

Analisis Transaksi Jual Beli online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemic Covid 19

Gama Pratama^{1✉}

Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon¹

Email : gamapratama0@gmail.com¹

Abstrak

Dengan kemajuan zaman konsep bisnis pada zaman sekarang mengubah semua lini dari transaksi jual beli offline ke arah transaksi jual beli online. Melalui konsep bisnis tersebut adanya internet atau ecommerce hanya membuat transaksi jual beli atau hubungan hukum yang terjadi menjadi lebih singkat, mudah dan sederhana. Suatu perjanjian dalam transaksi e-commerce tersebut berlangsung, akan berhubungan dengan para pihak yang melakukan transaksi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana transaksi jual beli online di website shopee pada masa pandemic covid 19 dan untuk mengetahui dampak positif dan negatif yang timbul dalam transaksi jual beli online menurut konsep bisnis dalam ekonomi. Metode penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan library research (penelitian kepustakaan) yaitu penelitian yang sumber informasinya dari berbagai bahan kepustakaan dengan cara membaca dan menelaah buku-buku serta tulisan-tulisan yang ada objeknya dengan pembahasan, penelitian ini mengambil sample penjualan online marketplace shopee di kota cirebon dan kabupaten cirebon dengan rentang waktu mulai 1 maret 2020 sampai selesai penelitian ini dilakukann. Berdasarkan hasil penelitian transaksi jual beli online dikalangan masyarakat terutama masa pandemic covid 19 pada periode 2 dibulan ramadhan kurtal 1 meningkat hingga 25 kali lipat kunjungan dibandingkan hari biasanya. Pola seperti ini merupakan pergeseran dari sistem transaksi konvensional ke transaksi online. Kemudian, dampak positif dan negatif jual beli online merupakan suatu pilihan dan mempunyai resiko yang harus ditanggung oleh pembeli, dampak positif pada konsep bisnis menguntungkan sebab tidak mengeluarkan biaya tambahan untuk ke lokasi tujuan , hanya saja alokasi biaya itu dialihkan dengan kuota dan isi dari system transaksi tersebut dengan berbagai alat pembayaran non tunai yang sekarang sudah sangat familiar. kemudian dampak negatifnya pembeli tidak tahu produk tersebut asli atau palsu, serta terkadang harus berhati- hati ketika ingin belanja online melihat dulu dari segi review penilaian produk dan komentar sebagai acuan bahwa penjual di aplikasi shopee itu bagus sesuai dengan kriteria penilaian.

Kata Kunci: *Transaksi jual beli online; Marketplace Shopee; Konsep Bisnis*

Abstract

With the advancement of the times, the concept of business today has changed all lines from offline buying and selling transactions to buying and selling online. Through this business concept, the existence of the internet or e-commerce only makes buying and selling transactions or legal relationships that occur shorter, easier and simpler. An agreement in the e-commerce transaction takes place, will relate to the parties that make the transaction. The purpose of this study is to find out how online buying and selling transactions on the shopee website during the Covid 19 pandemic and to find out the positive and negative

impacts that arise in online buying and selling transactions according to business concepts in the economy. This research method is a qualitative research with library research (library research), namely research which sources of information from various library materials by reading and studying books and writings that have objects with discussion, this study takes a sample of online sales of the shopee marketplace in the city. Cirebon and Cirebon regency with a time span from March 1, 2020 to completion of this research. Based on the results of research on online buying and selling transactions among the public, especially during the Covid 19 pandemic in the 2nd period of Ramadan, Kurtal 1 increased to 25 times the number of visits compared to normal days. This pattern is a shift from conventional transaction systems to online transactions. Then, the positive and negative impacts of buying and selling online are an option and have risks that must be borne by the buyer, the positive impact on the business concept is profitable because it does not incur additional costs to go to the destination, it's just that the cost allocation is transferred to the quota and contents of the transaction system. with various non-cash payment tools that are now very familiar. Then the negative impact is that the buyer does not know the product is genuine or fake, and sometimes they have to be careful when they want to shop online, first look in terms of product assessment reviews and comments as a reference that the seller in the Shopee application is good according to the assessment criteria.

Keywords: *online buying and selling transactions; Shopee Marketplace; Business Concepts*

PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi di era globalisasi saat ini merupakan perubahan yang sangat pesat melalui media elektronik dengan adanya internet lebih dikenal dalam pemasaran sebagai sistem online makin digemari dan menjadi kebutuhan konsumen maupun produsen, ini tidak lepas bagaimana kita melakukan aktifitas transaksi jual beli online guna memenuhi kebutuhan hidup diri sendiri, mensejahterakan keluarga dan membantu orang lain yang membutuhkan baik berupa pangan, sandang dan papan. Apabila tidak terpenuhi ketiga alasan ini dapat “dipersalahkan” menurut agama. Konteks ini menganjurkan untuk kita seimbangkan dalam melaksanakan perintah Allah SWT dari sisi ibadah (hablum minallah) dan juga sisi muamalah (hablum minannas).

