dengan adanya tatap muka antara penjual dan pembeli pada suatu tempat tertentu seperti toko, pasar maupun tempat perbelanjaan dan pada waktu tertentu pada saat toko telah dibuka. Salah satunya transaksi akad salam (pesanan) yaitu akad atas barang pesanan dengan spesifikasi tertentu yang ditangguhkan penyerahannya pada waktu tertentu, dimana pembayaran dilakukan secara tunai. Akad di *marketplace* bentuk jual beli tanpa bertemu antara penjual yang menawarkan barang dan pembeli yang membutuhkan barang. Tetapi keduanya dapat saling berkomunikasi melalui media internet seperti adanya chat untuk komunikasi antara penjual dan pembeli. Sehingga dalam transaksi jual beli di *marketplace* Shopee para pelaku transaksi yang menjadi salah satu rukun jual beli telah terpenuhi. Penawaran yang dilakukan oleh *marketplace* Shopee yaitu dengan menampilkan katalog barang-barang yang dijual dengan gambar sedetail mungkin dari arah depan dan samping yang disediakan dalam situs *marketplace* Shopee untuk para pelanggan, sehingga para pembeli bisa melihat barang dengan jelas. Kemudian dalam setiap katalog di beri penjelasan juga secara detail mengenai harga yang jelas dan termasuk rukun objek jual beli. Terjadinya kesepakatan atau akad merupakan rukun dari jual beli, Dalam transaksi di *marketplace* Shopee antara penjual dan pembeli dinyatakan dengan persetujuan

pelanggan untuk memesan suatu barang, pembeli memesan barang dengan mengisi formulir order pada platform dengan mengklik belanjaku, kemudian mengisi alamat untuk step selanjutnya. *Marketplace* Shopee, merupakan akad yang bersifat mengikat bagi pihak-pihak yang berakad, sehingga salah satu pihak tidak boleh membatalkan akad itu tanpa seizin pihak lain namun dapat di batalkan apabila memperoleh kesepakatan antara kedua belah pihak. Model transaksi di *marketplace* Shopee di sini sama dengan transaksi akad salam, yaitu jual beli ketika pembeli membayar tunai di muka atas barang yang di simpan, dengan spesifikasinya yang akan di serahkan kemudian.

Dalam pelayanan *marketplace* sangat berbeda dengan pelayanan *offline* dimana Layanan *marketplace* memacu cara baru dalam menjalankan aktifitas sehari-hari dengan memanjakan konsumennya yang tidak terbatas seperti jangkauan yang luas, waktu yang 24 jam, berbagai macam produk, memudahkan transaksi pembelian. Berbeda dengan layanan *offline* yang banyak di batasi dengan waktu yang terbatas, tidak semua produk , jangkauan yang sempit. Dengan memanfaatkan layanan *online marketplace* dapat memasarkan barang sebanyak mungkin, dan mendapatkan konsumen sebanyak mungkin. walaupun dengan pelayanan *online*, bukan berarti konsumen bebas menjalankan perniagaan atau transaksi jual beli sesuka hati. Berbagai batasan yang berlaku dalam syari'at tetap harus konsumen indahkan, agar perniagaan dan transaksi jual beli online sejalan dengan syari'at Allah 'Azza wa Jalla.

Berbagai pelayanan yang diterapkan di *marketplace* Shopee untuk menjadikan *marketplace* tersebut sebagai *marketplace* yang unggul di antara *marketplace* lainnya. Pelayanan di *marketplace* Shopee menerapkan layanan fitur "Live Chat" yang memudahkan konsumen dalam berniaga. Lewat fitur *live chat* ini, pembeli bisa langsung berbicara dengan penjual untuk bisa nego barang yang hendak di beli mengingat di *marketplace* lainnya para pembeli harus menyimpan nomor telepon penjual terlebih dahulu untuk berhubungan langsung. Selain itu di *marketplace* shopee memberikan gratis ongkir setiap harinya dengan Rp. 50.000,- dengan minimal belanja produk di *marketplace* shopee Rp. 90.000' - dan *cashback*. Banyak *marketplace* yang memberikan promo gratis ongkir kepada pelangganya demi memenuhi hasrat belanja konsumennya. Karena, jika tidak ada gratis ongkir

ini konsumen akan membayar lebih mahal produk yang dibeli. Mungkin untuk pengiriman satu kota ke kota tidak mahal, tetapi jika pengiriman terjadi dari pulau ke pulau yang lain maka konsumen tidak akan melewatkan kesempatan ini. Di *marketplace* shopee tersedia fitur filter harga, di sini konsumen bisa mencari mulai dari harga terendah sampai harga tertinggi dengan harga terendah sampai harga tertinggi. Meskipun harga terendah *marketplace* shopee sangat menjaga kualitas produk.

