

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK
PERSAINGAN USAHA DI *MARKETPLACE* SHOPEE PADA
HARI-HARI ISTIMEWA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.)



Oleh:

NAILI SA'ADAH
NIM : 1219004

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK
PERSAINGAN USAHA DI *MARKETPLACE* SHOPEE PADA
HARI-HARI ISTIMEWA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.)



Oleh:

NAILI SA'ADAH
NIM : 1219004

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : NAILI SA'ADAH
NIM : 1219004
Judul Skripsi : TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP
PRAKTIK PERSAINGAN USAHA DI
MARKETPLACE SHOPEE PADA HARI-HARI
ISTIMEWA

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti plagiat, penulis bersedia mendapat sanksi akademik yaitu dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 27 Februari 2023



NAILI SA'ADAH

NIM. 1219004

NOTA PEMBIMBING

Dr. H. Mohammad Fateh, M.Ag.

PP. Tahaffudzul Qur'an Suburan Mranggen Demak 59567

Lamp : 3 (tiga) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Naili Sa'adah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syariah

c.q Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

di - PEKALONGAN

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi saudara:

Nama : NAILI SA'ADAH

NIM : 1219004

Judul : TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK PERSAINGAN USAHA DI *MARKETPLACE* SHOPEE PADA HARI-HARI ISTIMEWA

Dengan ini memohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum warohmatullahi wabarokatuh

Pekalongan, 27 Februari 2023
Pembimbing,


Dr. H. Mohammad Fateh, M.Ag.
NIP. 197309032003121001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS SYARIAH**

Alamat : Jl. Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kec. Kajen Kab. Pekalongan 51161


PENGESAHAN

Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudari:

Nama : NAILI SA'ADAH
NIM : 1219004
Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik
Persaingan Usaha Di *Marketplace* Shopee Pada
Hari-Hari Istimewa

Telah diujikan pada hari Senin tanggal 20 Maret 2023 dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).

Pembimbing,


Dr. H. Mohammad Fateh, M.Ag.
NIP. 197309032003121001

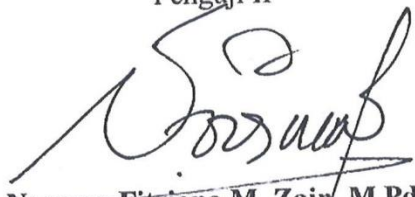
Dewan Penguji

Penguji I



Dr. H. Mohammad Hasan Bisyri, M.Ag.
NIP. 197311042000031002

Penguji II


Noorma Fitriana M. Zain, M.Pd.
NIP. 1987051120200102118

Pekalongan, 24 Maret 2023

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Syariah


Dr. H. Akhmad Jalaludin, M.A.
NIP. 19730622 2000031001

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penelitian ini Sesuai dengan Surat Keputusan Bersama (SKB) dua menteri, yaitu Menteri Agama Republik Indonesia No. 158/1997 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan dan No.0543 b/U/1987 Tertanggal 12 Januari 1988. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

No.	Huruf Arab	Nama Latin	Nama Latin	Keterangan
1.	ا	alif	-	Tidak dilambangkan
2.	ب	ba'	B	-
3.	ت	ta'	T	-
4.	ث	sa'	ṣ	s dengan titik di atas
5.	ج	jim	J	-
6.	ح	ha'	ḥ	ha dengan titik di bawah
7.	خ	kha'	Kh	-
8.	د	Dal	D	-
9.	ذ	zal	Z	zet dengan titik di atas
10.	ر	ra'	R	-
11.	ز	Zai	Z	-
12.	س	Sin	S	-
13.	ش	syin	Sy	-
14.	ص	sad	ṣ	es dengan titik di bawah
15.	ض	dad	ḍ	de dengan titik di bawah
16.	ط	ta'	ṭ	te dengan titik di bawah
17.	ظ	za'	ẓ	zet dengan titik di bawah

18.	ع	‘ain	’	koma terbalik di atas
19.	غ	gain	G	-
20.	ف	fa’	F	-
21.	ق	qaf	Q	-
22.	ك	kaf	K	-
23.	ل	lam	L	-
24.	م	mim	M	-
25.	ن	nun	N	-
26.	و	waw	W	-
27.	هـ	ha’	H	-
28.	ء	hamzah	’	apostrop
29.	ي	ya’	Y	-

B. Konsonan Rangkap, termasuk tanda Syaddah, ditulis lengkap.

احمدية : ditulis *Aḥmadiyyah*

C. Ta’ Marbutah

1. Transliterasi *Ta’ Marbutah* hidup atau dengan *harakat, fathah, kasrah,* dan *dammah*, maka ditulis dengan “t” atau “h”.

contoh: زكاة الفطر : *Zakat al-Fitri* atau *Zakah al-Fitri*.

2. Transliterasi *Ta’ Marbutah* mati dengan “h”

Contoh: طلحة : *Talḥah*

Jika *Ta’ Marbutah* diikuti kata sandang “al” dan bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta’ marbutah* itu ditransliterasikan dengan “h”

Contoh: روضة الجنة : *Raudah al-Jannah*

3. Bila dimatikan ditulis h, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia

جماعة : ditulis *Jama'ah*

4. Bila dihidupkan karena berangkai dengan kata lain, ditulis t

نعمة الله : ditulis *Ni'matullah*

زكاة الفطر : ditulis *Zakat al-Fitri*

D. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

No.	Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
1.	----- --	Fathah	a	a
2.	----- --	Kasrah	i	i
3.	----- --	dammah	u	u

Contoh:

كتب - *Kataba*

يذهب - *Yazhabu*

سؤل - *Su'ila*

نكر - *Zukira*

2. Vokal Rangkap atau *Diftong*

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

No	Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
1.	يَ	Fathah dan ya'	ai	A dan i
2.	وَو	Fathah dan waw	au	A dan u

Contoh:

كيف : *Kaifa* حول : *Haula*

E. Vokal Panjang (*Maddah*)

Vokal panjang atau *maddah* yang lambangnya berupa h}arakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

No	Tanda Vokal	Nama	Latin	Nama
1.	اَ	Fathah dan alif	ā	a bergaris atas
2.	اِي	Fathah dan alif layyinah	ā	a bergaris atas
3.	يِي	Kasrah dan ya'	ī	i bergaris atas
4.	وُو	Dammah dan waw	ū	u bergaris atas

Contoh;

تُحِبُّونَ : *Tuhibbūna*

الْإِنْسَانَ : *al-Insān*

رَمَى : *Ramā*

قِيلَ : *Qīla*

F. Vokal-vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ : ditulis *a'antum*

مُؤَنَّثٌ : ditulis *mu'annaṣ*

G. Kata Sandang Alif + Lam

Kata sandang berupa “al” (ال) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan “al” dalam lafadh *jalalah* yang berada di tengah-

tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan. Perhatikan contoh-contoh berikut ini:

1. Al-Imam al-Bukhariy mengatakan ...
2. Al-Bukhariy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan ...
3. *Masya' Allah kana wa ma lam yasya' lam yakun.*
4. *Billah 'azza wa jalla*
5. Jika diikuti huruf Qomariyah ditulis al-
القران : ditulis *al-Qur'an*
6. Bila diikuti huruf Syamsiyah, huruf I diganti dengan huruf Syamsiyah yang mengikutinya.
السَّيِّعَة : ditulis *as-Sayyi'ah*

H. Huruf Ganda (Syaddah atau Tasydid)

Transliterasi Syaddah atau Tasydid dilambangkan dengan huruf yang sama baik ketika berada di ditengah maupun di akhir.

Contoh:

مُحَمَّدٌ : *Muhammad*

الوَدُّ : *al-Wudd*

I. Kata Sandang “ال”

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyyah dan huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf “l”.

Contoh:

القران : *al-Qur'an*

السنة : *al-Sunnah*

J. Huruf Besar/Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, namun dalam transliterasi ini disamakan dengan penggunaan bahasa Indonesia yang berpedoman pada Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) yakni penulisan huruf kapital pada awal kalimat, nama diri, setelah kata sandang “al”, dll.

Contoh:

الإمام الغزالي : *al-Imām al-Ghazālī*

السبع المثاني : *al-Sab’u al-Masānī*

Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya lengkap dan kalau disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

نسر من الله : *Nasruminallāhi*

لله الأمر جميعا : *Lillāhi al-Amrujamā*

K. Huruf Hamzah

Huruf Hamzah ditransliterasikan dengan koma di atas (‘) atau apostrof jika berada di tengah atau di akhir kata. Tetapi jika hamzah terletak di depan kata, maka Hamzah hanya ditransliterasikan harakatnya saja.

Contoh:

احياء علوم الدين : *inyā’ ulūm al-Dīn*

L. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

وان الله لهو خير الرازقين : *wa innallāha lahuwa khair al-rāziqīn*

M. Kata Dalam Rangkaian Frase dan Kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau
2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

شيخ الإسلام : ditulis *syaiikh al-Islam* atau *syaiikhul Islam*

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Tahril dan Ibu Saeni, yang selalu memberikan kasih sayang, bimbingan, dan doanya hingga sekarang.
2. Keluarga tercinta kakak saya Sri Wulandari, Teguh Prayitno Iis Ida Wulandari, yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
3. Sahabat-sahabat saya Nur Afifah, Anna Diyah Azizah, Siti Zuhratul Izza, Juwanah, Anissa Qodrunada, Dini Mardiyah, dan Dede Khomsatun yang telah memberi semangat, terimakasih untuk canda, tawa dan perjuangan yang telah kebersamai dari semester satu sampai sekarang.
4. Teman-teman seperjuangan khususnya kelas HES A angkatan 2019, teman-teman KKN 54 Desa Dukuhlo, dan teman-teman organisasi HMJ HES yang selalu semangat, pantang menyerah dan terimakasih untuk kebersamaannya.
5. Dosen pembimbing Skripsi Bapak Dr. H. Mohammad Fateh, M.Ag. yang telah membimbing dan memberikan arahan selama penulis menyelesaikan Skripsi ini.
6. Dosen pembimbing akademik Bapak Dr. H. Akhmad Jalaludin, M.A. yang selalu memberikan nasihat dan motivasi selama menjalani perkuliahan.

MOTTO

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ
وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ۝ ۱۱۰

Artinya: “Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia (selama) kamu menyuruh (berbuat) yang makruf, mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Seandainya Ahlul kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman dan kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik.”

(Q.S. Ali-Imran: 110)

“Jangan bebani dirimu dengan apa yang dikatakan orang-orang tentangmu. Allah lebih mengetahui apa yang ada di hatimu dan hal ini sudah cukup bagimu.”

(Syaikh Mutawalli Al-Sya'rawi)

ABSTRAK

NAILI SA'ADAH (1219004), 2023, TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK PERSAINGAN USAHA DI *MARKETPLACE* SHOPEE PADA HARI-HARI ISTIMEWA

Dosen Pembimbing: Dr. H. Mohammad Fateh, M.Ag.

Persaingan usaha adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh dua usaha atau lebih yang terlibat dalam upaya saling mengungguli. Hal ini berkaitan dengan permasalahan praktik persaingan usaha yang ada di *marketplace* shopee pada saat hari-hari istimewa, dalam praktiknya banyak para *seller* yang menjual produknya di bawah harga pasaran. Di kalangan para pesaing ini banyak yang melakukan perlombaan dalam bisnisnya, seperti mereka yang memakai taktik dengan melakukan perang harga, perang iklan dan menaikkan pelayanan kepada calon pelanggan. Dengan adanya hal tersebut terkadang pelaku usaha ini melakukan tindakannya tidak jujur atau terjadi perjanjian tertutup/diam-diam. Dalam hal ini, maka bisa dapat menyebabkan persaingan usaha itu menjadi tidak sehat antar pelaku usaha atau seller lainnya. Sedangkan di dalam Hukum Islam, penetapan dibawah harga pasaran itu tidak diperbolehkan. Oleh karena itu, penting untuk menjawab bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap praktik persaingan usaha yang terjadi di *marketplace* shopee pada saat hari-hari istimewa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan praktik persaingan yang terjadi di *marketplace* shopee pada saat hari-hari istimewa yang di tinjauan dari hukum Islam.

Metode penelitian yang digunakan dalam jenis penelitian ini adalah penelitian yuridis empiris, dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Kemudian teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis model *Miles and Huberman* model ini dilakukan dengan cara menganalisis data kualitatif secara interaktif dan berlanjut secara terus menerus sampai tuntas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik persaingan usaha di *marketplace* shopee pada saat hari-hari istimewa adalah hukumnya sah selama prinsip jual beli yang dilakukan *seller* tidak bertentangan dengan Hukum Islam, hal ini telah ditetapkan dalam teori-teori persaingan usaha menurut Hukum Islam, yang meliputi *Suq Al-Munafasah Al-Ihtikariyyah, Suq Ihtikar Al-Qillah, Ittihad, I'timan, At-Tas'ir, Mu'amarah Al-Munaqishat, Syirkah Qabidhah*. Kemudian di dalam Islam telah dijelaskan bahwa melakukan bisnis itu tidak hanya akan mendatangkan keuntungan berupa materi saja, namun juga akan mendatangkan berkah atas rezeki yang diperoleh, semata-mata dari Allah swt. harus bersikap jujur kepada pembeli mengenai barang yang dijual, memberikan kualitas barang yang baik dan tidak menyembunyikan cacat pada barang yang dapat merugikan pembeli.

Kata kunci: Hukum Islam, *Marketplace*, Persaingan usaha, Shopee.

ABSTRACT

NAILI SA'ADAH (1219004), 2023, REVIEW OF ISLAMIC LAW OF BUSINESS COMPETITION PRACTICES IN MARKETPLACE SHOPEE ON SPECIAL DAYS

Dosen Pembimbing: Dr. H. Mohammad Fateh, M.Ag.

Business competition is an activity carried out by two or more businesses involved in an effort to outperform one another. This is related to the problem of business competition practices that exist in the shopee marketplace on special days, in practice many sellers sell their products below market prices. Among these competitors, many compete in their business, such as those who use tactics by conducting price wars, advertising wars and increasing service to prospective customers. With this in mind, sometimes these business actors commit dishonest actions or a closed/secret agreement occurs. In this case, it can cause unhealthy business competition between business actors or other sellers. Whereas in Islamic Law, setting below market prices is not permitted. Therefore, it is important to answer the review of Islamic law on business competition practices that occur in the Shopee marketplace on special days. The purpose of this research is to describe the competitive practices that occur in the shopee marketplace on special days in terms of Islamic law.

The research method used in this type of research is empirical juridical research, using a qualitative approach. Data collection was carried out using interviews and documentation methods. There are two sources of data in this study, namely primary data sources and secondary data sources. Then the data analysis technique in this study uses the Miles and Huberman model analysis. This model is carried out by analyzing qualitative data interactively and continuing continuously until complete.