Dalam konteks transaksi jual beli dikenal proses pembayaran dan penyerahan barang. Konsep Bisnis dalam ekonomi dari jual beli tersebut tetap ada dimana dengan adanya internet atau ecommerce hanya membuat transaksi jual beli atau hubungan hukum yang terjadi menjadi lebih singkat, mudah dan sederhana. Suatu perjanjian dalam transaksi e-commerce tersebut berlangsung, akan berhubungan dengan para pihak yang melakukan transaksi tersebut. Dalam transaksi jual beli biasa, perjanjian berakhir pada saat masing-masing pihak melakukan kewajibannya masing-masing, pembeli menyerahkan uang dan penjual menyerahkan barang.

Dapat dikatakan bahwa transaksi antara penjual dan pembeli dalam tahapan persetujuan barang telah selesai sebagian sambil menunggu barang yang telah dipesan tadi tiba atau diantar ke alamat pembeli. Dalam transaksi yang melibatkan pihak bank, maka bank baru akan mengabulkan permohonan dari pembeli setelah penjual menerima konfirmasi dari Bank yang ditunjuk penjual dalam transaksi ecommerce tersebut. Setelah penjual menerima konfirmasi bahwa pembeli telah membayar harga barang yang dipesan, selanjutnya penjual akan melanjutkan atau mengirimkan konfirmasi kepada perusahaan jasa pengiriman untuk mengirimkan barang yang dipesan ke alamat pembeli. Setelah semua proses tersebut dilakukan, di mana ada proses penawaran, pembayaran, dan penyerahan barang maka perjanjian tersebut dikatakan selesai seluruhnya atau perjanjian tersebut telah berakhir. Pihak yang terkait langsung dalam transaksi paling tidak ada empat pihak yang terlibat, diatas telah disebutkan antara lain; penjual, pembeli, penyedia jasa pembayaran, penyedia jasa pengiriman. Sama seperti sahnyanya perjanjian/kontrak pada umumnya, keabsahan suatu transaksi elektronik sebenarnya tidak perlu diragukan lagi sepanjang terpenuhinya syarat-syarat kontrak. Dalam sistem hukum Indonesia, sepanjang terdapat kesepakatan diantara para pihak; cakap mereka yang membuatnya; atas suatu hal tertentu; dan berdasarkan suatu sebab yang halal, maka transaksi tersebut seharusnya sah, meskipun melalui proses elektronik.

Melihat bentuknya website penyedia jual beli online pada dasarnya merupakan model transaksi jual beli, yang dikategorikan sebagai jual beli modern karena mengimplikasikan inovasi teknologi. Secara umum perdagangan secara Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut sewaktu transaksi, sedangkan website jual beli online tidak seperti itu. Dan permasalahannya juga tidaklah sesederhana itu. Website penyedia jual beli online merupakan

model perjanjian jual beli dengan karakteristik yang berbeda dengan model transaksi jual beli biasa, apalagi dengan daya jangkauan yang tidak hanya lokal tapi juga bersifat global. Fenomena ini merupakan kegiatan transaksi jual beli online yang merupakan perkembangan marketplace terutama di Indonesia, ada banyak sekali penyedia marketplace seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, OLX, Lazada, JD.ID dan lain-lain. Dari data selama pandemic covid 19 kuartal Q1 30-4-2020 pada website <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> bahwa marketplace yang sering dikunjungi saat ini ialah website Shopee.

Shopee merupakan salah satu *e-commerce* yang memiliki pencapaian tinggi di Indonesia. Perusahaan ini mulai dikenalkan ke tanah air pada tahun 2015. Diawali dari negara Singapura dulu. Itu artinya, ini adalah tahun kelima *marketplace* ini berkembang di negara kita. Yang menarik, di tahun kelima ini, total unduhan aplikasi platform ini di Play Store mencapai lebih dari 50 juta. Angka ini bisa menjadi penanda bahwa jumlah pengguna di *marketplace* ini terus bertambah setiap harinya. Entah yang hanya jadi pembeli atau sekaligus jadi penjual. Pencapaian di atas tak lepas dari kelebihan *marketplace* ini dalam hal pemenuhan produk, harga yang bersaing (bahkan sangat murah), dan kemudahan dalam pembayaran.

Dalam dunia bisnis sering mendengar mengenai konsep bisnis, di era covid ini konsep bisnis bergeser ke arah penjualan online, seiring dengan adanya himbauan dari pemerintah ‘dirumah aja’. Kegiatan yang dilakukan selama ini dalam masa covid 19 menunjukkan lonjakan signifikan hampir 4 x lipat transaksi jual beli online menggunakan berbagai marketplace terutama Shopee. Menurut Wiyono Pontjoharyo Dosen Ekonomi Akutansi Universitas Surabaya (Ubya), mengatakan, konsep bisnis ini membuka peluang bagi pengusaha untuk menangkap peluang bisnis baru, seperti memanfaatkan teknologi baik sosial media maupun medium yang lain untuk menawarkan produk mereka. Konsep bisnis pada masa covid dan New Normal sedikit banyak akan mengubah pola distribusi dari produsen ke konsumen menjadi lebih pendek. Ini dikarenakan dengan adanya adanya tatanan hidup baru selama pandemi Covid-19 berlangsung, pola interaksi langsung semakin terbatas dan masyarakat lebih memilih memanfaatkan teknologi untuk memenuhi keperluan mereka. “Secara manusiawi, sejak pandemi ini interaksi manusia semakin turun. Kalau bicara New Normal, interaksi langsung turun tapi IT makin gencar. Bisnis yang berhubungan dengan hal-hal tersebut akan makin terpengaruh,” kata Wiyono kepada Radio Suara Surabaya, Sabtu (30/5/2020).

