

**FACEBOOK MARKETPLACE DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
Studi di Kota Langsa**



**Oleh:
RAHMAYANTI
NIM: 5012020030**

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Penyusunan Tesis pada Program Magister (S2)
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah
Pascasarjana IAIN Langsa

**PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) LANGSA
2022**

**PERNYATAAN KEASLIAN
DAN BEBAS DARI PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmayanti
NIM : 5012020030
Jenjang : Magister
Program Studi : Magister (S2) Hukum Ekonomi Syariah

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Naskah tesis ini bebas dari plagiarisme. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri atau terdapat plagiasi di dalamnya, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Langsa, 20 Mei 2022

Saya yang menyatakan,



Rahmayanti
NIM: 5012020030

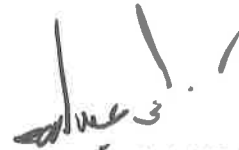
PENGESAHAN

Tesis berjudul : Facebook Marketplace dalam Perspektif Etika Bisnis
Islam Studi di Kota Langsa

Nama : Rahmayanti
NIM : 5012020030
Program Studi : Magister (S2) Hukum Ekonomi Syariah
Tanggal Ujian : 24 Agustus 2022

telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Hukum.

Langsa, 21 September 2022
Direktur,



Dr. H. Zulkarnaini, M.A
NIP. 19670511 199002 1 001

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

**Tesis disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Magister Hukum
di
Institut Agama Islam Negeri Langsa
Oleh :**

**Rahmayanti
NIM. 5012020030**

**Tanggal Ujian : 24 Agustus 2022
Periode Wisuda :**

Disetujui Oleh :

1. Prof. Dr. Iskandar Budiman, MCL
NIP. 19650616 199503 1 002

(Ketua)

()

2. Mawardi, M.S.I
NIP. 19740510 201411 1 002

(Sekretaris)

()

3. Dr. H. Zulkarnaini, M.A
NIP. 19670511 199002 1 001

(Penguji)

()

4. Dr. Zubir, M.A
NIP. 19730924 200901 1 002

(Penguji)


()

5. Dr. Fahriansah, Lc., M.A
NIDN. 2116068202

(Penguji)

()

Direktur Program Pascasarjana,


Dr. H. Zulkarnaini, M.A
NIP. 19670511 199002 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,
Ketua Program Studi Magister
(S2) Hukum Ekonomi Syariah
Pascasarjana IAIN Langsa

Assalamu'alaikum wr. wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

**FACEBOOK MARKETPLACE DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
Studi di Kota Langsa**

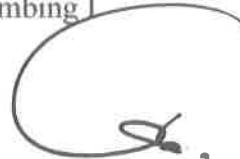
Yang ditulis oleh:

Nama : Rahmayanti
NIM : 5012020030
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister (S2) Hukum Ekonomi Syariah Pascasarjana IAIN Langsa untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Hukum.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Langsa, 20 Mei 2022
Pembimbing I



Prof. Dr. Iskandar Budiman, MCL
NIP. 19650616 199503 1 002

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,
Ketua Program Studi Magister
(S2) Hukum Ekonomi Syariah
Pascasarjana IAIN Langsa

Assalamu'alaikum wr. wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

**FACEBOOK MARKETPLACE DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
Studi di Kota Langsa**

Yang ditulis oleh:

Nama : Rahmayanti
NIM : 5012020030
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister (S2) Hukum Ekonomi Syariah Pascasarjana IAIN Langsa untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Hukum.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Langsa, 20 Mei 2022
Pembimbing II


Dr. Junaidi, M.A., M.Ed
NIP: 19691231 200901 1 038

Facebook Marketplace dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi di Kota Langsa

Rahmayanti

Rahmayanti. 2022. Facebook Marketplace dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi di Kota Langsa. Tesis, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Pascasarjana Program Magister Institut Agama Islam Negeri Langsa. Pembimbing: (I) Dr. Iskandar Budiman, MCL (II) Dr. Junaidi, M.A., M.Ed

Abstrak

Internet membawa dampak yang cukup besar di sektor perdagangan atau bisnis. Banyak perusahaan yang telah menjalankan bisnis secara *online (e-commerce)*. Kemajuan transaksi jual beli *online* melalui *e-commerce* ini juga turut dirasakan manfaatnya oleh masyarakat di Indonesia, terutama di masa pandemi Covid-19 sejak tahun 2020 di sela pemberlakuan *social* dan *physical distancing*. Hal ini meningkatkan transaksi jual beli *online* terutama di facebook marketplace. Namun, dalam transaksi jual beli *online* pasti terjadi praktik mal bisnis yang menyebabkan timbulnya berbagai permasalahan karena dalam pelaksanaannya tidak diiringi dengan nilai-nilai moralitas dan agama. Sehingga diperlukan adanya etika bisnis Islam untuk menghindari hal tersebut. Kota Langsa merupakan kota jasa yang terus berkembang dan semakin pesatnya transaksi jual beli *online*. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian terhadap facebook marketplace dalam perspektif etika bisnis Islam di Kota Langsa. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana mekanisme transaksi jual beli *online* pada facebook marketplace di Kota Langsa, bagaimana *review* konsumen terhadap transaksi jual beli *online* pada facebook marketplace di Kota Langsa, serta bagaimana facebook marketplace dalam perspektif etika bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif (*syar'i*) dan metode penelitian deskriptif kualitatif, pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dokumentasi, analisis data dan teknik triangulasi. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa mekanisme transaksi jual beli *online* di Kota Langsa terdiri dari proses penjualan, pembelian, negosiasi, pembayaran dan pengiriman. *Review* konsumen terhadap transaksi di facebook marketplace yaitu facebook marketplace menyediakan berbagai produk dengan harga yang terjangkau, pembayaran dapat dilakukan di tempat, informasi produk yang dicantumkan jelas, pembeli merasa puas, dan pembeli dapat mengajukan komplein dan penjual bertanggung jawab. Transaksi jual beli *online* pada facebook marketplace di Kota Langsa sudah sejalan dengan etika bisnis Islam. Hal ini dapat dilihat dari terpenuhinya lima prinsip etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli *online* yaitu prinsip kesatuan, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab dan prinsip kebenaran, kebajikan dan kejujuran. Berdasarkan hasil penelitian dapat disarankan kepada para penjual *online* di facebook marketplace Kota Langsa diharapkan tetap

konsisten dan amanah dalam menerapkan prinsip etika bisnis Islam. Kepada para pembeli juga diharapkan amanah ketika melakukan pemesanan, agar pihak penjual tidak merasakan kerugian. Kepada pihak pengelola facebook marketplace diharapkan suatu saat nanti dapat menyempurnakan fitur-fitur facebook marketplace agar semakin memberikan berbagai kemudahan dalam penggunaan facebook marketplace.

Kata Kunci: Facebook, Marketplace, Etika Bisnis Islam

Facebook Marketplace in the Perspective of Islamic Business Ethics Study in Langsa City

Rahmayanti

Rahmayanti. 2022. Facebook Marketplace in the Perspective of Islamic Business Ethics Study in Langsa City Thesis, Sharia Economic Law Study Program, Postgraduate Masters Program at the Langsa State Islamic Institute of Religion. Supervisor: (I) Dr. Iskandar Budiman, MCL (II) Dr. Junaidi, M.A., M.Ed.

Abstract

The Internet has had a considerable impact on the trade or business sector. Many companies have run their business online (e-commerce). The progress of online buying and selling transactions through e-commerce has also benefited the people in Indonesia, especially during the Covid-19 pandemic since 2020 in between the implementation of social and physical distancing. This increases online buying and selling transactions, especially in the facebook marketplace. However, in online buying and selling transactions, malbusiness practices must occur which cause various problems because in its implementation it is not accompanied by moral and religious values. So it is necessary to have Islamic business ethics to avoid this. Langsa City is a service city that continues to grow and the online buying and selling transactions are growing rapidly. Therefore, it is necessary to study the facebook marketplace in the perspective of Islamic business ethics in Langsa City. The formulation of the problem in this research is how the mechanism of online buying and selling transactions in the facebook marketplace in Langsa City, how buyers review of online buying and selling transactions in the facebook marketplace in Langsa City and how the facebook marketplace in the perspective of Islamic business ethics. This study uses a normative approach (syar'i) and qualitative descriptive research methods, data collection is carried out by means of observation, interviews, documentation, data analysis and triangulation technique. Based on the results of the study, it was found that the mechanism of online buying and selling transactions in Langsa City consisted of the process of selling, buying, negotiating, paying and shipping. Buyer reviews of transactions in the facebook marketplace, namely the facebook marketplace provides a variety of products at affordable prices, payment can be made by cash on delivery, product information is clearly stated, buyers are satisfied, and buyers can submit complaints and the seller is responsible. Online buying and selling transactions in the facebook marketplace in Langsa City are in line with Islamic business ethics. This can be seen from the fulfillment of the five principles of Islamic business ethics in online buying and selling transactions, namely the principle of unity, the principle of equilibrium, the principle of free will, the principle of responsibility and the principle of truth, goodness and honesty. Based on the results of the study, it can be suggested that online sellers in the Langsa

City facebook marketplace are expected to remain consistent and trustworthy in applying the principles of Islamic business ethics. Buyers are also expected to be trustworthy when placing an order, so that the seller does not feel a loss. It is hoped that the facebook marketplace manager will someday be able to improve the facebook marketplace features so that it will provide various conveniences in using the facebook marketplace.

Keywords: Facebook, Marketplace, Islamic Business Ethics

السوق الفيسبوك من منظور أخلاقيات العمل الإسلامي الدراسة في مدينة لنجسا

رحم ينتي

رحم ينتي ٢٠٢٢. السوق الفيسبوك من منظور أخلاقيات العمل الإسلامي الدراسة في مدينة لنجسا. رسالة، قسم الإقتصادي الإسلامي، الدراسات العليا برامج الماجستير في الجامعة الإسلامية الحكومية لنجسا. المشرف: (١) د. اسكندر بوديمان، الماجستير، (٢) د. الجنيدي، الماجستير.

الملخص البحث

كان للإنترنت تأثير كبير على التجارة أو قطاع الأعمال. تدير العديد من الشركات أعمالها عبر الإنترنت (التجارة الإلكترونية). قد استفاد المجتمع الإندونيسي من تقدم معاملات البيع والشراء عبر الإنترنت من خلال التجارة الإلكترونية ، لا سيما خلال جائحة كوفيد-١٩ منذ عام ٢٠٢٠ بين تنفيذ التباعد الاجتماعي والمادي. فيؤدي هذا إلى ازدياد معاملات البيع والشراء عبر الإنترنت ، خاصة في السوق الفيسبوك. ومع ذلك ، في معاملات البيع والشراء عبر الإنترنت ، يجب أن تحدث ممارسات الأعمال السيئة التي تسبب مشاكل مختلفة لأنها في تنفيذها لا تقترن بالقيم الأخلاقية والدينية. لذلك من الضروري أن يكون لديك أخلاقيات العمل الإسلامي لتجنب ذلك. مدينة لنجسا هي مدينة خدمات التي تنمو معاملات البيع والشراء عبر الإنترنت بسرعة. فلذلك ، من الضروري أن البحث عن دراسة السوق الفيسبوك من منظور أخلاقيات العمل الإسلامي كان مهما للبحث. صياغة المشكلة في هذا البحث هي كيف تنفيذ معاملات البيع والشراء عبر الإنترنت في السوق الفيسبوك في مدينة لنجسا ، وكيف يراجع المشترون معاملات البيع والشراء عبر الإنترنت في السوق الفيسبوك في مدينة لنجسا ، وكيف السوق الفيسبوك من منظور أخلاقيات العمل الإسلامي. تستخدم هذه الدراسة المنهج المعياري (الشرع) وطرق البحث الوصفي النوعي ، ويتم جمع

البيانات عن طريق الملاحظة والمقابلات والتوثيق وتحليل البيانات وأسلوب توثيق البيانات. بناءً على نتائج الدراسة ، تبين أن تنفيذ معاملات البيع والشراء عبر الإنترنت في مدينة لانجسا تتألف من عمليات البيع والشراء والمساومة والدفع والتسليم. ومن مراجعات المشتري للمعاملات في السوق الفيسبوك أن السوق الفيسبوك قدم منتجات بأسعار معقولة ، ويمكن الدفع عند الاستلام ، أوصاف المنتج المذكورة بوضوح حتى يشعر المشترون بالرضا ، ويمكن للمشتريين تقديم شكاوى والبائع هو مسؤول عن ذلك. وأن معاملات البيع والشراء عبر الإنترنت في السوق الفيسبوك في مدينة لانجسا توافقت مع أخلاقيات العمل الإسلامي. وذلك لتحقيق المبادئ الخمسة لأخلاقيات العمل الإسلامي في معاملات البيع والشراء عبر الإنترنت ، وهي مبدأ الوحدة ، ومبدأ التوازن ، ومبدأ الإرادة الحرة ، ومبدأ المسؤولية والحقيقة ، ومبدأ الفضيلة والصدق. بناءً على نتائج الدراسة ، يمكن يقترح على البائعين عبر الإنترنت في سوق الفيسبوك مدينة لانجسا أن يطبقوا مبادئ أخلاقيات العمل الإسلامي بالإستقامة والثقة. وعلى المشتريين أن يطلب المنتجات بالثقة حتى لا يخسروا البائعين. وعلى مديري السوق الفيسبوك والمطورين أن يكمل ميزات السوق الفيسبوك حتى يمكن استخدام السوق الفيسبوك بسهولة.

المفردات الرئيسية: الفيسبوك، السوق ، أخلاقيات العمل الإسلامي

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab-Latin Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158 Tahun 1987 dan 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Arab	Nama	Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	sa'	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	da dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wawu	w	we
ه	ha'	h	h
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

متعدين	ditulis	muta'qqidīn
عدة	ditulis	'iddah

C. Ta' Marbutah

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	ditulis	hibah
جزية	ditulis	jizyah

(ketentuan ini tidak diperlakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti kata shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti oleh kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan “h”.

كرامة الاولياء	ditulis	karāmah al-auliya’
----------------	---------	--------------------

2. Bila ta’ marbutah hidup atau dengan harkat fathah, kasrah, dammah, ditulis dengan tanda t.

زكاة الفطر	ditulis	zakāt al-fiṭri
------------	---------	----------------

D. Vokal Pendek

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
-----	fathah	a	a
-----	kasrah	i	i
-----	ḍammah	u	u

E. Vokal Panjang

fathah + alif جاهلية	ditulis ditulis	ā jāhiliyyah
fathah + ya’ mati يسعى	ditulis ditulis	ā yas’ā
kasrah + ya’ mati كريم	ditulis ditulis	ī karīm
dammah + wawu mati فروض	ditulis ditulis	ū furūd

F. Vokal Rangkap

fathah + ya’ mati بينكم	ditulis ditulis	ai bainakum
----------------------------	--------------------	----------------

fathah + ya' mati قول	ditulis	au
	ditulis	qaulun

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	ditulis	a'antum
أعدت	ditulis	u'iddat
لئن شكرتم	ditulis	la'in syakartum

H. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti oleh Huruf Qamariyyah

القران	ditulis	al-Qur'ān
القياس	ditulis	al-qiyās

b. Bila diikuti oleh Huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggandakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf (*el*)-nya.

السماء	ditulis	as-samā'
الشمس	ditulis	asy-syams

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	ditulis	ẓawī al-furūd
أهل السنة	ditulis	ahl as-sunnah

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim...

Segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis telah dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **Facebook Marketplace dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi di Kota Langsa** yang merupakan salah satu syarat untuk mencapai Gelar Magister Hukum pada Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah (HES) Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada Rasulullah SAW beserta keluarga dan para sahabat hingga akhir zaman.

Dalam penyusunan tesis ini, penulis banyak merasakan kemudahan dan bantuan dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Basri Ibrahim, M.A, selaku Rektor IAIN Langsa.
2. Bapak Dr. H. Zulkarnaini, M.A, selaku Direktur Pascasarjana Program Magister IAIN Langsa beserta seluruh staff dan jajarannya.
3. Bapak Dr. Dayyan, M.Ec, selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Pascasarjana Program Magister IAIN Langsa.
4. Bapak Mawardi, M.S.I., selaku Sekretaris Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah Pascasarjana Program Magister IAIN Langsa.
5. Bapak Prof. Dr. Iskandar Budiman, MCL selaku Pembimbing I yang selalu bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan Tesis.
6. Bapak Dr. Junaidi, M.A., M.Ed selaku Pembimbing II yang selalu bersedia

meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan Tesis.

7. Seluruh dosen Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah Pascasarjana Program Magister IAIN Langsa yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan yang luas.
8. Pemilik Toko Online di Kota Langsa yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran kepada peneliti dalam melakukan kegiatan penelitian.
9. Seluruh keluarga besar, ayahanda, ibunda dan saudara-saudari yang selalu memberikan kasih sayang, do'a dan bantuan kepada penulis.
10. Teristimewa kepada suami tercinta Chairul Bahri dan anak-anak tersayang Jacinda Azalia dan Zivana Adzra yang telah banyak memberikan motivasi dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan Tesis.
11. Semua rekan seperguruan, kerabat dan sahabat yang telah memberikan dukungan untuk menyelesaikan Tesis ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini tidak terlepas dari kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan karya ini selanjutnya. Penulis berharap kiranya Tesis ini dapat memberikan manfaat untuk kita semua.

Langsa, 20 Mei 2022
Penulis

Rahmayanti
NIM. 5012020030

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS DARI PLAGIARISME	ii
HALAMAN PENGESAHAN DIREKTUR	iii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
ABSTRAK	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiii
KATA PENGANTAR	xvii
DAFTAR ISI	xix
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR SINGKATAN	xxiii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
F. Penjelasan Istilah	9
G. Kerangka Teori	10
H. Kajian Terdahulu	11
I. Sistematika Pembahasan	15
BAB II : LANDASAN TEORI	17
A. Facebook Marketplace	17
1. Pengertian Marketplace dan Facebook Marketplace	17
2. Dasar Hukum Facebook Marketplace	18
3. Jenis Marketplace	23
4. Sejarah Berdirinya Facebook Marketplace	24
5. Visi, Misi, Logo	25
6. Struktur Organisasi Facebook	26
7. Model Bisnis Facebook Marketplace	27
8. Sistem Jual Beli <i>Online</i> pada Facebook Marketplace	28
9. Kelebihan dan Kekurangan Facebook Marketplace	29
B. Etika Bisnis Islam	30
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	30
2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam	33
3. Tujuan Umum Etika Bisnis Islam	35
4. Fungsi Etika Bisnis Islam	36
5. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam	37
6. Panduan Rasulullah dalam Etika Bisnis Islam	39
7. Nilai-nilai Bisnis Islam	42

C. Akad <i>Salam</i> dalam Jual Beli <i>Online</i>	43
1. Pengertian Akad <i>Salam</i>	43
2. Rukun, Syarat dan Hukum Akad <i>Salam</i>	44
3. Implikasi Hukum Akad <i>Salam</i>	45
4. Etika dalam Jual Beli <i>Salam</i>	45
BAB III: METODE PENELITIAN	47
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	47
B. Subjek dan Objek Penelitian	48
C. Sumber Data	48
D. Teknik Pengumpulan Data	50
E. Teknik Analisis Data	52
F. Teknik Triangulasi.....	53
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
A. Gambaran Umum Facebook Marketplace.....	55
B. Mekanisme Transaksi Jual Beli <i>Online</i> pada Facebook Marketplace di Kota Langsa.....	62
C. <i>Review</i> Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli <i>Online</i> pada Facebook Marketplace di Kota Langsa.....	73
D. Facebook Marketplace di Kota Langsa dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.....	79
BAB V : PENUTUP	101
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN-LAMPIRAN	111
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	153

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Nama-nama Informan Pemilik Toko <i>Online</i> dan Konsumen pada Facebook Marketplace di Kota Langsa.....	49
---------	--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Logo Facebook dan Logo Facebook Marketplace	26
Gambar 2	Model Bisnis Facebook Marketplace	28
Gambar 3	Beranda Facebook Marketplace dan Penawaran Facebook Marketplace.....	56
Gambar 4	Pilihan Produk dan Produk Facebook Marketplace	57
Gambar 5	Skema Transaksi Jual Beli <i>Online</i> di Marketplace.....	63
Gambar 6	Obrolan <i>Mesenger</i> di Facebook Marketplace.....	65
Gambar 7	Laman Kategori Facebook Marketplace dan <i>Tool Location</i> pada Facebook Marketplace	66

DAFTAR SINGKATAN

C2C	: <i>Consumer to Consumer</i>
COD	: <i>Cash On Delivery</i>
DOD	: <i>Debit on Delivery</i>
PO	: <i>Pre Order</i>
JNE	: Jalur Nugraha Ekakurir
JNT Express	: Jet & Tony Express

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna internet terbanyak yang mencapai 212,35 juta jiwa pada Maret 2021. Hal ini menempatkan Indonesia pada peringkat ketiga sebagai pengguna internet terbanyak di Asia setelah Tiongkok dan India.¹ Kemunculan internet merupakan salah satu bukti adanya perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat. Internet membawa dampak yang cukup besar terhadap perekonomian dunia terutama di sektor perdagangan atau bisnis yang lebih dikenal dengan istilah perekonomian digital (*digital economic*).²

Melalui kemudahan akses internet, kini banyak organisasi bisnis dan perusahaan-perusahaan yang menjalankan bisnis secara *online* sebagai media promosi dan transaksi (*e-commerce*).³ *E-commerce* adalah suatu sistem yang dapat digunakan untuk melakukan proses jual beli dengan memanfaatkan media elektronik seperti *Electronic Data Interchange*, *Electronic Mail* serta melalui jaringan internet lainnya.⁴ Aplikasi *e-commerce* dapat memudahkan konsumen dalam transaksi *online*, membuat para penjual saling bersaing untuk mendapatkan

¹ Databooks.katadata.co.id, Diakses pada tanggal 21 Juli 2021, Pukul 10.15 WIB.

² Elly Muningsih, "Facebook Commerce, E-Commerce pada Media Sosial Facebook yang Modern dan Populer", *Bianglala Informatika*, vol. 2, no. 1 Maret 2014, 11.

³ *Ibid.*

⁴ Anak Agung Hari Narayana dan Dewa Gde Rudy, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Online Melalui Media Facebook", *Jurnal Kertha Negara*, vol. 9, no. 2 2021, 84.

konsumen, meningkatkan kemudahan dan efektifitas dalam bisnis,⁵ mengurangi beban biaya operasional sehingga barang dapat dijual dengan harga yang sesuai tanpa mengurangi kualitasnya,⁶ meningkatkan dan memperluas pemasaran baik ke pasar nasional maupun internasional, dan transaksi *online* pun dapat dilakukan dengan fleksibel baik dimana saja dan kapan saja.⁷

Kemajuan transaksi jual beli *online* melalui *e-commerce* ini juga turut dirasakan manfaatnya oleh masyarakat di Indonesia, terutama di masa pandemi Covid-19 sejak tahun 2020. Pandemi ini berdampak langsung pada semua lini kehidupan masyarakat. Di sisi lain, pemerintah Indonesia sudah mengeluarkan kebijakan untuk menerapkan *social distancing* dan *physical distancing* sebagai upaya untuk mengatasi penyebaran Covid-19. Penerapan kebijakan ini tentunya berdampak terhadap seluruh aktivitas masyarakat, tanpa terkecuali di bidang perekonomian dan bisnis.⁸ Berdasarkan hasil riset dari BPS Indonesia tahun 2020 mewabahnya Covid-19 dan pemberlakuan *social distancing* dan *physical distancing* mengakibatkan berkurangnya interaksi langsung dalam dunia bisnis serta berpengaruh pada pola konsumsi dan cara belanja masyarakat.⁹ Hal ini menyebabkan meningkatnya transaksi jual beli *online* karena masyarakat lebih

⁵ Arhadian Roliansyah dkk., “Analisis Transaksi Jual Beli Online di Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis Islam pada Masa Pandemi Covid 19”, *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, vol. 1, no. 5 Maret 2022, 443.