The results of this study indicate that the practice of business competition in the shopee marketplace during special days is legal as long as the principle of buying and selling carried out by the seller does not conflict with Islamic law, this has been stipulated in business competition theories according to Islamic law, which includes Suq Al-Munafasah Al-Ihtikariyyah, Suq Ihtikar Al-Qillah, Ittihad, I'timan, At-Tas'ir, Mu'amarah Al-Munaqishat, Syirkah Qabidhah. Then in Islam it has been explained that doing business will not only bring material benefits, but will also bring blessings to the sustenance obtained, solely from Allah swt. must be honest with the buyer regarding the goods sold, provide good quality goods and not hide defects in the goods that can harm the buyer.

Keywords: *Business Competition, Islamic Law, Marketplace, Shopee.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobilalamin, puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang senantiasa kita nantikan syafaatnya di dunia dan akhirat nanti.

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum Program Studi Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak mulai dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, maka akan sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang menjadi panutan penulis.
2. Bapak Dr. H. Akhmad Jalaludin, M.A. selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Tarmidzi, M.S.I. selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah sekaligus dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.

4. Para narasumber yaitu masyarakat dan tokoh masyarakat di Kecamatan Buaran yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data-data yang diperlukan untuk penelitian.
5. Bapak Dr. H. Akhmad Jalaludin, M.A. selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan nasihat dan motivasi selama menjalani perkuliahan.
6. Bapak Ibu dosen Fakultas Syariah yang telah memberikan wawasan dan ilmu pengetahuannya.
7. Bapak dan Ibu staf akademik Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan pelayanan akademik selama ini.
8. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan doa, nasihat, serta dukungannya baik secara material dan moral.
9. Sahabat dan teman-teman semua yang telah menemani dan memberikan kontribusi dalam penulisan ini.
10. Semua pihak yang telah membantu dan berkontribusi dalam penyelesaian penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, saya berharap semoga Allah SWT. membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan memberi dukungan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 16 Maret 2023



Naili Sa'adah
NIM.1219004

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	xii
MOTTO	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
KATA PENGANTAR	xvi
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Kerangka Teoretik	7
F. Penelitian yang Relevan	13
G. Metode Penelitian	17
H. Sistematika Pembahasan	20
BAB II. KONSEP PERSAINGAN USAHA DALAM HUKUM ISLAM	22
A. Persaingan Usaha	22
1. Pengertian Persaingan Usaha	22
2. Dasar Hukum Persaingan Usaha	24

3. Jenis-Jenis Persaingan Usaha	28
4. Unsur-Unsur Persaingan Usaha	33
B. Persaingan Usaha Dalam Etika Bisnis Islam	36
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	36
2. Prinsip-Prinsip dalam Etika Bisnis Islam	37
3. Persaingan Usaha dalam Etika Bisnis Islam	43
BAB III. PRAKTIK PERSAINGAN USAHA DI <i>MARKETPLACE</i> SHOPEE	
.....	49
A. Gambaran Umum <i>Marketplace</i> Shopee	49
1. Sejarah Singkat dan Profil <i>Marketplace</i> Shopee Indonesia	49
2. Struktur Organisasi Shopee Indonesia	57
3. Kegiatan di <i>Marketplace</i> Shopee	57
4. Fitur-Fitur <i>Marketplace</i> Shopee	61
5. Kelebihan dan Kekurangan Shopee	74
B. Praktik Persaingan Usaha yang terjadi di <i>Marketplace</i> Shopee Pada Saat Hari-Hari Istimewa.....	76
1. Profil Singkat Penjual atau <i>Seller</i>	76
2. Praktik Persaingan Usaha yang terjadi di <i>Marketplace</i> Shopee Pada Saat Hari-Hari Istimewa	83
C. Akibat Hukum Persaingan Usaha yang terjadi di <i>Marketplace</i> Shopee Pada Saat Hari-Hari Istimewa	90
BAB IV. ANALISIS TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PERSAINGAN USAHA DI <i>MARKETPLACE</i> SHOPEE PADA HARI-HARI ISTIMEWA.....	94
A. Analisis Praktik Persaingan Usaha Di <i>Marketplace</i> Shopee Pada Hari-Hari Istimewa	94
B. Analisis Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Persaingan Usaha Di <i>Marketplace</i> Shopee Pada Hari-Hari Istimewa.....	107
BAB V. PENUTUP.....	128
A. Kesimpulan	128
B. Saran	129
DAFTAR PUSTAKA	132
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	139

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo Shopee	48
Gambar 3.2	Jumlah Unduhan Shopee Di Google <i>Play Store</i>	50
Gambar 3.3	Tampilan Produk Digital Shopee	51
Gambar 3.4	Tampilan Kategori Produk Pada Halaman Awal	52
Gambar 3.5	Struktur Organisasi Perusahaan Shopee	54
Gambar 3.6	Tampilan Fitur Shopee <i>Seller Center</i>	59
Gambar 3.7	Tampilan Fitur Bisnis Saya	60
Gambar 3.8	Tampilan Fitur Produk Saya	61
Gambar 3.9	Tampilan Fitur <i>Template</i> Pesan	61
Gambar 3.10	Tampilan Fitur <i>Top Pick Form Shop</i>	62
Gambar 3.11	Tampilan Fitur <i>My Campaign</i> Shopee	62
Gambar 3.12	Tampilan Fitur <i>Flash Sale</i>	63
Gambar 3.13	Tampilan Fitur Promo Ongkir Toko	64
Gambar 3.14	Fitur Voucher Gratis Ongkir	65
Gambar 3.15	Fitur <i>Cash On Delivery</i> (COD)	66
Gambar 3.16	Fitur <i>Cashback</i>	67
Gambar 3.17	Fitur <i>Chat</i> Penjual	68
Gambar 3.18	Fitur Penilaian Produk dan <i>Review</i> Konsumen	69

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Strategi Persaingan Usaha Toko Ef Ha Fashion	89
Tabel 3.2	Strategi Persaingan Usaha Toko Ajfima Jaya.....	89
Tabel 3.3	Strategi Persaingan Usaha Toko Arsy Jeans.....	89
Tabel 3.4	Strategi Persaingan Usaha Toko Zaza Fashion.....	90
Tabel 4.1	Strategi Tembak Barang.....	110
Tabel 4.2	Strategi Pengiriman Barang Tidak Sesuai Deskripsi	111
Tabel 4.3	Strategi <i>Quatity</i>	113
Tabel 4.4	Strategi Promosi dan Diskon.....	115
Tabel 4.5	Strategi Harga Coret.....	117
Tabel 4.6	Strategi Naik Turun Harga Produk	119

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Instrumen Wawancara

Lampiran 2 : Transkrip Wawancara

Lampiran 3 : Surat Permohonan Izin Penelitian

Lampiran 4 : Dokumentasi Penelitian

Lampiran 5 : Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan usaha sudah tidak asing lagi bagi para pengusaha. Persaingan usaha ini semakin ketat, dimana membuat perusahaan yang satu dan lainnya berupaya menemukan strategi yang cepat dan tepat dalam memasarkan produknya. Semakin banyak jumlah penjual yang terjun serta bersaing dalam usahanya, maka semakin tinggi juga tingkat persaingan yang akan terjadi. Begitu juga sebaliknya, jika tidak banyak para penjual yang terjun serta bersaing, maka tentu saja akan kecil tingkat persaingan yang terjadi. Misalnya dalam berbisnis *online*, semakin luas pengguna internet maka semakin besar juga jumlah seseorang yang mencoba berbisnis melalui internet (*online shop*).

Persaingan usaha biasa dilakukan dengan perang harga. Dimana perang harga ini, kebanyakan tidak disukai produsen atau *seller* (sebutan penjual dalam bisnis *online*), hal ini disebabkan karena jika harga jual itu semakin menurun, maka keuntungan tingkat *margin* pun akan semakin sedikit. Jika telah terjadi adanya perang harga yang telah melampaui batas, maka para produsen atau *seller* tersebut juga akan berani menjual barangnya dengan memberikan harga jual barang di bawah harga pokok dan harga produksi.¹

Dalam hal ini, persaingan usaha adalah tindakan yang dilakukan oleh para produsen barang atau jasa untuk mendapatkan perhatian dari konsumen agar barang atau jasanya itu menjadi tujuan utama konsumen untuk dimiliki dengan

¹ Mustaming. "Persaingan Harga Dalam Usaha Dan Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU)". *Jurnal Muamalah*, V, no. 1 (2015): 71, <http://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/muamalah/article/view/672>

cara dibeli.² Dengan demikian, maka dalam persaingan usaha ini para produsen harus memperhatikan dalam berstrategi, jika tidak diperhatikan dengan teliti maka dapat menjadi peluang besar bagi pelaku usaha lainnya dalam menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu, para produsen atau pelaku usaha ini harus paham dan mengerti dalam penyusunan strategi dengan bijak dan waspada agar tidak terjadi sesuatu yang merugikan.

Di kalangan para pesaing ini banyak yang melakukan perlombaan dalam bisnisnya, seperti mereka yang memakai taktik dengan melakukan perang harga, perang iklan dan menaikkan pelayanan kepada calon pelanggan.³ Hal ini juga dilakukan oleh para pelaku usaha terutama pelaku usaha *online* yang melakukan persaingan dalam bisnisnya dengan maksud agar mendapatkan untung yang lebih banyak dan maksimal. Dengan adanya hal tersebut terkadang pelaku usaha ini melakukan tindakannya tidak jujur atau terjadi perjanjian tertutup/diam-diam. Dalam hal ini, maka bisa dapat menyebabkan persaingan usaha itu menjadi tidak sehat antar pelaku usaha atau *seller* lainnya.⁴ Faktanya yang terjadi pada transaksi *online* ini terkadang pesanan yang telah dipesan itu tidak sesuai apa yang ada pada gambar. Pada saat melihat di handphone barang itu terlihat sangat menarik dan ketika sudah diterima oleh konsumen barang yang dipesan itu tidak sesuai. Akibatnya, perbuatan ini dapat merugikan konsumen apalagi dengan barang tersebut tidak bisa dikembalikan jika sudah dibeli.

² Maryanti. *Dunia Usaha Persaingan Usaham dan Fungsi KPPU*. (Semarang: UNISSULA PRESS, 2017), 61

³ Fred R. David. *Manajemen Strategis*. (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2004), 145

⁴ Rumadi, A., M. Afif Hasbullah, Marzuki, W. & dkk. *Fikih Persaingan Usaha*. (Lakpesdam PBNU, 2019), 22

Suatu layanan transaksi jual beli *online* yang sangat diminati adalah *marketplace*. Salah satu *marketplace* yang cenderung tinggi peminatnya baik di kalangan remaja hingga orang tua adalah *shopee.co.id*. Shopee ini termasuk *platform* yang menawarkan bermacam-macam barang dilengkapi dengan metode pembayaran yang aman dan melayani proses pengiriman yang sudah terintegrasi serta terdapat berbagai fitur sosial yang aman dan terbaru agar menjadikan jual beli ini lebih menarik dan praktis.⁵ Dalam hal ini, para pelaku usaha *online* yang dimaksud adalah para *seller* yang menjual barangnya melalui aplikasi shopee. Adapun di dalam aplikasi shopee ini terdapat banyak promo, seperti pada promo di hari-hari istimewa, misalnya di hari lebaran, di hari tanggal cantik, dan sebagainya. Dalam hari-hari istimewa ini para penjual berlomba-lomba untuk mengadakan diskon secara besar-besaran dengan dalih untuk meningkatkan profit dan rating pada produk yang dijual. Hal ini sudah menjadi hal biasa dalam budaya di setiap hari-hari tertentu pada *marketplace* shopee tersebut.

Oleh karena itu, terdapat permasalahan mengenai persaingan usaha saat ini juga kerap dijadikan kebiasaan oleh para pelaku bisnis atau *seller* di *marketplace* shopee, khususnya pada hari-hari istimewa biasanya para *seller* mengirim barang ke salah satu konsumen secara gratis atau biasanya para *seller* menyebutnya dengan istilah tembak barang. Dari pemberian tersebut dimaksudkan agar terlihat banyak yang membelinya. Selain itu, di hari-hari tertentu juga sering didapati penjual di *marketplace* mematok harga dibawah harga pasaran, yang mengakibatkan penjual lain kehilangan konsumennya.

⁵ Didik Gunawan. *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. (Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022), 3

Persaingan harga tersebut menyebabkan kerugian pada toko yang satu dengan toko yang lainnya. Salah satu toko yang bersaing harga di hari-hari istimewa dengan mematok harga yang tidak wajar antara lain adalah toko Ajfima Batik, Ef.Ha Fashion, Zaza Fashion, dan Arsy Jeans.

Berdasarkan hasil survei pada saat wawancara kepada Miftah sebagai pemilik toko Arsy Jeans, bahwa strategi yang digunakan untuk melakukan persaingannya yaitu dengan mencari model atau motif terbaru supaya tidak ketinggalan dengan produk pesaing, melakukan tembak barang kepada salah satu konsumen dan memberikan *rating* penjualan menjadi lebih tinggi di setiap produknya.⁶ Selain itu, berdasarkan hasil survei pada saat wawancara dengan Iqbal selaku pemilik toko Zaza Fashion, bahwa strategi yang digunakan untuk melakukan persaingan dalam bisnisnya yaitu dengan melakukan tembak barang kepada temannya, siaran langsung di jam-jam tertentu dan mencari motif terbaru ketika masih viral.⁷ Selanjutnya, berdasarkan hasil survei pada saat wawancara dengan Agung selaku karyawan di toko Ef.Ha Fashion, bahwa strategi yang digunakan toko tersebut untuk melakukan persaingan dalam bisnisnya yaitu dengan mencari motif terbaru, pintar-pintar memainkan harga produk dan melakukan tembak barang pada produk tertentu.⁸ Adapun, berdasarkan hasil survei pada saat wawancara dengan Sajid selaku pemilik toko Ajfima Batik, bahwa strategi yang digunakan untuk melakukan persaingan dalam bisnisnya yaitu dengan cara

⁶ Miftah, Pemilik Toko Arsy Jeans, Tirta Kabupaten Pekalongan, berdasarkan wawancara pada Rabu, 4 Januari 2023, pukul 14.30 WIB

⁷ Iqbal, Pemilik Toko Zaza Fashion.id, Karangdadap Kabupaten Pekalongan, Berdasarkan wawancara pada Minggu, 8 Januari 2023, pukul 11.00 WIB

⁸ Agung, Karyawan Toko Ef.Ha Fashion, Buaran Kabupaten Pekalongan, Berdasarkan wawancara pada Selasa, 3 Januari 2023, pukul 10.00 WIB

mencari berbagai motif terbaru untuk tokonya agar lebih lengkap dari toko lainnya, melayani dengan baik, membalas *chat* dengan cepat, selalu membuat voucher toko dan memberikan harga diskon ketika ada event di tanggal cantik.⁹

Seiring dengan adanya perebutan di antara para *seller* tersebut dalam memperebutkan pengaruhnya kepada konsumen maka akan timbulah persaingan. Persaingan yang semakin tajam akan cenderung untuk lebih banyak penggunaan harga sebagai alat persaingan yang digunakan oleh mereka, maksudnya para pesaing akan cenderung untuk saling menurunkan harga jual produknya dengan tujuan agar dapat merebutkan hati para konsumennya. Persaingan yang sering terjadi di kalangan seller tersebut adalah berlomba-lomba mencari motif atau model terbaru, melakukan tembak barang kepada salah satu konsumennya dan sebagainya.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti akan melihat serta menganalisis persaingan usaha yang ada di *marketplace* shopee pada saat hari-hari istimewa dari konsep hukum Islam, terkait pelanggaran yang ada karena dalam hukum Islam sendiri sudah diatur mengenai persaingan usaha yang harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Hal ini juga sudah menjadi hal umum dan sudah sering terjadi, sehingga penting dan relevan untuk diteliti lebih lanjut mengenai **“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Persaingan Usaha di *Marketplace* Shopee Pada Hari-Hari Istimewa”**.

