



Transaksi *Online Shop* dapat Meningkatkan Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam

(Studi Kasus di Toko *Online Grosiran Jilbab Murah*)

Sumarno^{1✉}, Alvin²

IAI Bunga Bangsa Cirebon¹²

Email : sumarno@bungabangsacirebon.ac.id¹

Received: 2021-01-21; Accepted: 2020-02-26; Published: 2021-02-28

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tinjauan hukum transaksi *online* pada Toko *Online Grosiran Jilbab Murah*, mengetahui strategi penjualan dan mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat serta solusinya. Metodologi dalam penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif teknik yang digunakan adalah teknik *bottom-up* dan sifat penelitian adalah *deskriptif analitik*. Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi. Teknik pengolahan data menggunakan teknik analisis data *deskriptif*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko *Online Grosiran Jilbab Murah* memberikan pelayanan yang baik untuk konsumen karena telah menggunakan aplikasi shopee sebagai pengaman transaksi antara penjual dan pembeli agar pembeli merasa aman dalam bertransaksi dan memberikan hak *khiyar* terhadap *customernya* apabila ada kesalahan pemesanan. Menunjukkan bahwa Toko *Online Grosiran Jilbab Murah* memberikan *trust* dalam akad jual belinya kepada *customer*. Pelayanan yang ramah, nyaman dan penanggapan yang cepat selalu diupayakan untuk kepuasan *customer*. Transaksi jual beli pada Toko *Online Grosiran Jilbab Murah* menerapkan etika bisnis dalam Islam, melaksanakan tanggung jawab terhadap *customer* dengan memberikan hak *khiyar* kepada *customer*. Hambatan yang dialami Toko *Online Grosiran Jilbab Murah* diantaranya faktor ketelitian baik dari pihak Toko *Online Grosiran Jilbab Murah* maupun *customer*. Jadi dapat disimpulkan bahwa shopee sebagai pihak ketiga telah menaikan *trust* pada *customer* dalam transaksi *online* terlebih Toko *Online Grosiran Jilbab Murah* memberikan hak *khiyar* dan kecepatan dalam menanggapi komentar *customer*.

Kata Kunci: *Transaksi Online, Online Shop, Customer.*

Abstract

The purpose of this research is to know the legal review of online transactions at the Cheap Jilbab Wholesale Online Shop, to know the sales strategy, and to know the supporting and inhibiting factors and their solutions. The methodology in this study uses a qualitative research methodology. The technique used is the bottom-up technique and the nature of the research is descriptive-analytic. The data used are primary data and secondary data. The data collection methods used were observation, interview, documentation, and triangulation methods. Data processing techniques using descriptive data analysis techniques. The results showed that the Cheap Jilbab Wholesale Online Shop provides good service for consumers because they have used the Shopee application as transaction security between sellers and buyers so that buyers feel safe in transactions and give *khiyar* rights to customers if there is an order error. This shows that the Cheap Hijab Wholesale Online Store gives trust in the sale and purchase agreement to the customer. Friendly, comfortable, and fast response services are always sought for customer satisfaction. Buying and selling transactions at Cheap Hijab Wholesale Online Stores apply business ethics in Islam, carry out responsibility towards customers by giving *khiyar* rights to customers. The obstacles experienced by the Cheap Hijab Wholesale Online Store include the accuracy factor both from the Cheap Hijab Wholesale Online Shop and the customer. So it can be concluded that the shopee as a third party

has increased trust in customers in online transactions, especially the Cheap Jilbab Wholesale Online Shop provides khiyar rights and speed in responding to customer comments.

Keywords: *Online Transaction, Online Shop, Customer*

Copyright © 2021 Ecobankers : Journal of Economy Banking

PENDAHULUAN

Di zaman teknologi ini manusia dituntut agar selalu berinovasi dalam berkarya, untuk selalu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, untuk lebih kreatif dalam menemukan ide-ide yang bisa mempermudah pekerjaan manusia baik sebagian atau keseluruhan, juga bagaimana manusia dituntut untuk selalu mengembangkan rancangan teknologi sekarang agar teknologi tersebut bisa bermanfaat bagi orang lain.

Jika kita hidup pada abad 21 ini, maka memanfaatkan teknologi untuk segala hal sangatlah penting dan teknologi bisa dikatakan sebagai teman hidup manusia saat ini. Jikalau kita sedang kesulitan dalam memecahkan masalah hidup kita ataupun kita sedang dalam kesulitan mengangkat beban hidup kita, maka setidaknya teman bisa membantu menemukan jalan keluar atau solusi untuk memecahkan masalah tersebut baik membantu sebagian ataupun secara keseluruhan, pun demikian dengan teknologi, sama-sama dapat membantu memecahkan masalah kehidupan. Diantara banyaknya teknologi yang diciptakan oleh tangan manusia, salah satu teknologi yang bisa dimanfaatkan dibidang pemasaran adalah sosial media dan marketplace teknologi informasi telah menjadi pendukung utama untuk memperoleh informasi dengan sangat cepat dan mudah. Melalui media ini mereka dapat memperoleh dan menyampaikan berbagai informasi yang dibutuhkan kapan dan dimana saja.

Berkembangnya internet banyak hal baru yang timbul dari berkembangnya internet tersebut salah satunya adalah pembelian atau belanja barang ataupun jasa secara *online*. Internet saat ini dirasa bisa menjadi solusi pemasaran yang sangat bagus karena bisa diakses oleh orang dalam waktu yang tanpa batas dan bisa diakses oleh orang lain darimana saja berada. Pemasaran media *online* dapat dikatakan sebagai bisnis yang menjanjikan untuk saat ini.

Kegiatan bisnis melalui media internet juga telah menggeser sistem bertransaksi jual beli masyarakat yang pada mulanya dengan cara *offline* ke sistem jual beli *online*. Pergeseran tersebut artinya sistem transaksi *offline* merupakan adanya perjumpaan langsung antara penjual dan pembeli dimana pihak pembeli dapat memilih secara langsung barang yang akan dibeli. Sistem *offline* telah banyak tergantikan dengan sistem *online* dimana antara penjual dan pembeli tidak diharuskan untuk bertatap muka. Dalam Qur'an Surat Al Baqoroh ayat 275, Allah menegaskan bahwa:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“...Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”.

Hal yang menarik dari ayat tersebut adalah adanya pelarangan riba yang didahului oleh penghalalan jual beli, dengan catatan selama dilakukan dengan benar sesuai dengan tuntunan ajaran Islam.

Dalil di atas dimaksudkan untuk transaksi *offline*. Sekarang bagaimana dengan transaksi *online* di saat sekarang ini? Ketika kita bicara tentang bisnis *online*, banyak sekali macam dan jenisnya. Namun demikian secara garis besar bisa di artikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara *online*.

Salah satu contoh adalah penjualan produk/barang secara *online* melalui internet seperti yang dilakukan Lazada, Tokopedia, Buka Lapak, Blibli, Elevania, Shopee dll. Dalam bisnis

ini, dukungan dan pelayanan terhadap konsumen menggunakan situs atau website tertentu via laptop atau computer; ataupun aplikasi yang dapat diunduh dari gadget atau ponsel via playstore.

Lantaran dasar dari teori transaksi online dalam perspektif islam yaitu muamalat, jual beli online, akad. Para Ulama sepakat bahwa transaksi yang disyaratkan tunai serah terima barang dan uang tidak dibenarkan untuk dilakukan secara telepon atau internet (*online*), seperti jual beli emas dan perak karena ini termasuk *riba nasi'ah*. Kecuali objek yang diperjualbelikan dapat diserahterimakan pada saat itu juga, seperti penukaran uang asing melalui ATM maka hukumnya boleh karena penukaran uang rupiah dengan dollar harganya sesuai dengan kurs pada hari itu.