Dengan kemajuan zaman konsep bisnis mengubah semua lini dari transaksi jual beli konvensional (offline) ke arah transaksi jual beli online, tapi akibatnya berdampak pada beberapa permasalahan yang dapat muncul dalam transaksi offline (konvensional) seperti peminat dan kemudian para konsumen beralih ke transaksi online, beberapa permasalahan pada transaksi offline menjual suatu produk yang ada di toko yang telah tersedia biasanya penjualan secara offline ini hanya bisa melayani penjualan pada daerah tertentu saja. Untuk menarik pelanggan biasanya menggunakan brosur atau pamflet. Kemudian untuk memasarkan produk yang ada, yaitu menggunakan brosur atau spanduk

dikarenakan jangkauan yang terbatas spanduk yang di pasang berada di wilayah terdekat dengan toko tersebut. Dari hal tersebut bisa diatasi pada masa pandemic covid 19 ini bahwasanya para pelaku konsumen secara tidak langsung beralih dari transaksi jual beli konvensional ke transaksi jual beli online. Ini merupakan solusi dari diberlakukannya WFH atau pelaku usaha online pada masa pandemic covid 19. Dampak akibat dari banyaknya online shop adalah memberikan peluang usaha berbagai macam bidang produk, sehingga konsumen dapat dengan mudah mendapatkan barang yang dicari. Tidak sedikit dari mahasiswa yang melakukan pembelian secara online, dan tidak sedikit pula di antara mereka yang mendapatkan masalah seperti, kasus penipuan, ketidaksesuaian barang yang dipesan setelah menerimanya, bahkan pengantaran barang yang terkadang tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh penjual online tersebut. Dengan adanya masalah yang terjadi dalam melakukan pembelian secara online, namun masih banyak mahasiswa yang melakukan kegiatan pembelian secara online (Pratama, 2020 : 49).

Menurut Veitzhal Rivai (2012 : 237) bahwa ada juga beberapa masalah transaksi jual beli online terutama pada shopee terkadang banyak kendala berupa ialah (a) kualitas barang yang dijual, hal ini dikarenakan pembeli tidak melihat secara langsung barang yang akan dibeli. Pembeli hanya melihat tampilan gambar dari barang yang dijual, sehingga pembeli belum bisa memastikan secara konkrit apakah barang tersebut sudah sesuai dengan spesifikasi atau kriteria, yang ingin dibeli. (b) lamanya estimasi pengiriman pada barang, menimbulkan kekhawatiran pembeli terhadap produk atau barang yang dibeli tersebut. (c) ketika barang tersebut sudah sampai di tangan pembeli, barang yang diterima tidak sesuai dengan barang yang di jual pada situs toko online tersebut, baik itu spesifikasi, jenis, dan sifat barang yang dijual. (d) ketika pembeli mengajukan hak komplain (refund) kepada situs toko online, tidak semua penjual toko online mau merespon terhadap barang yang dikomplain.

Dengan melihat berbagai fenomena di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih mendalam, tentang transaksi jual beli online yang mengubah dari kegiatan konvensional ke modern (online) adapun judul penelitian: Analisis Transaksi Jual Beli online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemic Covid 19. Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah di atas, peneliti merumuskan masalahnya sebagai berikut, Bagaimana transaksi jual beli online di website shopee pada masa pandemic covid 19, Bagaimana dampak positif dan negatif yang timbul dalam transaksi jual beli online menurut konsep bisnis dalam ekonomi ?, Kemudian Tujuan Penelitian : Untuk mengetahui bagaimana transaksi jual beli online di website shopee pada masa pandemic covid 19, untuk mengetahui dampak positif dan negatif yang timbul dalam transaksi jual beli online menurut konsep bisnis dalam ekonomi

Transaksi Online dalam jual Beli Online adalah Suatu kegiatan Jual Beli dimana penjual dan pembelinya tidak harus bertemu untuk melakukan negosiasi dan transaksi dan komunikasi yang digunakan oleh penjual dan pembeli bisa melalui alat komunikasi seperti chat, telfon, sms dan sebagainya. Seperti halnya model transfer antar bank jenis transaksi yang paling umum dan paling

banyak dilakukan di Indonesia. Soalnya cara ini yang paling sederhana dan paling gampang di cek oleh si penerima atau si penjual. Biasanya prosesnya adalah si pembeli melakukan transfer uang pada penjual lalu si penjual akan mengirimkan produk yang dibeli orang tersebut.

Kelemahan sistem ini adalah tidak adanya verifikasi mengenai identitas penjual dan hanya mensyaratkan kepercayaan yang tinggi antara dua belah pihak. Padahal bisa jadi nama yang digunakan dalam sosial media-pun bukan nama asli atau bukan identitas yang jelas. Maka seringkali ada kasus penipuan dengan model transaksi seperti ini. Agar tak termakan jebakan penipuan, sebaiknya calon pembeli mencari informasi mengenai profil si penjual. Lebih baik lagi jika kita bisa tahu track record si penjual pada transaksi-transaksi sebelumnya dari berbagai informasi di internet.

Cash on Delivery (COD), Transaksi COD adalah transaksi yang mempertemukan antara penjual dan pembeli. Sistem kepercayaan dalam model transaksi ini jauh lebih kuat karena si penjual dan pembeli bertemu langsung dan bisa melakukan tawar-menawar. Si pembeli juga bisa memeriksa keadaan barang yang akan dibelinya. Biasanya model transaksi seperti ini digunakan oleh para penjual dan pembeli yang melakukan ual beli barang bekas.

Rekening Bersama (RekBer) Inilah model transaksi yang dianggap paling aman dan sedang sangat peopuler dalam jagat belanja online saat ini. Rekening bersama atau sering disebut escrow adalah rekening yang disediakan toko online bekerjasama dengan lembaga keuangan yang telah dipercaya untuk mengelola rekening bersama ini.

Proses transaksi ini mengharuskan si pembeli mengirimkan uang kepada sebuah rekening bersama yang telah disediakan toko online atau perusahaan e commerce bersangkutan dan memiliki reputasi yang sangat terpercaya. Setelah uang masuk, pihak rekening bersama akan memberitahu pada pemilik barang untuk mengirimkan barang atau produk toko online-nya. Setelah barang di terima konsumen dan sudah sesuai pesanan, pihak rekening bersama akan mengirimkan uang kepada pihak penjual.

Jual beli online Pengertian Jual Beli Online adalah Suatu kegiatan Jual Beli dimana penjual dan pembelinya tidak harus bertemu untuk melakukan negosiasi dan transaksi dan komunikasi yang digunakan oleh penjual dan pembeli bisa melalui alat komunikasi seperti chat, telfon, sms, wa dan media lainnya. Menurut W. Purwo dan Anang Arief Wahyudi (13 : 2020) Jual beli online disebut juga e-commerce. E-commerce adalah satu set teknologi dinamis, aplikasi, dan proses bisnis yang mengubugkan perusahaan, konsumen serta komunitas tertentu melalui transaksi elektronik berupa perdagangan jasa maupun informasi yang dilakukan melalui media elektronik. Pengertian lainnya, e-commerce adalah pembelian, penjualan, dan permasalahan barang serta jasa melalui sistem elektronik. E-commerce meliputi transfer dana secara elektronik, pertukaran dan pengumpulan data. Semua diatur ddalam manajemen inventori otomatis. Berikut tata cara jual beli online : Penjual atau pembeli haruslah sopan, jalur komunikasi harus lancar agar tidak terjadi salah komunikasi, gunakan Pihak ketiga untuk menjamin keamanan barang dagangan dan uang pembayaran agar tidak terjadi penipuan

konsep bisnis menurut Hughes dan Kapoor (Sugiyono, 20 : 2003) “Bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapat keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat” Suatu konsep bisnis di era sulit terdiri dari empat komponen utama, yaitu strategi inti (Core Strategy), sumber daya strategis (Strategic Resources), perantara pelanggan (Customer Interface) dan jaringan nilai (Value Network). Komponen pertama dari konsep bisnis ini adalah strategi inti (Core Strategy), yang merupakan inti dari bagaimana suatu perusahaan memilih cara untuk berkompetisi. Visi bisnis merupakan apa yang diinginkan perusahaan yang bersifat ideal dan misi bisnis merupakan operasionalisasi dari visi bisnis. Visi dan misi bisnis ini akan mengarah pada pernyataan nilai, kehendak strategi, tujuan dan sasaran yang besar, banyak dan berani serta semua sasaran kinerja.

Komponen kedua dari suatu konsep bisnis di era sulit adalah sumberdaya strategis (Strategic Resources), yang terdiri dari kompetensi inti, aset-aset strategis dan proses inti. Komponen ketiga perantara pelanggan (Customer Interface) yang mempunyai empat elemen, yaitu dukungan dan pemenuhan, informasi yang mendalam, dinamikan hubungan dan struktur harga. Dan komponen keempat dari model bisnis adalah jaringan nilai yang mengelilingi perusahaan dan yang memperkuat dan melengkapi sumberdaya yang dimiliki perusahaan.

Pentingnya Konsep dalam Bisnis Saat ini kamu memiliki banyak sekali ide-ide bisnis kreatif yang ingin ditularkan dalam bisnismu nanti, tetapi kamu masih bingung konsep apa yang sesuai dengan ide bisnis kamu seperti dari sisi pemasaran, lokasi dan berbagai hal lainnya. Informasi mengenai pentingnya memprediksi konsep bisnis yang bisa membantu untuk menentukan konsep bisnis yang cocok untuk usaha kedepannya. Selain itu, dengan mempersiapkan konsep bisnis, bisa mendapatkan beberapa keuntungan seperti: merancang strategi yang matang, mencari sumber dana, bisnis menjadi lebih fokus dan terarah, adanya prediksi di masa depan.

METODOLOGI PENELITIAN

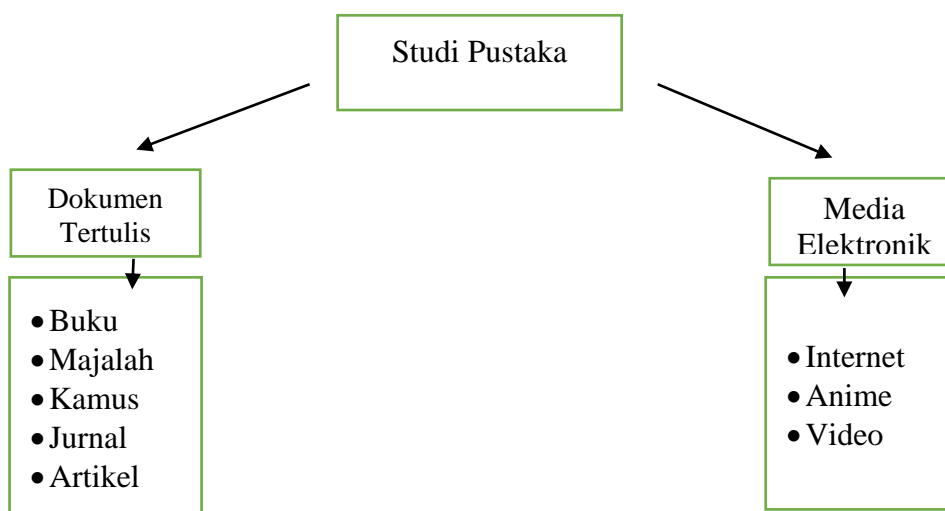
Jenis penelitian ini ialah library research (penelitian kepustakaan) yaitu penelitian yang sumber informasinya dari berbagai bahan kepustakaan dengan cara membaca dan menelaah buku-buku serta tulisan-tulisan yang ada objeknya dengan pembahasan. Menurut Ida bagoes mantra (2007 : 40) Secara definitif, library research adalah penelitian yang dilakukan di perpustakaan dan peneliti berhadapan dengan berbagai macam literatur sesuai tujuan dan masalah yang sedang dipertanyakan. Sedangkan deskriptif adalah mendeskripsikan dan melukiskan realita sosial yang kompleks atau menggambarkan apa adanya suatu tema yang akan dipaparkan. Penelitian ini untuk memecahkan masalah yang ada di sekitar pada masa pandemic covid 19 dengan bersumber dari bahan pustaka, dan kajian yang relevan. kajian pustaka semacam ini biasanya dilakukan dengan mengumpulkan data informasi dari beberapa

sumber data yang kemudian disajikan dengan cara baru dan untuk keperluan baru dalam konteks akademik.

Waktu dan Lokasi Penelitian penelitian ini dilakukan di Kota Cirebon dan Kabupaten Cirebon. Waktu penelitian mulai dari masa pandemi bulan 1 maret 2020 sampai dengan Selesai.

Sumber data jenis data yang ditelusuri adalah selain bersumber dari data tertulis, dan penelitian ini sesuai dengan jenis penggolongannya ke dalam penelitian perpustakaan (library research), maka sudah dapat dipastikan bahwa data - data yang dibutuhkan adalah dokumen, yang berupa data - data yang diperoleh dari perpustakaan melalui penelusuran terhadap buku-buku literatur, baik yang bersifat primer ataupun yang bersifat sekunder.

Teknik pengumpulan data langkah yang dilakukan dalam pengumpulan data adalah dengan cara mengumpulkan buku-buku yang berkaitan dengan pembahasan, Dalam metode pengumpulan data nanti teknik yang akan digunakan yaitu: Adapun teknik pengolahan data yang akan digunakan yaitu: a. Kutipan langsung, yaitu peneliti mengutip pendapat atau tulisan orang secara langsung sesuai dengan aslinya, tanpa berubah. Misalnya dalam buku transaksi jual beli online melalui website. b. Kutipan tidak langsung, yaitu mengutip pendapat orang lain dengan cara memformulasikan dalam susunan redaksi yang baru. Adapun untuk menguatkan teknik pengumpulan data penulis membuat bagan kepustakaan :



Gambar 1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik analisis data dalam suatu penelitian, analisis data merupakan tahap yang penting karena analisis data sangat menentukan kualitas hasil penelitian. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Menurut sugiyono, (2016 : 246) menyatakan analisis telah dimulai

sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, dimana setelah pengumpulan data yang di dapat dari lapangan, seperti informasi yang didapat dari hasil wawancara, kemudian observasi yang merujuk pada buku, jurnal, data dari media sosial, dan lain sebagainya. Data-data yang diperoleh tersebut kemudian dipilih menjadi satu yang dapat dikelola, dan menemukan pola yang kemudian dapat di kelola menjadi satu yang dapat membantu peneliti untuk pengambilan kesimpulan dari kata-kata yang diperoleh setelah dianalisis untuk memperoleh jawaban. Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, dimana setelah pengumpulan data yang di dapat dari lapangan, seperti informasi yang didapat dari hasil wawancara, kemudian observasi yang merujuk pada buku, jurnal, data dari media sosial, dan lain sebagainya. Data-data yang diperoleh tersebut kemudian dipilih menjadi satu yang dapat dikelola, menemukan pola yang kemudian dapat di kelola menjadi satu yang dapat membantu peneliti untuk pengambilan kesimpulan dari kata-kata yang diperoleh setelah dianalisis untuk memperoleh jawaban.

HASIL DAN PEMBAHASAN

marketplace shopee adalah aplikasi marketplace online untuk jual beli dengan mudah dan cepat. Shopee menawarkan berbagai macam produk-produk mulai dari produk fashion sampai dengan produk untuk kebutuhan sehari-hari. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile untuk memudahkan penggunanya dalam melakukan kegiatan belanja online tanpa harus membuka website melalui perangkat computer, Shopee hadir di Indonesia untuk membawa pengalaman berbelanja baru. Shopee memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta membekali pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik yang terintegrasi. Sasaran pengguna Shopee sendiri adalah kalangan muda yang saat ini terbiasa melakukan kegiatan dengan bantuan gadget termasuk kegiatan berbelanja. Untuk itu Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile guna untuk menunjang kegiatan berbelanja yang mudah dan cepat. Kategori produk yang ditawarkan Shopee lebih mengarah pada produk fashion dan perlengkapan rumah tangga.

1. Bagaimana transaksi jual beli online di website shopee pada masa pandemic covid 19?

Data shopee mencatat adanya kenaikan transaksi setelah diberlakukannya imbauan physical distancing guna menekan penyebaran wabah Covid-19. Tahun 2020 ini mengubah cara kita menjalankan hidup sehari-hari, bekerja, dan juga berbelanja online. Dengan meningkatnya upaya masyarakat untuk memutus rantai penyebaran COVID-19 dengan beraktivitas dari rumah, kami melihat lebih banyak masyarakat memilih berbelanja online untuk memenuhi berbagai kebutuhan esensialnya, mulai dari perlengkapan rumah, produk-produk kesehatan, hingga perlengkapan ibu dan bayi. Karena melihat pentingnya peran e-

commerce di kehidupan masyarakat saat ini, Shopee akan terus berupaya untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan pengalaman berbelanja untuk semua. Shopee mencatatkan beberapa tren utama pada platform eCommerce di tengah upaya Indonesia dalam melawan penyebaran virus COVID-19 saat ini: meningkatnya permintaan atas produk-produk dari kategori perlengkapan rumah, makanan & minuman, hingga kebutuhan ibu dan bayi di tengah pandemi.

Dengan adanya pemindahan seluruh aktivitas ke rumah, kebutuhan pokok menjadi pencarian utama masyarakat Indonesia dari awal imbauan physical distancing diberlakukan. Karena masyarakat cenderung berbelanja secara online untuk kebutuhan esensial dan perlengkapan rumah, mitra brand dan penjual di kategori Perlengkapan Rumah, Makanan & Minuman, serta Kebutuhan Ibu & Bayi mendapatkan lonjakan permintaan dari para pengguna Shopee. Memahami adanya peningkatan permintaan akan produk/kategori ini, selain memastikan ketersediaan stok barang, Shopee juga berupaya untuk menjaga harga produk untuk berada di taraf wajar dan sesuai dengan kondisi pasar.

Meningkatnya upaya penerapan kebijakan physical distancing saat ini juga telah menghasilkan peningkatan atas kebutuhan sanitasi, yang mengindikasikan produk kesehatan sebagai kategori yang paling banyak dibutuhkan. Sebagai contoh, Shopee melihat adanya peningkatan permintaan sebesar hampir tiga kali lipat untuk produk hand sanitizer dan masker kain selama satu bulan pertama penerapan imbauan physical distancing dari pemerintah. Sehubungan dengan diberlakukannya kebijakan physical distancing selama bulan ramadhan tahun ini, Shopee menghadirkan kampanye big ramadhan Sale tahun ini untuk memberikan akses yang lebih baik lagi ke berbagai kebutuhan esensial melalui #ShopeeDariRumah. Kami tidak hanya memberikan kemudahan berbelanja online, tetapi juga mengajak masyarakat untuk turut merayakan ramadhan secara efektif. Kampanye Big Ramadhan Sale kami telah diterima dengan baik hingga saat ini, terlihat dari bagaimana kenyamanan pengalaman berbelanja para pengguna kami, yang tentunya berbanding lurus dengan peningkatan bisnis yang dialami oleh para penjual dan mitra brand;

Sehubungan dengan upaya penerapan physical distancing yang berlangsung bersamaan dengan hadirnya bulan ramadhan, shopee telah mengamati bahwa masyarakat Indonesia tetap merayakan ramadhan dari rumah dengan adanya beberapa tren berikut kecantikan, muslim fashion, dan handphone dan aksesoris menjadi kategori terpopuler. Walaupun masyarakat indonesia menjalankan ibadah di bulan ramadhan dari

rumah,.Shopee tetap melihat adanya peningkatan atas permintaan untuk produk-produk kecantikan, muslim fashion, dan handphone.