⁹ Sajid, Pemilik Toko Ajfima Jaya, Medono Kota Pekalongan, Berdasarkan wawancara pada Rabu, 11 Januari 2023, pukul 13.30 WIB

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana praktik persaingan usaha yang terjadi di *marketplace* shopee pada saat hari-hari istimewa?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap praktik persaingan usaha yang terjadi di *marketplace* shopee pada saat hari-hari istimewa?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan praktik persaingan yang terjadi di *marketplace* shopee pada saat hari-hari istimewa.
2. Untuk menjelaskan tinjauan hukum Islam terhadap praktik persaingan usaha yang terjadi di *marketplace* shopee pada saat hari-hari istimewa.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan secara teoritis, peneliti diharapkan mampu memberikan pemahaman terhadap masyarakat mengenai pandangan hukum Islam tentang praktik persaingan usaha yang terjadi di *marketplace* shopee pada saat hari-hari istimewa, serta diharapkan dapat memperkaya *khazanah* pemikiran dan civitas akademik Fakultas Syariah Program Studi Hukum Ekonomi Syariah pada umumnya.
2. Kegunaan secara praktis, hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan serta pembelajaran kepada masyarakat dan pihak-pihak tertentu mengenai hukum persaingan usaha yang ada di *marketplace* shopee. Penelitian ini juga diharapkan agar dapat menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti lebih dalam mengenai hal yang belum terjangkau dalam penelitian ini.

E. Kerangka Teoretik

1. Pengertian Persaingan Usaha Dalam Islam

Persaingan usaha dimaknai dengan istilah *al munafasah at-tijariyyah*, yang berarti suatu persaingan yang memiliki keinginan untuk memenangkan serta mengalahkan pihak lain. Menurut Imam al-Ghazali yang dikutip dari buku “Fikih Persaingan Usaha” menjelaskan, bahwa manusia adalah makhluk sosial yang saling bersaing, baik didalam urusan agama ataupun urusan duniawi. Dalam hal ini persaingan dalam urusan agama berlomba-lomba menjadi hamba Allah swt. yang baik yaitu dengan selalu cinta kepada Allah swt. Sementara, persaingan dalam urusan duniawi ini disebabkan adanya cinta dalam bentuk kenikmatan yang ada di dunia ini.¹⁰ Di dalam kitab suci Al-Qur’an yang menyebut bahwa istilah *munafasah* ada di surat Al-Muthaffifin ayat 26, yang berbunyi: “....*dan untuk yang demikian itu hendaknya orang berlomba-lomba.*”¹¹

Kemudian dalam fikih Islam, menjelaskan bahwa persaingan usaha harus dilakukan secara sehat, adil dan jujur serta menjalin silaturahmi agar dapat mempererat ikatan persaudaraan. Dalam hal ini, maka kebebasan individu dalam melakukan persaingan harus dibatasi oleh kaidah-kaidah Islam dan akhlaq. Adapun beberapa jenis perjanjian dalam persaingan usaha, diantaranya adalah:¹²

a. Persaingan Monopoli (*Suq Al-Munafasah Al-Ihtikariyyah*)

¹⁰ Rumadi, A., M. Afif Hasbullah, Marzuki, W. & dkk. *Fikih Persaingan Usaha*. (Lakpesdam PBNU, 2019), 43

¹¹ QS. al-Muthaffifin: 26

¹² Rumadi, A., M. Afif Hasbullah, Marzuki, W. & dkk. *Fikih Persaingan Usaha*. (Lakpesdam PBNU, 2019), 47

Persaingan Monopoli atau *Suq Al-Munafasah Al-Ihtikariyyah* ini adalah suatu kegiatan dalam menimbun barang secara sengaja pada saat masih terjadi kelangkaan suatu barang dengan maksud untuk menaikkan harga tersebut dikemudian hari. Perbuatan ini dapat menjadikan mekanisme pasar menjadi terganggu, yang kemudian para penjual ini memberikan harga jual barang menjadi naik dari harga normalnya. Sehingga para penjual ini dapat untung banyak sedangkan konsumen menjadi menderita dengan kerugian.¹³

b. Oligopoli (*Suq Ihtikar Al-Qillah*)

Suq Ihtikar Al-Qillah atau oligopoli ini adalah suatu kegiatan pasar yang terdiri dari beberapa penjual yang telah menguasai penawaran. Dalam hal ini penguasaan penawaran dilakukan dengan sendiri-sendiri ataupun diam-diam yang telah melakukan kerjasama.¹⁴

c. Kartel (*Ittihad*)

Ittihad atau kartel ini adalah suatu perjanjian yang dilakukan oleh para pelaku bisnis dengan para pesaingnya. Dengan tujuan untuk mengidentifikasi perilaku kartel dalam suatu persaingan, yaitu dengan adanya indikator awal yang ditentukan oleh pelaku bisnis dalam melakukan perjanjian kerjasama dengan pesaingnya yang memiliki produk sejenis, kemudian mengatur harga, peningkatan biaya dan

¹³ Dede Abdul F. Monopoli Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Iqtishad*, IV, No. 2, (2012): 161 <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/iqtishad/article/view/2546>

¹⁴ Siti Faizah H. Struktur Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 3, No. 1, (2019): 38 <http://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/lab/article/view/230>

melakukan pengawasan pasar tertentu serta menghambat pesaing baru untuk masuk dalam pangsa pasar.¹⁵

d. *Trust (I'timan)*

I'timan atau *trust* ini merupakan suatu penggabungan dari beberapa perusahaan/perseroan yang sudah besar, tujuannya untuk mengawasi dan melindungi ketahanan hidup masing-masing perusahaan/perseroan yang digabungkan itu, serta terciptanya stabilisasi dalam keadaan produksi, dan pemasaran yang sama atas suatu barang atau jasa. Dengan demikian, bahwa ini termasuk tindakan yang dapat menjadikan pasar itu tidak kompetitif lagi.¹⁶

e. Penetapan Harga (*At-Tas'ir*)

Ta'sir atau penetapan harga ini adalah menetapkan harga dasar untuk barang atau jasa yang berlaku di kalangan pedagang. Dengan demikian, harga termasuk sebuah kesepakatan yang diridhoi oleh kedua belah pihak didalam melakukan transaksi jual beli barang atau jasa.¹⁷

f. Persekongkolan Tender (*Mu'amarah Al-Munaqishat*)

Mu'amarah Al-Munaqishat atau persekongkolan tender ini merupakan sebuah kerjasama antara pebisnis yang satu dengan pebisnis

¹⁵ I Putu Ari Santika Putra, Ni Luh Made Mahendra Wati, I Nyoman Utama. Pengaruh Sistem Kartel Terhadap Stabilitas Persaingan Usaha di Indonesia. *Jurnal Preferensi Hukum*, 1, No. 2, (2020): 118 <https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/juprehum/article/view/2348>

¹⁶ Agnesia P.F., Budiharto, & Siti M. Tinjauan Terhadap Trust Dalam Pembentukan Holding Company Badan Usaha Milik Negara Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Studi Kasus Pada Pt Semen Indonesia Tbk). *Diponegiri Law Review*, 5, No. 3, (2016): 11 <http://www.ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dlr/>

¹⁷ Khodijah Ishak. Penetapan Harga Ditinjau Dalam Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 6, No, 1, (2017): 42 <http://ejournal.stiesyariahbangkalis.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/93>

lainnya, dengan mengajukan sebuah tawaran berupa harga yang dapat dilakukan dengan pemilihan secara langsung. Pelaksanaan persekongkolan ini dilarang dalam persaingan usaha, karena dapat menciptakan semua hambatan dari persaingan usaha itu sendiri.¹⁸

g. *Holding Company (Syirkah Qabidhah)*

Syirkah Qabidhah atau *holding company* ini adalah suatu kegiatan usaha yang mana satu induk perusahaan itu berperan dalam mengendalikan anak-anak perusahaan dengan jenis bidang usaha yang sama.¹⁹

2. Dasar Hukum Persaingan Usaha dalam Islam

Al-qur'an telah menjelaskan mengenai persaingan usaha yaitu dalam surah al-Baqarah ayat 148 dan surat al-Jumu'ah ayat 10.

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

“Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya sendiri yang ia menghadap kepada-Nya. Maka berlomba-lombalah dalam membuat kebaikan dimana saja kamu berada, Allah swt. akan mengumpulkan kamu semua pada hari kiamat. Sesungguhnya Allah swt. Maha Kuasa atas segala sesuatu.” (QS. Al-Baqarah: 148).²⁰

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

¹⁸ Aditya P., Dedy H., & Masri R. Tinjauan Yuridis Tentang Persekongkolan Tender (Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999). *Privat Law*, 2, No. 4 (2014): 2 <https://caritulis.com/media/26564-ID-tinjauan-yuridis-tentang-persekongkolan-tender.pdf>

¹⁹ Agnesia P.F., Budiharto, Siti M. Tinjauan Terhadap Trust Dalam Pembentukan Holding Company Badan Usaha Milik Negara Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Studi Kasus Pada Pt Semen Indonesia Tbk). *Diponegiri Law Review*, 5, No. 3, (2016): 3 <http://www.ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dlr/>

²⁰ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Marwah, 2009), 23

“Apabila telah tunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia dari Allah swt. serta ingatlah Allah swt. secara banyak-banyak agar beruntung.” (QS. Al-Jumu’ah:10)²¹

Adapun hadits yang menyebutkan persaingan usaha dengan istilah *munafasah* dalam riwayat dari Amr bin ‘Auf ra, Nabi Muhammad saw. bersabda:

فَابْتَشِرُوا وَآمُوا مَا يَسُرُّكُمْ، فَوَاللَّهِ لَا الْفَقْرَ أَخْشَى عَلَيْكُمْ، وَلَكِنْ أَخْشَى عَلَيْكُمْ
 أَنْ تُبْسَطَ عَلَيْكُمُ الدُّنْيَا كَمَا بُسِطَتْ عَلَى مَنْ كَانَ قَبْلَكُمْ، فَتَنَّا فَسُوءَهَا
 تَنَافُسُوهَا وَتُهْلِكُكُمْ كَمَا أَهْلَكْتَهُمْ²²

“Bergembiralah dan berharaplah dengan apa-apa yang dapat menyenangkan kalian. Demi Allah swt., bukanlah kemiskinan yang paling aku takutkan menimpa kalian, akan tetapi yang aku takutin adalah dihamparkan kepada kalian atas kekayaan dunia, sebagaimana ini telah dihamparkan kepada umat sebelum kalian, lalu kalian berlomba-lomba mendapatkannya, sebagaimana mendapatkan hingga kalian binasa.”

Dari hadits tersebut, bahwa Nabi saw. telah mengancam seseorang yang melakukan persaingan usaha untuk urusan duniawi, walaupun usaha tersebut dalam hukum Islam telah diperbolehkan. Jadi, dalam Islam segala sesuatu yang melakukan persaingan bisnis atau *munafasah*, selama persaingan ini dilakukan dengan cara yang dibenarkan oleh ajaran Islam atau tidak bertentangan dengan Islam, dalam hal ini adalah persaingan usaha yang sehat untuk menjaga kemaslahatan semua umat Islam.²²

3. Prinsip-Prinsip Pesaingn Usaha dalam Islam

²¹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Marwah, 2009), 554

²² Rumadi, A., M. Afif Hasbullah, Marzuki, W. & dkk. *Fikih Persaingan Usaha*. (Lakpesdam PBNU, 2019), 44

Prinsip-prinsip yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha adalah sebagai berikut²³ :

a. Memuliakan pelanggan sebagai saudara

Pelanggan bagaikan sebagai raja, untuk itu maka harus dimulyakan. Maksudnya, pelanggan jangan sampai dikecewakan, dirugikan karena kepentingannya itu menjadi keniscayaan untuk diketahui dan diperhatikan. Berdasarkan firman Allah swt. yang sesuai dengan prinsip ini adalah

مَنْ جَاءَ بِالْحَسَنَةِ فَلَهُ عَشْرُ أَمْثَالِهَا وَمَنْ جَاءَ بِالسَّيِّئَةِ فَلَا يُجْزَى إِلَّا
مِثْلَهَا وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ

“Barangsiapa membawa amal yang baik, maka baginya (pahala) sepuluh kali lipat amalnya; dan barangsiapa yang membawa perbuatan jahat maka dia tidak diberi pembalasan melainkan *seimbang dengan kejahatannya, sedang mereka sedikitpun tidak dianiaya (dirugikan)*”.²⁴

b. Menawarkan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat

Dalam prinsip ini seorang penjual atau pelaku bisnis ini berperan untuk menawarkan barang atau jasanya sesuai dengan kebutuhan dari pelanggan, agar menjadi bermanfaat untuk pelanggan yang sesungguhnya. Seperti kata pepatah bahwa “Orang yang baik di antara kita semua adalah orang yang paling banyak manfaatnya untuk semua orang”. Hal ini sesuai dengan peran untuk seorang pelaku bisnis dalam menjembatani kebutuhan konsumennya.

c. Menawarkan barang dan jasa yang berkualitas

²³ Abdul Latif. “Etika Persaingan Dalam Usaha Menurut Pandangan Islam”. *Islamic Economic journal*, 3, no. 2 (2017): 167-168,
https://scholar.archive.org/work/p5kybdwmgan3psp6h3jsahbr4/access/wayback/https://ejournal.uinida.gontor.ac.id/index.php/JEI/article/download/2717/pdf_35

²⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Marwah, 2009), 150

Konsumen selalu menginginkan barang yang dibeli itu adalah barang yang berkualitas dan harganya juga terjangkau. Tetapi keinginan tersebut terkadang tidak sesuai dengan yang diinginkan atau bertentangan dengan kepentingan yang dilakukan oleh seorang pelaku bisnis. Padahal biasanya barang yang berkualitas itu akan menghasilkan harga yang tinggi. Didalam Islam sendiri juga mengajarkan bahwa kualitas barang itu harus diperhatikan baik dalam ukuran atau takarannya harus cukup. Sehingga bagi pelaku bisnis ini harus memperhatikan ukuran atau takarannya dengan tidak mengurangi hal apapun yang ada di barang, baik dalam aspek fisiknya juga harus memperlihatkan kualitas barang yang akan ditawarkan yakni tidak rusak, tidak cacat dan tidak mendatangkan mudharat. Oleh karena itu, maka seorang pelaku bisnis ini harus menerapkan sifat jujur, terbuka atau transparan dan jika ada kelemahan dari barang itu harus diberitahukan kepada konsumen agar tidak terjadi kerugian dalam konsumen.