Oleh karena permasalahan yang ada peneliti mengangkat tema penelitian transaksi *online* shop dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen dalam perspektif islam (studi kasus di toko *online* grosiran jilbab murah dengan harapan mengetahui tinjauan hukum transaksi *online* pada Toko *Online* Grosiran Jilbab Murah, mengetahui strategi penjualan dan mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat serta solusinya

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang tergantung pada pengamatan sesuai dengan kemampuan yang berhubungan langsung dengan orang-orang di sekitar obyek penelitian (moelong, 2002), Penelitian pada karya tulis ini memerlukan suatu pendekatan agar memperoleh hasil yang valid dan terarah. Penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, dimana data yang dianalisis tidak dalam bentuk angka.

Penelitian dengan pendekatan kualitatif pada umumnya menekankan analisis proses dari proses berpikir secara deduktif dan induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan antarfenomena yang diamati dan senantiasa menggunakan logika ilmiah. Pendekatan kualitatif tidak berarti tanpa menggunakan dukungan dari data kuantitatif. Akan tetapi, lebih ditekankan pada kedalaman berpikir formal dari peneliti dalam menjawab permasalahan yang dihadapi. Kalau ditinjau dari sisi kedalaman analisis dan penyimpulan hasilnya, jenis penelitian biasanya terbagi atas dua macam, yaitu penelitian yang bersifat deksriptif dan penelitian yang bersifat inferensial

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Toko *Online* Grosiran Jilbab Murah berupaya untuk memberikan kepuasan belanja *online* kepada konsumen. Pelayanan yang ramah, penanggapan yang cepat, ketelitian dalam melakukan pengemasan pesanan konsumen dan memberikan hak *khiyar* kepada konsumen diupayakan guna meningkatkan kepercayaan belanja *online* dan kepuasan konsumen terhadap pelayanan dari Toko *Online* Grosiran Jilbab Murah. Toko *Online* Grosiran Jilbab Murah beralamatkan di Jalan Sumber-Cirebon Desa Kepongpongan Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon siap memberikan pilihan penukaran barang apabila terjadi kesalahan terhadap pesanan konsumen. Jika kesalahan itu dibuat oleh konsumen, maka Toko *Online* Grosiran Jilbab Murah siap memberikan pilihan penukaran barang namun seluruh biaya ongkos kirimnya ditanggung oleh konsumen. Dan jika kesalahan pesanan itu dibuat oleh Toko *Online* Grosiran Jilbab Murah, maka pihak Toko *Online* Grosiran Jilbab Murah siap memberikan penukaran barang sekaligus menanggung seluruh biaya ongkos kirimnya.

2. Pelaksanaan transaksi jual beli pada Toko *Online* Grosiran Jilbab Murah sesuai dengan perspektif Islam. Hal ini tergambar dengan aktifitas penjualan yang dimana deskripsi ukuran dan warna sudah dijelaskan di bagian deskripsi produk, bertanggung jawab, jujur, dan layanan berkualitas. Hak *khiyar* yang diberikan kepada konsumen merupakan penerapan dalam transaksi dalam Islam dimana konsumen dapat menukar dan meminta tanggung jawab kepada Toko *Online* Grosiran Jilbab Murah apabila ada kesalahan pada pesanan konsumen baik kesalahan itu dilakukan oleh pihak Toko *Online* Grosiran Jilbab Murah maupun konsumen itu sendiri. Hak *khiyar* yang diberikan pada konsumen berlaku apabila ada kesalahan ukuran, kesalahan warna, cacat dan ketidaksesuaian pesanan lainnya.
3. Hambatan yang dialami Toko *Online* Grosiran Jilbab Murah diantaranya:
 - a. Kesalahan ukuran dan kesalahan warna barang dalam pengemasan untuk dikirimkan ke konsumen
 - b. Kelalaian konsumen dalam penentuan ukuran dan warna dalam pemesanan
 - c. Hasil penjualan yang digunakan untuk perputaran modal tertahan di rekening *shopee* sebelum konsumen meng-klik selesaikan orderan

KESIMPULAN

Bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya. Secara historis, bisnis berasal dari kata *business* yang berasal dari kata dasar *busy* yang berarti “sibuk”. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Dalam ekonomi kapitalis, kebanyakan bisnis dimiliki oleh pihak swasta, bisnis dibentuk untuk mendapatkan profit dan meningkatkan kemakmuran para pemiliknya.

Belanja online (*online shop*) di toko online merupakan proses pembelian barang/jasa oleh konsumen ke penjual *realtime*, tanpa pelayan, dan melalui internet. Tak perlu harus bertemu penjual/pembeli secara langsung, tak perlu menemukan wujud ‘pasar’ secara fisik, namun hanya dengan menghadap layar monitor computer, dengan koneksi internet tersambung, kita dapat melakukan transaksi jual/beli secara cepat dan nyaman.

Tetapi, orang yang hanya di lihat secara gambar masih tidak cukup sebelum dilihatnya, serta diraba nya secara langsung. Sebagian lagi beranggapan, jika hanya melihat gambar, dan mengira-ira wujudnya saja, bisa jadi barang yang di beli tidak sesuai dengan ekspektasi atau bayangan kita. Atau lebih gamblangnya, mereka takut merasa kecewa atau di kecewakan dengan barang yang di dapatkannya setelah melakukan transfer sejumlah uang tertentu. Karena transaksi sebagian besar *online shop*, dilakukan dengan cara mengirimkan sejumlah uang tertentu terlebih dulu kepada toko online, baru barang di kirim.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Munajim, dkk, *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam* (Cirebon: IAI Bunga Bangsa Cirebon, 2016).
- Amiruddin, Muhammad Majdi. *Khiyar* (Hak Untuk Memilih) Dalam Transaksi *Online*: Studi Komparasi Antara Lazada, Zalora dan Blili. *Jurnal Ekonomi Syariah*. 1, 2016.
- Anwar, Saifuddin . *Metode Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017.

- Arifah, Nur. *Panduan lengkap menyusun dan menulis skripsi, tesis, dan disertasi lengkap dengan teknik jitu menyusun proposal agar segera disetujui*. Yogyakarta: Araska, 2018.
- At Tamimy, Fikri. “Apa Yang Dimaksud Dengan Pemrosesan Bottom-Up dan Pemrosesan Top-Down?”, www.kompasiana.com, 25 Mei 2019.
- Bariroh, Muflihatul. *Transaksi Jual Beli Dropshipping Dalam Perspektif Muamalah*. *Jurnal Ahkam*. 4. 2016.
- Berthania, Rara, “Kedudukan Makelar Dalam Transaksi Jual Beli Kendaraan Bermotor Ditinjau Dari Hukum Islam”, *Skripsi* pada Universitas Lampung Bandar Lampung: 2017. Tidak dipublikasikan.
- Departemen Agama Republik Indonesia. At-Thayyib, Mushaf Al-Qur’an Transliterasi Per Kata dan Terjemahan Per Kata. Jakarta: Cipta Bagus Segara, 2011.
- Fitria, Nur Tira. *Isnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. 3, 2017.
- Ghazaly, Abdul Rahman. dkk. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2010.
- Hamali, Arif Yusuf. *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.
- Jati, Waluyo dan Yuliansyah, Hanafi. Pengaruh Strategi Pemasaran Online (Online Marketing Strategy) Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 2017.
- Minuriha, Diah Ayu, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Dalam Marketplace Online Shopee”, *Skripsi* pada UIN Sunan Ampel: 2018. Tidak dipublikasikan.
- Salim, Munir. *Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam*. *Jurnal Ad-Daulah*. 6, 2017.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Cv. Andi Offset, 2013.
- Sudaryono. *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers, 2018.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Sunyoto, Danang. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS Cente For Academic Publishing Service, Cet.2, 2014.
- Perancis, P. B., & Nurhidayati, D. (2019). Pengembangan Media Game Edukatif Berbasis Android Dalam Pembelajaran Les Articles Kelas Xi Sma. *Uny-Fle*, 8(1), 1-9.
- Pratama, G. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Barang Dan Jasa Secara Online Sebagai Alternatif Membeli Dikalangan Mahasiswa. *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 1(1), 46-54.
- Pratama, G. (2020). Analisis Transaksi Jual Beli online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemic Covid 19. *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 1(2), 21-34.