⁶ Ruslang, Muslimin dan Abdul Wahab, “Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 6, no. 3 2020, 666.

⁷ Agus Dwi Cahya dkk., “Memanfaatkan Marketplace sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Penjualan di Tengah Pandemi Covid-19”, *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, vol. 4, no. 3 July 2021, 504.

⁸ Arhadian Roliansyah dkk., “Analisis Transaksi Jual Beli Online di Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis Islam pada Masa Pandemi Covid 19”, 443.

⁹ Badan Pusat Statistik, *Pendapatan Bisnis E-Commerce di Masa Pandemi Covid-19*, 2020.

memilih berbelanja *online* pada *e-commerce* atau marketplace untuk meminimalisir penyebaran Covid-19.¹⁰

Salah satu *platform* transaksi jual beli *online* yang sering digunakan masyarakat adalah marketplace. Marketplace adalah salah satu layanan dari *e-commerce* yang digunakan sebagai suatu wadah untuk bertemunya penjual dan pembeli secara *online*.¹¹ Biasanya tidak hanya digunakan untuk transaksi jual beli produk, tetapi juga digunakan oleh penyedia jasa atau layanan. Marketplace memiliki perbedaan dengan pasar *offline*. Pasar *offline* membutuhkan pasar fisik sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli, sedangkan marketplace hanya membutuhkan media sosial sebagai sarana virtual tempat terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli.¹² Beberapa contoh marketplace yaitu Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak, Facebook Marketplace dan sebagainya. Namun, yang menjadi fokus dalam tesis ini yaitu facebook marketplace.

Facebook marketplace termasuk ke dalam salah satu fitur yang terdapat pada sosial media facebook yang pertama kali diperkenalkan oleh Mark Zuckerberg pada Januari 2004 dan sampai saat ini masih sangat populer. Facebook marketplace memiliki beberapa keunggulan yaitu dapat digunakan untuk mempromosikan dan menjual produk yang menjangkau pengguna facebook lainnya, transaksi menjadi mudah dan cepat, persaingan di facebook juga tidak

¹⁰ Agus Dwi Cahya dkk., “Memfaatkan Marketplace sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Penjualan di Tengah Pandemi Covid-19”, 505.

¹¹ Winia Waziana, Ricco Herdiyan Saputra dan Jimi Ali Baba, “Pendampingan Pemasaran Produk Home Industri Melalui Facebook Marketplace bagi Pelaku UMKM di Era Pandemi”, *Jurnal PkM Pemberdayaan Masyarakat*, vol. 2, no. 2 April 2021, 39.

¹² Rini Yustiani dan Rio Yunanto. Peran Marketplace sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi”, *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika: KOMPUTA*, vol. 6, no. 2 Oktober 2017.

terlalu ketat, dan para penjual tidak perlu mengeluarkan biaya besar untuk promosi, sehingga dapat memangkas biaya operasional.¹³

Indonesia menempati peringkat kedua di Asia sebagai pengguna facebook terbesar setelah India yang penggunanya mencapai 175,3 juta pada akhir Maret 2021.¹⁴ Kehadiran facebook dan fitur facebook marketplace yang terdapat di dalamnya akan memberikan peluang yang sangat potensial bagi penjual *online* untuk mempromosikan dan menjual produknya serta meraih konsumen dengan jangkauan yang tidak terbatas secara *online*. Namun, dalam transaksi jual beli *online* pasti terjadi praktik mal bisnis yang menyebabkan timbulnya berbagai permasalahan. Beberapa permasalahan yang timbul dalam transaksi *online* di facebook marketplace diantaranya yaitu maraknya terjadi kasus penipuan *online* karena facebook marketplace tidak menyediakan fitur pembayaran langsung ataupun pihak ketiga sebagai pengelola rekening bersama (rekber) dan fitur pengiriman barang; ketidaksesuaian antara keterangan dan kualitas produk yang ditawarkan di facebook marketplace dan produk yang diterima oleh konsumen baik dari segi ukuran, warna, maupun bahannya sehingga menimbulkan ketidakpuasan bagi konsumen; serta ketidaksesuaian antara harga yang ditawarkan di facebook marketplace dan harga aslinya.¹⁵ Berbagai persoalan tersebut dapat terjadi dikarenakan dalam pelaksanaan aktivitas ekonomi tidak diiringi dengan nilai-nilai moralitas dan nilai-nilai agama.

¹³ Sudung Simatupang, Efendi, dan Debi Eka Putri, "Facebook Marketplace serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli", *Jurnal Ekonomi Unisla*, vol. 22, no. 1 Maret 2021, 28.

¹⁴ Databooks.katadata.co.id, Diakses pada tanggal 21 Juli 2021, Pukul 13.00 WIB.

¹⁵ Arhadian Roliansyah dkk., "Analisis Transaksi Jual Beli Online di Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis Islam pada Masa Pandemi Covid 19", 444.

Islam merupakan agama yang mengatur segala aspek kehidupan manusia termasuk persoalan ekonomi dan bisnis. Islam menekankan agar aktivitas ekonomi dan bisnis yang dilakukan manusia tidak dimaksudkan hanya sebagai alat pemuas keinginan, tetapi lebih kepada mencari keseimbangan kehidupan baik dunia maupun akhirat yang diiringi dengan perilaku positif.¹⁶ Keunikan ajaran Islam yaitu mengajarkan kepada manusia untuk senantiasa melaksanakan praktik ekonomi berlandaskan kepada norma dan etika Islam. Hal ini juga diakui oleh para ekonom muslim dan non-muslim bahwa dalam Islam diajarkan nilai dasar ekonomi yang berlandaskan pada ajaran Tauhid. Oleh karena itu, diperlukan adanya etika bisnis Islam untuk menghindari terjadinya praktik mal bisnis seperti yang telah disebutkan di atas. Etika bisnis Islam adalah tata cara mengelola bisnis yang berlandaskan kepada Al-Qur'an, Hadist, dan hukum-hukum yang telah dibuat oleh para ahli fiqh. Dalam etika bisnis Islam terdapat prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam yang mencakup prinsip kesatuan (*unity/tauhid*), prinsip keseimbangan (*equilibrium*), prinsip kehendak bebas (*free will*), prinsip tanggung jawab (*responsibility*) serta prinsip kebenaran, kebajikan dan kejujuran (*truth, goodness and honesty*).¹⁷

Kota Langsa merupakan kota jasa yang terus berkembang dan semakin pesatnya aktivitas jual beli *online* yang dilakukan masyarakatnya, sehingga memungkinkan keberadaan facebook marketplace akan sangat membantu dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian terhadap facebook marketplace ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam untuk

¹⁶ Aceng Zakaria, *Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Ibnu Azka, 2012), 20.

¹⁷ Lailatul Fitriani, "Implementasi Konsep Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Online", *Al-Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business*, vol. 1, no. 2 Oktober 2021, 61.

melihat apakah transaksi jual beli *online* melalui facebook marketplace di Kota Langsa sudah sejalan dan memenuhi etika bisnis Islam.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengkaji dan meneliti lebih lanjut permasalahan tersebut dengan judul “Facebook Marketplace dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi di Kota Langsa”.

B. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian harus ditetapkan agar penelitian berfokus pada pokok-pokok permasalahan dan pembahasannya, sehingga diharapkan penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan. Penelitian ini dibatasi hanya difokuskan pada sub pembahasan yang akan dikaji antara lain:

1. Mekanisme transaksi jual beli *online* pada facebook marketplace di Kota Langsa.
2. *Review* konsumen terhadap transaksi jual beli *online* pada facebook marketplace di Kota Langsa.
3. Facebook marketplace di Kota Langsa dalam perspektif etika bisnis Islam.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme transaksi jual beli *online* pada facebook marketplace di Kota Langsa?

2. Bagaimana *review* konsumen terhadap transaksi jual beli *online* pada facebook marketplace di Kota Langsa?
3. Bagaimana facebook marketplace di Kota Langsa dalam perspektif etika bisnis Islam?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana mekanisme transaksi jual beli *online* pada facebook marketplace di Kota Langsa.
2. Untuk mengetahui bagaimana *review* konsumen terhadap transaksi jual beli *online* pada facebook marketplace di Kota Langsa.
3. Untuk mengetahui bagaimana facebook marketplace di Kota Langsa dalam perspektif etika bisnis Islam.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara teoritis
 - a. Bagi Penulis dan Pembaca

Secara teoritis manfaat penelitian ini agar dapat menambah pengetahuan penulis terkait facebook marketplace dalam perspektif etika bisnis Islam.

Selain itu juga menambah ilmu dan wawasan bagi pembaca tentang facebook marketplace dalam perspektif etika bisnis Islam.

b. Bagi IAIN Langsa

Dapat dijadikan sebagai literatur atau referensi yang menjadi sumbangan ilmiah di bidang ilmu hukum ekonomi syari'ah. Selain itu, juga menjadi tambahan referensi bagi perpustakaan IAIN Langsa dan tambahan informasi bagi mahasiswa/i Hukum Ekonomi Syari'ah.

c. Bagi peneliti berikutnya

Dapat dijadikan referensi atau rujukan untuk mengetahui secara mendalam tentang facebook marketplace dalam etika bisnis Islam.

2. Secara praktis

a. Bagi Facebook Marketplace

Dapat dijadikan sebagai masukan bagi pihak pengelola facebook marketplace terutama dalam hal penyempurnaan fitur-fitur marketplace seperti adanya fitur pembayaran, fitur pengiriman dan fitur pengembalian dana/barang sebagaimana yang diharapkan oleh para konsumen facebook marketplace.

b. Bagi Konsumen Facebook Marketplace

Dapat menjadi acuan bagi para pihak yang bertransaksi jual beli *online* di facebook marketplace baik itu penjual dan pembeli sehingga dapat menerapkan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli *online* di facebook marketplace.

c. Bagi Informan Penelitian

Dapat memberikan sumbangan pemikiran, pandangan dan masukan bagi informan terkait dengan transaksi jual beli *online* di facebook marketplace dalam perspektif etika bisnis Islam.

F. Penjelasan Istilah

Agar judul penelitian ini dapat dipahami dan tidak meragukan pembaca, maka penulis perlu menjelaskan maksud istilah dari judul penelitian ini agar sesuai dengan topik kajian antara lain:

1. Facebook Marketplace

Facebook marketplace adalah *platform* atau fitur pada aplikasi facebook yang berfungsi sebagai suatu pasar digital atau wadah dalam transaksi jual beli *online* maupun penyedia jasa bagi semua pengguna facebook.¹⁸

2. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah perilaku usaha baik dalam hal produksi, konsumsi maupun pertukaran barang dan jasa yang didasarkan pada nilai dan norma Islam yang diimplementasikan melalui prinsip-prinsip etika bisnis Islam.¹⁹ Etika bisnis Islam yang dimaksud dalam tesis ini mencakup prinsip kesatuan (*unity/tauhid*), prinsip keseimbangan (*equilibrium*), prinsip kehendak bebas (*free will*), prinsip tanggung jawab (*responsibility*) dan prinsip kebenaran, kebajikan dan kejujuran (*truth, goodness and honesty*).

¹⁸ Sudung Simatupang, Efendi, dan Debi Eka Putri, "Facebook Marketplace serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli", 30.

¹⁹ Yazida Salsabiila dan Achmad Fajaruddin, "Analisis Model Dropshipping dalam Etika Bisnis Islam", *Journal of Islamic Economics and Philanthropy*, vol. 3, no. 4 November 2020, 986.

G. Kerangka Teori

1. Teori Facebook Marketplace dalam Transaksi Jual Beli *Online*

Facebook marketplace adalah salah satu fitur yang terdapat pada facebook pada aplikasi versi android atau iosnya yang juga fitur ini berfungsi sebagai suatu pasar digital dan menjadi wadah dalam transaksi jual beli *online* maupun penyedia jasa bagi semua pengguna facebook. Facebook marketplace merupakan pengembangan dari facebook group dan diciptakan karena semakin banyaknya aktivitas transaksi jual beli online melalui sosial media.²⁰

Facebook menyediakan fitur facebook marketplace sebagai suatu wadah untuk bertransaksi online, namun tidak menyediakan fasilitas pembayaran, pengiriman produk dan pengembalian dana/barang. Dengan demikian, maka para pihak yang bertransaksi *online* di facebook marketplace harus mengatur pembayaran dan proses pengiriman produk sesuai dengan kesepakatan yang disepakati bersama, tanpa adanya jaminan keamanan dari pihak ketiga ataupun pihak perantara.²¹

2. Teori Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah cara mengelola atau akhlak dalam menjalankan suatu bisnis sesuai dengan nilai-nilai yang telah disepakati dalam ajaran Islam. Sehingga, dalam menjalankan bisnis tidak lagi muncul rasa khawatir, karena

²⁰ Sudung Simatupang, Efendi, dan Debi Eka Putri, "Facebook Marketplace serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli", 30.

²¹ Anak Agung Hari Narayana dan Dewa Gde Rudy, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Online Melalui Media Facebook", 84.

sudah diyakini sebagai suatu aturan dan tindakan yang baik dan benar.²² Etika bisnis Islam juga merupakan perilaku etis (mematuhi perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya) yang sangat berkaitan dengan nilai-nilai syari'at yang mengutamakan konteks halal dan haram dan tentunya harus mampu diterapkan dalam semua aspek perekonomian.²³

Etika bisnis Islam memiliki lima prinsip-prinsip umum yang menjadi satu-kesatuan yang terbagi menjadi:²⁴

1. Prinsip kesatuan (*tauhid/unity*)
2. Prinsip keseimbangan (*equilibrium*)
3. Prinsip kehendak bebas (*free will*)
4. Prinsip tanggung jawab (*responsibility*)
5. Prinsip kebenaran, kebajikan dan kejujuran (*truth, goodness and honesty*).

Kelima prinsip di atas disebut dengan aksioma dasar etika bisnis Islam.

H. Kajian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelusuran literatur yang ada, penulis menemukan hasil penelitian yang relevan antara lain:

1. Facebook Marketplace Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli. Penelitian ini dilakukan oleh Sudung Simatupang, Efendi dan Debi Eka Putri tahun 2021. Penelitian ini menjelaskan tentang pengaruh hadirnya facebook marketplace terhadap minat beli masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada

²² Erly Juliyani, "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam", *Jurnal Ummul Qura*, vol. 7, no. 1 Maret 2016, 63.

²³ Lailatul Fitriani, "Implementasi Konsep Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Online", 61.

²⁴ Erly Juliyani, "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam", 66.

pengaruh positif hadirnya facebook marketplace terhadap minat beli masyarakat.²⁵ Sedangkan penulis meneliti tentang Facebook Marketplace dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi di Kota Langsa. Perbedaannya dengan kajian terdahulu yaitu pada penelitian ini penulis mengkaji tentang transaksi jual beli *online* di facebook marketplace, bagaimana *review* konsumen terhadap jual beli *online* di facebook marketplace secara mendalam dan facebook marketplace dalam perspektif etika bisnis Islam. Penelitian terdahulu hanya menjelaskan pengaruh facebook marketplace, namun tidak dilihat dari perspektif etika bisnis Islam.

2. Etika Bisnis Jual Beli Online dalam Perspektif Islam. Penelitian ini dilakukan oleh Kristianto Dwi Estijayandono Siradjuddin dan Abd. Wahid Haddade tahun 2019. Penelitian ini menjelaskan tentang penerapan etika bisnis pada proses transaksi di Tokopedia.com ditinjau dari perspektif Islam. Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis dalam Tokopedia.com telah sejalan dengan etika bisnis Islam.²⁶ Sedangkan penulis meneliti tentang Facebook Marketplace dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi di Kota Langsa. Perbedaannya dengan kajian terdahulu yaitu pada penelitian ini penulis mengkaji tentang transaksi jual beli *online* di facebook marketplace, bagaimana *review* konsumen terhadap jual beli *online* di facebook marketplace secara mendalam dan facebook marketplace dalam perspektif etika bisnis Islam. Pada penelitian terdahulu hanya

²⁵ Sudung Simatupang, Efendi, dan Debi Eka Putri, "Facebook Marketplace serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli", 28.

²⁶ Kristianto Dwi Estijayandono, Siradjuddin, dan Abd. Wahid Haddade, "Etika Bisnis Jual Online dalam Perspektif Islam", *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, vol. 3, no. 1 Juni 2019, 53.

membandingkan penerapan etika bisnis pada proses transaksi di Tokopedia.com apakah sudah sejalan dengan etika bisnis Islam.

3. Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Daring di Toko Online Shopee. Penelitian ini dilakukan oleh Mubarroh Azizah pada tahun 2020. Penelitian ini menjelaskan tentang penerapan etika bisnis Islam di toko *online* Shopee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik jual beli daring di Shopee belum menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, karena masih adanya ketidaksesuaian foto dengan barang asli yang dijual.²⁷ Sedangkan penulis meneliti tentang Facebook Marketplace dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi di Kota Langsa. Perbedaannya dengan kajian terdahulu yaitu pada penelitian ini penulis mengkaji tentang transaksi jual beli *online* di facebook marketplace, bagaimana *review* konsumen terhadap jual beli *online* di facebook marketplace secara mendalam dan facebook marketplace dalam perspektif etika bisnis Islam. Penelitian terdahulu hanya menjelaskan tentang praktik jual beli daring di Shopee dilihat dari etika bisnis Islam.
4. Analisis Model *Dropshipping* dalam Etika Bisnis Islam. Penelitian ini dilakukan oleh Yazida Salsabiila dan Achmad Fajaruddin tahun 2020. Penelitian ini menjelaskan tentang strategi dalam praktik *dropshipping* yaitu kerjasama dan kesepakatan antarpelaku, kriteria barang saat penjualan, harga yang sesuai dengan pasar, pemasaran barang dan transaksi konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima strategi dalam *dropshipping* tersebut

²⁷ Mabarroh Azizah, "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Daring di Toko Online Shopee", *Humani (Hukum dan Masyarakat Madani)*, vol. 10, no. 1 Mei 2020, 83.

telah memenuhi kelima prinsip dalam etika bisnis Islam.²⁸ Sedangkan penulis meneliti tentang Facebook Marketplace dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi di Kota Langsa. Perbedaannya dengan kajian terdahulu yaitu pada penelitian ini penulis mengkaji tentang transaksi jual beli *online* di facebook marketplace, bagaimana *review* konsumen terhadap jual beli *online* di facebook marketplace secara mendalam dan facebook marketplace dalam perspektif etika bisnis Islam. Penelitian terdahulu hanya menjelaskan strategi dalam model *dropshipping* dari sisi etika bisnis Islam.

5. Implementasi Konsep Etika Bisnis dalam Jual Beli Online. Penelitian ini dilakukan oleh Lailatul Fitriani, Dyah Suryani, Devi Agustina, dan Mahilda Anastasia Putri pada tahun 2021. Penelitian ini menjelaskan tentang konsep etika bisnis Islam dalam jual beli *online*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam transaksi jual beli *online* harus menerapkan etika bisnis Islam yang mencakup prinsip-prinsip ketuhanan, akhlak, keseimbangan, kebebasan, keadilan, manfaat, kejujuran dan shahih.²⁹ Sedangkan penulis meneliti tentang Facebook Marketplace dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi di Kota Langsa. Perbedaannya dengan kajian terdahulu yaitu pada penelitian ini penulis mengkaji tentang transaksi jual beli *online* di facebook marketplace, bagaimana *review* konsumen terhadap jual beli *online* di facebook marketplace secara mendalam dan facebook marketplace dalam perspektif

²⁸ Yazida Salsabiila dan Achmad Fajaruddin, “Analisis Model Dropshipping dalam Etika Bisnis Islam”, 83.

²⁹ Lailatul Fitriani, “Implementasi Konsep Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Online”, 60.

etika bisnis Islam. Penelitian terdahulu hanya mengkaji konsep etika bisnis Islam secara teoritis, belum pada praktiknya.

I. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam tesis ini diuraikan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Bab ini berisi uraian dari latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan istilah, kerangka teori, kajian terdahulu dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori. Bab ini menguraikan kajian terhadap beberapa teori dan referensi yang menjadi landasan dalam mendukung studi penelitian ini. Bab ini terdiri dari pengertian marketplace dan facebook marketplace, dasar hukum facebook marketplace, jenis marketplace, sejarah berdirinya facebook marketplace, visi, misi dan logo, struktur organisasi facebook, model bisnis facebook marketplace, sistem jual beli *online* pada facebook marketplace, kelebihan dan kekurangan facebook marketplace, pengertian etika bisnis Islam, dasar hukum etika bisnis Islam, tujuan umum etika bisnis Islam, fungsi etika bisnis Islam, prinsip-prinsip etika bisnis Islam, panduan Rasulullah dalam etika bisnis Islam, nilai-nilai bisnis Islam, pengertian akad *salam*, rukun, syarat dan hukum akad *salam*, implikasi hukum akad *salam*, dan etika dalam jual beli *salam*.

Bab III Metode Penelitian. Bab ini berisi uraian tentang pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, teknik analisis data dan teknik triangulasi.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan. Bab ini berisi analisis hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari gambaran umum facebook marketplace, mekanisme transaksi jual beli *online* pada facebook marketplace di Kota Langsa, *review* konsumen terhadap transaksi jual beli *online* pada facebook marketplace di Kota Langsa dan facebook marketplace di Kota Langsa dalam perspektif etika bisnis Islam.

Bab V Penutup. Bab ini berisi temuan studi berupa kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Facebook Marketplace

1. Pengertian Marketplace dan Facebook Marketplace

Marketplace terdiri dari dua kata yaitu *market* dan *place*. *Market* berarti semua upaya yang dilakukan untuk memasarkan suatu produk atau jasa melalui jaringan *world wide web* atau media internet. Sedangkan *place* artinya tempat atau wadah.¹ Menurut Emmy Febriani Thalib dan Ni Putu Suci Meinarni, marketplace adalah sebuah jual beli produk/jasa yang mana penjual dan konsumen bertemu dalam suatu *website*.² Sedangkan menurut Boris Wertz dan Angela Tran Kingyens, marketplace (pasar *online*) adalah salah satu jenis dari *e-commerce* yang menghubungkan antara para penjual produk/jasa dengan para pembeli, dimana antara keduanya sulit menemukan satu sama lain, maka dengan adanya marketplace menciptakan efisiensi dalam proses jual beli.³ Jadi, dapat disimpulkan bahwa marketplace adalah suatu *platform* yang menjadi wadah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli produk atau jasa secara *online* menggunakan media internet.⁴

¹ Agus Dwi Cahya dkk., “Memanfaatkan Marketplace sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Penjualan di Tengah Pandemi Covid-19”, 506.

² Emmy Febriani Thali dan Ni Putu Suci Meinarni, “Tinjauan Yuridis Mengenai Marketplace Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia, *Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan*, vol. 7, no. 2 Agustus 2019, 198.

³ Boris Wertz dan Angela Tran Kingyens, *A Guide to Marketplace* (Versionone), 6.

⁴ Wahyu Setyorini dkk., “Potensi dan Tantangan Marketplace Halal di Indonesia”, *Journal of Halal Product and Research (JHPR)*, vol. 4, no. 2 November 2021, 92.