Citra positif terhadap konsumen sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Banyak berbagai upaya yang dilakukan *marketplace* dalam memberikan kesan dan kepuasan diri kepada konsumen. Seperti yang dilakukan *marketplace* shopee dalam memberikan harga yang sangat terjangkau sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang menjadi tolak ukur terkait pembelian ulang. Keinginan konsumen untuk terus membeli suatu produk mengacu bahwa konsumen yang setia merupakan konsumen yang melakukan pembelian berulang terhadap suatu produk dalam periode waktu tertentu dan merekomendasikan kepada orang lain dengan mencertikan hal-hal yang positif mengenai suatu produk yang di belanjakan di *marketplace* tersebut kepada pelanggan lainnya, serta lagu yang memudahkan konsumennya dari kalangan anak-anak sampai dewasa yang mengingat bahwa itu lagu dari *marketplace* tersebut.

Sehingga dapat di simpulkan, bahwa kepuasan konsumen dalam transaksi akad salam sangat berpengaruh terhadap pelayanan yang di berikan *marketplace* Shopee untuk mempertahankan keberlangsungan hidup yang lebih lama bagi *marketplace* , akan tetapi juga membedakan diri dengan pesaing dengan membuat pelayanan *marketplace* menjadi unik kepada pelanggan sehingga akan tercipta integritas yang kuat bagi *marketplace* di kalangan masyarakat khususnya mahasiswa.

#### **b. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Layanan di *Marketplace* Shopee**

Hasil kegiatan penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa tinjauan ekonomi islam terhadap kepuasan konsumen dalam layanan di *marketplace* Shopee sangat memperhatikan ekonomi islam sebagai model ekonomi

yang syarat dengan nilai, prinsip dan etika sebagai hak-hak konsumen dan produsen secara adil.

Sebagaimana berdasarkan data hasil wawancara dengan mohammad imron mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2016 yang menunjukkan bahwa akad tidak sah karena barang yang di janjikan tidak datang tepat waktu dan terdapat unsur penipuan yang menyebabkan kecacatan dalam syarat jual beli. Begitupun dengan Kholisul Muhlis mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2019 yang menunjukkan bahwa keterlambatan suatu barang yang di janjikan tidak masalah dikarenakan faktor ekspedisi, akan tetapi jika keterlambatan suatu barang faktor kesengajaan dari *marketplace* tersebut maka menurut tinjauan ekonomi islam sama juga haram.

Waktu penyerahan termasuk syarat akad salam yang keempat yaitu ditentukan temponya secara jelas dimana barang yang di salamkan (muslam fih) pada umumnya ada pada waktu penyerahan yang telah di tentukan. Penjual dapat menyerahkan barang lebih cepat dari yang di sepakati, dengan beberapa syarat kualitas dan kuantitas barang sesuai dengan kesepakatan, tidak boleh lebih tinggi ataupun lebih rendah dan tidak boleh menuntut tambahan harga. Adapun jika semua atau sebagian barang tidak tersedia tepat waktu pada saat penyerahan atau kualitasnya lebih rendah dan pembeli tidak rela menerimanya, maka pembeli memiliki dua pilihan sebagai berikut:

- 1) Membatalkan kontrak dan meminta uang kembali, pembatalan kontrak dengan dengan pengembalian uang pembelian di mungkinkan dalam kontrak salam. pembatalan penuh pengirim muslam fiih dapat dilakukan sebagai ganti pembayaran kembali seluruh modal salam yang telah dibayarkan.
- 2) Menunggu sampai barang tersedia.

Beberapa permasalahan yang seringkali muncul dalam transaksi jual beli secara online seperti kualitas produk yang deskripsikan marketplace tidak sesuai dengan harapan konsumen hal ini menimbulkan ketidakpuasan konsumen berdasarkan data dari hasil wawancara Irma yunita mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2017 yang menunjukkan bahwa

jika dipandang dari tinjauan ekonomi islam dilarang karena termasuk gharar. Dilanjutkan oleh Lilis haryati mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura prodi ekonomi syariah angkatan 2016 yang menunjukkan bahwa hal seperti itu membatalkan akad salam karena merugikan konsumen.

Barang yang menjadi objek salam termasuk syarat akad salam yang ketiga dimana Barang tersebut hendaklah jelas ukurannya, baik takaran, timbangan, ukuran ataupun bilangannya. Dalam akad salam mengenai jual beli online terdapat ketidaksesuaian antara apa yang dideskripsikan marketplace dengan barang yang diterima oleh pembeli, maka pembeli berhak khayar, apakah ingin mengambil barang itu atau mengembalikannya kepada penjual. Selain itu ada ketidakpuasan yang di alami konsumen dengan ekspektasi yang terlalu berlebihan dikarenakan produk yang datang tidak sesuai dengan harapan konsumen padahal Rasulullah SAW mempunyai beberapa sifat yang membuat nabi berhasil dalam melakukan bisnisnya yaitu:

- 1) Shiddiq (jujur atau benar) dalam berdagang Nabi Muhammad selalu dikenal sebagai seorang pemasar yang jujur dan benar dalam menginformasikan produknya.
- 2) Amanah (atau dapat dipercaya) saat menjadi pedagang Nabi Muhammad selalu mengembalikan hak milik atasannya, baik itu berupa hasil penjualan maupun atau sisa barang.
- 3) Fathanah (cerdas) dalam hal ini pemimpin yang mampu memahami, menghayati, dan mengenal tugas dan tanggung jawab bisnisnya dengan sangat baik.
- 4) Tabligh (komunikatif) jika seorang pemasar harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tetap sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran.