

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

(Studi Kasus *Onlineshop* Grosir Batik Arni - Pekalongan)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

EKA RALITA
NIM 4117334

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

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

(Studi Kasus *Onlineshop* Grosir Batik Arni - Pekalongan)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

EKA RALITA
NIM 4117334

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Eka Ralita
NIM : 4117334
Judul Skripsi : **Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Bisnis Jual Beli Melalui *Marketplace* Shopee (Studi Kasus *Onlineshop* Grosir Batik Arni – Pekalongan)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 17 Mei 2024

Yang Menyatakan,



Eka Ralita

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Eka Ralita

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari:

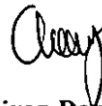
Nama : **Eka Ralita**
NIM : **4117334**
Judul Skripsi : **PANDANGAN EKONOMI ISLAM TERHADAP BISNIS
JUAL BELI MELALUI MARKETPLACE ONLINE
SHOPEE (STUDI KASUS ONLINESHOP GROSIR
BATIK ARNI – PEKALONGAN)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 17 Mei 2024

Pembimbing,



Ardivan Darutama, M.Phil.

NIP. 19850126 202012 1 004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingsdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : **Eka Ralita**
NIM : **4117334**
Judul Skripsi : **Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Bisnis Jual Beli Melalui Marketplace Shopee (Studi Kasus Onlineshop Grosir Batik Arni Pekalongan)**
Dosen Pembimbing : **Ardiyan Darutama, M.Phil.**

Telah diujikan pada hari Senin tanggal 27 Mei 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Dr. Achmad Tubagus Surur, M. Ag
NIP 19691227 199803 1-004

Penguji II

Ulfa Kurniasih, M. Hum
NIP 19931001 202012 2 027



Pekalongan, 13 Juni 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP 19750220 199903 2 001

MOTTO

Jangan menjelaskan tentang dirimu kepada siapapun karena yang menyukaimu tidak butuh itu dan yang membencimu tidak percaya itu.

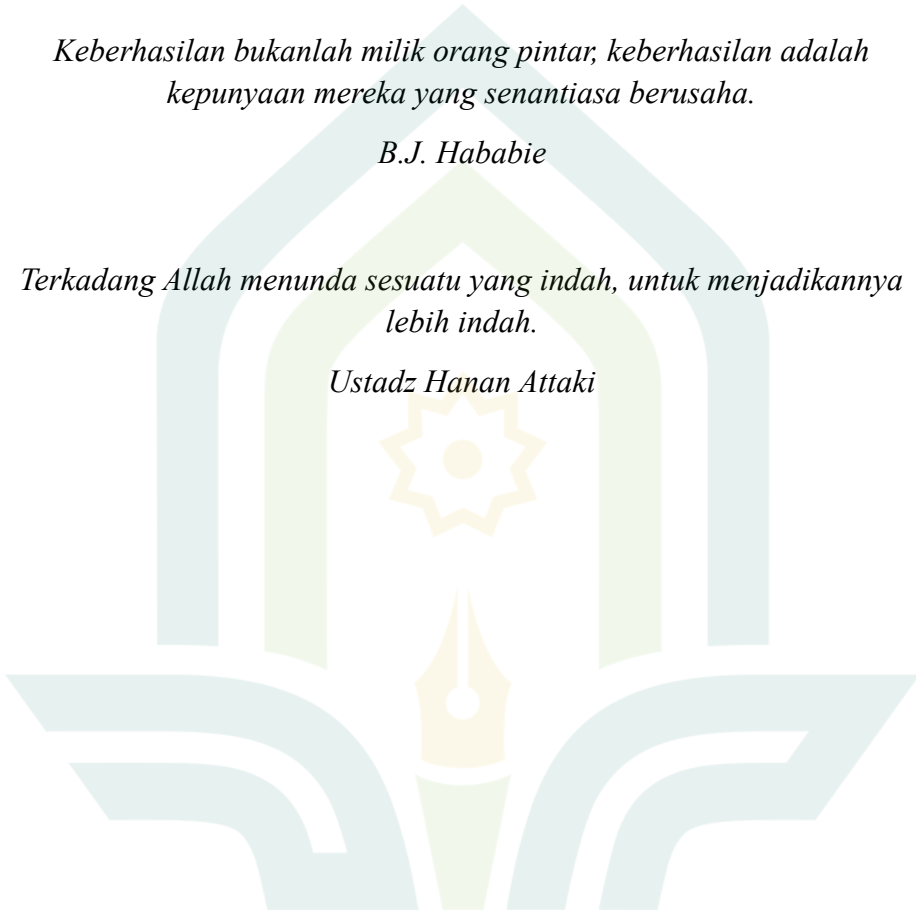
Ali bin Abi Thalib

Keberhasilan bukanlah milik orang pintar, keberhasilan adalah kepunyaan mereka yang senantiasa berusaha.

B.J. Hababie

Terkadang Allah menunda sesuatu yang indah, untuk menjadikannya lebih indah.

Ustadz Hanan Attaki



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia Pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Ali Durahman dan Mamah Nur Khikmah. Terima kasih atas segala kasih sayang, cinta dan doa Bapak serta Mamah karena beliau adalah yang membesarkan dan mendidik saya sampai sejauh ini. Dan beliau adalah yang telah memberikan segala kasih sayang, kesabaran, semangat, bimbingan, motivasi, dukungan dan doanya secara tulus kepada saya.
2. Suami saya Andy Bagus Setiawan. Terima kasih banyak atas *support*, doa serta nasihat-nasihat yang telah diberikan. Serta anak saya Anindya Putri Setiawan dan Anindita Putri Setiawan yang selalu menjadi penyemangat bagi saya.
3. Kedua adik saya Agung Rizaldi dan Tri Andika Ramadhan. Terima kasih telah memberikan dukungan, kesabaran serta mendoakan saya.
4. Kedua mertua saya Bapak Nasoha dan Ibu Zaeroh. Terima kasih atas kasih sayang dan yang telah diberikan kepada saya.
5. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

6. Dosen Pembimbing Bapak Ardiyan Darutama, M.Phil. yang telah membimbing dan memberikan kemudahan kepada saya dalam proses pembuatan skripsi ini.
7. Dosen Wali Bapak M. Aris Safi'i, M.E.I. yang telah membimbing, memotivasi dan memberi nasihat serta ilmu kepada saya dari awal semester hingga saat ini dengan sangat baik.
8. Untuk sahabatku, terimakasih telah membawa keceriaan, semangat, serta doa yang tulus, semoga tuhan membalas kebaikan kalian.
9. Untuk temanku, terimakasih telah memberikan cerita selama menempuh Pendidikan di bangku perkuliahan.
10. Semua pihak yang telah mendukung dalam terselesainya skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih.
11. Teman-teman seperjuangan Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2017 UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, semoga kita sukses bersama.
12. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah banyak membantu serta memberikan ilmu yang bermanfaat.
13. Seluruh narasumber/responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.
14. Dan teruntuk diriku sendiri, terima kasih telah berjuang sejauh ini.