Kecenderungan masyarakat Indonesia untuk menjaga kebersihan rumah selama ramadhan produk - produk pada kategori dekorasi rumah dan home & living melonjak karena kegiatan dipusatkan di rumah selama bulan ramadhan tahun ini. Melihat situasi pandemi saat ini yang mengharuskan umat muslim untuk menjalankan ibadah di bulan Ramadhan dari rumah, shopee mengamati adanya peningkatan kegiatan berbelanja di kampanye big ramadhan sale dengan peningkatan 25 kali lipat terhadap jumlah kunjungan dibandingkan dengan hari biasanya di puncak kampanye big ramadhan sale pertama yang berlangsung pada tanggal 5 Mei lalu. Produk - produk terpopuler meliputi aksesoris pengendara motor, kerudung dan pakaian muslim perempuan, hingga perlengkapan dan aksesoris dapur.

Menurut data kuartal 1 program yang telah shopee persiapkan dapat terus menjadi solusi belanja online yang dapat diandalkan oleh para pengguna. Salah satunya dengan memanfaatkan 2 periode puncak kampanye big ramadhan sale, yakni big ramadhan THR sale pada tanggal 11 Mei 2020 di mana para pengguna akan dimanjakan oleh 11 promo, dan THR ekstra day di tanggal 15 Mei 2020.

Jadi kesimpulan dari jawaban, bahwasannya transaksi jual beli online pada periode 2 dibulan ramadhan kurtal 1 meningkat hingga 25 kali lipat kunjungan dibandingkan hari biasanya. Pola seperti ini merupakan pergeseran dari sistem transaksi konvensional ke transaksi online.

2. Bagaimana dampak positif dan negatif yang timbul dalam transaksi jual beli online menurut konsep bisnis dalam ekonomi ?

Semenjak WHO (World Health Organization) mengumumkan bahwa COVID-19 merupakan pandemi dunia, perilaku konsumen di berbagai sektor bisnis berubah. Konsumen menjadi sangat berhati-hati untuk melakukan konsumsi dan berusaha untuk menjaga diri dan keluarganya untuk tetap bertahan di situasi ini. Wilayah-wilayah kota dan negara mulai melakukan penutupan. Tidak ada lalu lintas dan aktifitas yang normal seperti beberapa bulan lalu. Kemudian krisis kesehatan berdampak pada krisis ekonomi secara bersamaan.

Dengan adanya hal tersebut mengubah perilaku konsumen, walaupun transaksi jual beli masih bisa dilakukan lewat offline namun apara konsumen lebih memilih transaksi

online Karena untuk mengurangi kontak fisik untuk mengurangi penyebaran virus covid 19. Situasi tersebut dimanfaatkan oleh penyedia layanan untuk mengembangkan bisnis mereka melalui e-commerce yang salah satu bentuknya adalah online shop atau belanja online. Berbagai inovasi dilakukan oleh penyedia barang maupun jasa untuk mempromosikan sekaligus menggencarkan produk melalui media sosial yang diyakini memiliki pengaruh besar dalam pemasaran produk. Meningkatnya online shop di Indonesia hingga saat ini masih menjadi perbincangan hangat dikalangan masyarakat khususnya anak muda yang identik dengan hal-hal instan tanpa mengeluarkan banyak tenaga dalam pemenuhan kebutuhan. Namun tetap saja, dibalik kemudahan dan kecepatan belanja online terdapat dampak positif maupun negatif yang dirasakan oleh pengguna.

Melalui online-shop ini, pembeli tidak perlu susah payah mendatangi toko hanya untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Pembeli bisa melihat dan dagangan yang dijual melalui smartphone. Penjual dan pembeli tidak perlu tatap muka untuk melakukan transaksi. Pembeli tinggal memesan barang yang diinginkan, kemudian pembayarannya bisa dilakukan dengan transfer melalui bank atau credit-card. Setelah itu, barang akan dikirimkan ke alamat sesuai keinginan pembeli. Keuntungan dan dampak positif dari adanya online-shop ini antara lain; belanja menjadi lebih praktis, bisa membandingkan harga dengan mudah dari satu online-shop ke online shop-lain, hemat tenaga dan waktu, tidak perlu berjalan dari satu toko ke toko lain untuk mendapatkan barang yang diinginkan, bisa mendapatkan barang dari mana saja, dari luar kota bahkan luar negeri, harga barang biasanya lebih murah, membantu perekonomian pedagang kecil. Namun, ada juga dampak negatif dari belanja online ; kualitas barang yang tidak sesuai dengan gambar, barang yang diterima cacat atau rusak ketika barang dalam pengiriman, tidak bisa membedakan barang asli atau tiruan, sering terjadi penipuan, setelah uang ditransfer, barang tidak diterima, menimbulkan perilaku konsumtif, rentan aksi pembobolan rekening jika pembayaran dilakukan melalui Internet.