Facebook marketplace adalah semacam bagian dari iklan baris baik berupa barang, kendaraan, elektronik, sewa dan lain-lain yang mana seseorang dapat menjual dan membeli produk diantara teman-teman lainnya.⁵ Menurut Widiartanto, facebook marketplace adalah bentuk dari sebuah pasar *online* yang mewadahi berbagai kegiatan jual beli para penggunanya dan pada saat membukanya para pengguna akan disambut dengan rangkaian foto produk dengan lokasi terdekat.⁶ Sedangkan menurut Sudung Simatupang dkk, facebook marketplace adalah *platform* atau fitur pada aplikasi facebook yang berfungsi sebagai suatu pasar digital atau wadah dalam transaksi jual beli *online* maupun penyedia jasa bagi semua pengguna facebook.⁷ Jadi, dapat disimpulkan bahwa facebook marketplace adalah pasar *online* yang terdapat pada aplikasi facebook yang di dalamnya para pengguna dapat saling menawarkan produk dan jasa.

2. Dasar Hukum Facebook Marketplace

Pada dasarnya belum ada payung hukum yang secara terang-terangan mengatur tentang facebook marketplace. Akan tetapi, secara hukum tata negara facebook marketplace merupakan bagian dari aktivitas transaksi *e-commerce* sebagaimana diatur dalam berbagai peraturan yang terdapat dalam UU Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi

⁵ Elly Muningsih, "Facebook Commerce, E-Commerce pada Media Sosial Facebook yang Modern dan Populer", 15.

⁶ Widiartanto, "Facebook Rilis Marketplace untuk Jual Beli Online", *Kompas.com*, 4 Oktober 2016, 7. Diakses pada tanggal 23 Juli 2022.

⁷ Sudung Simatupang, Efendi, dan Debi Eka Putri, "Facebook Marketplace serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli", 30.

dan Transaksi Elektronik (ITE), serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen atau yang disebut dengan UUPK.⁸

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan Pasal 65 ayat

(1) - (4) menyebutkan bahwa:⁹

- (1) Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar.
- (2) Setiap Pelaku Usaha dilarang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- (3) Penggunaan sistem elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- (4) Data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat:
 - a. identitas dan legalitas Pelaku Usaha sebagai produsen atau Pelaku Usaha Distribusi;
 - b. persyaratan teknis Barang yang ditawarkan;
 - c. persyaratan teknis atau kualifikasi Jasa yang ditawarkan;
 - d. harga dan cara pembayaran Barang dan/atau Jasa; dan
 - e. cara penyerahan Barang.

Dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) Pasal 17 ayat (1) - (2) disebutkan bahwa:¹⁰

- (1) Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik ataupun privat.
- (2) Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib beriktikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik selama transaksi berlangsung.

Selanjutnya pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) Pasal 4 dijelaskan tentang hak konsumen yang terdiri dari hak atas kenyamanan, hak

⁸ *Ibid.*, 92.

⁹ Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Bab VIII, Pasal 65 ayat (1) - (4), 32.

¹⁰ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), Bab V, Pasal 17 ayat (1) - (2), 11.

untuk memilih dan mendapatkan barang atau jasa yang sesuai, hak mendapat informasi yang benar, jelas dan jujur tentang kondisi barang, hak untuk didengar keluhannya, hak untuk mendapat advokasi, hak untuk dilayani dan hak untuk mendapat kompensasi atau ganti rugi.¹¹ Kemudian pada Pasal 7 UUPK dijelaskan pula kewajiban pelaku usaha yang terdiri dari pelaku usaha harus beritikad baik dalam usaha, memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur tentang kondisi barang atau jasa, melayani konsumen tanpa diskriminatif, menjamin mutu barang atau jasa, memberi kesempatan pada konsumen untuk mencoba barang atau jasa serta memberikan kompensasi atau ganti rugi.¹²

Substansi ketiga Undang-Undang Republik Indonesia tersebut apabila ditinjau lebih dalam ternyata memiliki keterkaitan dengan etika bisnis Islam. Dalam UU tentang Perdagangan dijelaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar mengenai barang atau jasa yang ditawarkan pada transaksi elektronik. Dalam UU ITE dijelaskan bahwa para pihak yang melakukan transaksi jual beli *online* pada dasarnya sudah melakukan perjanjian sebelum transaksi yang mana perjanjian tersebut harus didasari dengan itikad baik agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan.¹³ UUPK menjamin keamanan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli *online* dengan media facebook marketplace. Salah satu hak konsumen yaitu memperoleh informasi yang jelas tentang barang atau jasa yang ditawarkan, juga diatur mengenai ganti rugi apabila ada ketidaksesuaian produk. Demikian pula pelaku usaha harus memenuhi

¹¹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Bab III, Pasal 4, ayat (a) – (i), 5.

¹² *Ibid.*, Pasal 7, poin (a) – (g), 7.

¹³ Anak Agung Hari Narayana dan Dewa Gde Rudy, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Online Melalui Media Facebook”, 87.

kewajiban dalam transaksi jual beli *online* agar transaksi berjalan dengan baik dan tidak terjadi kesalahpahaman antara kedua pihak yang bersangkutan.¹⁴ Paparan di atas menunjukkan adanya irisan antara substansi Undang-Undang dengan prinsip kesatuan, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab serta prinsip kebenaran, kebajikan dan kejujuran dalam etika bisnis Islam.

Secara syari'at Islam, transaksi jual beli *online* menggunakan facebook marketplace harus dilandaskan pada Al-Qur'an dan hadist dan ijma', karena Islam mengajarkan bahwa tujuan berbisnis selain untuk memperoleh *profit*, juga untuk mencapai *falah* (kesuksesan) dan *maslahah* (kesejahteraan) bagi yang terlibat dalam transaksi.¹⁵ Adapun yang menjadi dasar hukum jual beli *online* di facebook marketplace sebagai berikut:

a. Al-Qur'an



Artinya: “Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.” (Q.S. Al-Baqarah: 275).

Dalam ayat lain disebutkan pula:



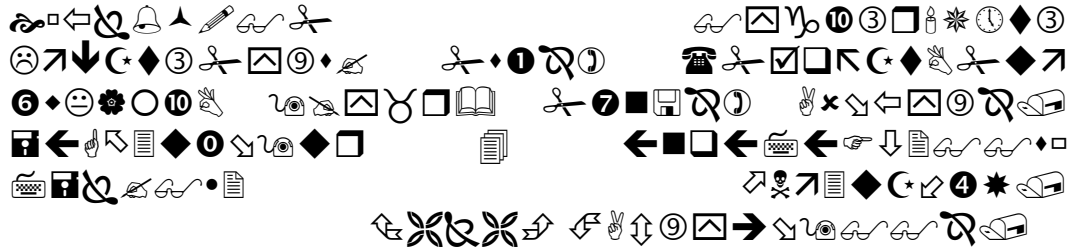
Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh

¹⁴ *Ibid.*, 88.

¹⁵ *Ibid.*

dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S An-Nisa: 29).

Dalam surah Al-Baqarah: 282, Allah berfirman:



Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar”. (Q.S. Al-Baqarah: 282)*

Ketiga ayat tersebut menjelaskan tentang semua jual beli yang dilakukan atas dasar suka sama suka diperbolehkan, kecuali jual beli yang diharamkan dan dalam transaksi jual beli tidak diperbolehkan mendzalimi sesama manusia dengan jalan yang *bathil*, melainkan dengan keridhaan dari kedua belah pihak. Selanjutnya, dalam melakukan transaksi muamalah yang tidak tunai, hendaknya dicatat agar dapat menjaga batas waktu muamalah dan lebih meyakinkan kepada orang yang memberi kesaksian.¹⁶

b. Hadist

Dalam hadist dari Rifa'ah bin Rafi', Rasulullah saw bersabda:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ: أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ.

Artinya: *“Dari Rifa'ah Ibn Rafi' bahwa Nabi saw pernah ditanya, pekerjaan apakah yang paling baik? Beliau menjawab “Pekerjaan seseorang dengan*

¹⁶ Muhammad Nasib Ar-Rifa'i, *Kemudahan dari Allah Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid I, terj. Syihabuddin (Jakarta: Gema Insani, 2000), 462.

tanggannya sendiri dan setiap jual beli yang baik” (H.R. Ahmad bin Hanbal, no. 17265).¹⁷

Hadist tersebut menjelaskan bahwa pekerjaan yang paling baik untuk dilakukan oleh manusia yaitu usaha yang dirintis sendiri dengan menerapkan sistem jual beli yang Islami.

c. Ijma’

Para ulama sepakat membolehkan akad jual beli, karena dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia berhubungan dengan suatu yang dimiliki orang lain, dan kepemilikan tersebut tidak dapat diberikan begitu saja, tetapi pasti ada timbal balik untuk mendapatkannya. Dengan diperbolehkannya jual beli, baik itu jual beli *online* yang dilakukan dengan berbagai *platform* seperti facebook marketplace, maka manusia memiliki kemudahan dalam memenuhi kebutuhannya, karena pada dasarnya manusia saling membutuhkan satu sama lain, tidak dapat hidup sendiri.¹⁸

3. Jenis Marketplace

Marketplace terdiri dari tiga jenis antara lain:¹⁹

a. Marketplace vertikal

Marketplace vertikal adalah tempat untuk memasarkan satu jenis produk yang diperoleh dari beberapa produsen.

¹⁷ Hadis no. 17265, “Kitab Al-Musnad Ahmad”, Imam Ahmad Ibn Hanbal, *Al-Musnad Al-Imam Ahmad Ibn Hanbal*, juz 4, (Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah, 1993), 141.

¹⁸ Dimyauudin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010), 73.

¹⁹ Arhadian Roliansyah dkk., “Analisis Transaksi Jual Beli Online di Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis Islam pada Masa Pandemi Covid 19”, 445.

b. Marketplace horizontal

Marketplace horizontal adalah tempat yang memasarkan berbagai jenis produk tetapi semua jenis barang memiliki saling keterkaitan.

c. Marketplace global

Marketplace global adalah tempat yang memasarkan berbagai jenis produk tapi diantara produk tersebut tidak memiliki keterkaitan.

Dalam hal ini, facebook marketplace termasuk ke dalam marketplace horizontal karena produk yang dipasarkan berbagai jenis namun saling memiliki keterkaitan.

4. Sejarah Berdirinya Facebook Marketplace

Facebook marketplace adalah salah satu fitur yang terdapat pada aplikasi facebook dan merupakan layanan yang berjenis *Consumer to Consumer* (C2C) dari *e-commerce*.²⁰ Facebook sendiri pertama kali diperkenalkan oleh Mark Zuckerberg, seorang programmer dari Universitas Harvard pada 4 Februari 2004. Awalnya facebook bernama *the facebook*, diambil dari nama dokumen yang diberikan kepada mahasiswa baru di Harvard yang berisi profil mahasiswa dan staff. Sejak pertama diluncurkan, 1.200 mahasiswa Harvard sudah tergabung di facebook, selanjutnya penggunaan facebook meluas ke universitas lainnya hingga akhirnya meluas ke berbagai belahan dunia. Seiring berjalannya waktu facebook

²⁰ Winia Waziana, Ricco Herdian Saputra dan Jimi Ali Baba, "Pendampingan Pemasaran Produk Home Industri Melalui Facebook Marketplace bagi Pelaku UMKM di Era Pandemi", 39.

semakin berkembang dengan penambahan berbagai fitur, salah satunya adalah fitur facebook marketplace sebagai salah satu *platform* jual beli *online*.²¹

Facebook marketplace diluncurkan pada 14 Mei 2007. Facebook meluncurkan layanan terbaru berupa pemasangan iklan dengan sistem *facebook beacon*. Pada November 2008 dapat facebook marketplace mampu menarik 200 juta pengunjung di seluruh penjuru dunia dan sudah dimanfaatkan oleh semua operator telekomunikasi sebagai alat marketing.²²

5. Visi, Misi dan Logo

a. Visi

Memberi orang kekuatan untuk membangun komunitas dan membawa dunia agar lebih dekat.²³

b. Misi

Memberi orang-orang kekuatan untuk membangun komunitas dan mendekatkan dunia. Orang menggunakan facebook untuk tetap terhubung dengan teman dan keluarga, untuk menemukan apa yang terjadi di dunia, dan untuk berbagi serta mengungkapkan apa yang penting bagi mereka.²⁴

²¹ Mujahidah, "Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) sebagai Media Komunikasi", *Jurnal Komunikasi dan Sosial Keagamaan*, vol.15, no. 1 Juni 2013, 104.

²² *Ibid.*, 105.

²³ <https://newsroom.fb.com/company-info/>. Diakses pada tanggal 26 April 2022, Pukul 11.25 WIB.

²⁴ *Ibid.*

c. Logo

Logo facebook dan facebook marketplace disajikan pada gambar 1 berikut.



(a) (b)
Gambar 1. Logo Facebook (a) dan Logo Facebook Marketplace (b)
(Sumber: Newsroom Facebook)

6. Struktur Organisasi Facebook

Adapun struktur organisasi facebook terdiri dari:²⁵

a. Pimpinan Eksekutif

- | | |
|----------------------|--|
| 1) Mark Zuckerberg | <i>Founder, Chairman and Chief Executive Officer</i> |
| 2) Nick Clegg | <i>President, Global Affairs</i> |
| 3) Sherly Sandberg | <i>Chief Operating Officer</i> |
| 4) David Wehner | <i>Chief Financial Officer</i> |
| 5) Marne Levine | <i>Chief Business Officer</i> |
| 6) Chris Cox | <i>Chief Product Officer</i> |
| 7) Jennifer Newstead | <i>Chief Legal Officer</i> |
| 8) Andrew Bosworth | <i>Chief Technology Officer</i> |

b. Dewan Direktur Eksekutif, Inc

- | | |
|--------------------|--|
| 1) Mark Zuckerberg | <i>Founder, Chairman dan Chief Executive</i> |
|--------------------|--|

²⁵ *Ibid.*

Officer Facebook

- 2) Marc Andreessen *Co-founder and General Partner
Andreessen Horowitz*
- 3) Susan Desmond-Hellmann *CEO Bill and Melinda Gates Foundation*
- 4) Reed Hastings *Chairman and CEO Netflix*
- 5) Erskine Bowles *President Emeritus, the University of North
Carolina Partner*
- 6) Peter Thiel *Founders Fund*
- 7) Sheryl Sandberg *COO Facebook*
- 8) Jan Koum *Founder and CEO WhatsApp*

c. Pendiri

- 1) Mark Zuckerberg *Founder, Chairman dan Chief Executive
Officer*
- 2) Dustin Moskovitz *Co-founder*
- 3) Chris Hughes *Co-founder*
- 4) Eduardo Saverin *Co-founder*

7. Model Bisnis Facebook Marketplace

Model bisnis facebook marketplace menunjukkan antara penjual dan pembeli dapat melakukan registrasi terhadap facebook marketplace. Selanjutnya, penjual dan pembeli dapat berhubungan langsung, sementara untuk sistem pembayaran bergantung pada kesepakatan bersama antara keduanya. Cara ini dianggap paling aman untuk menghindari resiko terjadinya penipuan. Pembeli

terlebih dahulu dapat melihat profil penjual dari facebook karena untuk dapat bertransaksi di facebook marketplace syaratnya harus memiliki akun facebook terlebih dahulu.²⁶ Model bisnis facebook marketplace dapat dilihat pada gambar 2 berikut.



Gambar 2. Model Bisnis Facebook Marketplace
(Sumber: Joko Riyanto & Supriyanto, 942)

8. Sistem Jual Beli *Online* pada Facebook Marketplace

Jual beli *online* di facebook marketplace dapat dilakukan dengan membuka fitur facebook marketplace pada aplikasi facebook. Disini pembeli dapat melihat foto produk yang ditawarkan dan dilengkapi dengan keterangan seperti jenis produk, harga, lokasi, keterangan bahan, ukuran, ketersediaan, kontak penjual dan lain-lain. Apabila ada informasi yang kurang jelas, pembeli dapat menanyakan langsung kepada penjual melalui kolom pesan dan menunggu balasan dari penjual. Terkait dengan sistem pembayaran jual beli *online* pada facebook marketplace dapat dilakukan dengan tiga cara sebagai berikut:²⁷

a. *Cash On Delivery* (COD)

Membayar langsung kepada penjual dan menyepakati tempat untuk bertransaksi sehingga pembeli dapat mengecek kondisi barang terlebih dahulu. COD juga dapat dilakukan melalui perantaraan kurir.

²⁶ Joko Riyanto dan Supriyanto, "Analisa Sistem Aplikasi Marketplace Facebook dalam Pengembangan Dunia Bisnis", *Jurnal Media Informatika Budidarma*, vol. 4, no. 4 Oktober 2020, 942.

²⁷ Lailatul Fitriani, "Implementasi Konsep Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Online", 64.

b. *Debit On Delivery* atau *Credit On Delivery*

DOD yaitu pembeli melakukan transaksi dengan kartu kredit, lalu pembeli dapat membayar tunai kepada agen pengiriman setelah pesanan diterima, transaksi juga bisa dilakukan dengan *Credit On Delivery*.

c. Transfer Rekening Bank

Pembeli dapat mentransfer uang melalui teller bank, ATM maupun internet banking.

9. Kelebihan dan Kekurangan Facebook Marketplace

Facebook marketplace memiliki kelebihan dan kekurangan sebagai berikut:

a. Kelebihan Facebook Marketplace

Adapun kelebihan facebook marketplace dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Para penjual tidak mengeluarkan biaya yang mahal untuk membangun sistem market sendiri karena sudah disiapkan oleh penyedia facebook marketplace, sehingga dapat meminimalisir biaya operasional yang harus dikeluarkan.²⁸
- 2) Dapat digunakan sebagai media promosi dan penjualan produk karena jangkauan pasarnya luas dapat menjangkau seluruh pengguna facebook.²⁹
- 3) Transaksi jual beli dapat dilakukan dengan mudah, cepat dan efisien karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.³⁰

²⁸ Sudung Simatupang, Efendi, dan Debi Eka Putri, "Facebook Marketplace serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli", 29.

²⁹ Winia Waziana, Ricco Herdian Saputra dan Jimi Ali Baba, "Pendampingan Pemasaran Produk Home Industri Melalui Facebook Marketplace bagi Pelaku UMKM di Era Pandemi", 39.

- 4) Pembayaran dapat dilakukan secara *Cash On Delivery* (COD) apabila penjual dan pembeli berada dalam satu wilayah yang sama, sehingga pembeli dapat melihat terlebih dahulu barang pesannya.³¹

b. Kekurangan Facebook Marketplace

Adapun kekurangan facebook marketplace dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Facebook marketplace hanya menyediakan tempat untuk melakukan transaksi dan tidak menyediakan fasilitas pembayaran, pengiriman dan pengembalian dana/barang, sehingga penjual dan pembeli harus membuat kesepakatan untuk menentukan metode pembayaran dan pengiriman.³²
- 2) Tidak adanya jaminan keamanan dalam transaksi karena tidak diperantarai oleh pihak ketiga seperti halnya aplikasi Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak dan sebagainya.³³

B. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari bahasa Yunani Kuno yaitu *ethos* yang artinya kebiasaan, akhlak, adat, watak, sikap, perasaan dan cara berpikir.³⁴ Etika juga mempunyai

³⁰ Elly Muningsih, "Facebook Commerce, E-Commerce pada Media Sosial Facebook yang Modern dan Populer", 12.

³¹ Lailatul Fitriani, "Implementasi Konsep Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Online", 64.

³² Anak Agung Hari Narayana dan Dewa Gde Rudy, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Online Melalui Media Facebook", 84.

³³ *Ibid.*

beragam makna diantaranya sebagai analisis konsep-konsep terhadap apa yang harus, tugas, benar-salah, aturan-aturan moral, tanggung jawab, wajib dan sebagainya; aplikasi ke dalam tindakan-tindakan moral atau watak moralitas; aktualisasi kehidupan yang baik secara moral.³⁵ Moralitas disini mencakup kegiatan atau praktek yang membedakan hal yang baik dan yang buruk, aturan yang mengendalikan kegiatan dan nilai yang terdapat di dalamnya yang dijadikan sasaran oleh kegiatan atau praktek tersebut. Menurut Dewantara, etika adalah titik tolak baik dan buruk yang menjadi rujukan dalam pengambilan keputusan sebelum melakukan berbagai aktivitas.³⁶ K. Bertens mengartikan etika ke dalam beberapa pengertian diantaranya; digunakan dalam pengertian norma-norma atau nilai-nilai moral yang dijadikan pedoman dalam mengatur tingkah laku bagi seseorang atau kelompok.³⁷ Etika sangat erat kaitannya dengan perilaku manusia, khususnya perilaku pebisnis apakah berperilaku etis atau berperilaku tidak etis.

Bisnis atau dagang dalam bahasa Arab disebut dengan *tijārah*. Asal katanya *tajara, tajrān wa tijāratan*, yang artinya berdagang atau berniaga.³⁸ Bisnis adalah suatu aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau suatu kelompok dalam penyediaan barang dan jasa dalam rangka untuk memperoleh keuntungan (*profit*). Dalam pengertian yang lebih luas, bisnis adalah semua aktivitas berbagai institusi yang menghasilkan barang dan jasa untuk

³⁴ Nur Ahmad Fadhil Lubis dan Azhari Akmal Tarigan, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Hijri Pustaka Utama, 2001), 27.

³⁵ Suwito, *Filsafat Pendidikan Akhlak Ibn Miskawaih* (Yogyakarta: Belukar, 2004), 32.

³⁶ Dewantara, A.W., *Filsafat Moral Pergumulan Etis Keseharian Manusia* (2017), 56.

³⁷ K. Bertens, *Etika* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), 27.

³⁸ Adib Bisri dan Munawwir, *Kamus Al-Bisri Arab-Indonesia* (Surabaya:Pustaka Progressif, 1999), 534.

memenuhi kebutuhan sehari-hari manusia.³⁹ Sedangkan bisnis Islam dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam beragam bentuk yang tidak dibatasi kuantitas kepemilikan harta (barang dan jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi cara perolehan dan pemanfaatan harta harus sesuai dengan aturan-aturan syariah. Dalam bisnis Islam, aturan-aturan syariah sangat memperhatikan halal dan haram termasuk dari cara perolehan dan pemanfaatan harta tersebut.⁴⁰

Etika bisnis dapat diartikan sebagai upaya untuk menganalisa asumsi-asumsi bisnis tentang bagaimana seseorang seharusnya bertindak dalam struktur bisnis tertentu.⁴¹ Sementara etika bisnis Islam dapat diartikan sebagai perwujudan dari pengimplementasian prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang terdiri dari prinsip-prinsip umum yang terhimpun menjadi satu kesatuan.⁴² Menurut Harahap, etika bisnis Islam adalah buah dari keislaman, keimanan, dan ketaqwaan yang dilandaskan pada keyakinan yang kuat pada kebenaran Allah SWT. Islam sebagai etika dalam seluruh aspek kehidupan dan sumber nilai juga mengatur masalah bisnis. Bisnis Islami harus bertujuan untuk kepentingan beribadah dan niat untuk mematuhi aturan syariah.⁴³ Etika bisnis Islam juga dapat diartikan sebagai segala perilaku bisnis dalam suatu transaksi yang tidak sekedar bertujuan untuk mencari keuntungan (*profit*) yang sebesar-besarnya, akan tetapi yang paling utama yaitu

³⁹ Yazida Salsabiila dan Achmad Fajaruddin, "Analisis Model Dropshipping dalam Etika Bisnis Islam", 986.

⁴⁰ Nur Ahmad Fadhil Lubis dan Azhari Akmal Tarigan, *Etika Bisnis dalam Islam*, 62.

⁴¹ *Ibid.*, 64.

⁴² Arhadian Roliansyah dkk., "Analisis Transaksi Jual Beli Online di Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis Islam pada Masa Pandemi Covid 19", 445.

⁴³ Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2010), 70.

untuk mencari keberkahan atas rezeki yang didapat dan mencari keridhaan Allah SWT.⁴⁴

Jadi, dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah suatu aktivitas atau perilaku bisnis yang dilandaskan kepada nilai-nilai ajaran Islam yang bertujuan untuk mencari keuntungan, mencari keridhaan Allah dan keberkahan terhadap rezeki yang diperoleh.

2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Adapun yang menjadi dasar hukum etika bisnis Islam antara lain:

a. Al-Qur'an

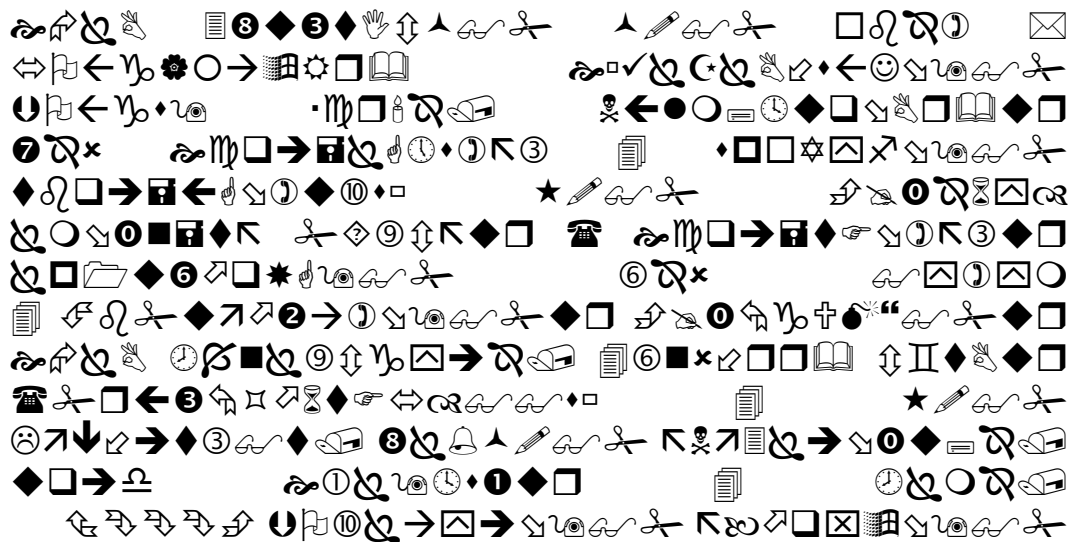
Al-Qur'an telah menjelaskan bahwa bisnis tidak boleh dilaksanakan dengan jalan yang *bathil* dan *dzalim*, tetapi harus atas dasar suka sama suka dan penuh keridhaan. Hal ini sebagaimana telah dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa ayat 29.⁴⁵ Ayat tersebut menjelaskan bahwa dalam etika bisnis Islam dilarang adanya penipuan, antara penjual dan pembeli harus saling ridha dan sepakat dalam melaksanakan transaksi bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip yang terdapat dalam etika bisnis Islam. Sehingga dengan melaksanakan etika bisnis Islam, maka diharapkan suatu bisnis akan mengalami kemajuan dan perkembangan pesat karena memperoleh keberkahan dari Allah SWT baik di

⁴⁴ Desy Astrid Anindya, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua", *Jurnal At-Tawassuth*, vol.2, no. 2 Januari 2017, 390.

⁴⁵ Al-Qur'an Surat An-Nisa (4): 29.

dunia dan akhirat. Etika bisnis Islam menjamin baik penjual maupun pembeli akan saling memperoleh keuntungan.⁴⁶

Dalam ayat lain disebutkan pula:



Artinya: “Sesungguhnya Allah Telah membeli dari orang-orang mukmin diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka. Mereka berperang pada jalan Allah; lalu mereka membunuh atau terbunuh. (Itu telah menjadi) janji yang benar dari Allah di dalam Taurat, Injil dan Al Quran. dan siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) daripada Allah? Maka bergembiralah dengan jual beli yang telah kamu lakukan itu, dan itulah kemenangan yang besar.” (Q.S. At-Taubah: 111)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa manusia memiliki kebebasan dalam menjalankan bisnis, tetapi tetap terikat pada aturan-aturan yang telah ditetapkan agar hasil bisnis yang dijalankan menjadi halal dan berkah karena cara memperolehnya sudah sah menurut Al-Qur’an. Disinilah urgensinya dalam aktivitas bisnis harus memperhatikan keadilan, tanggung jawab, menghindari

⁴⁶ Asyraf Muhammad Dawwah, *Meneladani Keuntungan Bisnis Rasulullah* (Semarang: Pustaka Nuun, 2008), 58.

praktik riba, *gharar* dan lain-lain yang dapat menciderai nilai-nilai etika bisnis Islam yang harus dijunjung tinggi.⁴⁷

b. Hadist

Dalam hadist yang diriwayatkan At-Tirmidzi, bahwa Rasulullah saw bersabda:

حَدَّثَنَا هَنَّادٌ حَدَّثَنَا قَبِيصَةُ عَنْ سُفْيَانَ عَنْ أَبِي حَمْزَةَ عَنْ الْحَسَنِ عَنْ أَبِي سَعِيدٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ.

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami Hannad, telah menceritakan kepada kami Qabishah dari Sufyan dari Abu Hamzah dari Al Hasan dari Abu Sa’id dari Nabi saw beliau bersabda, pedagang yang jujur, terpercaya dan muslim akan bersama para Nabi, orang-orang yang jujur dan para syuhada”. (HR. At-Tirmidzi, no. 1130)⁴⁸

Hadist tersebut menjelaskan tentang pentingnya kejujuran karena akan membawa kepada kebaikan dan niscaya kehidupan akan diliputi dengan perbuatan baik. Pedagang yang jujur akan ditempatkan di surga bersama dengan para Nabi dan syuhada.

3. Tujuan Umum Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan hal yang sangat penting dalam perjalanan

⁴⁷ Muhammad Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2004), 44.

⁴⁸ Hadis no. 1130, “Kitab Sunan At-Tirmidzi”, Abi Isa Muhammad ibn Isa ibn Saurah, *Sunan At-Tirmidzi*, juz 3, (Beirut: Dar Al-Fikr, 1994), 5.

bisnis sehingga mempunyai fungsi substansial untuk membekali para pelaku bisnis. Etika bisnis Islam memiliki tujuan umum sebagai berikut.⁴⁹

- a. Menciptakan kode etik Islami yang mengatur, mengembangkan dan menetapkan metode berbisnis yang sesuai dengan kerangka ajaran Islam. Kode etik Islami juga menjadi simbol acuan untuk melindungi para pelaku bisnis dari risiko.
- b. Menjadi dasar hukum dalam menetapkan tanggung jawab bagi diri pelaku bisnis, antar komunitas bisnis, masyarakat dan tanggung jawab terhadap Allah SWT.
- c. Dipersepsikan sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan permasalahan yang terjadi dalam bisnis, daripada harus diserahkan kepada pihak peradilan.
- d. Berkontribusi dalam penyelesaian banyak problematika yang terjadi antar sesama pelaku bisnis dan masyarakat sekitar sehingga dapat menciptakan *ukhuwwah* dan kerjasama.

4. Fungsi Etika Bisnis Islam

Adapun fungsi adanya etika bisnis Islam sebagai berikut:⁵⁰

- a. Etika bisnis Islam berusaha mencari jalan untuk menyeimbangkan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- b. Etika bisnis Islam berperan dalam mengubah kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang bisnis Islami. Etika bisnis Islam memberikan cara

⁴⁹ Husein Syahata, *Etika* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), 12.

⁵⁰ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam* (Semarang: Walisongo Press, 2009), 76.

pandang dan pemahaman tentang bisnis dengan berlandaskan pada ajaran Islam.

- c. Etika bisnis Islam berperan memberikan solusi terhadap permasalahan bisnis yang mengalami pergeseran nilai-nilai etika di dalamnya, yang seharusnya bisnis harus merujuk pada sumber utama yaitu Al-Qur'an dan Sunnah.

5. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip-prinsip etika bisnis Islam sebagai berikut:

a. Prinsip Kesatuan (*Unity/Tauhid*)

Prinsip ini berisi tentang kepercayaan terhadap keesaan Allah SWT serta menuntut kesadaran manusia bahwa semua yang ada di dunia ini adalah milik Allah dan semua aktivitas bisnis tidak hanya dilakukan untuk urusan dunia tapi juga untuk urusan akhirat.⁵¹ Prinsip kesatuan ini terefleksi dalam konsep tauhid yang menggabungkan semua aspek kehidupan manusia ekonomi, sosial, politik menjadi kesatuan yang homogen dan mengedepankan konsep keteraturan dan konsistensi yang menyeluruh.⁵²

Sebagai implementasi prinsip ini, maka seorang pelaku bisnis dalam melakukan aktivitas bisnisnya tidak akan melakukan hal-hal diantaranya; diskriminasi antar penjual, pemasok, pekerja, pembeli dan mitra kerja karena

⁵¹ Lailatul Fitriani, "Implementasi Konsep Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Online", 64.

⁵² Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 35.

perbedaan agama, ras dan jenis kelamin; melakukan praktik bisnis yang dilarang oleh Allah SWT; serta menimbun kekayaan dengan tamak.⁵³

b. Prinsip Keseimbangan (*Equilibrium*)

Dalam prinsip keseimbangan pada dunia bisnis perlu diterapkan suatu keadilan dalam semua hal tanpa terkecuali sehingga tidak adanya perbedaan. Islam pun sangat melarang manusia untuk berlaku curang dan dzalim. Al-Qur'an mengajarkan manusia untuk mengukur dan menimbang dengan cara yang benar dan dilarang melakukan pengurangan timbangan. Karena sejatinya kecurangan dalam bisnis merupakan pertanda kehancuran dan kunci keberhasilan suatu bisnis terletak pada kepercayaan.⁵⁴

c. Prinsip Kehendak Bebas (*Free Will*)

Prinsip kehendak bebas adalah hak individu dan kolektif untuk mendapatkan kebebasan dalam melakukan aktivitas bisnis, yaitu menentukan suatu tindakan atau keputusan sepanjang tidak melanggar aturan syariah. Kehendak bebas dalam Islam biasa disebut dengan *khiyar*, yaitu kondisi dimana orang yang melakukan akad boleh membatalkan transaksi tersebut.⁵⁵ Dengan kata lain, manusia diberi kebebasan untuk membuat kontrak, menepati ataupun membatalkan kontrak tersebut. Dalam transaksi jual beli sendiri, kehendak bebas berarti salah satu pihak tidak melakukan paksaan terhadap pihak lain, sehingga

⁵³ Yazida Salsabiila dan Achmad Fajaruddin, "Analisis Model Dropshipping dalam Etika Bisnis Islam", 987.

⁵⁴ Lailatul Fitriani, "Implementasi Konsep Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Online", 65.

⁵⁵ *Ibid.*

pihak lain melakukan transaksi bukan atas keinginan sendiri, tapi karena adanya paksaan. Oleh karena itu, jual beli harus dilakukan atas dasar kerelaan dan suka sama suka.⁵⁶

d. Prinsip Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Prinsip tanggung jawab sangat erat kaitannya dengan prinsip kehendak bebas, yang mana telah ditetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan manusia dengan tetap bertanggung jawab atas segala hal yang dilakukan. Manusia harus mempertanggungjawabkan pilihannya tidak hanya di hadapan manusia, tapi di hadapan Allah SWT. Manusia bisa saja melepaskan tanggung jawab di akhirat, namun tidak bisa melepaskan tanggung jawab di hadapan Allah SWT. Jika dilihat dari prinsip tanggung jawab, maka tanggung jawab merupakan hal yang terpenting dalam transaksi jual beli.⁵⁷

e. Prinsip Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran (*Truth, Goodness and Honesty*)

Prinsip kebenaran adalah nilai yang sesuai dengan syariah Islam. Kebenaran merupakan niat, tindakan dan sikap yang baik, misalnya proses mendapatkan barang/jasa, proses akad, proses mengembangkan usaha dan cara memperoleh keuntungan. Prinsip kebajikan merupakan sikap baik yang ditunjukkan dengan tindakan yang dapat memberikan manfaat bagi individu lain.

⁵⁶ Mabarroh Azizah, "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Daring di Toko Online Shopee", 92.

⁵⁷ *Ibid.*, 92-93.

Sedangkan prinsip kejujuran adalah sikap jujur dalam menjalankan bisnis tanpa adanya tindakan yang mengarah pada kecurangan dan kezaliman.⁵⁸

6. Panduan Rasulullah dalam Etika Bisnis Islam

Rasulullah saw telah banyak memberikan pedoman mengenai etika bisnis Islam sebagai berikut:⁵⁹

- a. Prinsip kejujuran. Dalam ajaran Islam, kejujuran menjadi pondasi utama dalam menjalankan aktivitas bisnis. Rasulullah saw selalu bersikap jujur dalam menjalankan bisnis dan beliau sangat melarang para pedagang meletakkan barang yang sudah di bagian bawah dan barang yang baru di bagian atas.
- b. Kesadaran tentang signifikansi sosial aktivitas bisnis. Dalam Islam, seorang pelaku bisnis tidak diperbolehkan untuk mengejar keuntungan semata, akan tetapi harus berorientasi pada sikap *ta'awun* (tolong-menolong) sebagai implikasi sosial dari aktivitas bisnis. Intinya, berbisnis tidak semata untuk mencari keuntungan material saja, tetapi dilandasi dengan kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.
- c. Tidak melakukan sumpah palsu. Rasulullah saw sangat melarang para pelaku bisnis untuk melakukan sumpah palsu dalam aktivitas bisnis. Praktik sumpah palsu sangat sering dilakukan di zaman sekarang, karena dapat meyakinkan pembeli sehingga dapat meningkatkan pemasaran dan daya beli. Namun,

⁵⁸ Arhadian Roliansyah dkk., “Analisis Transaksi Jual Beli Online di Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis Islam pada Masa Pandemi Covid 19”, 446.

⁵⁹ Darmawati, “Etika Bisnis dalam Perspektif Islam : Eksplorasi Prinsip Etis Al-Qur'an dan Sunnah”, 65.

meskipun keuntungan yang didapat berlimpah, tetapi hasilnya tidaklah membawa keberkahan bagi penjual.

- d. Ramah-tamah. Artinya seorang pelaku bisnis harus senantiasa bersikap ramah-tamah dalam menjalankan aktivitas bisnis.
- e. Dilarang menjelekkkan bisnis orang lain dengan maksud agar pembeli membeli kepadanya. Menjatuhkan bisnis orang lain seperti ini sangatlah dilarang oleh Rasulullah saw.
- f. Dilarang melakukan *ihthikar*. Rasulullah saw melarang keras bagi pelaku bisnis yang melakukan *ihthikar* yaitu kegiatan menumpuk barang dalam waktu tertentu dengan tujuan agar nantinya harga barang menjadi naik dan diperoleh keuntungan besar dari perbuatan tersebut.
- g. Membayar upah sebelum keringat kering. Rasulullah saw mengisyaratkan bahwa tidak diperbolehkan menunda-nunda pembayaran upah dan harus sesuai dengan kerja yang dilakukan.
- h. Tidak melakukan monopoli. Misalnya, eksploitasi terhadap hak milik sosial seperti udara, tanah, air dan kandungan yang terdapat di dalamnya dengan tujuan untuk mengeruk keuntungan secara pribadi tanpa memberi kesempatan kepada orang lain.
- i. Tidak boleh melakukan aktivitas bisnis dalam kondisi eksisnya bahaya (*mudharat*) yang dapat merusak dan merugikan kehidupan individu dan sosial. Misalnya, tidak diperbolehkan menjual barang halal seperti anggur kepada produsen minuman keras, karena diduga akan diolah menjadi miras.

Segala bentuk bisnis seperti ini dilarang karena dapat merusak esensi hubungan sosial antar masyarakat.

- j. Bisnis dilakukan atas dasar suka rela, tanpa adanya paksaan.
- k. Segera melunasi kredit yang sudah menjadi kewajibannya.
- l. Memberi tenggang waktu apabila kreditor belum mampu melunasi hutangnya.
- m. Bisnis harus bersih dari unsur *ribawi*.

7. Nilai-Nilai Bisnis Islam

Adapun nilai-nilai Islam yang dapat diaplikasikan dalam bisnis sebagai berikut:

a. *Amanah*

Amanah adalah pertanggungjawaban moral atau kepercayaan atas segala tugas yang harus dilaksanakan seseorang. Menjaga kepercayaan konsumen merupakan suatu hal yang harus menjadi perhatian khusus bagi para pelaku bisnis. Oleh karena itu, segala upaya dilakukan untuk membangun kepercayaan konsumen, sehingga menjadi daya tarik dalam memperluas jangkauan pasar serta berbagai strategi pun diterapkan agar dikunjungi oleh konsumen dan melakukan transaksi.⁶⁰

⁶⁰ Isnayah, "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Promosi di Instagram (Studi Endorse Selebgram di Kota Parepare)", *Magister Thesis Institut Agama Islam Negeri Parepare*, 2021, 37.

b. *Maslahah*

Maslahah adalah segala kegiatan yang memberikan kemaslahatan kepada pelaku bisnis dan konsumen yang mana perlu mendapat perhatian khusus. Islam sangat memprioritaskan kemaslahatan bagi manusia untuk menghindarkan manusia dari berbagai keburukan yang mengancam kelangsungan hidup manusia.⁶¹

c. *Ikhlas*

Ikhlas adalah melakukan suatu perbuatan dengan tujuan mencari keridhaan Allah SWT dan membersihkan segala perbuatan dari bentuk kesenangan dunia. Merealisasikan sikap *ikhlas* dalam segala aktivitas bisnis akan menghantarkan manusia kepada keridhaan Allah SWT.⁶²

d. *'Adl*

'Adl atau keadilan adalah nilai yang dijunjung tinggi dan norma yang penting dalam segala aspek perekonomian. Keadilan merupakan kebutuhan baik pelaku bisnis dan konsumennya. Oleh karena itu, jual beli harus didasari oleh kejujuran dan transparansi, melarang adanya unsur penipuan dalam jual beli karena kondisi produk yang tidak sesuai dengan aslinya, sehingga ada pihak yang merasa dirugikan. Dalam hal ini, maka pelaku bisnis harus memberitahukan kondisi produk yang sesungguhnya kepada konsumen.⁶³

e. *Ukhuwwah*

⁶¹ *Ibid.*

⁶² *Ibid.*, 38.

⁶³ *Ibid.*

Ukhuwwah adalah konsep solidaritas, tolong-menolong dan ganti rugi secara bersama-sama. *Ukhuwwah* adalah norma yang penting dalam segala aspek perekonomian. Islam sangat mengapresiasi jika manusia saling membantu satu sama lain saat ada yang membutuhkan dan melarang perbuatan yang dapat merusak persatuan umat manusia.⁶⁴

C. Akad *Salam* dalam Jual Beli *Online*

1. Pengertian Akad *Salam*

Secara etimologi *salam* artinya pesanan. Sedangkan secara terminologi *salam* adalah akad pemesanan suatu barang dengan kriteria yang telah disepakati dan dengan pembayaran tunai pada saat akad dilakukan.⁶⁵ Spesifikasi dan harga barang sudah disepakati di awal, sedangkan pembayaran dilakukan secara penuh di muka. Dengan akad *salam*, maka kedua belah pihak mendapatkan keuntungan tanpa ada unsur penipuan (*gharar*).

2. Rukun, Syarat dan Hukum Akad *Salam*

Akad *salam* memiliki kriteria khusus bila dibandingkan dengan jual beli lainnya yaitu pembayaran dapat dilakukan di awal dan serah terima barang ditunda sampai waktu yang ditentukan dalam akad. Akad *salam* memiliki lima

⁶⁴ *Ibid.*, 39-40.

⁶⁵ Trisna Taufik Darmawansyah dan Miko Polindi, "Akad As-Salam dalam Sistem Jual Beli Online (Studi Kasus Online Shopping di Lazada.co.id)", *Jurnal Aghinya Stiesnu Bengkulu*, vol. 3, no. 1 Juni 2020, 22.

rukun yaitu adanya pembeli (*muslam*), penjual (*muslam ilaih*), modal atau harga (*ra'sul mal*), barang (*muslam fiih*) dan ijab qabul (*sighat*).⁶⁶

Syarat orang berakad baik penjual dan pembeli dalam akad *salam* harus memenuhi syarat sebagai berikut:⁶⁷

- a. *Baligh*.
- b. Berakal, sudah *mumayyiz*.

Syarat harga dalam akad *salam* harus memenuhi syarat sebagai berikut:⁶⁸

- a. Harus jelas jumlahnya.
- b. Pembayaran harus secara penuh pada saat akad.
- c. Tidak boleh ada kecurangan harga.

Syarat barang dalam akad *salam* harus memenuhi syarat sebagai berikut:⁶⁹

- a. Harus sesuatu yang bisa ditakar, dihitung atau ditimbang.
- b. Harus jelas dan ditentukan jenisnya.
- c. Harus ada tempo yang jelas untuk penyerahan.

Hukum jual beli dengan akad *salam* diperbolehkan dalam Islam, sesuai dengan Al-Qur'an dan hadist yang menganjurkan bahwa ketika kita melakukan akad *salam* harus memperhatikan kualitas, kuantitas dan waktu yang tepat.⁷⁰

3. Implikasi Hukum Akad *Salam*

⁶⁶ Abdul Haris Simal, "Pelaksanaan Jual Beli dengan Menggunakan Akad As-Salam Ditinjau dari Prinsip *Tabadul Al-Manafi*", *Tahkim*, vol. 15, no. 1 Juni 2019, 116.

⁶⁷ *Ibid.*, 113.

⁶⁸ *Ibid.*

⁶⁹ *Ibid.*

⁷⁰ Saprida, "Akad Salam dalam Transaksi Jual Beli", *Mizan: Jurnal Ilmu Syariah*, vol. 4, no. 1 Mei 2016, 130.

Dengan sahnya akad *salam*, maka penjual (*muslam ilaih*) berhak menerima harga atau modal (*ra'sul mal*) dan berkewajiban untuk mengirimkan barang pesanan (*muslam fiih*) kepada pembeli (*muslam*) sesuai dengan waktu yang telah disepakati bersama. Pembeli berhak memiliki barang pesanan sesuai dengan spesifikasi yang telah disepakati dan berkewajiban membayarkan sejumlah uang kepada penjual.⁷¹

4. Etika dalam Jual Beli *Salam*

Adapun etika dalam jual beli *salam* sebagai berikut:⁷²

- a. Penjual dan pembeli hendaknya bersikap jujur, *ikhlas* dan *amanah* dalam perjanjian-perjanjian yang telah disepakati.
- b. Penjual hendaknya berusaha memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan.
- c. Pembeli hendaknya tidak menolak barang yang telah dipesan dengan membuat berbagai alasan palsu.
- d. Sekiranya barang yang telah dipesan dan diterima oleh pembeli ternyata terdapat kekurangan atau ketidaksesuaian, sebaiknya penjual dan pembeli mencari solusi yang terbaik untuk permasalahan tersebut.

⁷¹ *Ibid.*, 128.

⁷² *Ibid.*, 125.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif (*syar'i*). Pendekatan normatif (*syar'i*) adalah pendekatan yang digunakan untuk menganalisis suatu permasalahan yang didasarkan pada ketentuan hukum yang berlandaskan pada Al-Qur'an, hadist, pendapat para ulama dan kaidah ushul fiqh terhadap masalah yang berkaitan dengan etika bisnis Islam.¹

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (*natural setting*), serta lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu permasalahan daripada generalisasi.² Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu proses menganalisis dan menginterpretasikan data yang sudah dikumpulkan dan disusun dari proses penelitian berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang yang diamati, selanjutnya dijelaskan serta dianalisa.³ Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara tepat keadaan, sifat-

¹ Kristianto Dwi Estijayandono, Siradjuddin, dan Abd. Wahid Haddade, "Etika Bisnis Jual Online dalam Perspektif Islam", 57.

² Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 27.

³ Ruslang, Muslimin dan Abdul Wahab, "Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis", 669.

sifat suatu individu, gejala atau kelompok tertentu untuk menentukan ada tidaknya hubungan antara suatu gejala dengan gejala lainnya dalam masyarakat.⁴

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang mengacu pada observasi dan kumpulan hasil wawancara sebagai bahan penelitian yang sesuai dengan topik yang dibahas.⁵ Penelitian lapangan diperlukan untuk mengumpulkan informasi terkait dengan facebook marketplace dalam perspektif etika bisnis Islam studi di Kota Langsa.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah informan yang dibutuhkan untuk menggali informasi yang dibutuhkan peneliti.⁶ Pada subjek penelitian inilah terdapat objek penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik toko *online* dan konsumen yang menggunakan facebook marketplace dalam bertransaksi jual beli *online* di Kota Langsa. Objek penelitian adalah sifat keadaan dari suatu benda atau yang menjadi pusat perhatian dan sasaran penelitian. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah facebook marketplace dalam perspektif etika bisnis Islam studi di Kota Langsa.

C. Sumber Data

Sumber data adalah sumber darimana datangnya data yang menjadi

⁴ Faisar Ananda Arfa, *Metodologi Penelitian Hukum Islam* (Bandung: Citapustaka Media, 2012), 14.

⁵ Ruslang, Muslimin dan Abdul Wahab, "Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis", 669.

⁶ Salim dan Syahrums, *Metodologi Penelitian* (Bandung: Citapustaka Media, 2012), 42.

pertimbangan pada setiap metode pengumpulan data.⁷ Terdapat dua sumber data dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Data primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari pihak pertama atau sumber aslinya.⁸ Data primer yang diperoleh adalah data hasil observasi penulis dan hasil wawancara berupa informasi yang didapatkan dari beberapa informan terpilih. Data primer dalam penelitian ini berupa data atau hasil wawancara dengan pemilik toko *online* yang bertransaksi jual beli *online* di facebook marketplace dan pembeli sebagai konsumen facebook marketplace. Adapun nama-nama informan penelitian, penulis sajikan dalam tabel 1 berikut.

Tabel 1. Nama-nama Informan Pemilik Toko *Online* dan Konsumen pada Facebook Marketplace di Kota Langsa

No.	Nama	Keterangan
1	Abdul Rani	Pemilik Toko <i>Online</i> Ayang Gallery
2	Hazrika, S.Pd.I	Pemilik Toko <i>Online</i> Ika Gallery
3	Dewi	Pemilik Toko <i>Online</i> Dewi Shop
4	Parni	Pemilik Toko <i>Online</i> Fadli Grosir Langsa
5	Achara Wilyanda	Konsumen facebook marketplace
6	Muzakirullah	Konsumen facebook marketplace
7	Ema Sanita	Konsumen facebook marketplace
8	Davi Daifullah	Konsumen facebook marketplace

Penulis memilih informan-informan tersebut karena sangat relevan dengan topik penelitian ini, dimana diantaranya empat informan merupakan pemilik toko *online* terbesar di Kota Langsa yang bertransaksi *online* menggunakan facebook marketplace. Sedangkan empat informan lainnya adalah konsumen atau pembeli yang berbelanja *online* di facebook marketplace. Teknik penentuan informan pada

⁷ Arfan Ikhsan dkk., *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen* (Bandung: Citapustaka Media, 2014), 122.

⁸ *Ibid.*, 122.

penelitian ini dilakukan dengan *sampling purposive* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu atau penarikan sampel bertujuan.⁹ Penelitian ini menganalisis tentang facebook marketplace dalam perspektif etika bisnis Islam, maka sampel yang menjadi sumber datanya adalah para penjual *online* dan konsumen yang bertransaksi di facebook marketplace. Oleh karena itu, ditentukan masing-masing informan baik penjual atau pembeli sebanyak empat orang informan.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara.¹⁰ Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari jurnal, e-jurnal, kamus, dokumen maupun buku-buku yang berkaitan dengan penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah-langkah dalam penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan data.¹¹ Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian yang diteliti untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan.¹²

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 124.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula* (Bandung: Alfabeta, 2010), 69.

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah mengamati secara langsung bagaimana transaksi jual beli *online* melalui facebook marketplace di empat toko *online* yang terdapat di Kota Langsa.

2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu atau untuk mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dari responden.¹³ Wawancara dilakukan dengan cara tanya-jawab secara lisan dan bertatap muka langsung antara seseorang pewawancara dengan seseorang atau beberapa orang yang diwawancarai.¹⁴

Dalam penelitian ini, penulis memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada informan dengan cara wawancara terstruktur. Penulis menyediakan instrumen berupa pedoman wawancara agar proses wawancara berjalan dengan lancar. Informan yang diwawancarai adalah Pemilik Toko *Online* Ayang Gallery, Toko *Online* Ika Gallery, Toko *Online* Dewi Shop, Toko *Online* Fadli Grosir Langsa, dan 4 orang informan sebagai konsumen di facebook marketplace.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik mengumpulkan berupa data-data tertulis yang mengandung penjelasan dan keterangan serta pemikiran tentang fenomena yang teraktual dan relevan dengan masalah penelitian. Dokumentasi diawali dengan menghimpun dokumen yang sesuai dengan tujuan penelitian, mencatat,

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 308.

¹³ *Ibid.*, 317.

¹⁴ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Press, 2008), 151.

menerangkan, menafsirkan dan mengaitkan dengan fenomena lainnya.¹⁵ Dokumen tersebut dapat berupa catatan, laporan-laporan kegiatan, foto-foto, surat kabar, majalah, agenda dan lain sebagainya. Dokumentasi dalam penelitian ini adalah mendokumentasikan transaksi jual beli *online* yang dilakukan di toko *online* yang terdapat di Kota Langsa.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya untuk mengungkap makna dari data penelitian dengan cara mengumpulkan data sesuai dengan klasifikasi tertentu. Data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi kemudian dikumpulkan, dipilah-pilih, diklasifikasikan, disintesis, dicari dan ditemukan pola dan hubungan-hubungan serta dibuat temuan umumnya.¹⁶ Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif model Miles dan Huberman dengan tahapan sebagai berikut:¹⁷

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah menyederhanakan dan memfokuskan data mentah ke dalam bentuk yang lebih mudah dikelola. Pada proses ini peneliti membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat bagian dan penggolongan data dan membuang data yang tidak diperlukan.

¹⁵ *Ibid.*, 152-153.

¹⁶ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 121.

¹⁷ Salim dan Syahrudin, *Metodologi Penelitian*, 149-150.

2. Penyajian Data

Peneliti menyajikan data dalam bentuk teks naratif dan menyajikan informasi yang tersusun secara sistematis sesuai dengan pokok permasalahan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya dalam menarik kesimpulan.

3. Verifikasi Data (Kesimpulan)

Peneliti menyampaikan kesimpulan dari data-data yang diperoleh untuk mencari makna data yang dikumpulkan guna menjawab rumusan masalah yang diajukan pada penelitian.

F. Teknik Triangulasi

Triangulasi adalah sebuah teknik yang digunakan untuk menguji keabsahan data menggunakan berbagai sudut pandang sehingga diperoleh informasi yang teruji kredibilitasnya.¹⁸ Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi yaitu triangulasi metode dan triangulasi sumber data yang diuraikan sebagai berikut.

1. Triangulasi Metode

Triangulasi metode adalah triangulasi yang dilakukan dengan pengecekan derajat kepercayaan hasil penelitian dengan berbagai metode yang digunakan dalam penelitian.¹⁹ Dalam triangulasi metode, penulis membandingkan antara

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 273.

¹⁹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021), 331.

hasil observasi, hasil wawancara dan hasil dokumentasi yang berkaitan, sehingga penulis memperoleh hasil data yang tepat.

2. Triangulasi Sumber Data

Triangulasi sumber data adalah triangulasi yang dilakukan dengan pengecekan derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan beberapa informan di waktu yang berbeda.²⁰ Dalam penelitian ini penulis melakukan triangulasi sumber data dengan mewawancarai beberapa informan yang melibatkan penjual *online* dan pembeli yang melakukan transaksi jual beli *online* melalui facebook marketplace di Kota Langsa.

²⁰ *Ibid.*, 330.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Facebook Marketplace

1. Tata Cara Pendaftaran Facebook Marketplace

Sebelum melakukan transaksi di facebook marketplace, pengguna harus menggunakan aplikasi facebook dengan *upgrade* terbaru untuk memperoleh fitur tambahan dari pihak App facebook. Jika aplikasi facebook sudah terpasang di perangkat seperti *smartphone* dan laptop, maka pengguna dapat melakukan transaksi baik menjual atau mencari produk atau jasa yang ditawarkan di facebook marketplace.¹

Adapun tata cara pendaftaran facebook marketplace sebagai berikut:

- a. Sebelum memasuki facebook marketplace, pengguna harus terlebih dahulu login ke aplikasi facebook dan mengisi *form login* seperti nama depan, nama belakang, alamat *e-mail*, tanggal lahir, *password*. Kemudian klik daftar dan akan muncul beranda facebook.²
- b. Di beranda facebook terdapat menu facebook marketplace yang dapat diakses untuk mencari produk ataupun menjualnya dengan mengisi form penjualan yang terdapat pada fitur Jual yakni memposting gambar dan deskripsi lengkap produk di facebook marketplace. Untuk mempelajari lebih lengkap, pengguna dapat mengakses menu bantuan.³

¹ Joko Riyanto dan Supriyanto, "Analisa Sistem Aplikasi Marketplace Facebook dalam Pengembangan Dunia Bisnis", 943.

² *Ibid.*, 944.

³ *Ibid.*, 945.

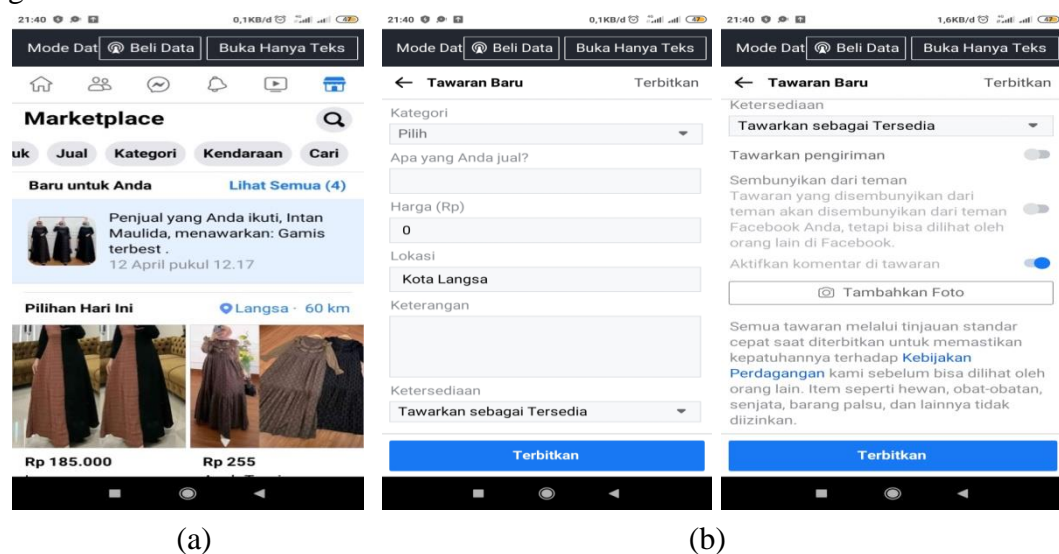
2. Fitur-fitur Facebook Marketplace

Ada tiga fitur utama yang terdapat pada facebook marketplace yaitu fitur penjualan, fitur pembelian dan fitur pencarian sekitar yang dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Fitur Penjualan

Pada fitur penjualan yang terdapat di facebook marketplace, penjual hanya perlu memposting foto produk dan menuliskan deskripsi seperti kategori produk, produk yang dijual, harga, lokasi, ketersediaan serta keterangan lainnya yang lebih terperinci.

Berikut ini disajikan tampilan fitur penjualan facebook marketplace pada gambar 3 berikut.



(a) (b)
Gambar 3. Beranda Facebook Marketplace (a) dan Penawaran Facebook Marketplace (b)
(Sumber: Facebook Marketplace)

Cara mengakses fitur penjualan facebook marketplace sebagai berikut:

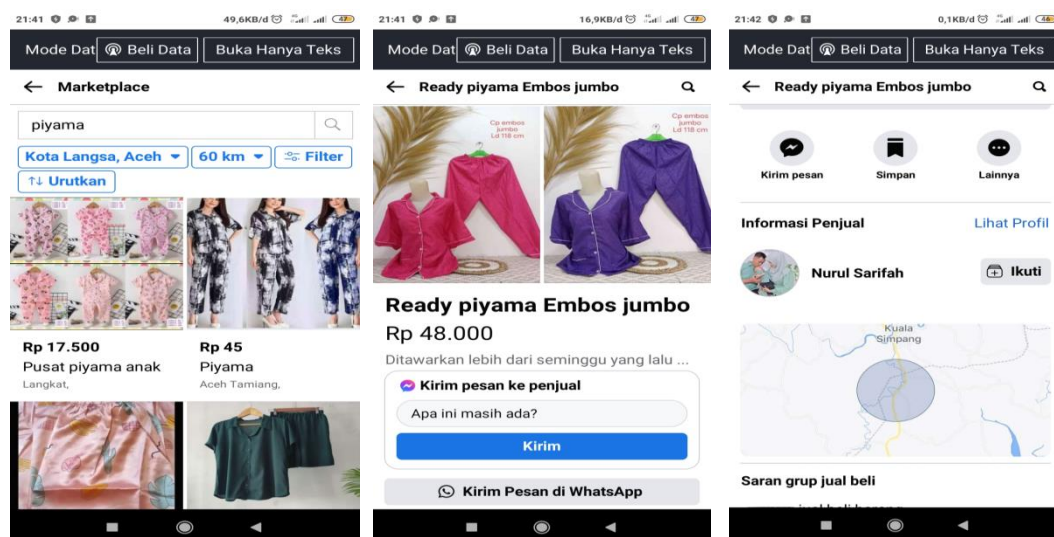
- 1) Buka aplikasi facebook.
- 2) Klik menu facebook marketplace.

- 3) Klik menu jual.
- 4) Masukkan tawaran produk seperti kategori produk, produk yang dijual, harga, lokasi, ketersediaan serta keterangan lain.
- 5) Klik tambahkan foto dan unggah foto.
- 6) Klik terbitkan sebagai langkah akhir penawaran.

b. Fitur Pembelian

Fitur pembelian memungkinkan pengguna untuk mencari produk yang diinginkan. Fitur ini dikembangkan dengan teknologi *Text Analysis AI* yang dikombinasikan dengan *Facebook Page* yang disukai oleh para pengguna.

Bagi pengguna yang tertarik ingin membeli produk di facebook marketplace dapat memulai percakapan dengan *instant text* seperti “Apakah ini masih ada?”. Dengan demikian, proses jual beli dapat dilakukan dengan lebih mudah dan cepat. Berikut ini disajikan tampilan fitur penjualan facebookmarketplace pada gambar 4 berikut.



(a)

(b)

Gambar 4. Pilihan Produk (a) dan Produk Facebook Marketplace (b)
(Sumber: Facebook Marketplace)

Cara mengakses fitur penjualan pada facebook marketplace sebagai berikut:

- 1) Buka aplikasi facebook.
- 2) Klik menu facebook marketplace.
- 3) Klik menu cari.
- 4) Telusuri facebook marketplace dengan pencarian nama produk misalnya piyama.
- 5) Klik foto produk dan chat penjual untuk menanyakan ketersediaan produk tersebut dan informasi lainnya yang dibutuhkan.

c. Fitur Pencarian Sekitar

Fitur ini memfasilitasi pengguna untuk melakukan pencarian produk serupa di daerah sekitar tempat tinggal. Dengan begitu, maka pengguna dapat lebih mudah menemukan dan mendatangi penjual jika tertarik dengan produk yang dijual.

3. Kebijakan Perdagangan Facebook Marketplace

Produk dan layanan jasa yang dipasarkan di facebook marketplace harus memenuhi standar kebijakan perdagangan facebook marketplace. Kebijakan tersebut memberikan aturan mengenai jenis produk dan layanan yang diizinkan untuk dijual di facebook marketplace. Penjual juga harus mematuhi semua ketentuan yang telah ditetapkan oleh pihak facebook marketplace. Apabila kebijakan tersebut dilanggar, maka sebagai konsekuensinya akan dilakukan penghapusan terhadap konten yang diposting. Jika produk yang diposting adalah

konten yang diizinkan pemasarannya di facebook marketplace, maka pihak facebook marketplace akan menyetujui penawaran tersebut untuk ditampilkan. Namun, jika berulang kali produk yang diposting melanggar kebijakan facebook marketplace, maka pihak facebook marketplace akan mengambil tindakan terhadap akun yang melanggar dengan cara menolak atau menghapus penawaran karena alasan apapun sesuai dengan kebijakan marketplace di facebook.

Dalam kebijakan perdagangan facebook marketplace ada postingan yang dilarang dan ada postingan yang dibatasi antara lain:⁴

a. Postingan yang dilarang

Postingan yang dilarang dalam kebijakan facebook marketplace sebagai berikut:

- 1) Standar Komunitas. Penawaran tidak boleh melanggar standar komunitas yang telah ditetapkan facebook marketplace.
- 2) Obat-obatan terlarang, resep dokter atau narkoba. Penawaran dilarang mempromosikan penjualan obat-obatan terlarang, resep dokter atau narkoba.
- 3) Produk tembakau dan perlengkapan terkait. Penawaran dilarang mempromosikan produk tembakau seperti rokok, tembakau kunyah, mesin gulung tembakau dan sebagainya.
- 4) Suplemen. Penawaran dilarang mempromosikan suplemen yang dikonsumsi.

⁴ <https://m.facebook.com/policies/commerce>. Diakses pada tanggal 26 April 2022 Pukul 14.00 WIB.

- 5) Senjata, amunisi dan bahan peledak. Penawaran dilarang mempromosikan senjata, amunisi dan bahan peledak.
- 6) Hewan. Penawaran dilarang mempromosikan penjualan hewan.
- 7) Produk atau layanan orang dewasa. Penawaran dilarang mempromosikan produk atau layanan orang dewasa.
- 8) Alkohol. Penawaran dilarang mempromosikan alkohol.
- 9) Produk perawatan kesehatan. Penawaran dilarang mempromosikan produk atau layanan kesehatan seperti perangkat medis.
- 10) Bagian dan cairan tubuh. Penawaran dilarang mempromosikan bagian atau cairan tubuh.
- 11) Layanan judi. Penawaran dilarang memfasilitasi perjudian, lotre, kasino, perjudian *online*, poker yang mempertaruhkan uang.
- 12) Menyesatkan, menipu atau mengganggu. Penawaran dilarang mempromosikan produk yang bersifat menyesatkan, menipu atau mengganggu.
- 13) Produk dengan kegiatan seksual yang berlebihan. Penawaran dilarang mempromosikan produk dengan cara yang mengandung ajakan seksual.
- 14) Produk langganan atau digital. Penawaran dilarang mempromosikan konten digital yang bisa di download, akun digital atau langganan digital.
- 15) Media digital dan perangkat elektronik. Penawaran dilarang mempromosikan perangkat yang memfasilitasi kegiatan streaming konten digital secara tidak sah.

16) Mata uang asli, virtual atau palsu. Penawaran dilarang mempromosikan mata uang asli, virtual atau palsu.

17) Tidak ada maksud komersial. Penawaran dilarang mempromosikan lelucon, berita atau postingan yang tidak dimaksudkan untuk memasarkan produk atau layanan.

18) Pelanggaran pihak ketiga.

Penawaran dilarang memuat postingan yang melanggar hak kekayaan intelektual milik pihak ketiga misalnya hak cipta atau merek dagang.

19) Diskriminasi. Penawaran tidak boleh mendiskriminasi kalangan tertentu berdasarkan ras, kewarganegaraan, suku, asal negara, warna kulit, usia, agama, jenis kelamin, status dan sebagainya.

20) Produk yang ditarik. Penawaran dilarang mempromosikan produk yang ditarik.

b. Postingan yang dibatasi

Postingan yang dibatasi dalam kebijakan facebook marketplace sebagai berikut:

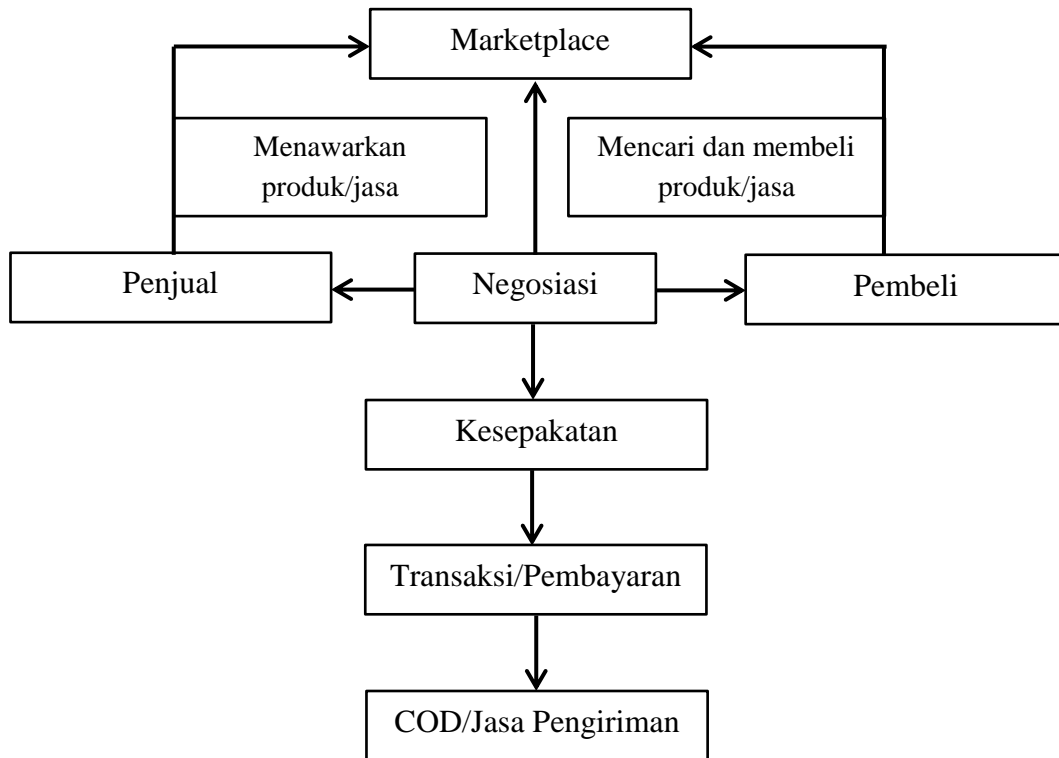
- 1) Tiket acara atau karcis masuk seperti tiket konser, tiket kereta, tiket festival, tiket penerbangan, karcis masuk ke museum dan sebagainya.
- 2) Kartu hadiah seperti kartu hadiah yang dikirimkan secara fisik atau elektronik.

B. Mekanisme Transaksi Jual Beli *Online* pada Facebook Marketplace di Kota Langsa

Perkembangan teknologi yang pesat membawa dampak yang cukup berpengaruh pada perkembangan dunia bisnis dan pemasaran, terutama di Kota Langsa sendiri. Saat ini banyak masyarakat Kota Langsa yang memanfaatkan internet sebagai media promosi dan pemasaran bisnis, salah satunya yaitu penggunaan marketplace pada aplikasi facebook. Kegiatan berbelanja *online* semakin diminati oleh masyarakat setempat karena selain mudah, juga dapat menghemat waktu dan biaya dibandingkan dengan belanja *offline*.

Pada praktik jual beli *online* di Kota Langsa, produk yang dijual sangat beraneka ragam mulai dari pakaian, kerudung, perlengkapan sholat, elektronik, aksesoris, mainan anak-anak, perlengkapan bayi, kosmetik dan produk kecantikan hingga peralatan rumah tangga. Produk-produk tersebut diperoleh penjual dari berbagai distributor yang berada di wilayah Medan, Lhokseumawe, Jakarta dan wilayah Pulau Jawa lainnya yang menyediakan produk-produk dengan harga terjangkau dan berkualitas. Produk-produk tersebut disediakan oleh para penjual dengan sistem *ready stock* di toko dan *sistem pre order* untuk jenis-jenis produk tertentu. Para penjual *online* di Kota Langsa memasarkan produk-produk mereka tersebut dengan memanfaatkan facebook marketplace sebagai media promosi dan transaksi.

Secara ringkas, transaksi jual beli *online* di facebook marketplace dapat dilihat pada skema berikut.



Gambar 5. Skema Transaksi Jual Beli *Online* di Facebook Marketplace

Penulis melakukan wawancara dengan empat orang informan untuk mendapatkan data terkait mekanisme transaksi jual beli *online* pada facebook marketplace di Kota Langsa yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Penjualan

Penjualan di facebook marketplace dilakukan oleh seseorang atau penjual yang ingin menjual suatu produk dengan melakukan penawaran iklan suatu produk pada *platform* yang telah disediakan pada facebook marketplace. Penjual harus memposting foto produk dan menuliskan deskripsi seperti kategori produk, produk yang dijual, harga, lokasi, ketersediaan serta keterangan lainnya yang lebih terperinci, sehingga penawaran tersebut dapat dilihat oleh pengguna facebook marketplace yang ingin melakukan pembelian terhadap suatu produk yang sedang dicari. Seperti yang dilakukan dan diungkapkan oleh Dewi selaku Pemilik Toko

Online Dewi Shop, “Cara jualannya dengan posting foto *realpict* di marketplace lengkap dengan keterangannya.”⁵

Hal serupa juga dikonfirmasi oleh Parni selaku Pemilik Toko Online Fadli Grosir Langsa, “Caranya posting dulu, kalau foto ada yang bagian foto, ada yang bagian video dan ada yang bagian *share* barang mana yang *ready* mana yang PO lengkap sama keterangan.”⁶

Produk yang dipromosikan di facebook marketplace berupa foto atau gambar yang sesuai dengan produk aslinya dan disertai dengan deskripsi yang jelas mengenai kondisi produk yang dijual. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Abdul Rani selaku Pemilik Toko Online Ayang Gallery sebagai berikut:

“Biasanya barang yang kami jual itu adalah barang berdasarkan foto *real picture*. Artinya barang itu kita foto dahulu baru kita pasarkan. Kita tidak memasarkan barang yang hanya sekedar menggunakan gambar dari *web* tapi barang itu *ready*, kita foto setelah kita lihat kualitasnya baru kita upload di marketplace.”⁷

Harga produk yang tertera di facebook marketplace, ada yang dicantumkan secara langsung dan ada yang hanya berupa angka saja sehingga harga dapat diketahui setelah bertanya kepada penjual melalui kolom *mesenger* yang tersedia. Dalam hal penetapan harga, sebagian penjual menyesuaikan harga produk sama dengan harga pasaran *online* lainnya dan sebagian lagi menetapkan harga yang lebih murah yaitu di bawah harga pasaran toko *offline*.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa cara berjualan *online* di facebook marketplace sangatlah mudah, dapat dilakukan dengan memposting foto produk

⁵ Wawancara dengan Dewi, Pemilik Toko *Online* Dewi Shop, Tanggal 30 Maret 2022.

⁶ Wawancara dengan Parni, Pemilik Toko *Online* Fadli Grosir Langsa, Tanggal 31 Maret 2022.

⁷ Wawancara dengan Abdul Rani, Pemilik Toko *Online* Ayang Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

lengkap dengan keterangannya, mencantumkan harga dan *contact person* untuk melanjutkan transaksi dan membuat kesepakatan.

2. Pembelian

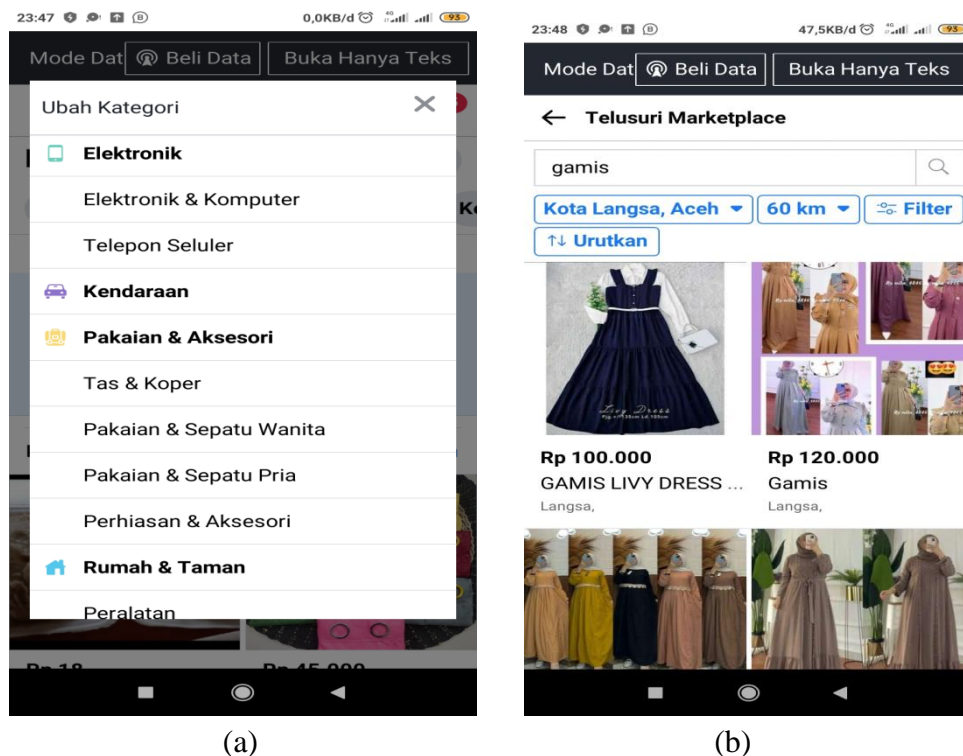
Pembeli dapat mengakses aplikasi facebook, kemudian menelusuri menu facebook marketplace dan dapat melihat postingan penjual di beranda facebook marketplace terlebih dahulu, kemudian memilih barang yang diinginkan dengan mengklik pada gambar dan menanyakan ketersediaan produk dan keterangan lainnya secara detail melalui kolom *messenger*. Berikut ini contoh obrolan di kolom *mesenger* disajikan pada gambar 6 berikut.



Gambar 6. Obrolan *Messenger* di Facebook Marketplace
(Sumber: Facebook Marketplace)

Untuk memudahkan dalam menemukan item produk yang diinginkan secara spesifik, pembeli dapat menggunakan fitur pencarian sekitar untuk

memfilter hasil pencarian berdasarkan lokasi, kategori maupun harga. Pembeli juga dapat menelusuri kategori yang tersedia di facebook marketplace seperti elektronik, pakaian, peralatan rumah tangga dan sebagainya. Pembeli juga dapat menggunakan *tool location* untuk memfilter pencarian berdasarkan lokasi terdekat dengan lokasi pembeli atau mencari lokasi penjual yang berbeda dengan lokasi pembeli. Selanjutnya ada menu *filter*, yang mana dengan menu ini pembeli dapat membandingkan harga produk yang dijual oleh beberapa penjual, sehingga dapat membeli produk yang diinginkan dengan harga yang lebih murah. Sebagaimana dapat dilihat pada gambar 7 berikut.



Gambar 7. Laman Kategori Facebook Marketplace (a), *Tool Location* pada Facebook Marketplace (Sumber: Facebook Marketplace)

Jadi, dapat disimpulkan bahwa setelah pembeli memilih produk yang diinginkan dan mengecek ketersediaan produk, selanjutnya dapat melakukan

negosiasi dengan penjual melalui kolom *messenger*, sehingga terjadilah proses tawar-menawar.

3. Negosiasi

Dalam transaksi jual beli pasti berhadapan dengan proses negosiasi antara penjual dan pembeli. Hal ini berlaku pula pada transaksi pada facebook marketplace, yang mana negosiasi ini dilakukan untuk memperoleh kesepakatan diantara keduanya.

4. Transaksi Jual Beli dan Sistem Pembayaran

Setelah proses negosiasi terjadi, dilanjutkan dengan adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli. Hal ini ditandai dengan adanya pertukaran antara produk atau jasa dengan uang. Transaksi merupakan klimaks dari kegiatan jual beli pada facebook marketplace, yang mana penjual dan pembeli telah mendapatkan apa yang diinginkan.

Setelah transaksi disepakati bersama, dilanjutkan dengan proses pembayaran sebagaimana yang dijelaskan oleh Hazrika selaku Pemilik Toko Online Ika Gallery, “Setelah transaksi *deal* lanjut ke Wa, tapi ada juga yang mau transaksi di inbox. Kalau *deal*, langsung transfer baru kita kirim barangnya.”⁸

Hal ini juga dikonfirmasi oleh Abdul Rani sebagai berikut.

“Kalau pembeli di marketplace sudah setuju dengan barang yang ditawarkan dan sudah berkeinginan untuk membeli barang tersebut, kebiasaannya dilanjutkan dengan transaksi jual belinya melalui transfer uang. Setelah uang di transfer, kita akan meminta alamat kemudian kita

⁸ Wawancara dengan Hazrika, Pemilik Toko *Online* Ika Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

menanyakan jasa pengiriman yang mereka inginkan. Selanjutnya, barang kita *packing* dengan baik, kemudian kita kirimkan ke alamat yang dituju.”⁹

Dalam transaksi di facebook marketplace ada dua bentuk pembayaran yang biasa digunakan dan disepakati bersama yaitu dengan cara transfer ke rekening bank dan *cash on delivery* (COD). Jika pembeli memilih agar pesanan dapat segera dikirim menggunakan jasa ekspedisi pengiriman, maka pembeli harus melakukan pembayaran dengan transfer ke rekening bank penjual yang bersangkutan. Namun, jika pembeli menginginkan agar pesanan tersebut diantar langsung dengan bantuan kurir *delivery* atau ingin menerima pesanan terlebih dahulu dan membayar di tempat, maka pembayaran dapat dilakukan dengan *Cash On Delivery* (COD).

Sistem pembayaran di facebook marketplace ini berbeda dengan sistem pembayaran yang terdapat pada *platform* lainnya seperti Shopee, Lazada, Tokopedia yang difasilitasi oleh rekening bersama (*escrow*) sebagai pihak ketiga dalam transaksi. Dalam hal ini transaksi di facebook marketplace belum dapat menjamin keamanan transaksi agar terbebas dari tindak penipuan yang dilakukan oleh oknum penjual yang tidak bertanggung jawab, walaupun transaksi di facebook marketplace terbilang cukup praktis, murah, tidak dipungut biaya dan efisien. Hal ini dikarenakan dalam transaksi jual beli *online* tidak dapat saling bertatap muka, kecuali membuat kesepakatan untuk bertemu langsung saat

⁹ Wawancara dengan Abdul Rani, Pemilik Toko *Online* Ayang Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

melakukan transaksi.¹⁰ Oleh karena itu, pembeli dituntut untuk lebih berhati-hati dan teliti dalam melakukan transaksi di facebook marketplace.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa proses transaksi jual beli *online* terjadi setelah dilakukannya pembayaran oleh pembeli dengan cara pembayaran dan pemilihan jasa pengiriman yang telah disepakati bersama antara penjual dan pembeli.

5. Pengiriman

Jual beli *online* di facebook marketplace, selain dilakukan transaksi secara langsung, juga membutuhkan jasa pengiriman yang menghubungkan antara penjual sebagai pengirim produk dan pembeli. Jasa pengiriman yang biasa digunakan oleh pengguna facebook marketplace di Kota Langsa seperti Pos Langsa, JNE, JNT, Si Cepat, Id Express Langsa, Tiki, mobil angkutan umum seperti L300, Pelangi, serta kurir-kurir *delivery* yang beroperasi sekitaran wilayah Langsa, Aceh Tamiang dan Aceh Timur. Ongkos kirim biasanya ditanggung oleh pembeli dengan tarif yang bervariasi dari masing-masing ekspedisi pengiriman.

Permasalahan yang seringkali timbul dalam pengiriman adalah pesanan yang rusak dalam perjalanan seperti barang pecah-belah. Dalam hal ini apabila produk yang dikirim oleh penjual sudah dipastikan dalam kondisi baik, namun rusak di perjalanan maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab pihak ekspedisi pengiriman. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Abdul Rani, “Apabila barang

¹⁰ Anak Agung Hari Narayana dan Dewa Gde Rudy, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Online Melalui Media Facebook”, 85.

rusak dalam pengiriman, kebiasaannya itu pihak pengiriman yang bertanggung jawab.”¹¹

Jadi, dengan adanya kerjasama antara penjual dan pihak ekspedisi pengiriman tentu akan memperlancar transaksi jual beli *online* yang dilakukan dan jika terjadi insiden dalam proses pengiriman, maka pihak ekspedisi siap bertanggung jawab.

6. Kelebihan dan Kekurangan Transaksi Jual Beli *Online* di Facebook Marketplace

Terkait dengan kelebihan dan kekurangan transaksi jual beli *online* di facebook marketplace, hasil wawancara dengan Dewi mengatakan hal berikut:

“Karena sekarang kan sudah banyak orang yang main media sosial. Kalau kita jualan *online* ini, lebih luas jangkauan penjualannya. Kelebihannya tidak hanya orang Langsa saja yang tau *online shop* kita, tapi yang di luar kota pun bisa tahu *online shop* kita. Kekurangannya, tidak bisa melakukan pembayaran langsung dari marketplace, pembayarannya ya dari transfer rekening.”¹²

Hal ini juga dikonfirmasi oleh Abdul Rani, “Karena jangkauannya lebih luas dan bisa melihat langsung foto yang kita posting. Kalau kekurangannya paling tidak bisa langsung bayar dari marketplace seperti Shopee, harus berlanjut ke japri untuk pembayaran”.¹³

Jadi, dapat disimpulkan bahwa kelebihan transaksi jual beli *online* di facebook marketplace yaitu jangkauan pemasarannya lebih luas tidak hanya untuk

¹¹ Wawancara dengan Abdul Rani, Pemilik Toko *Online* Ayang Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

¹² Wawancara dengan Dewi, Pemilik Toko *Online* Dewi Shop, Tanggal 30 Maret 2022.

¹³ Wawancara dengan Abdul Rani, Pemilik Toko *Online* Ayang Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

wilayah Langsa, tapi di luar Langsa pun dapat bertransaksi di facebook marketplace. Sedangkan kekurangannya facebook marketplace belum menyediakan fasilitas untuk pembayaran langsung dari facebook marketplace atau belum adanya rekening bersama, sehingga untuk proses pembayaran harus dilanjutkan ke jalur pribadi serta belum adanya fasilitas untuk pengiriman.

7. Permasalahan yang Dihadapi dan Cara Mengatasinya

Hasil wawancara dengan pemilik toko *online* di Kota Langsa ada beberapa permasalahan yang dihadapi dalam transaksi jual beli *online* di facebook marketplace dan cara mengatasinya sebagai berikut:

a. Transaksi *online* lebih lama untuk *deal* dibandingkan transaksi *offline*

Dalam wawancara dengan Abdul Rani, mengatakan bahwa “Permasalahan jualan *online* di marketplace yaitu transaksi lebih lama untuk *deal*, kemudian menentukan barang, warna barang, kualitas barang dan lainnya. Jadi, untuk transaksi di marketplace ini membutuhkan waktu yang lebih lama daripada transaksi langsung.”¹⁴

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, beliau meninggalkan sejenak komunikasi di facebook marketplace sambil menunggu balasan dari pembeli. Setelah balasan masuk, baru kemudian direspon ulang, sehingga tidak membuang banyak waktu untuk menunggu transaksi tersebut.¹⁵

¹⁴ Wawancara dengan Abdul Rani, Pemilik Toko *Online* Ayang Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

¹⁵ Wawancara dengan Abdul Rani, Pemilik Toko *Online* Ayang Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

b. Pesanan yang Dibatalkan Sepihak oleh Pembeli

Dalam wawancara dengan Hazrika mengatakan bahwa, “Masalah *cancel* barang, kalau masalah resi palsu belum pernah tapi sekarang sudah marak.”¹⁶ Hal yang serupa juga dikonfirmasi oleh Dewi yang mengatakan bahwa, “Masalahnya suka ada yang *cancel* pesanan atau barang yang di-PO telat sampai, begitu sampai sudah tidak jadi ambil biasanya gitu.”¹⁷

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, mereka beranggapan bahwa pesanan yang dibatalkan sepihak oleh pembeli berarti belum rezeki.¹⁸ Karena pada dasarnya jual beli dilakukan atas suka sama suka. Biasanya pesanan disimpan dalam waktu tiga hari, lebih dari tiga hari maka pesanan tersebut dikonfirmasi terlebih dahulu kepada pembeli untuk menanyakan kepastian kepada pembeli. Apabila dibatalkan, maka biasanya pesanan tersebut dijual kembali ke orang lain.¹⁹

c. Produk Rusak di Perjalanan dan Resi Palsu

Dalam wawancara dengan Parni, menjelaskan hal berikut:

“Masalahnya paling barangnya pas sampai ke konsumen kadang peyot, pecah seperti pecah belah. Kadang ada yang kurang sesuai menurut konsumen. Kalau COD untuk grosir kami tidak pakai sistem COD karena kan transaksi jumlah besar resikonya tinggi, kadang juga begitu barang sampai malah ditolak oleh konsumen. Kecuali barang eceran boleh pakai COD kalau ada yang minta. Kalau COD belum pernah ada, jadi belum ada masalah. Kalau masalah *cancel* yasudah tidak apa-apa. Tapi kalau masalah resi palsu pernah ada kebetulan langganan lama sampai Rp13.000.000,-

¹⁶ Wawancara dengan Hazrika, Pemilik Toko *Online* Ika Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

¹⁷ Wawancara dengan Dewi, Pemilik Toko *Online* Dewi Shop, Tanggal 30 Maret 2022.

¹⁸ Wawancara dengan Dewi, Pemilik Toko *Online* Dewi Shop, Tanggal 30 Maret 2022.

¹⁹ Wawancara dengan Hazrika, Pemilik Toko *Online* Ika Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

tapi sudah kita cek ke banking dan sudah kita bicarakan baik-baik dan sudah diselesaikan baik-baik. Alhamdulillah tanggung jawab orangnya.”²⁰

Untuk mengatasi permasalahan produk rusak di perjalanan saat pengiriman, maka dapat dikomplainkan ke pihak ekspedisi pengiriman untuk pertanggungjawabannya. Sedangkan untuk mengatasi permasalahan resi palsu yang sedang marak terjadi, maka setiap penjual *online* harus memiliki *internet banking* yang terpasang di *android* agar dengan mudah dapat mengecek setiap transaksi yang masuk ke rekening penjual dan meminimalisir terjadinya penipuan oleh pihak pembeli.

C. Review Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli *Online* pada Facebook Marketplace di Kota Langsa

Penulis melakukan wawancara dengan empat orang informan untuk mendapatkan data terkait *review* konsumen terhadap transaksi jual beli *online* pada facebook marketplace di Kota Langsa yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Alasan Belanja *Online* di Facebook Marketplace

Dewasa ini, banyak sekali masyarakat yang lebih senang untuk berbelanja *online* dengan berbagai aplikasi yang tersedia seperti facebook marketplace daripada belanja *offline* yang menyita banyak waktu dan tenaga. Hal ini tentunya didasari dengan berbagai alasan.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pengguna facebook marketplace yang bertindak sebagai pembeli ada beberapa alasan mengapa

²⁰ Wawancara dengan Parni, Pemilik Toko *Online* Fadli Grosir Langsa, Tanggal 31 Maret 2022.

mereka tertarik berbelanja *online* di facebook marketplace. Hal ini dibuktikan dari hasil wawancara dengan Ema Sanita, “Karena harganya lebih murah dari harga di toko. Jadi dengan harga murah kita bisa dapatkan barang yang sama kualitasnya dengan barang toko.”²¹ Alasan serupa juga diungkapkan oleh Muzakirullah, “Karena harganya murah dan kualitasnya bagus.”²²

Alasan lainnya diungkapkan oleh Achara Wilyanda, “Karena barang yang dicari lengkap di marketplace dan harganya juga terjangkau.”²³ Pernyataan ini juga diperkuat oleh Davi Daifullah, “Harga murah dan produk yang dijual berbagai macam.”²⁴

Jadi, dari analisa di atas dapat disimpulkan bahwa alasan pembeli tertarik berbelanja *online* di facebook marketplace, diantaranya karena facebook marketplace menyediakan berbagai macam produk sehingga pembeli mudah untuk mencari produk yang mereka butuhkan, harganya terjangkau dengan kualitas produk yang bagus.

2. Kemudahan yang Diperoleh

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ema Sanita, kemudahan yang diperoleh dengan belanja *online* sebagai berikut:

“Kalau marketplace ini kita bisa komunikasi dengan penjualnya lewat inbox. Biasanya saya tanya dulu barangnya *ready* tidak. Kalau *ready* biasa

²¹ Wawancara dengan Ema Sanita, Konsumen Facebook Marketplace, Tanggal 02 April 2022.

²² Wawancara dengan Muzakirullah, Konsumen Facebook Marketplace, Tanggal 31 Maret 2022.

²³ Wawancara dengan Achara Wilyanda, Konsumen Facebook Marketplace, Tanggal 31 Maret 2022.

²⁴ Wawancara dengan Davi Daifullah, Konsumen Facebook Marketplace, Tanggal 02 April 2022.

saya langsung liat ke *online shop*-nya. Kalau kira-kira udah yakin untuk order biasa saya janjiin sama penjualnya untuk COD, itu kalau posisi olshopnya dekat dengan lokasi saya.”²⁵

Hal ini juga diperkuat oleh pernyataan Achara Wilyanda, Muzakirullah dan Davi Daifullah yang mengungkapkan bahwa kemudahan yang diperoleh dengan berbelanja di facebook marketplace yaitu pembayaran dapat dilakukan di tempat.²⁶ Jadi, dapat disimpulkan bahwa dengan transaksi jual beli *online* di facebook marketplace, pembayaran dapat dilakukan dengan cara *Cash On Delivery* (COD), sehingga dengan bertemunya penjual dan pembeli lebih meyakinkan pembeli dan pembeli dapat mengecek kondisi pesanan terlebih dahulu sebelum melakukan pembayaran.