ABSTRAK

EKA RALITA. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Bisnis Jual Beli Melalui *Marketplace* Shopee

Bisnis *online* merupakan segala jenis kegiatan bisnis baik dalam bidang jasa maupun barang yang dilakukan secara *online* melalui media internet mulai dari negosiasi hingga kegiatan transaksinya untuk mendapatkan keuntungan. Bisnis *online* memiliki prospek cukup besar pada saat ini dan di masa yang akan datang. Dimana hampir semua orang menginginkan kepraktisan, kemudahan, dan ekonomis. Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern malah dunia bisnis pada umumnya cenderung mengabaikan etika. Faktanya, persaingan yang berkembang mengarah pada praktik-praktik yang bertentangan misalnya penipuan, kebohongan, barang yang tidak sesuai. Hanya karena untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Untuk itu perlu diketahui bagaimana praktik jual beli dalam *marketplace* Shopee dan jual beli melalui *marketplace* Shopee menurut tinjauan etika bisnis Islam.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis deskripsi analisis. Metode pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dokumentasi. Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan uji keabsahan data dengan triangulasi metode, triangulasi sumber, dan triangulasi waktu. Data penelitian dianalisis menggunakan teknik analisis yang dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan selanjutnya penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa jual beli *online* memiliki peranan yang penting dalam berkembangnya suatu usaha. Perkembangan tersebut dapat dilihat dari peningkatan penjualan, omzet yang didapatkan dan juga meluasnya mangsa pasar. Dalam menjalankan bisnis pun sudah menerapkan etika bisnis Islam berupa prinsip kejujuran, ketetapan, loyalitas dan kedisiplinan. Secara umum tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bahwa berbisnis melalui sistem *online* mempunyai banyak manfaat diantaranya memudahkan dalam berpromosi maupun bertransaksi yang dapat dilakukan tanpa ada batasan waktu dan tempat serta dapat memperluas jangkauan wilayah pasar.

Kata Kunci: Jual Beli, *Marketplace*, Etika Bisnis Islam

ABSTRACT

EKA RALITA. Islamic Economic View of the Buy and Sell Business through Shopee Marketplace

Online business is any type of business activity both in the field of services and goods that are carried out online through internet media ranging from negotiations to transaction activities for profit. Online business has considerable prospects at this time and in the future. Where almost everyone wants practicality, convenience, and economy. Along with the development of increasingly modern times, even the business world in general tends to ignore ethics. In fact, the growing competition leads to contradictory practices such as fraud, lies, non-conforming goods. Just because to get as much profit as possible. For this reason, it is necessary to know how the practice of buying and selling in the Shopee marketplace and buying and selling through the Shopee marketplace according to the review of Islamic business ethics.

This research uses a qualitative approach method with the type of description analysis. Data collection methods with interviews, observation, documentation. The data validity technique in this study uses data validity testing with method triangulation, source triangulation, and time triangulation. The research data were analyzed using analytical techniques carried out through data reduction, data presentation, and then drawing conclusions.

The results of this study show that online buying and selling has an important role in the development of a business. This development can be seen from the increase in sales, the turnover obtained and also the expansion of the market share. In running the business, it has also applied Islamic business ethics in the form of the principles of honesty, determination, loyalty and discipline. In general, the purpose of this research is to find out that doing business through an online system has many benefits including making it easier to promote and transact that can be done without any time and place restrictions and can expand the reach of the market area.

Keywords: Buying and Selling, Marketplace, Islamic Business Ethics

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

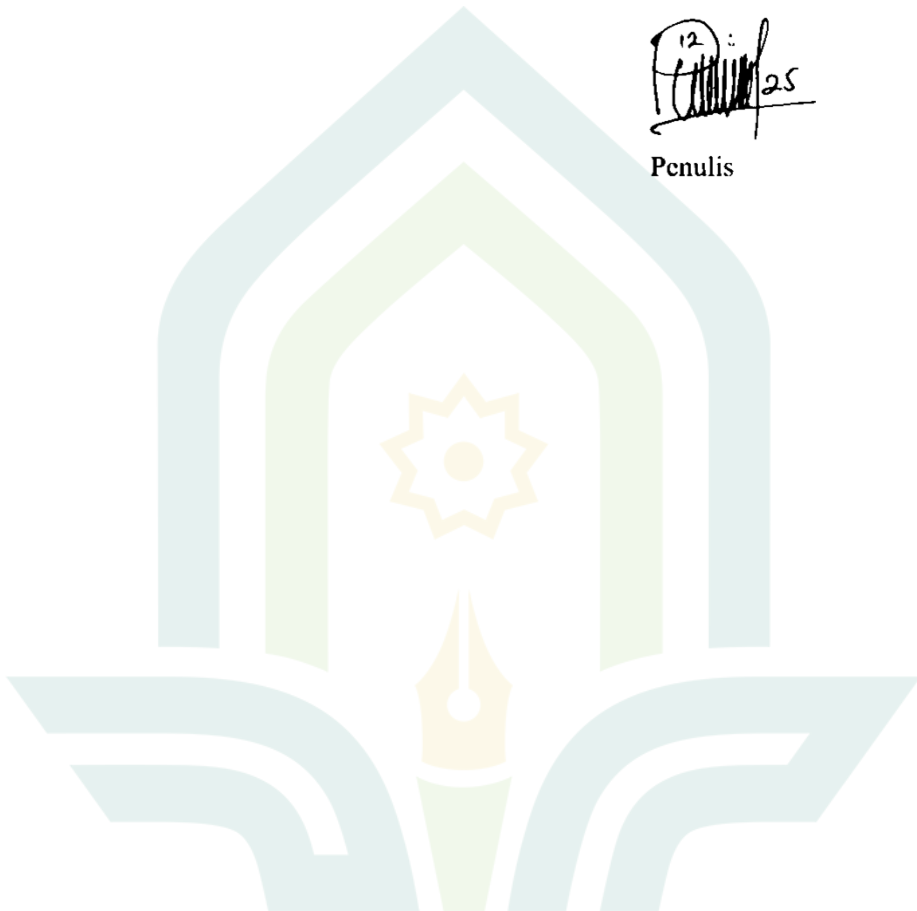
1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dr. H. Tamamudin, M.M. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. M. Aris Safi'i, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Ardiyan Darutama, M.Phil. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. M. Aris Safi'i, M.E.I. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
7. Dr. Achmad Tubagus Surur, M.Ag. dan Ulfa Kurniasih, M.Hum. selaku dosen penguji.
8. Pihak Grosir Batik Arni yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.
9. Orang tua dan keluarga saya telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
10. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 17 Mei 2024

A handwritten signature in black ink, featuring a stylized name and the number '25' at the end.