F. Penelitian yang Relevan

Setelah mempelajari dari beberapa penelitian sebelumnya, maka peneliti mendapati beberapa penelitian sebelumnya dengan tema yang mirip yaitu membahas mengenai persaingan usaha. Dengan adanya penelitian sebelumnya ini maka tujuannya untuk mengetahui gambaran-gambaran secara relevan. Beberapa penelitian terdahulu yang menggunakan topik mirip dengan topik yang akan peneliti lakukan, diantaranya adalah:

Pertama, skripsi Hanifa Tri Agustina (2019) judul skripsi: “Persaingan Usaha Tidak Sehat Air Minum Dalam Kemasan (Studi Analisis Putusan Perkara Nomor: 22/Kppu-I/2016).” Hasil dari penelitian ini membahas mengenai permasalahan pertimbangan majelis hakim Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) yang mempertimbangkan sebuah perkara mengenai persaingan usaha tidak sehat pada air minum dalam kemasan Aqua dan Le Minerale. Dalam hal pertimbangan tersebut, bahwa para pihak dari Aqua atau Le Minerale ini dalam perbuatannya telah melanggar Pasal 15 Ayat 3 dan Pasal 19 huruf a dan b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.²⁵ Berdasarkan skripsi tersebut terdapat sebuah persamaan yaitu membahas mengenai hukum persaingan usaha. Adapun perbedaannya yaitu bahwa peneliti lebih menekankan atau lebih fokus pada tinjauan hukum Islam mengenai praktik persaingan usaha yang terjadi di *marketpalce* shopee pada hari-hari istimewa.

Kedua, skripsi Sujarwo Handhika (2009), dengan judulnya: “Dugaan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Jasa Pelayanan Taksi di Batam”, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasannya pada pelayanan angkutan taksi di Batam, seperti dalam praktek penetapan harga tarifnya, pembagian wilayah operasionalnya, serta adanya kegiatan monopoli dan diskriminasi untuk pelaku usaha yang baru akan masuk ke dalam pasar tersebut. Dalam hal ini perbuatan tersebut telah terjadi adanya pelanggaran dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999.²⁶ Berdasarkan skripsi tersebut terdapat persamaan yaitu

²⁵ Hanifa Tri A. “*Persaingan Usaha Tidak Sehat Air Minum Dalam Kemasan (Studi Analisis Putusan Perkara Nomor: 22/Kppu-I/2016)*.” Skripsi, Universitas Islam Negeri syarif Hidayatullah Jakarta, 2019. Diakses dari <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/44546>

²⁶ Sujarwo Handhika. “*Dugaan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Jasa Pelayanan Taksi Di Batam*.” Skripsi, Universitas Indonesia, 2009. Diakses dari

membahas terkait hukum persaingan usaha. Adapun perbedaannya yaitu bahwa peneliti lebih menekankan atau lebih fokus pada tinjauan hukum Islam mengenai praktik persaingan usaha yang terjadi di *marketpalce* shopee pada hari-hari istimewa.

Ketiga, skripsi Firmansyah (2017) yang berjudul: “Tinjauan Yuridis Terhadap Penerapan Prinsip Keseimbangan Dalam Persaingan Usaha Minimarket Di Kota Makassar”, skripsi ini dilakukan melalui wawancara langsung dengan masyarakat yang bertujuan untuk mengetahui perlindungan terhadap pedagang kelontong atas keberadaannya minimarket yang ada di Kota Makassar. Hasil dari penelitian skripsi ini bahwasannya banyak pedagang kelontong yang tidak mendapatkan hasil yang memuaskan, hal ini disebabkan karena akibat meningkatnya persaingan usaha minimarket serta dari pihak pemerintah juga harus segera mengatasi tindakan ini agar perekonomian masyarakat yang dibawah tetap mendapatkan keadilan dan kesejahteraan.²⁷ Berdasarkan skripsi tersebut terdapat persamaan yaitu membahas tentang praktik persaingan usaha. Adapaun terdapat perbedaannya yaitu bahwa peneliti lebih menekankan atau lebih fokus pada tinjauan hukum Islam terhadap praktik persaingan usaha yang terjadi di *marketpalce* shopee pada hari-hari istimewa.

Keempat, skripsi Putri Utami (2019) yang berjudul: “*Marketing Syariah Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Toko Busana Muslim Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Desa Sungai Rambai Kecamatan Senyerang*

<http://152.118.24.168/detail?id=122666&lokasi=lokal>

²⁷ Firmansyah. “*Tinjauan Yuridis Terhadap Penerapan Prinsip Keseimbangan Dalam Persaingan Usaha Minimarket Di Kota Makassar*” Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017. Diakses dari <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/14774/>

Kabupaten Tanjung Jabung Barat).” Penelitian lapangan ini dilakukan melalui observasi dan wawancara yang bertujuan untuk mengetahui praktik *marketing* bisnis yang ada di toko busana muslim di Desa Sungai Rambai yang dilihat dari perspektif *marketing* syariah. Selanjutnya hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya praktik *marketing* syariah untuk menghadapi persaingan bisnis di toko busana muslim sungai rambai belum melakukan praktiknya sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis syariah, padahal dalam Islam itu sendiri jual beli harus dilakukan dengan terlihat jelas keterbukaan antara penjual dengan pembeli, jika ini tidak dilakukan maka dapat merugikan para pembeli yang pastinya hal ini sangat bertentangan dengan nilai-nilai syariah.²⁸ Berdasarkan skripsi tersebut terdapat persamaan yaitu membahas mengenai praktik persaingan usaha yang dilihat dari hukum Islamnya. Adapun terdapat perbedaannya yaitu bahwa peneliti lebih menekankan atau lebih fokus pada praktik persaingan usaha yang terjadi di *marketpalce* shopee pada saat hari-hari istimewa.

Dapat disimpulkan bahwa persamaan penelitian dengan penelitian sebelumnya adalah membahas mengenai praktik persaingan usaha. Dalam penelitian sebelumnya lebih fokus terhadap praktik persaingan usaha dalam bisnis *offline* dan juga meninjau praktik tersebut dari hukum positif terhadap praktik persaingan usaha tersebut. Adapun perbedaannya dengan penelitian yang penulis lakukan adalah terkait tinjauan hukum Islam dalam persaingan

²⁸ Putri Utami. “*Marketing Syariah Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Toko Busana Muslim Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Desa Sungai Rambai Kecamatan Senyerang Kabupaten Tanjung Jabung Barat)*.” Skripsi, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2019. Diakses dari <http://repository.uinjambi.ac.id/id/eprint/2858>

usaha yang dilakukan oleh para pelaku bisnis di *marketplace* shopee, khususnya pada saat hari-hari istimewa.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian yuridis empiris, dimana penelitian ini dilakukan dengan menganalisis permasalahan yang ada disertai dengan memadukan bahan-bahan hukum.²⁹ Terkait dengan penelitian ini, peneliti akan menganalisis permasalahan-permasalahan yang dilakukan oleh para *seller* yang ada di *marketplace* shopee dan para *seller* yang ada di Kecamatan Buaran Kota Pekalongan terkait praktik persaingan usaha yang dilakukan.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ini ialah suatu penelitian yang menjadikan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari beberapa orang yang akan diamati.³⁰ Terkait dengan penelitian ini, peneliti berusaha mendeskripsikan mengenai praktik persaingan usaha yang terjadi di *marketplace* shopee pada saat hari-hari istimewa.

3. Sumber Data

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Dimana sumber data primer ini sumber data yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumbernya berupa data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan

²⁹ Rahmadi., *Pengantar Metodologi Penelitian*. (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), 15

³⁰ Rahmadi., *Pengantar Metodologi Penelitian*. (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), 14

menggunakan alat pengukur atau pengambilan data langsung dari sumber informasi yang akan dicari, kemudian para responden yang akan memberikan jawaban terhadap pertanyaan yang diajukan oleh peneliti yaitu data yang diperoleh dengan wawancara kepada pihak terkait sebanyak 4 *seller* yaitu para *seller* yang melakukan praktik persaingan usaha yang terjadi di *marketplace* shopee pada saat hari-hari istimewa, khususnya para *seller* yang memiliki toko di Kecamatan Buaran Kota Pekalongan. Sedangkan sumber data sekunder ini sebagai sumber data yang menjadi pelengkap dari sumber data primer, seperti sumber data tertulis yang didapat melalui berbagai sumber baik dari artikel, literatur, jurnal, buku-buku, serta dari situs internet yang berkaitan dan sebagainya.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah antara lain:

a. Wawancara

Wawancara ini adalah suatu kegiatan dengan mengumpulkan data melalui sebuah pertanyaan yang dilakukan secara lisan kepada orang yang dituju.³¹ Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan cara *snowball* sampling. Dimana pengumpulan data ini bersumber dari informan kunci yang telah diwawancarai, kemudian dikembangkan dengan menyesuaikan prinsip *Snowball* serta berakhir sampai informasi tersebut bersifat pasti, yaitu tidak terdapat indikasi yang memunculkan variasi permasalahan baru. Sebelumnya, peneliti telah menyiapkan pertanyaan secara garis besarnya yang nantinya akan

³¹ Rahmadi., *Pengantar Metodologi Penelitian*. (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), 75

ditanyakan kepada para penjual atau *seller* shopee yang melakukan praktik persaingan harga pada saat hari-hari istimewa di *marketplace* shopee, khususnya para *seller* yang memiliki toko di Kecamatan Buatan Kota Pekalongan.

b. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subyek penelitian, namun melalui dokumen.³² Di dalam penelitian ini peneliti akan menyajikan dokumentasi berupa foto atau gambar. Teknik pengumpulan data ini digunakan untuk mendapatkan informasi terutama mengenai praktik persaingan usaha yang dilakukan *seller* di *marketplace* shopee pada saat hari-hari istimewa.

5. Teknik Kredibilitas Data

Untuk menguji kredibilitas data ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi data, dimana teknik ini untuk memeriksa keabsahan data yang menggunakan informasi berbeda tetapi masih dalam satu pembahasan yang digunakan untuk mengecek dan membandingkan data-data tersebut.³³ Triangulasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber dan triangulasi metode. Dimana triangulasi sumber ini yang digunakan untuk mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber yaitu dari para *seller*, konsumen *online*, dan *reseller*. Sedangkan triangulasi metode digunakan untuk membandingkan data-data yang berbeda dengan melakukan metode wawancara, dokumentasi, dan

³² Sandu & Ali Sodik., *Dasar Metodologi Penelitian*. (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 77

³³ Julianty, P., Rachmalina, S., Nunik., K., & Kasnodihardjo. *Panduan Penelitian dan Pelaporan Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: Lembaga Penerbit Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan, 2018), 41

observasi terkait praktik persaingan usaha yang terjadi di *marketplace* shopee pada saat hari-hari istimewa.

6. Metode Analisis Data

Analisis yang digunakan adalah analisis model *Miles and Huberman*, model ini dilakukan dengan cara menganalisis data kualitatif secara interaktif dan berlanjut secara terus menerus sampai tuntas.³⁴ Model analisis data ini dilakukan dengan mereduksi data yang di peroleh dari lapangan agar menjadi data yang benar-benar relevan sesuai dengan tema penelitian. Kemudian data dipaparkan secara ilmiah dalam bentuk penyajian data berupa teks yang bersifat naratif, namun tidak menutup kemungkinan menggunakan bagan atau tabel sebagai pendukungnya. Setelah data direduksi dan disajikan atau *display* maka langkah selanjutnya adalah dibuat kesimpulan sebagai jawaban rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu terkait praktik persaingan usaha yang terjadi di *marketplace* shopee pada saat hari-hari istimewa yang ditinjau dari hukum Islamnya.

H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah para pembaca maka si penulis akan menguraikan pembahasannya dengan lebih terarah yaitu menyusun penulisan ini berdasarkan sistematika pembahasan, adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

³⁴ Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Analisis Data* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), 129

Pada bab ini berisi menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka teoretik, penelitian yang relevan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Konsep Persaingan Usaha Dalam Hukum Islam

Pada bab ini berisikan landasan teori mengenai teori-teori tentang persaingan usaha, meliputi pengertian persaingan usaha, dasar hukum persaingan usaha, pengertian *marketplace* shopee, persaingan usaha dalam hukum Islam.

Bab III Praktik Persaingan Usaha Di *Marketplace* Shopee

Pada bab ini berisi mengenai uraian hasil penelitian dan pembahasan terhadap masalah yang akan diteliti. Pada bab ini akan diuraikan tentang gambaran umum mengenai *marketplace shopee*, praktik persaingan usaha yang terjadi di *marketplace shopee* pada saat hari-hari istimewa.

Bab IV Analisis Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pesaingan Usaha Di *Marketplace* Shopee Pada Hari-Hari Istimewa

Pada bab ini berisi mengenai inti dan pembahasan tentang analisis yang dihubungkan dengan fakta yang terjadi yaitu menganalisis mengenai tinjauan hukum Islam terhadap praktik persaingan usaha di *marketplace shopee* pada hari-hari istimewa.

Bab V Penutup

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dari semua bab serta hasil dari analisis pada bab IV, dan memuat saran-saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis yang telah diuraikan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Pada praktik persaingan usaha yang terjadi di *marketplace* shopee pada saat hari-hari istimewa diantaranya adalah terdapat adanya sistem tembak barang yang dilakukan oleh *seller* ke konsumen dengan mengirim barang secara cuma-cuma, dan adanya beberapa *seller* shopee yang melakukan penurunan harga serta adanya produk yang menyerupai produk asli dengan kualitas produk yang berbeda tetapi dengan harga yang sama. Selain itu, terdapat juga beberapa *seller* yang melakukan penjualannya dengan menentukan harganya itu di bawah harga standart. Hal ini dilakukan karena untuk menarik konsumen dengan memberikan harga diskon dan promo di setiap ada event di tanggal cantik.

Kemudian dari beberapa *seller* shopee yang melakukan praktik persaingan usaha dengan strategi tembak barang pada toko bisnisnya yaitu toko Arsy Jeans, Zaza Fashion, Ef.Ha Fashion, dan Ajfima Jaya. Selakukan pengiriman produk yang tidak sesuai dengan deskripsi dalam toko bisnisnya yaitu toko Arsy Jeans, Ef.Ha Fashion, dan Ajfima Jaya, serta toko Zaza Fashion tidak melakukan strategi tersebut karena di dalam produk yang dijualnya hanya ada satu ukuran atau biasa disebut dengan ukuran *allsize*.

Sedangkan yang melakukan strategi *quantity* dalam toko bisnisnya yaitu toko Arsy Jeans dan Ajfima Jaya, sedangkan toko Zaza Fashion dan Ef Ha Fashion tidak melakukan strategi tersebut karena *seller* lebih fokus pada penjualan produk satuan daripada produk dengan paket harga hemat. Sementara yang melakukan strategi dalam bisnisnya dengan menggunakan promo atau diskon pada produknya yaitu toko Arsy Jeans, Zaza Fashion, Ef.Ha Fashion, dan Ajfima Jaya. Adapun yang melakukan strategi dengan harga coret dalam penjualannya yaitu toko Ef.Ha Fashion, sedangkan toko Arsy Jeans, Zaza Fashion, dan Ajfima Jaya tidak menggunakan strategi harga coret karena *seller* lebih memberikan harga diskon berupa voucher toko ataupun harga diskon pada *flashsale* toko. Terakhir, yang melakukan strategi dalam bisnisnya menggunakan naik turun harga di setiap hari-hari istimewa toko Arsy Jeans, Zaza Fashion, Ef.Ha Fashion, dan Ajfima Jaya.