3. Kelengkapan Informasi

Terkait dengan kelengkapan informasi yang diperoleh pembeli mengenai suatu produk yang ditawarkan di facebook marketplace, dibuktikan dari hasil wawancara dengan Achara Wilyanda, “Sudah. Kita bisa lihat informasi yang jelasnya di keterangan yang penjual tulis.”²⁷ Hal ini juga dikonfirmasi oleh Ema Sanita sebagai berikut:

“Sudah, biasa *online shop* ada yang sudah buat keterangan lengkap di marketplacena. Nah, yang belum saya tanyakan dulu lewat inbox tentang warna, ukuran, bahan, *ready* atau PO dan lokasi penjualnya. Kalau

²⁵ Wawancara dengan Ema Sanita, Konsumen Facebook Marketplace, Tanggal 02 April 2022.

²⁶ Wawancara dengan Achara Wilyanda, Muzakirullah dan Davi Daifullah. Lihat transkrip.

²⁷ Wawancara dengan Achara Wilyanda, Konsumen Facebook Marketplace, Tanggal 31 Maret 2022.

penjualnya di luar Langsa saya cek dulu akun facebooknya *real* atau *fake account*.”²⁸

Jadi, dapat disimpulkan bahwa para pembeli sudah mendapatkan informasi yang jelas tentang suatu produk yang dibutuhkan, untuk penjelasan lebih detailnya serta proses pembayaran, selanjutnya pembeli dapat menanyakan langsung ke penjual lewat inbox atau *messenger*.

4. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat kondisi yang dirasakan oleh seseorang yang merupakan perbandingan penampilan (*outcome*) produk yang dirasakan dan hubungannya dengan ekspektasi yang diharapkan. Dalam hal ini terjadi proses evaluasi yang menghasilkan rasa puas atau tidak puas.²⁹

Berdasarkan hasil wawancara terkait kepuasan konsumen dengan Muzakirullah, “Puas, karena sesuai dengan yang ada di gambar.”³⁰ Hal ini juga dikonfirmasi oleh Achara Wilyanda, “Iya puas, karena barang yang dipesan sesuai dengan apa yang diinginkan.”³¹ Selain itu, Davi Daifullah dan Ema Sanita juga mengaku puas berbelanja *online* di facebook marketplace karena produk yang ditawarkan sama dengan produk aslinya.³²

²⁸ Wawancara dengan Ema Sanita, Konsumen Facebook Marketplace, Tanggal 02 April 2022.

²⁹ Lilis Cucu Sumartini dan Dini Fajriany Ardining Tias, “Analisis Kepuasan Konsumen untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja”, *Jurnal E-BIS*, vol. 3 no.2 2019, 112.

³⁰ Wawancara dengan Muzakirullah, Konsumen Facebook Marketplace, Tanggal 31 Maret 2022.

³¹ Wawancara dengan Achara Wilyanda, Konsumen Facebook Marketplace, Tanggal 31 Maret 2022.

³² Wawancara dengan Davi Daifullah dan Ema Sanita. Lihat transkrip.

5. Komplein dan Tanggung Jawab Penjual

Ketika berbelanja *online*, seringkali ditemukan pesanan yang diterima adanya cacat atau ketidaksesuaian dengan spesifikasi yang dicantumkan di facebook marketplace. Hal ini tentu akan menimbulkan kekecewaan pada pembeli, dan biasanya pembeli akan mengajukan komplein ke penjual terhadap kualitas produk yang dijual. Untuk menyikapi kondisi ini, biasanya penjual akan meminta bukti bahwa pesanan yang diterima pembeli kondisinya tidak baik atau tidak sesuai baik berupa foto ataupun video paketan.

Hal tersebut dibuktikan dari hasil wawancara dengan Muzakirullah, “Saya akan memfoto barang tersebut dan melaporkannya kepada penjual agar dapat diganti.”³³ Pernyataan ini juga dikonfirmasi oleh Achara Wilyanda, “Sebelum barang dibuka saya akan membuat video, agar apabila barang yang rusak atau cacat bisa kita laporkan kembali ke penjual.”³⁴

Hal serupa juga diperkuat oleh Ema Sanita sebagai berikut:

“Kalau barang yang COD langsung ketemu dengan penjualnya pasti saya cek dulu kondisi barangnya sesuai foto atau tidak. Tapi kalau barang yang dikirim dari luar Langsa, kalau ada yang tidak sesuai saya fotokan dan coba bicarakan baik-baik ke olshopnya untuk cari jalan tengah. Biasa ada olshop yang mau *return* barang baru, ada juga yang mau *refund* uang tapi barangnya kita kirim balik kesana.”³⁵

³³ Wawancara dengan Muzakirullah, Konsumen Facebook Marketplace, Tanggal 31 Maret 2022.

³⁴ Wawancara dengan Achara Wilyanda, Konsumen Facebook Marketplace, Tanggal 31 Maret 2022.

³⁵ Wawancara dengan Ema Sanita, Konsumen Facebook Marketplace, Tanggal 02 April 2022.

Sebagai bentuk tanggung jawab penjual, mereka bersedia untuk melakukan penukaran dengan produk yang lebih baik.³⁶

Jadi, dari beberapa analisa di atas dapat disimpulkan bahwa pembeli sebagai pengguna facebook marketplace dapat mengajukan komplein langsung kepada penjual dan penjual bertanggung jawab dengan bersedia menukar dengan produk yang lebih baik kondisinya untuk menjaga kepercayaan dan kepuasan pembeli.

6. Mekanisme Pengembalian Dana/Barang

Pada facebook marketplace belum terdapat fitur khusus untuk mengajukan pengembalian dana/barang seperti halnya aplikasi Shopee, Lazada, Tokopedia dan sebagainya. Namun, pengembalian dana/barang di facebook marketplace boleh dilakukan sesuai dengan kesepakatan bersama antara penjual dan pembeli. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ema Sanita, “Pernah. Mekanisme lewat jalur pribadi saja dibicarakan baik-baik dengan olshopnya. Karena di marketplace kan belum ada fitur untuk ajukan *refund* atau *return* ya. Bisa jadi kelalaian admin salah *packing* barang kita.”³⁷

Jadi, pembeli dapat mengajukan pengembalian dana atau barang dengan mekanisme jalur pribadi langsung dengan penjual sesuai kesepakatan bersama agar tidak ada pihak yang merasa dikecewakan.

³⁶ Wawancara dengan Achara Wilyanda, Muzakirullah, Ema Sanita dan Davi Daifullah. Lihat transkrip.

³⁷ Wawancara dengan Ema Sanita, Konsumen Facebook Marketplace, Tanggal 02 April 2022.

7. Saran Konsumen

Adapun saran yang ditujukan kepada penjual *online* di facebook marketplace sebagai berikut:³⁸

1. Semua penjual *online* sebaiknya mencantumkan harga dan keterangan produk yang lebih detail lagi untuk mempercepat proses transaksi jual beli.
2. Pengemasan produk lebih diperhatikan lagi untuk menghindari terjadinya kerusakan dalam pengiriman.
3. Penjual diusahakan untuk *fast respon* jika ada pembeli yang bertanya lebih lanjut.

D. Facebook Marketplace di Kota Langsa dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Islam telah mengatur transaksi jual beli dan sangat memperhatikan hal-hal yang dapat memberikan kebaikan di dalamnya dan sangat melarang terjadinya kecurangan. Perkembangan teknologi informasi yang semakin maju saat ini telah banyak mengubah kebiasaan hidup masyarakat, termasuk dalam transaksi jual beli. Sebelumnya, transaksi jual beli dilakukan dengan bertatap muka langsung antara penjual dan pembeli. Namun, dengan perkembangan teknologi, maka transaksi jual beli dapat dilakukan secara *online* yang telah memberikan banyak kemudahan bagi penjual dan pembeli dari segala penjuru dunia untuk melakukan transaksi jual beli.³⁹ Dalam hal ini, setiap penjual pun semakin berinovasi agar dapat meningkatkan penjualannya, salah satunya dengan menggunakan layanan

³⁸ Wawancara dengan Achara Wilyanda, Ema Sanita, Muzakirullah dan Davi Daifullah. Lihat transkrip.

³⁹ Arhadian Roliansyah dkk., “Analisis Transaksi Jual Beli Online di Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis Islam pada Masa Pandemi Covid 19”, 450.

facebook marketplace. Dengan demikian, maka transaksi jual beli *online* harus dipahami dan dikaji dengan etika bisnis Islam agar sejalan dengan syari'at Islam.

Etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli *online* di facebook marketplace merupakan hal yang sangat krusial, karena dijadikan sebagai pedoman dalam berperilaku bagi manusia di semua aspek kehidupan yang sesuai dengan ajaran Islam, termasuk dalam hal aktivitas bisnis. Setiap transaksi jual beli *online* di facebook marketplace pastilah berkaitan dengan kepentingan atau hak-hak orang lain dan akan timbul implikasi sosial ekonomi berupa kerjasama antara penjual dan pembeli. Dalam etika bisnis Islam yang sangat diutamakan yaitu tercapainya *falah* (kesejahteraan) dunia dan akhirat, tidak hanya mengejar keuntungan duniawi semata.

Adapun hasil penelitian tentang analisa facebook marketplace dalam perspektif etika bisnis Islam yang dilakukan pada pemilik toko-toko *online* di Kota Langsa dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Prinsip Kesatuan (Tauhid/*Unity*)

Prinsip kesatuan sebagaimana yang terefleksi dalam konsep tauhid yang menggabungkan semua aspek kehidupan manusia ekonomi, sosial, politik menjadi kesatuan yang homogen. Selain itu, prinsip tauhid dapat pula diartikan sebagai sikap patuh dan berserah diri sepenuhnya manusia atas apa yang menjadi kehendak Allah SWT. Hal ini dapat dibuktikan dengan para penjual yang tidak menunda atau melalaikan kewajibannya terhadap Allah SWT dan menaati aturan-aturan yang terdapat dalam Al-Qur'an. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Parni, "Iya, sebelum adzan Magrib, jam 6 kami wajib tutup toko. Kalau ada yang

datang kami minta maaf karena sudah tutup. Kalau jam shalat lain kami ganti-gantian shalatnya.”⁴⁰

Hazrika juga mengungkapkan hal yang sama, “Kalau Maghrib kita tutup, tapi kalau Dzuhur, Ashar kita ganti-gantian shalatnya.”⁴¹ Jawaban serupa pula dituturkan oleh Abdul Rani, “Pada saat azan berkumandang, untuk kegiatan jual beli berhenti sejenak. Setelah selesai baru dilanjutkan dengan kegiatan jual beli kembali.”⁴² Dewi juga mengungkapkan, “Ganti-gantian kami, kalau shalat Maghrib tetap tutup.”⁴³

Dari paparan di atas dapat dikatakan bahwa para penjual *online* lebih mengutamakan ibadah shalat di tengah kegiatan jual beli baik itu jual beli *online* maupun jual beli *offline* tetap dijeda sejenak ketika waktu sholat tiba. Dengan demikian, maka penjual yang menaati aturan dan menjalankan bisnis sesuai dengan etika bisnis Islam, maka akan memperoleh keberkahan dari Allah SWT dalam bisnisnya. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur’an Surah Al-Jumu’ah ayat 10 berikut.



Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.” (Q.S. Al-Jumu’ah: 10)

⁴⁰ Wawancara dengan Parni, Pemilik Toko *Online* Fadli Grosir Langsa, Tanggal 31 Maret 2022.

⁴¹ Wawancara dengan Hazrika, Pemilik Toko *Online* Ika Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

⁴² Wawancara dengan Abdul Rani, Pemilik Toko *Online* Ayang Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

⁴³ Wawancara dengan Dewi, Pemilik Toko *Online* Dewi Shop, Tanggal 30 Maret 2022.

Allah SWT sangat memuji hamba-Nya yang menyatukan antara ibadah dan mencari rezeki dengan jalan jual beli yang mana dalam hal ini jual beli tidak membuat seseorang lalai terhadap ibadah kepada Allah SWT. Karena sudah seharusnya bagi seorang Muslim dalam melakukan transaksi jual beli tetap mementingkan ibadah dan meninggalkan segala bentuk aktivitas.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa prinsip kesatuan sudah diterapkan di facebook marketplace oleh para penjual *online* di Kota Langsa dalam menjalankan bisnisnya.

2. Prinsip Keseimbangan (*Equilibrium*)

Prinsip keseimbangan disebut sebagai suatu keadilan yang perlu diterapkan dalam dunia bisnis meliputi semua hal tanpa terkecuali sehingga tidak adanya perbedaan dan tidak menyebabkan kerugian bagi orang lain serta manusia dilarang untuk berlaku curang dan *dzalim*. Prinsip ini juga menggambarkan dimensi kehidupan yang bersifat horizontal karena melibatkan hubungan dengan sesama manusia dan merupakan prinsip dasar yang harus dipegang dalam kehidupan manusia.

Prinsip keseimbangan yang diterapkan di facebook marketplace ditunjukkan dengan para penjual yang tidak membeda-bedakan pembeli baik itu pelanggan baru atau pelanggan lama. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara dengan Dewi, “Soal pelayanan kita harus ramah dan melayani dengan baik ya,

biar konsumen mau balik lagi belanja ke kita. Pelanggan lama dan baru dapat perlakuan yang sama dari kita.”⁴⁴

Hal yang serupa juga dijelaskan oleh Abdul Rani, “Kalau pelanggan baru dan lama tetap sama perlakuan dan pelayanan yang kami berikan, karena kami berjualan tidak ada pilah-pilih.”⁴⁵

Begitu pula dalam hal kerjasama bisnis, para penjual tetap menjalin hubungan baik dengan *supplier* dan *reseller*-nya, seperti yang diungkapkan oleh Parni, “Biasanya kita kan saling membutuhkan, jadi kita harus senyaman mungkin dan menjaga hubungan baik antara *supplier* dan *reseller*.”⁴⁶ Hal yang sama juga dituturkan oleh Hazrika, “Amanah baik itu ke *supplier* atau *reseller*. Itu yang paling penting.”⁴⁷ Abdul Rani juga mengkonfirmasi hal serupa sebagai berikut:

“Untuk *reseller* komunikasi kita tetap dari inbox ataupun Wa, kemudian apa yang bisa kita bantu dari permintaan mereka, pasti kita bantu dan layani. Kalau mereka menginginkan barang, tapi barangnya tidak ada, maka kita coba untuk bagaimana caranya barang itu kita order kemudian nanti kita jual kembali. Jadi, pelanggan tetap mendapatkan barang yang dia inginkan. Dengan *supplier* sama juga tetap jalin kerjasama dan komunikasi yang baik.”⁴⁸

Dalam menjalankan bisnis, antara *supplier* dan *reseller* tentu saling membutuhkan satu sama lain. Oleh karena itu, diperlukan kerjasama yang baik antara kedua belah pihak. Seorang *reseller* harus amanah kepada *supplier*-nya dengan tidak membatalkan pesanan jika sudah dipesan dan membayar tepat waktu. Begitu pula seorang *supplier* harus amanah dengan mengirimkan pesanan

⁴⁴ Wawancara dengan Dewi, Pemilik Toko *Online* Dewi Shop, Tanggal 30 Maret 2022.

⁴⁵ Wawancara dengan Abdul Rani, Pemilik Toko *Online* Ayang Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

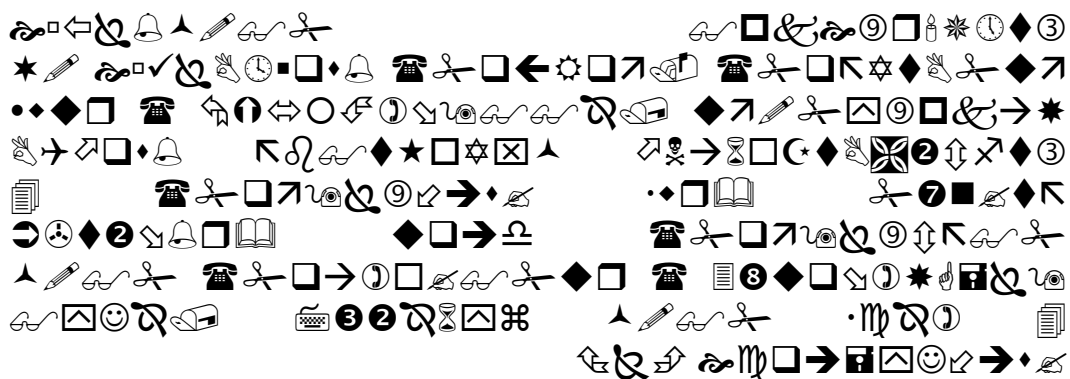
⁴⁶ Wawancara dengan Parni, Pemilik Toko *Online* Fadli Grosir Langsa, Tanggal 31 Maret 2022.

⁴⁷ Wawancara dengan Hazrika, Pemilik Toko *Online* Ika Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

⁴⁸ Wawancara dengan Abdul Rani, Pemilik Toko *Online* Ayang Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

sesuai dengan yang diinginkan *reseller*, mengirimkannya tepat waktu serta memberikan pelayanan terbaik.

Dari penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa penjual *online* yang beroperasi di facebook marketplace Kota Langsa tidak membeda-bedakan pembelinya dan tetap menjalin hubungan baik dengan *supplier* dan *reseller*-nya, sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Maidah ayat 8 berikut.



Artinya: “Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) Karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. berlaku adillah, Karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Q.S. Al-Maidah: 8)

Berdasarkan ayat di atas, Allah memerintahkan manusia untuk berbuat adil.⁴⁹ Dalam hal ini termasuk adil dalam aktivitas bisnis seperti jual beli *online*. Di sisi lain, prinsip keseimbangan terkait dengan kualitas produk juga ditunjukkan dengan sikap sangat memperhatikan kualitas barang yang dijual. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Abdul Rani sebagai berikut:

“Soal kualitas barang ini kami sangat memperhatikan, namun kebanyakan *customer* menginginkan harga yang murah. Bilamana harga itu sudah murah, pastinya kualitas barangnya kurang. Jadi, kita lebih kepada pasar mengikuti permintaan *customer*. Kalau kondisi barang kurang baik, kita pasti akan mengabarkan kepada *customer*, apabila barang itu agak kurang

⁴⁹ Kristianto Dwi Estijayandono, Siradjuddin, dan Abd. Wahid Haddade, “Etika Bisnis Jual Online dalam Perspektif Islam”, 64.

baik atau *reject* pasti kita kabarkan. Bilamana *customernya* menginginkan juga, pasti ada negosiasi lanjutan, pasti kita berikan diskon sesuai keinginan *customernya*.”⁵⁰

Hal yang sama juga dikonfirmasi oleh Parni, “Perhatikan sekali, jangan sampai konsumen kecewa. Kalau ada barang cacat sedikit misalnya baju, boleh tukar karena kan dari pabriknya, tidak mungkin kita kembali uang. Tetap tukar barang boleh.”⁵¹

Terkait dengan kualitas produk tentunya para penjual sangat memperhatikan hal ini dikarenakan akan berpengaruh pada kepuasan pembeli terhadap produk dan pelayanan toko. Apabila terdapat suatu produk dengan cacat pabrik, mereka tetap menginformasikan kepada pembeli mengenai kondisi barang tersebut. Namun, biasanya jika ada kecacatan pada produk yang dipesan dalam jumlah partai, penjual mengizinkan untuk menukar kembali dengan produk yang lebih bagus kondisinya. Jadi, agar tidak ada yang merasa dikecewakan ataupun dirugikan.

Di sisi lain, dari segi keseimbangan harga pasar, harga produk yang dijual secara *online* di facebook marketplace lebih murah dibandingkan dengan harga di toko *offline*. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara dengan Hazrika, “Kalau dibandingkan dengan harga toko *offline*, lebih murah di *online* sedikit lah. Karena kita tidak sewa toko, tidak kena pajak.”⁵² Parni juga mengungkapkan hal yang sama yaitu, “Kalau kita ada harga ecer ada harga grosir. Kalau yang kita jual

⁵⁰ Wawancara dengan Abdul Rani, Pemilik Toko *Online* Ayang Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

⁵¹ Wawancara dengan Parni, Pemilik Toko *Online* Fadli Grosir Langsa, Tanggal 31 Maret 2022.

⁵² Wawancara dengan Hazrika, Pemilik Toko *Online* Ika Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

offline lebih mahal sedikit dari yang kita jual *online* ke *reseller*. Jadi yang mau jual lagi tidak kecewa. Jadi, pastinya lebih murah harga *online* daripada harga pasaran toko.”⁵³

Abdul Rani juga memperkuat pernyataan di atas sebagai berikut:

“Harga yang kami tawarkan harga yang terjangkau dan tidak memberatkan pembeli juga tidak merugikan penjual. Harga pasti kita sesuaikan, tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah. Intinya apabila dibandingkan dengan harga toko *offline* bisa jadi harga kita lebih murah dari toko *offline* di pasaran pada umumnya.”⁵⁴

Melihat kondisi di lapangan, para penjual *online* biasanya hanya mengambil keuntungan sedikit, sehingga harga yang ditawarkan di *online* seperti facebook marketplace lebih murah dibandingkan harga produk yang dijual di toko *offline*. Dalam hukum Islam sendiri tidak ada batasan mengenai berapa keuntungan yang boleh diambil oleh seorang penjual. Namun, alangkah baiknya apabila penjual tidak mengambil keuntungan melebihi sepertiga modalnya. Dalam pengambilan keuntungan, seorang penjual haruslah melihat etika pasar, tidak boleh mengambil keuntungan terlalu besar. Karena jual beli merupakan bagian dari akad *mu'awadhah*, yaitu akad tukar-menukar. Artinya, jika mengambil keuntungan terlalu besar, maka hal ini sudah tergolong pada perbuatan mengambil harta orang lain dengan jalan yang *bathil*, bukan dengan jalan tukar-menukar. Oleh karena itu, bagi penjual tidak diperbolehkan berbuat curang dan bagi pembeli harus memahami produk dan harga yang dibutuhkan untuk menghindari terjadinya penipuan.

⁵³ Wawancara dengan Parni, Pemilik Toko *Online* Fadli Grosir Langsa, Tanggal 31 Maret 2022.

⁵⁴ Wawancara dengan Abdul Rani, Pemilik Toko *Online* Ayang Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

Berdasarkan beberapa analisa di atas, dapat disimpulkan bahwa prinsip keseimbangan sudah diterapkan di facebook marketplace oleh para penjual *online* di Kota Langsa, baik itu dalam hal tidak membedakan pembeli, menjalin kerjasama dan hubungan baik dengan *supplier* dan *reseller*, memperhatikan kualitas produk serta memperhatikan keseimbangan harga produk yang dijual.

3. Prinsip Kehendak Bebas (*Free Will*)

Prinsip kehendak bebas adalah hak individu dan kolektif untuk mendapatkan kebebasan dalam melakukan aktivitas bisnis, yaitu menentukan suatu tindakan atau keputusan sepanjang tidak melanggar aturan syariah. Kehendak bebas dalam Islam biasa disebut dengan *khiyar*, yaitu kondisi dimana orang yang melakukan akad boleh membatalkan transaksi tersebut. Dengan kata lain, manusia diberi kebebasan untuk membuat kontrak, menepati ataupun membatalkan kontrak tersebut.