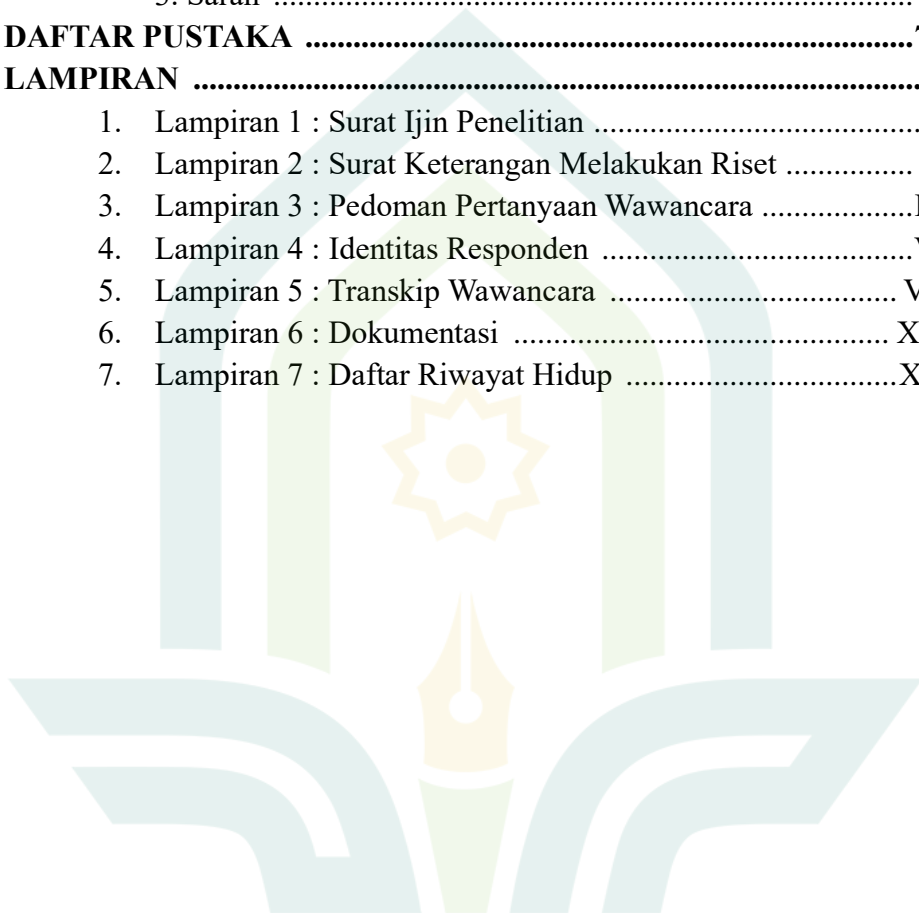
Penulis



DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Rumusan Masalah	10
3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
4. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
1. Landasan Teori.....	13
2. Telaah Pustaka	32
3. Kerangka Berpikir	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
1. Jenis Penelitian	45
2. Pendekatan Penelitian.....	45
3. Setting Penelitian	46
4. Subjek Penelitian.....	46
5. Sumber Data	46
6. Teknik Pengumpulan Data	47
7. Teknik Keabsahan Data	48
8. Metode Analisis Data	50
BAB IV DATA DAN PEMBAHASAN	53

1. Gambaran Umum tentang Grosir Batik Arni	53
2. Hasil	56
3. Pembahasan	66
BAB V PENUTUP	73
1. Kesimpulan	73
2. Keterbatasan Penelitian	73
3. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	I
1. Lampiran 1 : Surat Ijin Penelitian	I
2. Lampiran 2 : Surat Keterangan Melakukan Riset	II
3. Lampiran 3 : Pedoman Pertanyaan Wawancara	III
4. Lampiran 4 : Identitas Responden	VI
5. Lampiran 5 : Transkrip Wawancara	VIII
6. Lampiran 6 : Dokumentasi	XVII
7. Lampiran 7 : Daftar Riwayat Hidup	XX



PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)

ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
َ	Kasrah	I	I

ُ	Dammah	U	U
---	--------	---	---

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ي...َ	Fathah dan ya	Ai	a dan i
و...َ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ا...ِى...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ	talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddahitu.

Contoh:

- نَزَّلَ	nazzala
- الْبِرُّ	al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

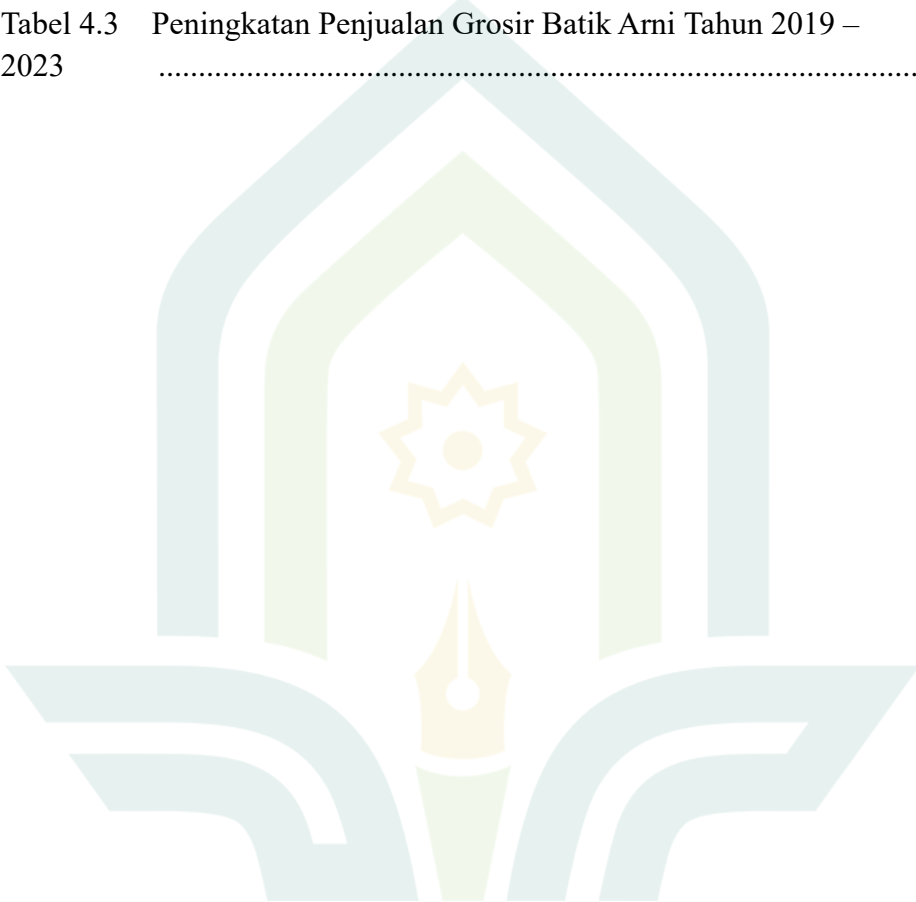
- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan Antara <i>Marketplace</i> dan <i>E-Commerce</i>	25
Tabel 2.2	Telaah Pustaka	32
Tabel 4.1	Produk Grosir Batik Arni	54
Tabel 4.2	Peningkatan Penjualan Grosir Batik Arni Tahun 2019 – 2023	58
Tabel 4.3	Peningkatan Penjualan Grosir Batik Arni Tahun 2019 – 2023	59