2. Analisis praktik persaingan usaha yang terjadi di *marketplace* shopee pada saat hari-hari istimewa ditinjau dari hukum Islam bahwa praktik persaingan usaha yang dilakukan oleh beberapa *seller* shopee ini adalah adanya praktik sistem tembak barang, pengiriman produk yang tidak sesuai dengan deskripsi, strategi *quantity*, membuat promo dan diskon, sistem harga coret, dan naik turun harga produk. Praktik-praktik tersebut jika dikaitkan dengan hukum Islam tidak bertentangan dengan hukum Islam serta sah dilakukan selama prinsip jual beli yang dilakukan oleh *seller* sesuai dengan syariat Islam. Kemudian beberapa toko *seller* shopee yang melakukan praktik-praktik tersebut yaitu toko Arsy Jeans, Zaza Fashion, Ef.Ha Fashion, dan Ajfima

Jaya, dalam hal ini toko-toko tersebut dalam praktiknya tidak melanggar aturan hukum Islam karena di dalam praktiknya tidak ada pihak yang dirugikan serta praktik persaingan yang dilakukannya itu termasuk persaingan yang sehat.

Terkait dengan para *seller* yaitu toko Arsy Jeans, Zaza Fashion, Ef.Ha Fashion, dan Ajfima Jaya yang melakukan strategi penjualannya menggunakan sistem tembak barang, tetapi *seller* tersebut masih melakukannya dengan jujur hanya saja tujuannya untuk menarik konsumen agar lebih tertarik dengan produk yang ada di toko tersebut. Selain itu, terkait dengan *seller* yang melakukan penjualannya dengan harga yang berbeda-beda ini masih wajar dilakukan selama harga yang diberikannya itu tidak mematikan dengan harga produk *seller* lain. Hal ini juga tidak bertentangan dengan hukum Islam, masih sah dilakukan selama penetapan harga itu masih dilakukan dengan jujur, adil, dan transparan. Selain itu, dengan harga promo atau diskon yang telah diberikan *seller* itu masih masuk akal maka boleh-boleh saja dilakukan selama tidak menimbulkan kerugian untuk orang lain.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai persaingan usaha maka terdapat adanya saran yang diharapkan dapat mampu memberikan masukan kepada pihak yang terkait serta untuk menentukan kebijakan yang akan diambil di masa yang akan datang, diantaranya menyarankan bahwa:

1. Para penjual atau *seller* diharapkan dapat melakukan bisnisnya dengan kejujuran, keterbukaan, seperti memberikan informasi yang sebenarnya baik di dalam deskripsi produk yang tujuannya untuk menghindari kerugian atau kekecewaan pihak pembeli. Serta penjual atau *seller* harus lebih bertanggung jawab dengan barang *return* apabila terdapat produk yang mengalami kecacatan, produk yang dikirim tidak sesuai dan harus bersikap ramah dalam melayani pembeli.
2. Para penjual atau *seller* dalam menjalankan bisnisnya harus mengantisipasi terjadinya perang harga, penetapan harga pada barang yang standart agar terjadinya persaingan usaha yang sehat serta dapat menjalankan bisnisnya sesuai dengan prinsip jual beli menurut hukum Islam seperti bersikap adil, jujur, tidak ada pihak yang dirugikan dan lain sebagainya agar bisnis atau usaha tersebut tidak hanya mendatangkan keuntungan berupa materi saja tetapi juga membawa berkah atas rezeki yang diperoleh dari Allah swt. Selain itu, bagi pembeli atau konsumen juga diharuskan untuk mengerti dan memahami prinsip dalam berbisnis serta mengetahui beretika dalam melakukan bisnis sesuai dengan syariat Islam agar tidak adanya penjanjian yang diam-diam untuk melakukan kecurangan yang dilakukan oleh penjual. Kemudian harus berhati-hati dalam menggali informasi dan harus mencari informasi yang sejelas-jelasnya terhadap spesifikasi produk yang ditawarkan oleh penjual baik melalui deskripsi ataupun fitur-fitur lainnya agar dapat mengurangi kerugian atau kekecewaan yang dirasakan sebagai pembeli atau konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

A, Rumadi., Hasbullah, Afif, M., W., Marzuki. & dkk. *Fikih Persaingan Usaha*. Lakpesdam PBNU, 2019.

A. Rumadi., Dkk. *Fikih Persaingan Usaha*. Jakarta: Lakpesdam PBNU, 2019.

Badroen, Faisal. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2006.

Badrun, Faisal, Dkk. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana Press, 1996.

Bahreisy, Salim & Bahreis, Said. *Terjemah Singkat Tafsir Ibnu Katsir jilid II*. Surabaya: PT Bina Ilmu, 2003.

Bukhari, *Shahih Al-Bukhārī*, Damaskus: Dar Ibn Katsir, 2002, cet.1, 1600.

David, R. Fred. *Manajemen Strategis*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2004.

Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang Press, 2007.

Emzir. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Analisis Data*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.

Gunawan, Didik. *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.

Hafinuddin, Didin, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2003.

- I. M. Yusanto & Widjajakusuma, M.K.. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press, 2002.
- Ishaq. *Metode Penelitian Hukum dan Penulisan Skripsi, Tesis, Serta Disertasi*. Bandung Alfabeta, 2017.
- Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Bandung: Marwah, 2009.
- Kompikasi Hukum Ekonomi Syariah, Jakarta: KENCANA, 2020.
- Maryanto. *Dunia Usaha, Persaingan Usaha, Dan Fungsi KPPU*. Semarang: UNISSULA PRESS, 2017.
- Nugroho, Adi. Susanti. *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia Dalam Teori dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2012.
- P. Julianty, S. Rachmalina, K. Nunik, & Kasnodihardjo. *Panduan Penelitian dan Pelaporan Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Lembaga Penerbit Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan, 2018.
- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- Sandu & Ali, Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Shihab, Quraish M., *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an Volume 5*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Sihab, Quraish M. *Al-Lubab Makna, Tujuan, dan Pelajaran dari Sunah-Sunah Al-Qur'an*. Tangerang: Lentera Hati, 2012
- Taimiyah, Ibnu, *Al-Hisbah Fi Al-Islam Au Wazhifah Al-Hukumah Al-Islamiyyah*, Damaskus: Dar al-Kutub, 1968.

Thalib, Abd. & Mukhlisin. *Aneka Hukum Bisnis Modern*. Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2017.

Usman, Rachmadi. *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, 2013.

B. JURNAL

Agustiningrum, Dian. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace*". *Jurnal Ilmu Manajemen*. 9, no.3, 2021, <https://scholar.archive.org/work/44527tch5fh4bcacbjakjuinea/access/wayback/https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/download/13905/pdf>

F. Abdul, Dede. Monopoli Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Iqtishad*, IV, No. 2, 2012, <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/iqtishad/article/view/2546>

F. P. Agnesia., Budiharto, & M. Siti. Tinjauan Terhadap Trust Dalam Pembentukan Holding Company Badan Usaha Milik Negara Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Studi Kasus Pada Pt Semen Indonesia Tbk). *Diponegiri Law Review*, 5, No. 3, 2016. <http://www.ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dlr/>

Fauziah. "Strategi Komunikasi Bisnis *Online Shop* Shopee Dalam Meningkatkan Penjualan". *Jurnal Abiwarra*. 1, no.2, 2020, <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/ABIWARA/article/view/792>

G. A. Ruslan, Akibat Hukum Dan Terminasi Akad Dalam Fiqh Muamalah. *ASAS*. 2, no. 2, 2010. <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/asas/article/view/1626>

H. Faizah, Siti. Struktur Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 3, No. 1, 2019, <http://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/lab/article/view/230>

- Hofifah, Siti. “Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam”. *SYARIKAT: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*. 3, no. 2, 2020, <https://journal.uir.ac.id/index.php/syariat/article/view/6469>
- Ishak, Khodijah. Penetapan Harga Ditinjau Dalam Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 6, No, 1, 2017, <http://ejournal.stiesyariahengkalis.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/93>
- Iskandar, Dadang. “Persaingan Sehat Dunia Usaha Di Indonesia Dalam Hubungannya Dengan Sistem Ekonomi Syariah ”. *YUSTISI*. 3, no. 1, 2016, <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/YUSTISI/article/view/1116>
- Kurniawati, Anna & Ariyani Nafiah. “Sales Promotion Strategy On Shopee Marketplace”. *PROPAGANDA: Journal of Communication Studies*. 2, no.1, 2022, <https://journal.nelectura.com/index.php/propaganda/article/view/514>
- L. Nunuk, W. Anna, N.A. Rani, “Pengaruh Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-commerce Shopee”. *Bisma: Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 14, no.1, 2020, <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/BISMA/article/view/13550>
- Latif, Abdul. “Etika Persaingan Dalam Usaha Menurut Pandangan Islam”. *Islamic Economic journal*, 3 no. 2, 2017, https://scholar.archive.org/work/p5kybdwmgnan3psp6h3jsahbr4/access/wayback/https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/JEI/article/download/2717/pdf_35
- Mustaming. “Persaingan Harga Dalam Usaha Dan Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU)”. *Jurnal Muamalah*, V, no. 1, 2015, <http://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/muamalah/article/view/672>
- N.S. Dini, Ivanka, M.N., Yunita, M.F., Eka, V.M. “Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Dalam Keberkahan”. *Izdihar: Jurnal Ekonomi Syariah*. 1, no.1, 2021, <https://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/izdihar/article/view/1702>

- Nurhayati, Putri, dkk. "Pendampingan Strategi *Digital Marketing* Menggunakan *E-Commerce* Shopee pada Komunitas PAC Fatayat NU Batanghari Lampung Timur". *I-Com: Indonesia Community Journal*. 2, no.2, 2022, <http://ejournal.uniramalang.ac.id/index.php/i-com/article/view/1395>
- P. Aditya, H. Dedy, & R. Masri. Tinjauan Yuridis Tentang Persekongkolan Tender (Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999). *Privat Law*, 2, No. 4, 2014, <https://caritulisan.com/media/26564-ID-tinjauan-yuridis-tentang-persekongkolan-tender.pdf>
- P. R. Ibnu, F. Adil, & T. Yudin, "Tinjauan Atas Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee". *JABKES: Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*. 2, no.1, 2022, <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jabkes/article/view/1358>
- Pratiwi, Dewi, Meirina. "Persaingan Usaha Dalam Hukum Islam." *Justici*, 11, No. 2, 2019, <http://ejournal.iba.ac.id/index.php/justici/article/view/76>
- Putra, S. A. Putu I., Wati M. M. L. Ni, Sutama N. I. Pengaruh Sistem Kartel Terhadap Stabilitas Persaingan Usaha di Indonesia. *Jurnal Preferensi Hukum*, 1, No. 2, 2020, <https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/juprehum/article/view/2348>
- S. T. Dewi, A. U. Nilam, S. D. Riky, & Nurbaiti. "Sistem Teknologi Informasi dan Manfaat Aplikasi Dari Bisnis *Online* Shopee". *Journal of Innovation Research and Knowledge*. 1, no. 7, 2021, <https://www.bajangjournal.com/index.php/JIRK/article/view/811>
- Thohir, Muhammad, S. I. Aprilia, N. A. Erhasah, "Konsumerisme dan *E-Commerce*: Perilaku Konsumen Online Saat Pandemi dalm Tinjauan Pendidikan Ekonomi Islam". *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*. XII, no.II, 2021 <http://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/taradhi/article/view/5041>

C. SKRIPSI

A, Tri, Hanifa. *“Persaingan Usaha Tidak Sehat Air Minum Dalam Kemasan (Studi Analisis Putusan Perkara Nomor: 22/Kppu-I/2016).”* Skripsi, Universitas Islam Negeri syarif Hidayatullah Jakarta, 2019. Diakses dari <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/44546>

Firmansyah. *“Tinjauan Yuridis Terhadap Penerapan Prinsip Keseimbangan Dalam Persaingan Usaha Minimarket Di Kota Makassar”* Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017. Diakses dari <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/14774/>

Handhika, Sujarwo. *“Dugaan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Jasa Pelayanan Taksi Di Batam.”* Skripsi, Universitas Indonesia, 2009. Diakses dari <http://152.118.24.168/detail?id=122666&lokasi=lokal>

Utami, Putri.. *“Marketing Syariah Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Toko Busana Muslim Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Desa Sungai Rambai Kecamatan Senyerang Kabupaten Tanjung Jabung Barat).”* Skripsi, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2019. Diakses dari <http://repository.uinjambi.ac.id/id/eprint/2858>

D. WEBSITE

Kementrian Agama Republik Indonesia. Al-qur'an dn Terjemahan. Diakses dari <https://quran.kemenag.go.id>

Shopee, diakses pada tanggal 14 Desember 2022, dalam <https://www.zonahobisaya.web.id/2022/10/arti-logo-shopee-salah-satu-aplikasi.html>

Shopee, diakses pada tanggal 14 Desember 2022. dalam <https://shopee.co.id>

Risalah, Muslim, “Shahih Muslim.” diakses pada 12 Desember 2022. <https://risalahmuslim.id/hadist/muslim-3012/>

E. WAWANCARA

Agung, Karyawan Toko Ef.Ha Fashion, Buaran Kabupaten Pekalongan, berdasarkan wawancara pada Selasa, 3 Januari 2023, pukul 10.00 WIB

Firoh, Konsumen di *Marketplace* Shopee, berdasarkan wawancara pada Rabu, 11 Januari 2023, pukul 19.00 WIB

Galuh, Konsumen di *Marketplace* Shopee, berdasarkan wawancara pada Rabu, 11 Januari 2023, pukul 16.00 WIB

Iqbal, Pemilik Toko Zaza Fashion.id, Karangdadap Kabupaten Pekalongan, berdasarkan wawancara pada Minggu, 8 Januari 2023, pukul 11.00 WIB

Miftah, Pemilik Toko Arsy Jeans, Tirto Kabupaten Pekalongan, berdasarkan wawancara pada Rabu, 4 Januari 2023, pukul 14.30 WIB

Sajid, Pemilik Toko Ajfima Jaya, Medono Kota Pekalongan, Berdasarkan wawancara pada Rabu, 11 Januari 2023, pukul 13.30 WIB

Zukriya, Konsumen di *Marketplace* Shopee, Berdasarkan wawancara pada Rabu, 11 Januari 2023, pukul 16.00 WIB

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Instrumen Wawancara

Pertanyaan Wawancara Untuk Produsen (*Seller* Shopee)

1. Sejak kapan anda memulai usaha ini?
2. Jenis barang apa saja yang anda jual?
3. Berapa banyak pelanggan anda dari awal sampai sekarang?
4. Bagaimana cara pemasaran yang anda lakukan?
5. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh anda?
6. Bagaimana strategi anda dalam mencari pelanggan?
7. Bagaimana strategi persaingan anda dalam menarik minat pelanggan?
8. Apakah dari strategi tersebut mampu meningkatkan jumlah permintaan?
9. Apakah pernah ada konsumen yang komplain terhadap produk yang anda kirimkan? Jika ada, apa alasannya?
10. Ketika permintaan banyak, apa anda pernah mengirimkan barang yang sebetulnya kurang sesuai dengan pesanan konsumen?
 - a. Jika pernah, apa alasannya?
 - b. Jika tidak pernah, bagaimana yang anda lakukan ketika permintaan banyak namun barang yang berkualitas sesuai permintaan tidak tersedia?
11. Dalam beberapa toko ada sistem tembak untuk menaikkan rating toko di shopee, apakah anda juga pernah melakukannya? Apa alasan anda melakukan hal tersebut?
12. Apakah anda mengetahui etika berjualan dalam hukum Islam?
13. Bagaimana tanggapan anda jika saudara mengalami persaingan dalam usahanya?

14. Menurut anda apakah Islam mengajarkan terkait persaingan usaha?
15. Apakah anda mengetahui apa itu persaingan usaha dalam etika bisnis islam?
16. Bagaimana yang saudara ketahui tentang etika bisnis dalam Islam khususnya dalam persaingan usaha itu?
17. Apakah kiranya saudara sudah menjalankan bisnis sesuai etika bisnis tersebut?
18. Apa kendala yang saudara alami dalam melakukan penjualan barang anda?
19. Bagaimana respon anda jika terjadi komplain dari konsumen akibat kerusakan pada barang yang dijual?
20. Berapa persen biasanya saudara mengambil keuntungan dari setiap jenis barang?
21. Berapa pengeluaran dan keuntungan anda setiap harinya?
22. Bagaimana respon anda jika ada barang yang return (dikembalikan)?
23. Berapa kali ada konsumen yang melakukan return?
24. Bagaimana pandangan saudara terkait akibat dari persaingan usaha yang terkadang masih merugikan konsumen?
25. Apakah anda pernah mengubah harga produk lebih rendah di hari-hari istimewa?

Pertanyaan Wawancara Untuk Konsumen (*Customer Shopee*)

1. Sudah berapa lama anda menjadi konsumen shopee?
2. Apa alasan anda memilih aplikasi shopee?
3. Pembelian apa yang sering anda beli?
4. Apakah anda pernah membeli barang di shopee dengan harga 1000 atau 99?
5. Bagaimana sistem pemesanan dan pembayaran melalui shopee?
6. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh seller shopee tersebut?
7. Apakah anda sudah puas berbelanja di aplikasi shopee?
8. Apakah anda pernah menerima barang yang rusak/tidak sesuai pesanan?
9. Bagaimana anda memberi penilaian/bintang pada rating di toko tersebut?
10. Apakah anda sering membeli barang ketika di tanggal cantik atau di hari-hari istimewa?
11. Mengapa anda lebih memilih memesan barang ketika hari-hari istimewa?
12. Biasanya barang apa saja yang sering anda beli ketika di hari-hari istimewa?
13. Apakah anda pernah menerima ajakan seller yang melakukan pengiriman barang kepada anda secara gratis (tembak barang)?
14. Apakah anda pernah melihat ada seller di shopee yang melakukan kecurangan?

Lampiran 2 : Transkrip Wawancara

A. Wawancara dengan Produsen atau *Seller* Toko

1. Toko I

Hari/tanggal : Selasa, 3 Januari 2023

Tempat : Toko EF.HA Fashion Mall

Waktu : 10.00 WIB

Narasumber : Agung Kurniawan

NO.	PERTANYAAN (PENELITI)	JAWABAN (NARASUMBER)
1.	Sejak kapan anda memulai usaha ini?	Sudah sejak tahun 2018
2.	Jenis barang apa saja yang anda jual?	Jenis barang yang dijual berupa baju koko anak, koko dewasa, sarung batik cap anak, sarung anak cap dewasa, kemeja koko panjang, kemeja koko pendek, kurta panjang pakistas, kurta panjang 3/4, koko panjang kombinasi batik.
3.	Berapa banyak pelanggan anda dari awal sampai sekarang?	Banyak, tetapi lebih banyakan pelanggan online ketimbang offline.
4.	Bagaimana cara pemasaran yang anda lakukan?	Di toko saya menjual barangnya di toko offline, di aplikasi shopee, lazada, tiktok, dan facebook ads.
5.	Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh anda?	Selalu membuat desain halaman toko online yang menarik, melakukan riset data iklan di masing-masing toko online, dan selalu membuat konten-konten video untuk upload di tiktok.

6.	Bagaimana strategi anda dalam mencari pelanggan?	Membuat iklan setiap harinya baik di shopee, lazada, dan tiktok.
7.	Bagaimana strategi persaingan anda dalam menarik minat pelanggan?	Mencari motif terbaru dan memainkan harga
8.	Apakah dari strategi tersebut bisa meningkatkan jumlah permintaan?	Iya, bisa.
9.	Apakah pernah ada konsumen yang komplain terhadap produk yang anda kirimkan? Jika ada, apa alasannya?	Iya ada banyak, karena terkadang ada produk yang cacat seperti cacat nota, beda motif baik beda di warna karena warna di kamera dan asli itu beda, maupun beda atau salah di ukuran baju, kesalahan pengiriman yang disebabkan adanya kurang komunikasi dengan konsumen.
10.	Ketika permintaan banyak, apa anda pernah mengirimkan barang yang sebetulnya kurang sesuai dengan pesanan konsumen? a. Jika pernah, apa alasannya? b. Jika tidak pernah, bagaimana yang anda lakukan ketika permintaan banyak namun barang yang berkualitas sesuai permintaan tidak tersedia?	Pernah, tetapi barang yang dikirimkan itu dialihkan ke barang lain dengan kualitas yang berbeda dan stok tidak di nol, karena agar tidak terkena pinalti.
11.	Dalam beberapa toko ada sistem tembak untuk menaikkan rating toko di shopee, apakah anda juga pernah melakukannya?	Pernah.
12.	Apa alasan anda melakukan hal tersebut?	Karena yang kami lakukan itu FO (Fake Order) dengan tujuan untuk mendatangkan trafik dan menarik konsumen agar lebih percaya dalam membeli produk.

13.	Apakah anda mengetahui etika berjualan dalam hukum Islam?	Mengetahui
14.	Bagaimana tanggapan anda jika saudara mengalami persaingan dalam usahanya?	Pernah mengalami saingan dari kualitas produk baik dari keattuide motif kekinian sampai kualitas jahitan produk.
15.	Menurut anda apakah Islam mengajarkan terkait persaingan usaha?	Iya mengajarkan
16.	Apakah anda mengetahui apa itu persaingan usaha dalam etika bisnis islam?	Iya mengetahui.
17.	Bagaimana yang saudara ketahui tentang etika bisnis dalam Islam khususnya dalam persaingan usaha itu?	Jujur, profesional, adil.
18.	Apakah kiranya saudara sudah menjalankan bisnis sesuai etika bisnis tersebut?	Sudah
19.	Apa kendala yang saudara alami dalam melakukan penjualan barang anda?	Kendala dalam kerusakan alat dibagian produksi seperti dalam mesin lubang kancing rusak yang disebabkan barang tidak jadi sesuai tepat waktu.
20.	Bagaimana respon anda jika terjadi komplain dari konsumen akibat kerusakan pada barang yang dijual?	Jika komplain di penjualan online, maka chat konsumennya dengan memberikan kompensasi harga di press. Dan jika komplain di penjualan offline lebih baik rugi atau memberikan barang lain.
21.	Berapa persen biasanya saudara mengambil keuntungan dari setiap jenis barang?	Keuntungan yang diambil setiap produk berbeda-beda dari 15-20 ribu.
22.	Berapa pengeluaran dan keuntungan anda setiap harinya?	Sekitar 1 jutaan lebih.

23.	Bagaimana respon anda jika ada barang yang return (dikembalikan)?	Tidak apa-apa.
24.	Berapa kali ada konsumen yang melakukan return?	Dalam sebulan kurang lebih ada 10 orang.
25.	Bagaimana pandangan saudara terkait akibat dari persaingan usaha yang terkadang masih merugikan konsumen?	Jika akibat dari persaingan usaha itu sehat maka lebih semangat, dan jika akibat dari persaingan usaha itu tidak sehat maka membuat down atau turun harga yang biasa disebut dengan banting harga.

2. Toko II

Hari/Tanggal : Rabu, 4 Januari 2023

Tempat : Rumah Arsy Jeans

Waktu : 14.00 WIB

Narasumber : Muhammad Miftahuddin

NO.	PERTANYAAN (PENELITI)	JAWABAN (NARASUMBER)
1.	Sejak kapan anda memulai usaha ini?	Sudah sejak tahun 2021.
2.	Jenis barang apa saja yang anda jual?	Jenis barang yang dijual berupa daster dewasa, jaket jeans dewasa, celana boyfriend kekinian.
3.	Berapa banyak pelanggan anda dari awal sampai sekarang?	Banyak, tetapi lebih banyak pelanggan offline ketimbang online, dan untuk pelanggan tetap ada 30-50 pelanggan setiap harinya yang membeli dengan jumlah lusinan atau kodian.
4.	Bagaimana cara pemasaran yang anda lakukan?	Membuka toko sendiri di rumah dengan stok barang ready, di aplikasi shopee, facebook, dan tiktok.
5.	Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh anda?	Dari awal toko saya buka, saya melakukan penjualan di marketplace facebook dan shopee karena untuk mencari konsumen yang cocok dengan brand produk saya agar bisa menjadi pelanggan tetap.
6.	Bagaimana strategi anda dalam mencari pelanggan?	Membuat promo flash sale toko, voucher toko dan memasang iklan di toko online.

7.	Bagaimana strategi persaingan anda dalam menarik minat pelanggan?	Selalu melakukan pembaharuan produk dengan mengikuti trend, seperti membuat model motif baru agar tidak ketinggalan dengan produk pesaing dan membuat rating penjualan di toko online.
8.	Apakah dari strategi tersebut bisa meningkatkan jumlah permintaan?	Iya, bisa.
9.	Apakah pernah ada konsumen yang komplain terhadap produk yang anda kirimkan? Jika ada, apa alasannya?	Iya pernah ada, karena konsumen yang kurang teliti dalam melihat dan membaca deskripsi produk, seperti dalam ukuran, warna, dan tidak diberikannya free belt (ikat pinggang), selain itu juga ada komplain karena konsumen sudah berekspektasi lebih dengan barang saya.
10.	Ketika permintaan banyak, apa anda pernah mengirimkan barang yang sebetulnya kurang sesuai dengan pesanan konsumen? a. Jika pernah, apa alasannya? b. Jika tidak pernah, bagaimana yang anda lakukan ketika permintaan banyak namun barang yang berkualitas sesuai permintaan tidak tersedia?	Pernah, karena keadaan sedang mendesak dalam pengiriman barang yang mengalami stok barang yang tersedia itu habis, misal ketika sedang packing celana terdapat ukuran yang berbeda seperti ukuran 30 stok habis sedangkan ukuran 29 stok masih banyak, jadi barang yang dikirimkan itu ukuran 29 karena menurut saya ukuran 30 dan 29 itu beda sedikit.
11.	Dalam beberapa toko ada sistem tembak untuk menaikkan rating toko di shopee, apakah anda juga pernah melakukannya?	Pernah.
12.	Apa alasan anda melakukan hal tersebut?	Karena untuk menaikkan eksistensi toko dan menarik calon konsumen dari pesaing toko lain

13.	Apakah anda mengetahui etika berjualan dalam hukum Islam?	Mengetahui
14.	Bagaimana tanggapan anda jika saudara mengalami persaingan dalam usahanya?	Tidak apa-apa, resiko orang berjualan harus bersaing dan rezeki orang itu berbeda-beda sudah diatur oleh Allah swt.
15.	Menurut anda apakah Islam mengajarkan terkait persaingan usaha?	Iya mengajarkan
16.	Apakah anda mengetahui apa itu persaingan usaha dalam etika bisnis islam?	Belum mengetahui.
17.	Bagaimana yang saudara ketahui tentang etika bisnis dalam Islam khususnya dalam persaingan usaha itu?	Belum tahu.
18.	Apakah kiranya saudara sudah menjalankan bisnis sesuai etika bisnis tersebut?	Belum.
19.	Apa kendala yang saudara alami dalam melakukan penjualan barang anda?	Kendala yang sering terjadi stok barang habis sementara permintaan pelanggan banyak dan akhirnya mencari barang yang sama pada produsen lain walaupun tidak dapat untung.
20.	Bagaimana respon anda jika terjadi komplain dari konsumen akibat kerusakan pada barang yang dijual?	Memberikan barang baru atau mengganti barang yang lain dengan nominal harga yang sama.
21.	Berapa persen biasanya saudara mengambil keuntungan dari setiap jenis barang?	Keuntungan yang saya ambil setiap jenis barang itu sama, tetapi untung yang saya ambil jika pembelian ecer satu produknya mengambil untung sebesar 10-15 ribu dan jika pembelian lusinan dengan jumlah produk 12 pcs itu mengambil

		untung sebesar 50 ribu.
22.	Berapa pengeluaran dan keuntungan anda setiap harinya?	Pengeluaran setiap bulannya 15 juta dengan menghasilkan 25 lusin sedangkan keuntungan setiap harinya 300 ribu dengan jumlah produk 5 lusin .
23.	Bagaimana respon anda jika ada barang yang return (dikembalikan)?	Tidak apa-apa.
24.	Berapa kali ada konsumen yang melakukan return?	Dalam sebulan kurang lebih ada 5 orang.
25.	Bagaimana pandangan saudara terkait akibat dari persaingan usaha yang terkadang masih merugikan konsumen?	Jika akibat dari persaingan usaha itu sehat maka tidak saling iri, dan jika akibat dari persaingan usaha itu tidak sehat maka akan jatuh ke usaha kita sendiri dengan adanya rating bintang atau ulasan yang jelek yang sebelumnya mendapatkan top 1 menjadi menurun.

3. Toko III

Hari/Tanggal : Minggu, 8 Januari 2023

Tempat : Rumah Zaza Fashion.id

Waktu : 11.00 WIB

Narasumber : Ahmad Iqbal Jaza

NO.	PERTANYAAN (PENELITI)	JAWABAN (NARASUMBER)
1.	Sejak kapan anda memulai usaha ini?	Sudah sejak tahun 2020
2.	Jenis barang apa saja yang anda jual?	Jenis barang yang dijual berupa fashoin wanita baik baju, celana yang masih nge tren di masa kini.
3.	Berapa banyak pelanggan anda dari awal sampai sekarang?	Banyak, kurang lebih sekitar 2500 lebihan pelanggan
4.	Bagaimana cara pemasaran yang anda lakukan?	Di toko saya menjual barangnya di aplikasi shopee dan tiktok.
5.	Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh anda?	Melakukan tembak barang pada barang serta meminta bantuan kepada teman-teman saya untuk memberi ulasan positif pada barang, adapun sistem random untuk menghabiskan stok barang yang tersisa dengan melakukan konten kreator untuk ngelive agar lebih banyak yang tertarik, selain itu banyak pelanggan yang ada di shopee karena berbeda harga antara di shopee dan tiktok, sementara biaya di admin tiktok itu sebesar Rp.2000, dan di admin shopee Rp.7000 karena dari kami memproduksi sendiri.