Kesimpulan dalam hal ini, dampak positif dan negative jual beli online merupakan suatu pilihan dan mempunyai resiko yang harus ditanggung oleh pembeli ketika dalam transaksi jual beli online; kualitas barang yang dijual, hal ini dikarenakan pembeli tidak melihat secara langsung barang yang akan dibeli. Pembeli hanya melihat tampilan gambar dari barang yang dijual, sehingga pembeli belum bisa memastikan secara konkrit apakah barang tersebut sudah sesuai dengan spesifikasi atau kriteria, yang ingin dibeli. lamanya estimasi pengiriman pada barang, menimbulkan kekhawatiran pembeli terhadap produk

atau barang yang dibeli tersebut. Ketika barang tersebut sudah sampai di tangan pembeli, barang yang diterima tidak sesuai dengan barang yang di jual pada situs toko online tersebut, baik itu spesifikasi, jenis, dan sifat barang yang dijual. Ketika pembeli mengajukan hak komplain (refund) kepada situs toko online, tidak semua penjual toko online mau merespon terhadap barang yang dikomplain. Namun menurut konsep bisnis menguntungkan sebab tidak mengeluarkan biaya tambahan untuk ke lokasi tujuan , hanya saja alokasi biaya itu dialihkan dengan kuota dan isi dari system transaksi tersebut dengan berbagai alat pembayaran non tunai yang sekarang sudah sangat familiar. Namun, untuk lebih berhati hati ketika ingin belanja online melihat dulu dari segi review penilaian produk dan komentar sebagai acuan bahwa penjual di aplikasi shopee itu bagus sesuai dengan kriteria penilaian.

KESIMPULAN

1. Adanya kenaikan transaksi online setelah diberlakukannya imbauan physical distancing guna menekan penyebaran wabah Covid-19. Tahun 2020 ini mengubah cara kita menjalankan hidup sehari-hari, bekerja, dan juga berbelanja online. Shopee mengamati adanya peningkatan kegiatan berbelanja di kampanye Big Ramadhan Sale dengan peningkatan 25 kali lipat terhadap jumlah kunjungan dibandingkan dengan hari biasanya di puncak kampanye Big Ramadhan Sale pertama yang berlangsung pada tanggal 5 Mei lalu. Produk-produk terpopuler meliputi Aksesoris Pengendara Motor, Kerudung dan Pakaian Muslim Perempuan, hingga Perlengkapan dan Aksesoris Dapur. Menurut data kuartal 1 program yang telah Shopee persiapkan dapat terus menjadi solusi belanja online yang dapat diandalkan oleh para pengguna. Salah satunya dengan memanfaatkan 2 periode puncak kampanye Big Ramadhan Sale, yakni Big Ramadhan THR Sale pada tanggal 11 Mei 2020 di mana para pengguna akan dimanjakan oleh 11 promo, dan THR Ekstra Day di tanggal 15 Mei 2020.
2. dampak positif dan negative jual beli online merupakan suatu pilihan dan mempunyai resiko yang harus ditanggung oleh pembeli. Namun menurut konsep bisnis menguntungkan sebab tidak mengeluarkan biaya tambahan untuk ke lokasi tujuan , hanya saja alokasi biaya itu dialihkan dengan kuota dan isi dari system transaksi tersebut dengan berbagai alat pembayaran non tunai yang sekarang sudah sangat familiar. Namun, untuk lebih berhati hati ketika ingin belanja online melihat dulu dari segi review penilaian produk

dan komentar sebagai acuan bahwa penjual di aplikasi shopee itu bagus sesuai dengan kriteria penilaian.

DAFTAR PUSTAKA

- Hughes, & Kapoor. (2010). *Business In Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Mantra, Ida. Bagoes (2007). *Filsafat Penelitian dan Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Onno, W. Purbo dan Anang, Arief. Wahyudi. (2000). *Mengenal e-Commerce*. Jakarta: Alex Media computendo
- Sugiyono. (2002). *Metode Penelitian Bsnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Jurnal, Skripsi dan Website :
- Alfarizi, Irfan. Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/3273/1/IRFAN%20ALFARIZI.pdf>. diakses tanggal 16 juni 2020
- Ambarwati, Dwi. Rani. (2019). *Analisis jual beli online dengan menggunakan sistem dropshipping dalam kajian ekonomi islam (Studi Kasus Dropshipper Shopee Mahasiswa UIN SU)*. Skripsi. UIN Sumatra Selatan Medan.
- Kalbuadi, Putra. (2015). *Jual Beli Online Dengan menggunakan Sistem Dropshipping Menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam (Studi Kasus Pada Forum KASKUS)*. Skripsi.UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- 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.
- Puspitasari, Arum. 2018. Pengertian, Jenis, Prosedur, dan Undang – undang Hukum Transaksi Online. <http://arumpuspitasari87.blogspot.com/2018/03/pengertianjenisdan-transaksi-online1.html>, diakses tanggal 15 juni 2020.
- Indotelko.com. Transaksi Shoppe Naik di Tengah Pandemi Covid 19. <https://www.indotelko.com/read/1588893953/transaksi-shopee-covid-19>. diakses tanggal 16 juni 2020