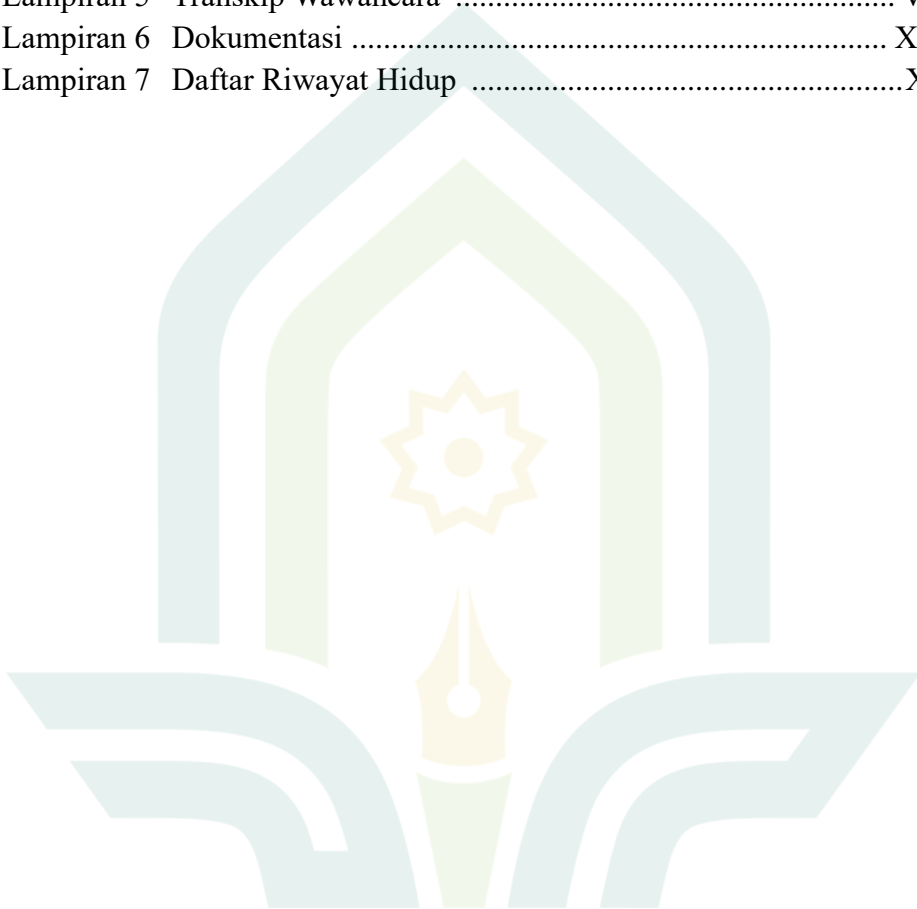
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	43
Gambar 3.1 Triangulasi Dengan Metode	49
Gambar 3.2 Triangulasi Dengan Sumber	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Ijin Penelitian	I
Lampiran 2	Surat Keterangan Telah Melakukan Riset	II
Lampiran 3	Pedoman Pertanyaan Wawancara	III
Lampiran 4	Identitas Responden	VI
Lampiran 5	Transkrip Wawancara	VIII
Lampiran 6	Dokumentasi	XVII
Lampiran 7	Daftar Riwayat Hidup	XX



BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Dalam kegiatan ekonomi manusia, kegiatan transaksi jual beli untuk mensejahterakan keluarga dan membantu sesama, konteks tersebut menganjurkan untuk menyeimbangkan dan melaksanakan apa yang diperintahkan Allah SWT baik dari sisi ibadah “*Hablum Minallah*” dan muamalah “*Hablum Minannas*”. Jika dari ketiga alasan tersebut tidak terpenuhi, maka alasan tersebut dapat dipersalahkan menurut agama. Dalam mempertahankan hidup (*Survive*) kita diberikan kebebasan untuk menentukan dalam mengambil keputusan untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut ulama Hanafiyah jual beli adalah melalui ijab dan qabul, atau juga boleh melalui saling memberikan barang dan harga dari penjual dan pembeli. Disamping itu, harta yang diperjualbelikan harus bermanfaat bagi manusia, sehingga bangkai, minuman keras, dan darah tidak termasuk sesuatu yang boleh diperjualbelikan, karena benda-benda itu tidak bermanfaat bagi muslim. Apabila jenis-jenis barang seperti itu tetap diperjualbelikan, menurut ulama Hanafiyah jual belinya tidak sah. Menurut jumhur ulama, yang dikatakan harta adalah materi dan manfaat. Oleh sebab itu, manfaat dari suatu benda menurut mereka dapat diperjualbelikan. Ulama Hanafiyah mengartikan harta dengan materi yang mempunyai nilai. Oleh sebab itu, manfaat dan hak-hak menurut mereka tidak boleh diperjualbelikan (As-Sarakhsi, 1993).

Internet memberikan kemudahan dalam melakukan berbagai kegiatan baik informasi pendidikan, bisnis dan lain sebagainya. Era ini tentunya akan memberikan kita dampak yang sangat signifikan yang patut menjadi sorotan terlebih banyaknya pengguna internet di dunia yang semakin meningkat, terlebih penggunaan *gadget* yang sudah menjadi hal yang wajib di miliki setiap individu. Tingkat penggunaan *Gadget* tersebut

yang menjadi dasar mengapa peningkatan tersebut menjadi sangatlah pesat, internet memberikan *digital content* seperti aplikasi *chatting*, *online transportation*, belanja *online* dan lain-lain, teknologi internet tersebut digunakan menyimpan dan mengolah data yang menyajikan informasi yang aktual, bermutu, akurat dan relevan (Yunanto, 2017).

Berdasarkan data pengguna internet pada tahun kurun waktu tahun 2023-2024 mengalami pertumbuhan sebanyak 1,4% dari jumlah penduduk di Indonesia yang berjumlah 278.696.200 jiwa dari total populasi, dengan penetrasi kenaikan sebanyak 79,5% sebanyak 221.563.479 pengguna internet aktif (APJII, 2024), berarti banyak masyarakat di Indonesia yang telah menggunakan internet dan menjadi bagian dari hidup mereka. Berdasarkan data tersebut memberikan kesimpulan bahwa potensial penggunaan internet sebagai sarana bisnis baik secara lokal maupun inter-lokal.