6.	Bagaimana strategi anda dalam mencari pelanggan?	Melakukan live dan membuat iklan setiap harinya di shopee dan tiktok.
7.	Bagaimana strategi persaingan anda dalam menarik minat pelanggan?	Melakukan tembak barang, melakukan live streaming, dan mencari motif terbaru yang masih viral.
8.	Apakah dari strategi tersebut bisa meningkatkan jumlah permintaan?	Bisa banget.
9.	Apakah pernah ada konsumen yang komplain terhadap produk yang anda kirimkan? Jika ada, apa alasannya?	Iya ada, karena biasanya ada keteledoran pada saat packing barang salah satunya seperti salah warna dan terkadang antara di foto dan asli itu warna berbeda ada yang rada gelap, ada juga yang rada cerah.
10.	Ketika permintaan banyak, apa anda pernah mengirimkan barang yang sebetulnya kurang sesuai dengan pesanan konsumen? a. Jika pernah, apa alasannya? b. Jika tidak pernah, bagaimana yang anda lakukan ketika permintaan banyak namun barang yang berkualitas sesuai permintaan tidak tersedia?	Tidak pernah, tetapi yang saya lakukan itu chat kepada konsumen apakah mau ganti warna atau ganti model ataupun pembatalan order.
11.	Dalam beberapa toko ada sistem tembak untuk menaikkan rating toko di shopee, apakah anda juga pernah melakukannya?	Pernah.
12.	Apa alasan anda melakukan hal tersebut?	Karena menurut saya dengan melakukan tembak barang itu dapat menarik pelanggan lebih banyak.
13.	Apakah anda mengetahui etika berjualan dalam hukum Islam?	Mengetahui
14.	Bagaimana tanggapan anda jika	Menurut saya lebih baik tetap

	saudara mengalami persaingan dalam usahanya?	menjaga kualitas produk, pelayanan pada performa toko dan menjaga pelanggan dengan memberikan kenyamanan dengan produk saya.
15.	Menurut anda apakah Islam mengajarkan terkait persaingan usaha?	Iya mengajarkan
16.	Apakah anda mengetahui apa itu persaingan usaha dalam etika bisnis islam?	Iya mengetahui.
17.	Bagaimana yang saudara ketahui tentang etika bisnis dalam Islam khususnya dalam persaingan usaha itu?	Jujur, adil, tanggung jawab, amanah, tidak merebut konsumen dari toko lain
18.	Apakah kiranya saudara sudah menjalankan bisnis sesuai etika bisnis tersebut?	Sudah
19.	Apa kendala yang saudara alami dalam melakukan penjualan barang anda?	Kendala yang sering dialami karena stok barang cepat habis dan sering terjadi rebutan barang dengan para pedagang lain.
20.	Bagaimana respon anda jika terjadi komplain dari konsumen akibat kerusakan pada barang yang dijual?	Dengan mengganti barang lain atau mengganti uang dengan nominal yang sama, tetapi menyusuh konsumen untuk memberi bintang 5 pada barang tersebut.
21.	Berapa persen biasanya saudara mengambil keuntungan dari setiap jenis barang?	Keuntungan yang diambil setiap produk berbeda-beda mulai dari 10-15 %.
22.	Berapa pengeluaran dan keuntungan anda setiap harinya?	Antara pengeluaran dan keuntungan itu berbeda kurang lebih 500 ribuan.
23.	Bagaimana respon anda jika ada barang yang return (dikembalikan)?	Tidak apa-apa dan diteruma saja.

24.	Berapa kali ada konsumen yang melakukan return?	Dalam sebulan kurang lebih ada 5 orang.
25.	Bagaimana pandangan saudara terkait akibat dari persaingan usaha yang terkadang masih merugikan konsumen?	Akibatnya lama kelamaan akan menjadi penjualan itu lebih sedikit pembeli, komentar ulasan banyak yang tidak bagus, adanya pemberian bintang satu dan penawaran barang akan menurun.

4. Toko IV

Hari/Tanggal : Rabu, 11 Januari 2023

Tempat : Rumah Ajfima Batik

Waktu : 13.30 WIB

Narasumber : Abdullah Sajid

NO.	PERTANYAAN (PENELITI)	JAWABAN (NARASUMBER)
1.	Sejak kapan anda memulai usaha ini?	Sudah sejak tahun 2019
2.	Jenis barang apa saja yang anda jual?	Jenis barang yang dijual berupa baju daster, baju batik, atasan batik pria dan wanita sampai anak-anak.
3.	Berapa banyak pelanggan anda dari awal sampai sekarang?	Banyak banget, kurang lebih 10 ribuan.
4.	Bagaimana cara pemasaran yang anda lakukan?	Di toko saya menjual barangnya di toko offline, di aplikasi telegram, shopee, lazada, dan yang terbaru tiktok.
5.	Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh anda?	Membuat produk yang beda dari yang lain seperti lebih unik dari yang lain, membuat iklan, voucher diskon, afiliasi, dan pembuatan konten video produk.
6.	Bagaimana strategi anda dalam mencari pelanggan?	Lebih sering melakukan pengiklanan dan membuat voucher diskon.
7.	Bagaimana strategi persaingan anda dalam menarik minat pelanggan?	Mencari motif lebih lengkap misal di toko lain ada 3 ukuran, sedangkan di toko saya ada 6 ukuran, melayani pelanggan dengan membalas chat secara fast respon, mengikuti event-event di setiap

		tanggal cantik, dan membuat fash sale toko di setiap minggunya.
8.	Apakah dari strategi tersebut bisa meningkatkan jumlah permintaan?	Bisa banget.
9.	Apakah pernah ada konsumen yang komplain terhadap produk yang anda kirimkan? Jika ada, apa alasannya?	Iya ada, saya lebih mengutamakan konsumen yang komplain, jika komplain dengan barang yang kurang puas diganti barang yang baru atau garansi uang kembali, terkadang juga komplain karena kesalahan pada ukuran tidak sesuai.
10.	Ketika permintaan banyak, apa anda pernah mengirimkan barang yang sebetulnya kurang sesuai dengan pesanan konsumen? a. Jika pernah, apa alasannya? b. Jika tidak pernah, bagaimana yang anda lakukan ketika permintaan banyak namun barang yang berkualitas sesuai permintaan tidak tersedia?	Tidak pernah, karena yang saya lakukan itu selalu konfirmasi kepada pembeli bahwa barang stok masih kosong apakah mau menunggu 3 hari atau mau ganti warna motif atau di cancel juga gapapa karena nanti takutnya kecewa.
11.	Dalam beberapa toko ada sistem tembak untuk menaikkan rating toko di shopee, apakah anda juga pernah melakukannya?	Pernah.
12.	Apa alasan anda melakukan hal tersebut?	Karena untuk produk yang masih baru saya lakukan tembak barang kepada teman dengan memberikan minimal 5 penilaian dari orang yang berbeda, serta membuat voucer tersembunyi seperti beli 100 ribu gratis 70 ribu berarti hanya membayar 30 ribu, tetapi voucer ini hanya dapat digunakan untuk orang-orang tertentu.
13.	Apakah anda mengetahui etika berjualan dalam hukum Islam?	Mengetahui

14.	Bagaimana tanggapan anda jika saudara mengalami persaingan dalam usahanya?	Tidak apa-apa. Biasanya kalo persaingan itu sehat maka toko saya meningkatkan pelayanan, jika persaingan itu tidak sehat mengganti motif dan produk yang baru dari toko lain.
15.	Menurut anda apakah Islam mengajarkan terkait persaingan usaha?	Iya mengajarkan
16.	Apakah anda mengetahui apa itu persaingan usaha dalam etika bisnis islam?	Iya mengetahui.
17.	Bagaimana yang saudara ketahui tentang etika bisnis dalam Islam khususnya dalam persaingan usaha itu?	Jujur, amanah/dapat dipercaya, menjual produk dengan sesuai kualitas, tanggung jawab dan sebagainya.
18.	Apakah kiranya saudara sudah menjalankan bisnis sesuai etika bisnis tersebut?	Insyallah sudah
19.	Apa kendala yang saudara alami dalam melakukan penjualan barang anda?	Kendalanya itu biasanya biaya admin di marketplace semakin tinggi, jika musim hujan mori tidak kering mengakibatkan stok limit atau sedikit, adapun kebijakan marketplace setiap bulannya pasti ada pembaharuan sistem lain yang mengakibatkan seller harus menuruti dengan kebijakan terbaru dari marketplace itu dan harus diupdate terus.
20.	Bagaimana respon anda jika terjadi komplain dari konsumen akibat kerusakan pada barang yang dijual?	Jika terjadi komplain dengan barang yang kurang puas diganti barang yang baru atau garansi uang kembali.
21.	Berapa persen biasanya saudara mengambil keuntungan dari setiap jenis barang?	Keuntungan yang diambil setiap produk berbeda-beda dari 15-30 ribu.

22.	Berapa pengeluaran dan keuntungan anda setiap harinya?	Pengeluaran untuk iklan setiap harinya 200 ribu, jika di hari istimewa dengan iklan 400 ribu dengan keuntungan setiap bulannya kurang lebih 20juta sampai 40 juta.
23.	Bagaimana respon anda jika ada barang yang return (dikembalikan)?	Tidak apa-apa. Saya terima kemudian saya evaluasi, baik itu alamat tidak jelas, paket datang lama, ataupun ada konsumen yang menolak untuk membayar barang tersebut.
24.	Berapa kali ada konsumen yang melakukan return?	Dalam 1 minggu sekitar 5 konsumen, kemudian dalam 1 bulannya kurang lebih ada 20 paket return.
25.	Bagaimana pandangan saudara terkait akibat dari persaingan usaha yang terkadang masih merugikan konsumen?	Menurut saya, untuk pihak shopee harus memperketat untuk para seller agar dapat meminimalisir adanya kasus penipuan dan para konsumen juga harus lebih berhati-hati ketika berbelanja di online

B. Wawancara dengan Konsumen Shopee

1. Hari/Tanggal : Rabu, 11 Januari 2023

Tempat : Rumah Konsumen

Waktu : 19.00 WIB

Narasumber : Galuh

NO.	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Sudah berapa lama anda menjadi konsumen shopee?	Sudah lama dari tahun 2017
2.	Apa alasan anda memilih aplikasi shopee?	Karena ada kelebihan dan kekurangan, diantaranya:

		<p>Kelebihan : karena gratis ongkir, banyak promo, proses pengiriman cepat.</p> <p>Kekurangan : terkadang kesesuaian warna produk tidak sesuai dengan pesanan atau barang tidak sesuai dengan ekspektasi.</p>
3.	Pembelian apa yang sering anda beli?	Baju atau pakaian.
4.	Apakah anda pernah membeli barang di shopee dengan harga 1000 atau 99?	Pernah.
5.	Bagaimana sistem pemesanan dan pembayaran melalui shopee?	Menurut saya mudah dan gampang untuk menjadi langganan.
6.	Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh seller shopee tersebut?	Masing-masing toko, terkadang ada yang baik dan ramah, tetapi juga ada yang kurang ramah dengan pembeli seperti slow respon.
7.	Apakah anda sudah puas berbelanja di aplikasi shopee?	Sangat puas.
8.	Apakah anda pernah menerima barang yang rusak/tidak sesuai pesanan?	Pernah, tetapi masih layak untuk di pakai.
9.	Bagaimana anda memberi penilaian/bintang pada rating di toko tersebut?	Sesuai dengan kualitas barang
10.	Apakah anda sering membeli barang ketika di tanggal cantik atau di hari-hari istimewa?	Iya sering banget.
11.	Apakah anda sering membeli barang ketika di tanggal cantik atau di hari-hari istimewa?	Karena banyak promo, voucher gratis ongkir, voucher cashback dan diskon lainnya.

12.	Biasanya barang apa saja yang sering anda beli ketika di hari-hari istimewa?	Seringnya pakaian atau baju.
13.	Apakah anda pernah menerima ajakan seller yang melakukan pengiriman barang kepada anda secara gratis (tembak barang)?	Pernah,
14.	Apakah anda pernah melihat ada seller di shopee yang melakukan kecurangan?	Pernah.

2. Hari/Tanggal : Rabu, 11 Januari 2023

Tempat : Rumah Konsumen

Waktu : 16.00 WIB

Narasumber : Zukriya

NO.	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Sudah berapa lama anda menjadi konsumen shopee?	Sudah lama dari tahun 2017
2.	Apa alasan anda memilih aplikasi shopee?	Karena ada kelebihan dan kekurangan, diantaranya: Kelebihan: karena banyak gratis ongkir, murah, adanya promo secara besar-besaran, pilihan banyak berbagai macam produk. Kekurangan: pernah mengalami paket barang yang tidak sesuai dengan gambar.
3.	Pembelian apa yang sering anda beli?	Pakaian dan Accesoris.
4.	Apakah anda pernah membeli	Pernah.

	barang di shopee dengan harga 1000 atau 99?	
5.	Bagaimana sistem pemesanan dan pembayaran melalui shopee?	Menurut saya mudah dan praktis.
6.	Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh <i>seller</i> shopee tersebut?	Pelayanan baik, ramah, respon cepat.
7.	Apakah anda sudah puas berbelanja di aplikasi shopee?	Sangat puas.
8.	Apakah anda pernah menerima barang yang rusak/tidak sesuai pesanan?	Pernah.
9.	Bagaimana anda memberi penilaian/bintang pada <i>rating</i> di toko tersebut?	Jika barang sesuai saya kasih bintang 5 dan jika tidak saya kasih bintang 1.
10.	Apakah anda sering membeli barang ketika di tanggal cantik atau di hari-hari istimewa?	Sering banget.
11.	Apakah anda sering membeli barang ketika di tanggal cantik atau di hari-hari istimewa?	Sering banget.
12.	Biasanya barang apa saja yang sering anda beli ketika di hari-hari istimewa?	Baju dan accessoris.
13.	Apakah anda pernah menerima ajakan <i>seller</i> yang melakukan pengiriman barang kepada anda secara gratis (tembak barang)?	Pernah.
14.	Apakah anda pernah melihat ada <i>seller</i> di shopee yang melakukan kecurangan?	Pernah, seperti adanya toko <i>seller</i> yang membeli pengikut toko.