Internet memiliki pengaruh positif yang signifikan, dan penggunaannya dapat diakses secara bebas oleh siapapun tanpa melihat usia dan latar belakang ekonomi yang memberikan kredibilitas lebih. Dalam hal jual beli, internet telah memberikan fasilitas bagi para pengguna. Pengguna tidak perlu lagi pergi ke pusat pengembangan untuk berbisnis. Sebaliknya, mereka dapat melakukan bisnis dengan menggunakan media elektronik seperti komputer dan *smartphone*. Tersedianya media elektronik, akan sangat mudah untuk memenuhi semua kebutuhan seseorang, *e-commerce* sejenis dengan *marketplace* yaitu tempat berlangsungnya interaksi komersial secara *online* merupakan salah satu contoh kemudahan yang diberikan oleh kemajuan teknologi ini. Skenario ini disertai dengan tersedianya *android* sebagai sistem operasi cerdas, yang sangat cocok untuk mendukung operasi perusahaan *e-commerce* semacam ini. Sekarang, internet tidak hanya untuk tujuan hiburan; perangkat seluler yang menjalankan sistem operasi *android* juga dapat digunakan untuk membantu bisnis *online*.

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

Dua hal yang perlu dipertimbangkan ketika datang ke bisnis *online*: yang pertama yaitu melihat barang dan jasa yang ditawarkan oleh pebisnis melalui situs webnya, dan berinteraksi dengan perusahaan terkait melalui situs webnya (iklan *daring*). Kemudian yang kedua yaitu mencari-cari informasi terkait yang akan dibutuhkan dengan prosedur transaksi jual beli yang akan dilakukan (Husaini, 2015). Konsumen yang ingin membeli barang ataupun jasa yang telah ditawarkan oleh penjual dapat mengajukan pesanan secara elektronik (pesanan *online*) dengan menggunakan media elektronik seperti komputer, atau *smartphone* jika memang diinginkan. Pembeli yang ingin membeli barang yang dilihat di *platform* media sosial biasanya harus membayar pesanan dahulu sebelum barang dikirim.

Bisnis *online* atau *e-commerce* didefinisikan menjadi proses terjadinya jual beli yang berlangsung melalui internet dan memanfaatkan jaringan media internet sebagai definisi dasarnya. Jual beli salam adalah jual beli barang dengan cara memesan dan membayar barangnya terlebih dahulu, menurut batasan-batasan yang telah ditentukan, menurut Fatwa Dewan Islam Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) Nomor 05/DSN -MUI/IV/2000 (Purkon, 2014). Berbelanja dan berjualan di internet juga tercakup dalam Al-Qur'an, khususnya

surat Al-Baqarah ayat 282, yang sebagian menyatakan bahwa "Hai orang-orang yang beriman, jika kamu membuat piutang untuk jangka waktu tertentu, kamu harus tuliskan" (Departemen Agama RI, 1994).

Sejalan dengan firman Allah SWT yang dikutip di atas, Ibnu Abbas telah meneliti piutang yang timbul dari jual beli salam. Dia membuat hubungan ini sangat jelas dalam pernyataannya: "Saya menyaksikan bahwa salam yang dijanjikan untuk waktu yang lama telah dinyatakan diperbolehkan oleh Allah dalam buku terakhirnya," diikuti dengan pembacaan bagian yang bersangkutan (Antonio, 2001). Setiap transaksi dan hutang perusahaan harus didokumentasikan dengan cermat untuk memastikan bahwa semuanya akurat dan jujur. Prinsip kejujuran dalam transaksi jual beli *online* lebih mudah dipatuhi karena penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung, melainkan berkomunikasi melalui perusahaan *online* atau media sosial. Ada berbagai faktor yang membedakan transaksi bisnis *online* dari transaksi bisnis tradisional, salah satunya adalah penggunaan kontrak sebagai media komunikasi utama selama proses berlangsung. Kontrak adalah komponen penting dari setiap transaksi komersial. Akad, yang juga dikenal dengan ijab qabul, dilakukan secara lisan, tertulis, atau melalui bahasa isyarat bagi orang yang tidak mampu berbicara atau menulis. Saat melakukan bisnis *online*, sangat penting untuk menyimpan catatan yang cermat, karena produk yang dipesan hanya akan dikirim jika pembayaran telah diterima secara penuh.

Berdasarkan penjelasan di atas, jelas bahwa berbisnis internet diperbolehkan selama prosedur dan praktiknya sesuai dengan syariah saat ini. Contoh lain dari bisnis *online* syariah adalah perlunya setiap transaksi jual beli, serta setiap hutang, didokumentasikan dan diatur dengan baik dan jujur, karena penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung, melainkan melalui internet *virtual* atau *platform* media sosial, konsep kejujuran sangat rentan dalam transaksi komersial *online*

(Pekerti & Herwiyanti, 2018). Dengan kata lain, ada kebutuhan yang signifikan akan kejujuran dan akurasi di pihak penjual dan pembeli. Karena akan melalui tahap pra-pembelian di perusahaan *online*, penting untuk kejujuran membayar terlebih dahulu agar tidak menyebabkan kerugian finansial bagi penjual. Keterbukaan tersebut pada akhirnya akan dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi antara penjual dan pembeli agar tidak terjadi kekecewaan pada akhir transaksi, yang umumnya merupakan akibat dari kurangnya kejujuran antara kedua belah pihak.

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

Dari sekian banyak *marketplace* yang ada di Indonesia, salah satu *marketplace* yang banyak diminati oleh masyarakat adalah *marketplace* Shopee. Shopee adalah sebuah situs *e-commerce* (situs jual beli *online*) yang berkantor pusat di Singapura di bawah naungan SEA Group, yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina (Shopee.com, 2009).

Shopee adalah aplikasi *mobile* jual beli. Aplikasi shopee yaitu wadah belanja *online* yang lebih memfokuskan pada kemudahan pengguna, aman, menyenangkan, dan praktis dengan mengintegrasikan *platform* sosial. Karena shopee

dilengkapi dengan fitur *chat*, *social sharing*, dan *hashtag*. Platform Shopee menawarkan beberapa macam produk yang diperjualkan dan juga dilengkapi dengan metode pembayaran yang beragam dan tentunya aman. Selain itu, jasa kirim yang ada di aplikasi Shopee terintegrasi menjadikan dalam jual beli menjadi lebih aman dan praktis.

Menurut Hereen pada jurnal Putu Artaya (2019) mengatakan jika aktivitas pemasaran di jaman sekarang memang telah memiliki perbedaan dan pergeseran dibandingkan beberapa tahun silam, hal ini dilihat dari bentuk perdagangan, pemasaran, penjualan, distribusi, informasi dan penyebarannya kepada konsumen dapat dengan mudah dibantu dengan keberadaan *marketplace*, disamping itu adanya fenomena konsumen yang semakin tinggi keinginannya dalam berbelanja secara *online* (Artaya, 2019).

Jual beli dalam Islam termasuk dalam bidang muamalah. Makna muamalah dalam perspektif luas adalah aturan Allah yang mengatur orang untuk berhubungan dengan orang lain dalam urusan duniawi. Sedangkan pemahaman muamalah dari sudut pandang yang sempit adalah berbagai aturan dari Allah yang mengatur hubungan manusia dengan manusia berbeda sejauh bagaimana mendapat dan membina (mengembangkan) (al-Qardhawi, 1997).

Dalam Islam ada aturan untuk segala sesuatu, termasuk dalam jual beli terdapat aturan. Salah satunya dalam muamalah akan ada konsep perikatan (akad). Akad adalah jenis komitmen yang penting untuk menampilkan diambil atau ditolaknya suatu transaksi. Akad adalah sesuatu yang diperbolehkan (al jawaz wal ibahah). Dengan cara ini, kebebasan akad tergantung pada bentuk yang dibenarkan syariat (Fadhli, 2016). Didalam prakteknya jual beli melalui *marketplace* memakai dua akad yaitu akad ijarah (sewa menyewa) dan akad salam (pesanan). Akad ijarah dalam praktek terjadi disaat pihak penjual bergabung dengan aplikasi Shopee. Saat itu penjual dipandang

sebagai pihak penyewa dan aplikasi *marketplace online* Shopee dianggap dalam toko *online* sebagai pihak yang menyewakan.

Dalam ketentuan Ekonomi Islam, *marketplace online* termasuk dalam kategori jual beli pesanan (salam). Jual beli ini adalah jenis pembelian dan penjualan yang diselesaikan dimuka dan penyerahan produk di kemudian hari dengan biaya yang jelas, rincian, jumlah, kualitas, tanggal dan penyerahan produk harus dipenuhi sebelumnya dalam akad (Ascarya, 2007). Terdapat ketentuan yang harus dipenuhi dalam jual beli ini diantaranya jenis obyek harus jelas, ukuran obyek jelas, *seller* harus memberikan barang sesuai dengan jadwal (waktu).

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

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern malah dunia bisnis pada umumnya cenderung mengabaikan etika (Hasan, 2009). Faktanya, persaingan yang berkembang mengarah pada praktek-praktek yang bertentangan misalnya penipuan, kebohongan, barang yang tidak sesuai. Hanya karena untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya.

Perkembangan *e-commerce* sangat membawa nuansa baru dalam progres jual beli dan merubah ke arah kultural baru dalam perdagangan yang sebelumnya bertemu tatap muka menjadi via internet, percepatan perkembangan teknologi *e-commerce* membuat persaingan perdagangan *online* yang mana setiap perusahaan *online* harus dan sangat memperhatikan kinerja pelayanan aplikasi yang disajikan kepada masyarakat agar menjadi ikon tujuan masyarakat. Ikon yang tersedia di Shopee sangat sesuai dengan kebutuhan masyarakat karena barangnya mempunyai nilai kegunaan. Barang yang tidak tersedia di *marketplace* Shopee sebagai aplikasi penunjang

menyediakan barang yang dibutuhkan oleh masyarakat dan memiliki harga yang terjangkau.

Banyak aplikasi-aplikasi *marketplace* yang dikembangkan dan sangat responsif serta efisien dalam memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia, diantaranya adalah Shopee. Dalam aplikasi Shopee terdapat banyak fitur yang memudahkan konsumen menggunakan aplikasi, ini karena adanya program usability jika situs *online* tanpa menggunakan program tersebut akan mempersulit konsumen menggunakan aplikasi dan fasilitas yang di sediakan di aplikasi Shopee adanya sistem kredit yang sangat memudahkan konsumen sebagai pembeli dalam melakukan transaksi jual beli di aplikasi Shopee.

Shopee merupakan *marketplace* ternama dan menjadi salah satu top *marketplace* di Indonesia, meskipun demikian beberapa tahun terakhir ini terjadi banyak kasus dan kejadian dalam *marketplace*. Sehingga ada beberapa faktor yang harus diperbaiki baik oleh shopee maupun *marketplace* lainnya. Perbaikan yang harus dilakukan adalah perbaikan dalam menjaga kepercayaan konsumen, karena masih dapat ditemui praktik penipuan yang kerap dilakukan oleh pemilik toko di *marketplace* seperti shopee. Bentuk tindakan pemilik toko pada *marketplace* yang dapat merusak kepercayaan pelanggan antara lain, barang yang dikirimkan kepada konsumen tidak sesuai dengan pesanan konsumen, contoh lainnya adalah masalah waktu pengiriman tidak sesuainya waktu yang dicantumkan oleh pemilik toko. Hal-hal ini harus di evaluasi dan menjadi perhatian khusus sehingga dalam pelayanan berbasis *online* ini memiliki nilai kredibilitas yang tinggi sehingga *marketplace* berbasis *e-commerce* tersebut mempunyai tingkat kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan hukum jual beli. Dengan kata lain aspek perlindungan bagi konsumen dan prosedur transaksi harusnya mematuhi prosedur yang telah ditetapkan dalam hukum jual beli *online* (*e-commerce*).

Secara keseluruhan keunggulan dalam bisnis dengan menggunakan *e-commerce* dan *marketplace* adalah kepraktisan

dan kemudahan dalam mengoperasikannya. Selain itu, aspek jual beli dalam aspek pelayanannya pun menjadi prioritas utama masyarakat untuk melakukan transaksi tersebut, antara lain contoh kelebihan aplikasi Shopee yaitu: penyediaan barang yang bersifat global, lokal, jangkauan market dalam Shopee luas sehingga semua elemen masyarakat dapat mengakses transaksi penjualan dan pembayaran bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun yang memiliki sifat fleksibilitas yang tinggi dan penyediaan barang yang sifat mempunyai nilai pragmatis sehingga masyarakat membeli barang sesuai dengan kebutuhan kehidupan yang dibutuhkan. Hal ini menyebabkan Shopee berkembang pesat dan memiliki nilai lebih dalam pandangan masyarakat lalu memiliki kredibilitas yang tinggi dalam penjualan yang berbasis *e-commerce*.

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

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

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan dan membatasi permasalahan yang dibahas agar terfokus dan terarah, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana kondisi perkembangan bisnis *online* pada *Onlineshop* Grosir Batik Arni - Pekalongan?
- b. Akad Jual Beli Dalam Islam Seperti Apakah Yang Diterapkan Pada *Marketplace* Shopee?
- c. Bagaimana pandangan ekonomi Islam mengenai jual beli melalui *marketplace* shopee menurut tinjauan etika bisnis Islam?