3. Hari/Tanggal : Rabu, 11 Januari 2023

Tempat : Rumah Konsumen

Waktu : 19.00 WIB

Narasumber : Firoh

NO.	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Sudah berapa lama anda menjadi konsumen shopee?	Sudah lama dari tahun 2016
2.	Apa alasan anda memilih aplikasi shopee?	Karena ada kelebihan dan kekurangan, diantaranya: Kelebihan: karena mudah, aman, banyak voucher gratis ongkir, dan promo <i>flash sale</i> . Kekurangan: banyaknya penjual yang menjual barang dengan foto produk yang sama, padahal ketika di <i>realpict</i> barang tidak sesuai.
3.	Pembelian apa yang sering anda beli?	Fashion Baju.
4.	Apakah anda pernah membeli barang di shopee dengan harga 1000 atau 99?	Pernah.
5.	Bagaimana sistem pemesanan dan pembayaran melalui shopee?	Menurut saya mudah dipahami dan gak ribet..
6.	Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh <i>seller</i> shopee tersebut?	Ada yang <i>fast respon</i> dan <i>slow respon</i> ..
7.	Apakah anda sudah puas berbelanja di aplikasi shopee?	Puas.
8.	Apakah anda pernah menerima barang yang rusak/tidak sesuai	Pernah.

	pesanan?	
9.	Bagaimana anda memberi penilaian/bintang pada <i>rating</i> di toko tersebut?	Jika produk sesuai dengan kualitas, bintang 5 dan jika produk tidak sesuai kualitas, bintang 2.
10.	Apakah anda sering membeli barang ketika di tanggal cantik atau di hari-hari istimewa?	Sering.
11.	Apakah anda sering membeli barang ketika di tanggal cantik atau di hari-hari istimewa?	Sering juga.
12.	Biasanya barang apa saja yang sering anda beli ketika di hari-hari istimewa?	Baju.
13.	Apakah anda pernah menerima ajakan <i>seller</i> yang melakukan pengiriman barang kepada anda secara gratis (tembak barang)?	Pernah.
14.	Apakah anda pernah melihat ada <i>seller</i> di shopee yang melakukan kecurangan?	Pernah, disuruh membeli produk teman saya dengan sistem tembak barang.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS SYARIAH

Jalan Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.fasya.uingusdur.ac.id email: fasya@uingusdur.ac.id

Nomor : B-469/Un.27/TU.I.1/PP.02/01/2023
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Surat Ijin Penelitian Jurusan HES

02 Januari 2022

Yth. Kepada
Toko Pakaian
di Kecamatan Buaran Kabupaten Pekalongan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa:

Nama : Naili Sa`adah
NIM : 1219004
Jurusan/Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah

Adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang akan melakukan penelitian di Lembaga/Wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna menyusun skripsi/tesis dengan judul

“TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK PERSAINGAN USAHA DI MARKETPLACE SHOPEE PADA HARI-HARI ISTIMEWA”

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon dengan hormat bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dalam wawancara dan pengumpulan data penelitian dimaksud.

Demikian surat permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan perkenannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

a.n.Dekan



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh:

Tarmidzi, M.S.I
NIP. 19780222201608D1004

Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah



Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) sehingga tidak diperlukan tanda tangan dan stempel basah.



DOKUMENTASI PENELITIAN



Gambar 1.1 Dokumentasi Wawancara dengan Produsen Toko Ef.Ha Fashion



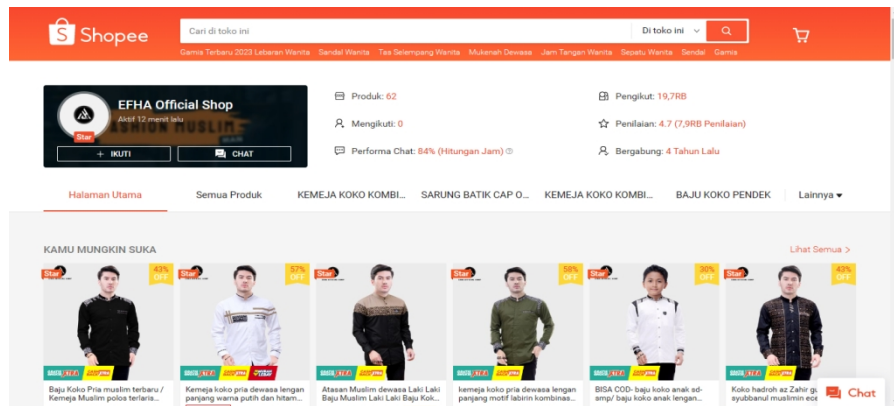
Gambar 1.2 Dokumentasi Wawancara dengan Produsen Toko Ajfima Jaya



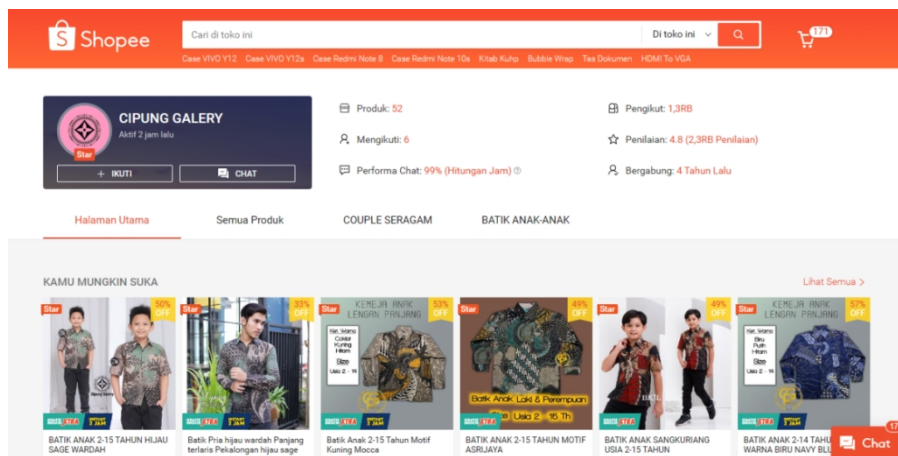
Gambar 1.3 Dokumentasi Wawancara dengan Produsen Toko Arsy Jeans



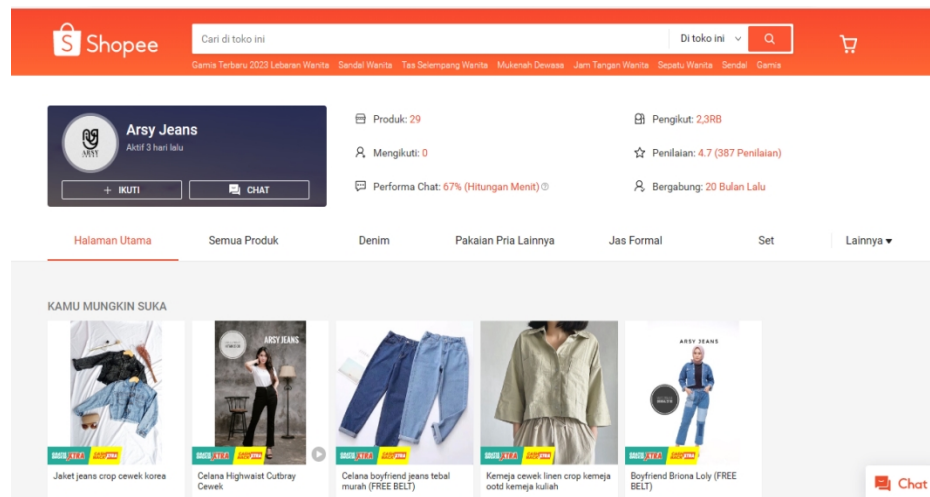
Gambar 1.4 Dokumentasi Wawancara dengan Produsen Zaza Fashion



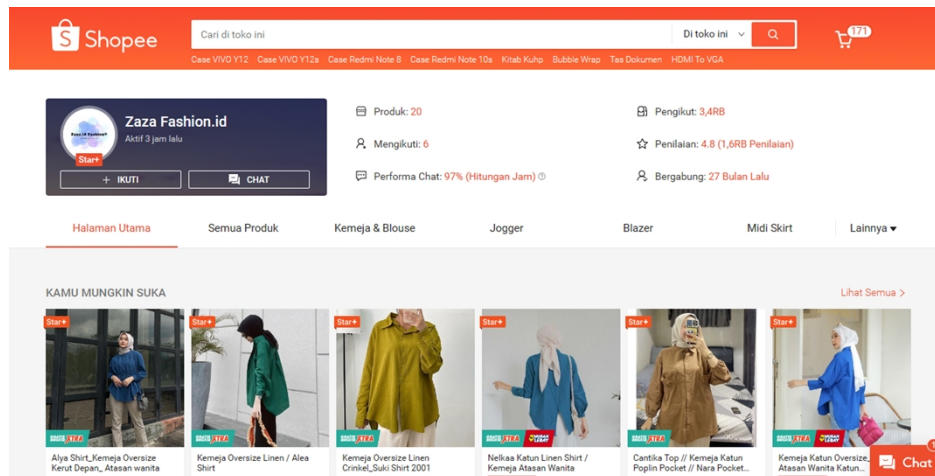
Gambar 1.5 Screenshoot toko *Seller* Shopee Ef.Ha Fashion



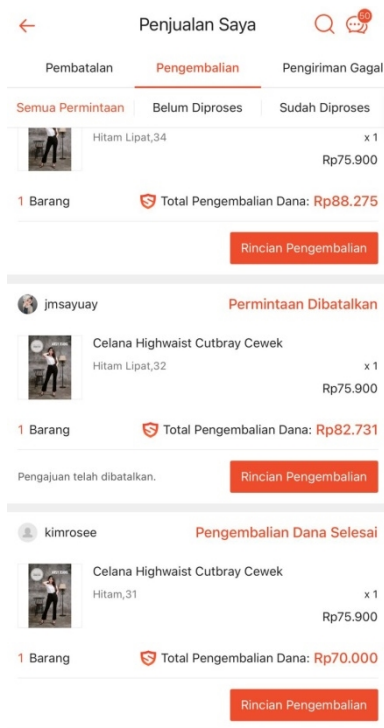
Gambar 1.6 Screenshoot *Seller* Shopee Toko Ajfima Jaya



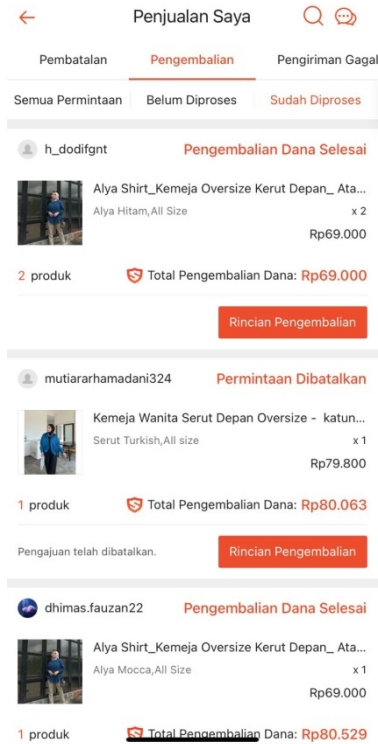
Gambar 1.7 Screenshoot *Seller* Shopee Toko Arsy Jeans



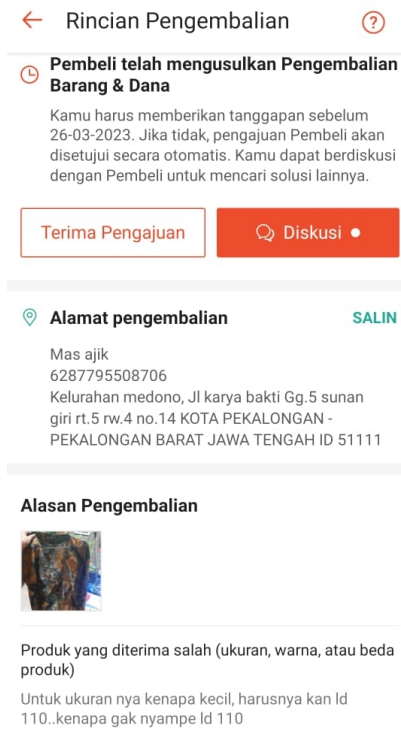
Gambar 1.8 Screenshot *Seller* Shopee Toko Zaza Fashion



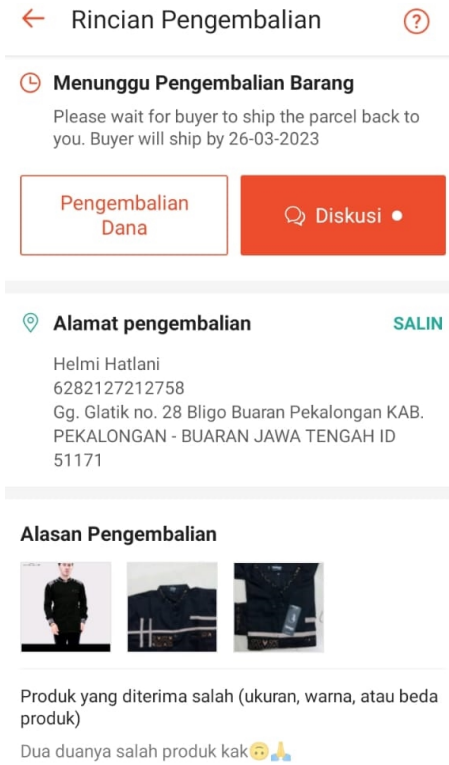
Gambar 1.9 Screenshot Barang *Return*/dikembalikan Toko Arsy Jeans



Gambar 1.10 Screenshoot Barang *Return*/dikembalikan Toko Zaza Fashion



Gambar 1.11 Screenshoot Barang *Return*/dikembalikan Toko Ajfima Jaya



Gambar 1.12 Screenshoot Barang *Return*/dikembalikan Toko Ef.Ha Fashion



Gambar 1.13 Dokumentasi Wawancara dengan Konsumen atau *Customer* Shopee

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Identitas Diri

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Naili Sa'adah
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 10 November 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Jalan Karya Bakti Gg.V Sunan Giri RT. 04
RW. 05 Kel. Medono, Kec. Pekalongan
Barat, Kota Pekalongan

II. Identitas Orang Tua

Nama Ayah : Tahril
Nama Ibu : Saeni
Agama : Islam
Alamat : Jalan Karya Bakti Gg.V Sunan Giri RT. 04
RW. 05 Kel. Medono, Kec. Pekalongan
Barat, Kota Pekalongan

III. Riwayat Pendidikan

TK Masyitoh Kradenan : Lulus Tahun 2006 - 2007
MSI 08 Medono : Lulus Tahun 2007 - 2013
MTs Salafiyah Jenggot : Lulus Tahun 2013 - 2016
SMK Syafi'i Akrom : Lulus Tahun 2016 - 2019
UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan : Lulus Tahun 2019 - 2023
Demikian riwayat hidup ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Yang Menyatakan



Naili Sa'adah
NIM. 1219004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
PERPUSTAKAAN

Jalan Pahlawan Km. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.perpustakaan.uingusdur.ac.id email: perpustakaan@uingusdur.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Naili Sa'adah
NIM : 1219004
Jurusan/Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
E-mail address : nailisaadah212@gmail.com
No. Hp : 085602587362

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK PERSAINGAN UJAH
DI MARKETPLACE SHOPEE PADA HARI - HARI ISTIMEWA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 27 Februari 2023



(Naili Sa'adah)

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam file softcopy /CD