3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan

Tujuan dari penelitian tersebut adalah :

- 1) Mengetahui kondisi perkembangan bisnis *online* pada *Onlineshop* Batik Arni Pekalongan.
- 2) Mengetahui akad jual beli dalam Islam yang diterapkan pada *marketplace* shopee?
- 3) Mengetahui pandangan ekonomi Islam mengenai jual beli melalui *marketplace* shopee menurut tinjauan etika bisnis Islam.

b. Manfaat

Manfaat dari hasil penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan penulis dapat menjadi sumbangan yang bernilai ilmiah bagi perkembangan ilmu pengetahuan secara akademik bagi Masyarakat, penulis, dan pembaca mengenai pandangan ekonomi Islam terhadap bisnis jual beli melalui *marketplace* Shopee.

2) Manfaat Praktis

- a) Untuk penulis, penelitian ini dapat menjadi sarana prasarana mempraktikkan teori-teori yang telah didapatkan sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar “sarjana strata satu”.
- b) Bagi kalangan masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai bagaimana analisis pandangan Ekonomi Islam terhadap jual beli dalam *marketplace online* Shopee.
- c) Bagi pemilik usaha, temuan studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan, sebagai bahan acuan atau pertimbangan tentang penerapan etika bisnis.
- d) Bagi universitas, semoga penelitian ini bisa bermanfaat dan juga sebagai referensi sekaligus perbandingan untuk penelitian selanjutnya, bahkan diharapkan bisa untuk mengadakan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang.

4. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini disusun sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas mengenai informasi penting terkait dengan masalah yang akan diteliti. Selain landasan teori, bab ini juga terdapat telaah Pustaka dan *Tentative Theory Construct*/kerangka berpikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi jenis dan pendekatan, setting penelitian, subjek penelitian, sumber data,

teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang data, analisis serta pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini memberikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.



BAB V PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian mengenai “Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Bisnis Jual Beli Melalui *Marketplace Online* Shopee” dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Kondisi bisnis pada *onlineshop* Grosir Batik Arni mengalami perkembangan setelah menggunakan *e-commerce* dalam usahanya, perkembangan tersebut dapat dilihat dari peningkatan penjualan dan peningkatan omzet yang didapatkan oleh *onlineshop* Grosir Batik Arni.
- b. Belanja di layanan Shopee dengan penerapannya akad salam, maka jaminan barang yang dibeli akan aman. Selain itu juga jaminan barang sampai kepada pembelinya asli. Keunggulan layanan shopee lainnya yaitu di Shopee dapat melacak sampai mana barang kalian dikirim. Maka tidak heran banyak yang menggunakan aplikasi ini sebagai transaksi jual beli.
- c. Grosir Batik Arni telah menerapkan prinsip bisnis Islam yaitu dengan tidak menjual barang-barang terlarang dan bebas dari unsur ribawi, gharar dan maisyir, dan telah menerapkan etika bisnis islam yaitu prinsip kejujuran, prinsip ketetapan, prinsip loyalitas, dan prinsip kedisiplinan.

2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan dengan maksimal namun penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan-keterbatasan yang ada. Berikut keterbatasan yang ada dalam penelitian ini antara lain:

- a. Penelitian ini menggunakan penelitian jenis deskriptif analisis, Pelaksanaan pada penelitian ini adalah pemahaman dari subjek penelitian terhadap keadaan sekitarnya sehingga memungkinkan untuk terjadi ketidakserasian antara tujuan

penelitian dengan pemahaman narasumber. Penelitian ini berusaha untuk menggambarkan dengan baik data yang diperoleh sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

- b. Terkadang narasumber belum mampu mencerna pertanyaan sehingga peneliti harus menyederhanakan pertanyaan dengan bahasa yang umum didengar. Hal itu menjadi salah satu faktor yang menyulitkan peneliti menggali data.

3. Saran

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

- a. Bagi penjual atau *seller*, seharusnya berlaku jujur dengan memberikan informasi yang sebenar-benarnya di dalam deskripsi produk. Hal tersebut untuk menghindari kerugian atau kekecewaan pihak pembeli. Selain berlaku jujur, seharusnya pihak penjual lebih bertanggung jawab apabila ada produk yang mengalami kecacatan maupun produk yang tidak sesuai.
- b. Bagi konsumen atau pembeli, sebelum melakukan transaksi jual beli *online*, sebaiknya lebih menggali atau mencari sejelas-jelasnya terhadap ciri atau spesifikasi produk yang ditawarkan penjual. Dapat melalui fitur chat dengan penjual yang telah disediakan oleh *platform* shopee atau dengan melihat.
- c. Bagi pembaca atau peneliti selanjutnya apabila ingin meneliti dengan topik sejenis disarankan untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah indikator-indikator penelitian dalam etika bisnis Islam. Karena memungkinkan indikator baru tersebut memungkinkan mendapat hasil yang lebih baik.
- d. Bagi peneliti dapat menilai perilaku Grosir Batik Arni tidak hanya ditinjau dari etika bisnis Islam saja, melainkan dapat meninjau dari aspek yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- A Budiman, E. Y. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction dan E-Loyalty Nasabah Pengguna Mandiri Online. *Jurnal Profit*.
- Abidin, I. (2003). *Radd al-Muhtar 'ala ad-Dur al-Mukhtar, Jilid IV*. Mesir: Al-Amiriyah.
- Abidin, I. M. (2000). *Fiqh Madzhab Syafi'i*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ajiati, S. N. (2017). *Potensi Zakat Pertanian di Desa Tungulsari Kecamatan Brangsong Kabupaten Kendal*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Al-Bahuti. (1997). *Kasysyaf al-Qina'*. Beirut: Darr al-Fikr.
- al-Kasani, I. (2005). *al-Badai'u ash-shanai'u Jilid V*. Beirut: Dar Al Hadits.
- al-Qardhawi, Y. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah : Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- APJII. (2024, Februari 07). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Retrieved Agustus 5, 2021, from apjii.or.id: [https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang#:~:text=Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa%20Internet%20Indonesia%20\(APJII\)%20mengumumkan%20jumlah%20pengguna%20internet,jiwa%20penduduk%20Indonesia%20tahun%202023](https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang#:~:text=Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa%20Internet%20Indonesia%20(APJII)%20mengumumkan%20jumlah%20pengguna%20internet,jiwa%20penduduk%20Indonesia%20tahun%202023)
- Aprianto, I. (2020). *Etika Dan Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Sleman: Deepublish.
- Artaya, P. (2019). Efektifitas Marketplace Dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran Dan Penjualan Produk Bagi UMKM di Jawa Timur. 6.
- Ascarya. (2007). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Press.

- Ash-Shiddieqy, T. H. (1991). *Hukum-hukum Fiqh Islam*. Jakarta: Bulan Bintang.
- As-Sarakhsi. (1993). *al-Mabsuth Jilid XII*. Beirut: Dar al Kataob al Ilmiyah.
- Asy-Syirazi. (1981). *al-Muhazzab Jilid I*. Beirut: Dar al-Fikr.
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Azwar, S. (2010). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Djakfar, M. (2007). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang Press.
- Djamil, F. (2013). *Penerapan Hukum Perjanjian Dalam Transaksi Di Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Fadhli, A. (2016). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Akad as salam dalam Transaksi E-commerce. *Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam, Vol XV No 1, 3*.
- Fajrina, D. N. (2015). *Analisis Penerapan Bisnis Berbasis Syari'ah Pada Wirausaha Muslim (Studi Kasus Pada Wirausaha Muslim di Perumahan Kaliwungu Indah - Kendal*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Fathoni, N. (2013). Konsep Jual Beli dalam Fatwa DSN-MUI, *Economica: Jurnal Pemikiran dan Penelitian*. 51.
- Firdausiyah, V. (2020). Penerapan Total Quality Management Pada Bank Tabungan Negara Syariah Cabang Kota Malang. *Volume 1, No. 2*, 177-188.
- Fitria, T. N. (2017). Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara. *jurnal ilmiah ekonomi islam*, 53-54.
- Gunawan, I. (2013). *metode penelitian kualitatif*. jakarta: bumi aksara.
- Hanbal, I. A. (1993). *al-Musnad al-Imam Ahmad ibn Hanbal, Jilid 4*. Beirut: Dar al- Kutub al- Ilmiyah.
- Haroen, N. (2000). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Hasan, A. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah : Kaya Di Dunia Terhormat Di Akhirat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hasanah, U. (2018). Bay' Al-salam dan Bay Istishna. *Jurnal Agama dan Pendidikan Islam*, 164.

- Hendiana, R., & Aly, A. D. (2016). Transaksi Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 42.
- Hidayah, K. (2019). Model Pembiayaan Jasa Pendaftaran Merek Bagi Pengusaha Kecil Menengah Melalui Akad Bai' Al Istishna. *jurnal hukum dan syariah*, 164.
- Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Husaini, M. (2015). Bisnis E-commerce Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ilmu Dakwah dan Pengembangan Komunitas*. Vol. 9, 2.
- Iqbal, H. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Juliyani, E. (2016). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ummul Qura Vol VII*, 64.
- Kuanty & Sunarsih. (2006). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Keputusan Repeat Order Pada PT Sumber Mas Buana Perkasa. *Universitas Bina Nusantara*.
- Lubis, S. K. (2012). *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Martono, N. (2010). *metode penelitian kuantitatif: analisis isi dan analisis data sekunder (sampel halaman gratis)*. depok: rajagrafindo persada.
- Moleong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moloeng, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mujiatun, S. (2013). Jual Beli Dalam Perspektif Islam : Salam dan Istisna. *jurnal riset akuntansi dan bisnis*, 205-206.
- Pasaribu, C. (1994). *Hukum Perjanjian Islam*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Pekerti, R. D., & Herwiyanti, E. (2018). Transaksi Jual Beli Online Dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi'i. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA) Vol. 20 No. 02*, 3.
- Pradana, M. (2017). Klasifikasi Bisnis E-commerce di Indonesia. -, 165-166.

- Prasetio, A., Ashoer, M., Hutahean, J., & Simarmata, J. (2021). *Konsep Dasar E-Commerce*. -: yayanan kita menulis.
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping Dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Volume 7, No 1*, 425.
- Pratama, G. (2020, 08 31). Analisis Transaksi Jual Beli Online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *Ecopreneur : Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah, 1*, 21-34.
- Purkon, A. (2014). *Bisnis Online Syariah*. Jakarta: Grandmedia Pustaka Utama.
- Romdhon, M. R. (2015). *Jual Beli Online menurut Madzhab Asy-Syafi'i*. Tasikmalaya: Pustaka Cipasung.
- Runto Hendiana, A. D. (2016). transaksi jual beli online perspektif ekonomi islam. *jurnal penelitian hukum ekonomi syariah*, 42.
- Runto Hendiana, A. D. (2016). Transaksi Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Islam. *al-mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah 3*, 47.
- Shopee.com. (2009). Di akses pada 16 Desember 2020. *Shopee.co.id*.
- Somantri, G. R. (2005). memahami metode kualitatif. *makara human behavior studies in asia 9*, 58.
- Subagyo, P. J. (1991). *Metode Penelitian : Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Cet, Ke-20*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendi, H. (1997). *Fiqih Mu'amalah*. Jakarta: PT Raja Gravindo.
- Sutarno. (2012). *Serba Serbi Manajemen Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Syafi'i, R. (2001). *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Thuba Jazil, M. d. (2021). *Prinsip & Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS).
- Umar Sidiq, M. C. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. *Journal of Chemical Information and Modelling*, 15.

- Widi, R. K. (2010). *Asas Metodologi Penelitian : Sebuah Pengenalan dan Penuntun Langkah Demi Langkah Pelaksanaan Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Widyawati, A. (2024, Mei Ahad). Pemilik Grosir Batik Arni. (E. Ralita, Interviewer)
- Yunanto, R. Y. (2017). peran marketplace sebagai alternatif bisnis di era teknologi informasi. *komputa : jurnal ilmiah komputer dan informatika* 6, 1.
- Yusanto, M. I. (2008). *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Zainal, V. R. (2014). Islamic Management Praktik Bisnis Yang Sesuai Syariah Islam. *BPFE UGM*.
- Zainuddin, M. &. (2011). *Metodologi Penelitian : Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung: PT Refika Aditama.



Lampiran 7 : Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS

1. Nama : Eka Ralita
2. Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 25 Desember 1999
3. Alamat : Desa Pandanarum RT 007 RW 002 Kecamatan Tirta Kabupaten Pekalongan Propinsi Jawa Tengah
4. Nomor *Handphone* : 085713842315
5. E-mail : ekaralita@gmail.com
6. Nama Ayah : Ali Durahman
7. Pekerjaan : Buruh Harian Lepas
8. Nama Ibu : Nur Khikmah
9. Pekerjaan : Mengurus Rumah Tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : MIS Pandanarum (2005 – 2011)
2. SMP : MTsS Hidayatul Athfal (2011 – 2014)
3. SMA : SMK Ma'arif NU Tirta (2014 – 2017)

C. RIWAYAT ORGANISASI

1. PR IPPNU Desa Pandanarum, Ketua 2018 – 2020
2. Forum Gerakan Berencana (GenRe) Kabupaten Pekalongan, Anggota 2019 - 2021
3. PIK Remaja Insan Arum, Ketua 2020
4. PAC IPPNU Kecamatan Tirta, Wakil Ketua I 2020 – 2022

Pekalongan, 17 Mei 2024



Eka Ralita