Prinsip kehendak bebas yang diterapkan di facebook marketplace oleh penjual ditunjukkan dengan tidak adanya paksaan bagi pembeli untuk melakukan transaksi, pembeli diberi kebebasan untuk memilih produk yang diinginkan dan menawar harga produk yang dijual. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara dengan Hazrika, “Dalam Islam saja boleh tawar-menawar. Kalau dalam kapasitas masih bisa ditawar, pasti kita kurangi. Tapi kalau sudah tipis banget untungnya tidak bisa lagi tawar.”⁵⁵

Hal yang sama juga dikonfirmasi oleh Abdul Rani sebagai berikut:

⁵⁵ Wawancara dengan Bu Hazrika, Pemilik Toko *Online* Ika Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

“Iya, soal menawar barang apabila barang itu masih bisa kita turunkan lagi harganya ataupun pengambilan dalam jumlah besar pasti akan ada akad tawar-menawarnya untuk kesempurnaan. Namun, apabila menginginkan satu *quantity* kemudian harga itu tidak bisa kita potong lagi, maka mengikuti harga yang kita *posting* atau yang sudah kita *upload* di marketplace.”⁵⁶

Berdasarkan penjelasan di atas, biasanya para penjual di facebook marketplace memberikan kebebasan untuk menawar harga produk yang dibeli dalam jumlah partai seperti pengambilan serian, lusinan, kodian dan kolian. Sedangkan untuk pembelian satuan biasanya harga sudah ditetapkan harga eceran. Diskon untuk pembelian satuan biasanya diberikan untuk minimal order 3 pcs produk.

Selain memberi kebebasan dalam menawar harga, para penjual di facebook marketplace juga memberikan kebebasan untuk memilih jasa pengiriman dan cara pembayaran yang digunakan dalam transaksi jual beli *online*. Sebagaimana diungkapkan oleh Dewi, “Kalau pengirimannya bebas, tapi kalau pembayarannya transfer langsung, tidak COD.”⁵⁷ Hazrika juga mengatakan bahwa, “Iya. Cara pembayarannya ada dengan transfer ada juga bayar di tempat. Kalau sekitaran Langsa dan Kuala Simpang biasanya bayar di tempat.”⁵⁸

Abdul Rani juga mengkonfirmasi hal serupa sebagai berikut:

“Iya. Kita memberikan jasa pengiriman itu berbagai pilihan, salah satunya kurir maupun ekspedisi. Nah, *customer* boleh memilih mau dikirim pakai kurir, ekspedisi atau dijemput langsung. Masalah pembayaran kita juga memberikan keleluasaan apakah mau ditransfer, mau diantar langsung atau bayar *cash* di tempat kita juga memberikan kemudahan seperti itu. Namun,

⁵⁶ Wawancara dengan Abdul Rani, Pemilik Toko *Online* Ayang Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

⁵⁷ Wawancara dengan Dewi, Pemilik Toko *Online* Dewi Shop, Tanggal 30 Maret 2022.

⁵⁸ Wawancara dengan Hazrika, Pemilik Toko *Online* Ika Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

untuk giro ataupun menggunakan hutang kita belum, karena kita tidak memfasilitasi hal-hal seperti itu.”⁵⁹

Berdasarkan penjelasan di atas, para penjual di facebook marketplace memberikan kebebasan untuk memilih cara pembayaran dan jasa pengiriman kepada pembeli seperti kurir *delivery* atau ekspedisi pengiriman. Sedangkan untuk cara pembayaran ada yang memberikan kebebasan untuk memilih transfer rekening atau *Cash On Delivery* (COD), untuk COD difasilitasi untuk sekitaran wilayah Langsa dan Kuala Simpang saja.

Selain itu, di facebook marketplace penjual juga memberikan kebebasan bagi pembeli apabila pembeli ingin membatalkan transaksi dengan berbagai alasan, misalnya belum ada waktu untuk transfer uang, ada keperluan mendesak dan sebagainya. Akan tetapi, hal tersebut dapat dimaklumi oleh para penjual. Mereka beranggapan, pesanan yang dibatalkan berarti belum rezeki dan semua toko *online* pernah mengalaminya.⁶⁰

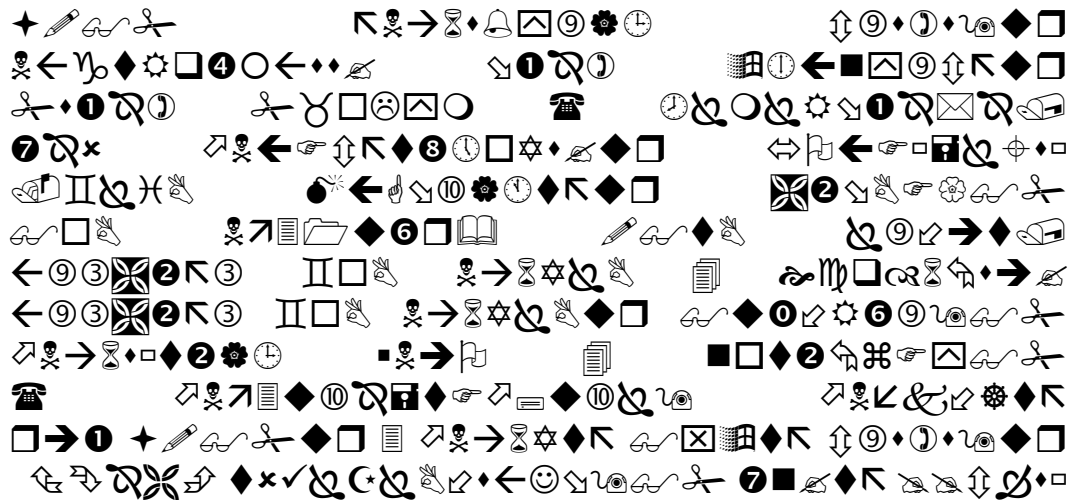
Kehendak bebas atau kebebasan memilih yang juga disebut dengan *khiyar* merupakan salah satu syarat sahnya jual beli. Adapun yang dimaksud kehendak bebas dalam jual beli yaitu salah satu pihak tidak melakukan paksaan terhadap pihak lainnya, sehingga jual beli dilakukan atas dasar keinginan sendiri, bukan karena adanya paksaan dari pihak manapun. Jual beli yang dilakukan bukan atas dasar keinginan sendiri maka hukumnya tidak sah.⁶¹ Kehendak bebas

⁵⁹ Wawancara dengan Abdul Rani, Pemilik Toko *Online* Ayang Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

⁶⁰ Wawancara dengan Parni dan Abdul Rani. Lihat transkrip.

⁶¹ Mabarroh Azizah, “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Daring di Toko Online Shopee”, 92.

sebagaimana tersirat dalam firman Allah SWT Al-Qur'an Surah Ali Imran ayat 152 berikut.



Artinya: “Dan sesungguhnya Allah Telah memenuhi janji-Nya kepada kamu, ketika kamu membunuh mereka dengan izin-Nya sampai pada sa'at kamu lemah dan berselisih dalam urusan itu dan mendurhakai perintah (rasul) sesudah Allah memperlihatkan kepadamu apa yang kamu sukai. Di antaramu ada orang yang menghendaki dunia dan diantara kamu ada orang yang menghendaki akhirat. Kemudian Allah memalingkan kamu dari mereka untuk menguji kamu, dan sesungguhnya Allah telah mema'afkan kamu. Dan Allah mempunyai karunia (yang dilimpahkan) atas orang-orang yang beriman.” (Q.S. Ali Imran: 152)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa manusia dapat memilih apa saja yang diinginkannya dalam kehidupan. Manusia mempunyai kehendak bebas untuk memilih sesuatu baik pilihan A maupun B semua harus didasari oleh keinginan sendiri.⁶²

Berdasarkan beberapa analisa di atas, dapat disimpulkan bahwa prinsip keseimbangan sudah diterapkan di facebook marketplace oleh para penjual *online* di Kota Langsa, baik itu dalam hal memberikan kebebasan bagi pembeli dalam menawar harga, kebebasan dalam memilih jasa pengiriman dan cara pembayaran serta kebebasan untuk membatalkan pesanan, walaupun sebelumnya sudah

⁶² Kristianto Dwi Estijayandono, Siradjuddin, dan Abd. Wahid Haddade, “Etika Bisnis Jual Online dalam Perspektif Islam”, 64-65.

disepakati bersama. Karena dalam jual beli tidak boleh adanya keterpaksaan, harus didasari dengan suka sama suka dan kerelaan.

4. Prinsip Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Prinsip tanggung jawab sangat erat kaitannya dengan prinsip kehendak bebas, yang mana telah ditetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan manusia dengan tetap bertanggung jawab atas segala hal yang dilakukan. Jika dilihat dari prinsip tanggung jawab, maka tanggung jawab merupakan hal yang terpenting dalam transaksi jual beli. Bentuk tanggung jawab dari penjual adalah dengan mengirimkan produk yang dipesan sesuai dengan kebutuhan dan tepat waktu dan pembeli bertanggung jawab untuk membayar pesanan yang diinginkan tepat waktu.⁶³

Prinsip tanggung jawab yang diterapkan di facebook marketplace ditunjukkan dengan pembeli yang membayar pesanan tepat waktu dan penjual yang mengirimkan pesanan yang sesuai dan tepat waktu. Sebagaimana dijelaskan oleh Abdul Rani sebagai berikut:

“Rata-rata *customer* menginginkan barang kemudian barang itu ditransfer pada tepat waktunya. Apabila tidak ditransfer tepat waktu bisa saja barang itu *sold out* atau habis. Namun, apabila barang sudah ditransfer atau dipesan lebih awal baru barang itu kita kemas dengan baik untuk kita kirim dan kita pastikan aman dalam pengiriman.”⁶⁴

Hal tersebut juga dikonfirmasi oleh Dewi, “Tepat waktu. Transfer langsung kita proses. Sebelum dikirim barang kita cek dulu.”⁶⁵ Pernyataan

⁶³ *Ibid.*, 65.

⁶⁴ Wawancara dengan Abdul Rani, Pemilik Toko *Online* Ayang Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

⁶⁵ Wawancara dengan Dewi, Pemilik Toko *Online* Dewi Shop, Tanggal 30 Maret 2022.

tersebut juga diperkuat oleh Parni, “Ya kalau konsumen langsung transfer kita pun langsung kirim, kecuali kalau transfernya jam 5 lanjut pengiriman besok karena batas JNT ambil pakatnya jam 5.”⁶⁶

Selain itu, penjual juga harus memberitahukan status pesanan kepada pembeli dengan mengirimkan bukti resi pengiriman agar paket tersebut dapat dilacak status pengirimannya oleh pembeli dengan bantuan internet. Hal ini ditunjukkan dengan penjual langsung mengirimkan resi pengiriman kepada pembeli setelah pesanan diinput dan diproses oleh pihak ekspedisi pengiriman. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Hazrika, “Lebih kurang 1 jam setelah pengiriman di hari itu juga keluar resinya.”⁶⁷ Parni juga mengatakan hal yang sama, “Resi kalau sudah dikirim dari JNT kita pun langsung kirim ke *reseller*-nya. Kadang kalau yang sudah percaya tidak minta resi lagi, tinggal tunggu barangnya sampai. Tapi tetap kita kirim resinya di hari itu juga biar enak di cek.”⁶⁸

Bentuk tanggung jawab lainnya yang harus dilakukan oleh penjual adalah memastikan pesanan dikemas dengan baik dan aman. Hasil pengamatan penulis di lapangan bahwa para penjual sudah mengemas pesanan dengan baik yaitu dengan menambahkan *bubble wrap* di bagian dalam dan menggunakan kardus di bagian luar serta diberi perekat yang kuat untuk produk-produk yang mudah pecah dan tidak tahan banting. Tidak lupa pula dibubuhi identitas pengirim, penerima, alamat dan kontak penerima yang aktif. Hal ini dilakukan agar pesanan sampai ke

⁶⁶ Wawancara dengan Parni, Pemilik Toko *Online* Fadli Grosir Langsa, Tanggal 31 Maret 2022.

⁶⁷ Wawancara dengan Hazrika, Pemilik Toko *Online* Ika Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

⁶⁸ Wawancara dengan Parni, Pemilik Toko *Online* Fadli Grosir Langsa, Tanggal 31 Maret 2022.

tujuan dengan selamat dan pembeli tidak dikecewakan jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan dalam pengiriman.

Selanjutnya, apabila terjadi *komplein* di kemudian hari setelah pembeli menerima pesanan, maka para penjual siap bertanggung jawab jika apalagi kesalahan terjadi dari pihak toko *online* seperti salah kirim atau produk cacat. Dalam proses *komplein*, biasanya penjual meminta foto atau video *unboxing* pesanan yang diterima kepada pembeli. Sebagai bentuk tanggung jawab ada penjual yang membolehkan untuk menukar produk yang cacat dengan produk yang lebih baik kondisinya atau disebut dengan istilah *return*. Hal ini dibuktikan dari hasil wawancara dengan Parni, “Iya bertanggung jawab. Kecuali peralatan rumah tangga tidak menerima *komplein* karena bisa jadi rusak di pengiriman. Kita tidak menyediakan garansi juga kecuali baju kalau ada cacat boleh tukar, barangnya dikirim kembali ke toko, nanti ongkirnya kami yang tanggung.”⁶⁹

Ada pula yang membolehkan pesanan dibatalkan dengan mengembalikan pesanan dan mengembalikan dana yang telah diterima penjual atau disebut dengan istilah *refund*. Hal ini dibuktikan dari hasil wawancara dengan Hazrika, “Yang sudah-sudah ada sih, namanya kita jual beli pasti ada yang *komplein*, yasudah saya terima kalau ada yang *komplein*. Kadang dibilang tidak sesuai sama yang di gambar aslinya merah, sedangkan aslinya agak pink. Yasudah saya bolehkan *cancel* saja.”⁷⁰

⁶⁹ Wawancara dengan Bu Parni, Pemilik Toko *Online* Fadli Grosir Langsa, Tanggal 31 Maret 2022.

⁷⁰ Wawancara dengan Bu Hazrika, Pemilik Toko *Online* Ika Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

Namun, jika kerusakan terjadi dalam proses pengiriman, maka dalam hal ini pihak ekspedisi pengiriman yang dapat dimintai pertanggungjawaban, karena kerusakan tersebut terjadi akibat kelalaian pihak kurir dan ekspedisi. Seperti yang dijelaskan oleh Abdul Rani, “Pertanggungjawabannya kita semua ceknya di camera CCTV, kita kirim rekaman CCTVnya. Karena urusan pengiriman itu di luar tanggung jawab kita. Apabila barang rusak dalam pengiriman, kebiasaannya itu pihak pengiriman yang bertanggung jawab.”⁷¹

Analisa di atas menunjukkan bahwa semua pihak yang melakukan transaksi jual beli *online* harus memiliki sikap tanggung jawab agar tidak ada yang merasa dirugikan, karena semua pihak harus bertanggung jawab atas apa yang dilakukan, sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur’an Surah Al-Mudatssir ayat 38 berikut.



Artinya: “*Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya.*” (Q.S. Al-Mudatssir: 38)

Berdasarkan beberapa analisa di atas, dapat disimpulkan bahwa prinsip tanggung jawab sudah diterapkan di facebook marketplace para penjual *online* di Kota Langsa, baik itu penjual yang mengirimkan pesanan yang sesuai dan tepat waktu, mengirimkan bukti resi pengiriman, mengemas pesanan dengan baik dan aman, dan menerima komplein dan bertanggung jawab terhadap komplein tersebut dengan melakukan *return* dan *refund*. Tanggung jawab pembeli yaitu

⁷¹ Wawancara dengan Abdul Rani, Pemilik Toko *Online* Ayang Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

dengan membayar pesanan tepat waktu dan pihak ekspedisi pengiriman juga bertanggung jawab apabila terjadi kerusakan dalam pengiriman.

5. Prinsip Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran (*Truth, Goodness And Honesty*)

Prinsip kebenaran adalah nilai yang sesuai dengan syariah Islam. Kebenaran merupakan niat, tindakan dan sikap yang baik, misalnya proses mendapatkan barang/jasa, proses akad, proses mengembangkan usaha dan cara memperoleh keuntungan. Prinsip kebajikan merupakan sikap baik yang ditunjukkan dengan tindakan yang dapat memberikan manfaat bagi individu lain. Sedangkan prinsip kejujuran adalah sikap jujur dalam menjalankan bisnis tanpa adanya tindakan yang mengarah pada kecurangan dan kezaliman.

Prinsip kebenaran, kebajikan dan kejujuran yang diterapkan facebook di marketplace ditunjukkan dengan para penjual mencantumkan foto dan keterangan yang sesuai dengan produk asli dan memberitahukan kepada pembeli jika terdapat perbedaan kualitas (tingkat kemiripan) suatu produk dengan fotonya. Sebagaimana dijelaskan oleh Abdul Rani sebagai berikut:

“Biasanya barang yang kami jual itu adalah barang berdasarkan foto *real picture*. Artinya barang itu kita foto dahulu baru kita pasarkan. Kita tidak memasarkan barang yang hanya sekedar menggunakan gambar dari *web* tapi barang itu *ready*, kita foto setelah kita lihat kualitasnya baru kita upload di marketplace. Soal tingkat kemiripan dikarenakan itu foto *realpict*, 98% mirip aslinya, kecuali foto web penuh dengan *lighting* dan *editing*. Tapi, kalau foto *realpict* itu hampir sama dengan aslinya. Namun, kita tidak bisa pastikan 100% karena kualitas camera berbeda-beda dan

kualitas pencahayaan juga pasti berbeda, ada yang layar *contrast*-nya lebih terang dan lebih redup. Jadi, itu juga menentukan warna foto.”⁷²

Hal ini juga diperkuat oleh Parni, “Sama, kadang kita *upload* videonya juga jadi biar kelihatan foto dan videonya sama. Misalnya ada perbedaan warna kita tetap memberitahukan ke pembeli. Kadang ada yang minta video ya kita videokan.”⁷³

Dalam hal ini, foto yang dicantumkan di facebook marketplace haruslah foto original yang difoto sendiri, bukan foto dari *web* ataupun sumber lain. Deskripsi produk dicantumkan sesuai dengan kondisi aslinya dan harus dijabarkan secara detail, tidak ditambah-tambahkan ataupun dikurangi, supaya pembeli memperoleh bayangan yang jelas mengenai produk yang diinginkan.

Di sisi lain, dari segi harga para penjual mencantumkan harga di facebook marketplace sesuai dengan harga aslinya. Hal ini dibuktikan dari hasil wawancara dengan Parni dan Hazrika yang menyatakan bahwa harga yang mereka cantumkan di facebook marketplace sesuai dengan harga aslinya.⁷⁴ Selanjutnya, Abdul Rani memberi penjelasan lebih lanjut sebagai berikut:

“Harga yang dicantumkan di marketplace kebiasaannya sama karena kita tidak membedakan harga di marketplace dan harga yang kita pasarkan. Kecuali memang ada barang-barang tertentu yang tidak bisa kita cantumkan harganya karena kualitas barangnya itu tidak akan sama dengan yang diinginkan *customer*. Jadi, kita masukan harga di marketplace hanya angka untuk syarat bisa lolos verifikasi untuk *posting* barang marketplace misalnya Rp123 atau Rp789.”⁷⁵

⁷² Wawancara dengan Abdul Rani, Pemilik Toko *Online* Ayang Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

⁷³ Wawancara dengan Parni, Pemilik Toko *Online* Fadli Grosir Langsa, Tanggal 31 Maret 2022.

⁷⁴ Wawancara dengan Parni dan Hazrika. Lihat transkrip.

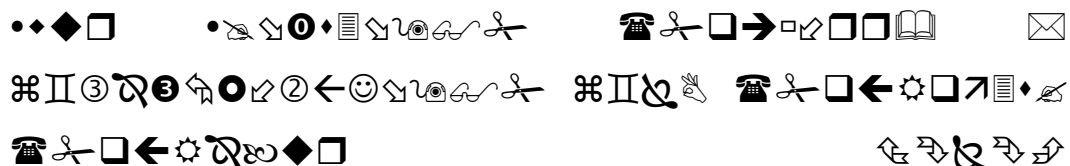
⁷⁵ Wawancara dengan Abdul Rani, Pemilik Toko *Online* Ayang Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.

Selanjutnya, yang sering sekali terjadi dalam jual beli *online* yaitu pembeli sudah melakukan proses pembayaran, namun dikarenakan pembayaran tidak dilakukan tepat waktu, maka pesanan yang diinginkan sudah habis terjual. Dalam hal ini para penjual *online* di facebook marketplace terlebih dahulu memberitahukan bahwa pesanan yang diinginkan sudah habis serta menanyakan apakah pesanan ingin digantikan dengan produk lain atau mengembalikan dana yang telah dibayar. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh Hazrika, “Kalau barang kosong kita kembalikan uangnya, transfer balik. Karena kalau kita tawarin barang lain pun biasanya tidak mau. Kadang orang sudah panjar, tapi tidak diambil-ambil barangnya ya kita bongkar *keep*-annya. Kita kembalikan uangnya.”⁷⁶

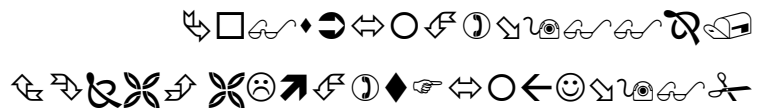
Abdul Rani juga menjelaskan sebagai berikut:

“Barang yang sudah di-*keep* itu pastinya disimpan dalam batas waktu tertentu. Namun, apabila nanti tidak diambil barang itu kita konfirmasi dulu ke yang bersangkutan. Apabila tetap tidak diambil, maka barang itu kita jual ke orang lain. Namun, barang itu tidak kita jual ke orang lain tanpa pemberitahuan lebih dahulu.”

Sikap tersebut menunjukkan bahwa para penjual telah bersikap jujur, terbuka dan tidak ingin berbuat kecurangan. Kecurangan merupakan sikap tidak dibenarkan dalam Islam sebagaimana yang disebutkan dalam Al-Qur’an Surah Al-Syu’ara ayat 181-182 berikut.

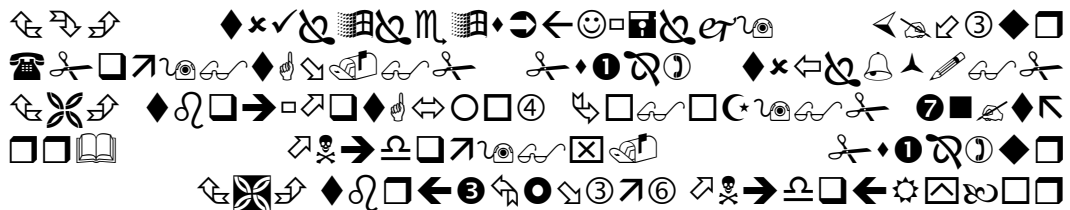


⁷⁶ Wawancara dengan Hazrika, Pemilik Toko *Online* Ika Gallery, Tanggal 30 Maret 2022.



Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan; Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus.” (Q.S. Al-Syu’ara: 181-182)

Dalam ayat lain, Allah SWT berfirman:



Artinya: “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. Yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.” (Q.S. Al-Mutaffifin: 1-3).

Berdasarkan beberapa analisa di atas, dapat disimpulkan bahwa prinsip kebenaran, kebajikan dan kejujuran sudah diterapkan di facebook marketplace para penjual *online* di Kota Langsa, baik itu penjual mencantumkan foto dan keterangan yang sesuai dengan produk asli dan memberitahukan kepada pembeli jika terdapat perbedaan kualitas (tingkat kemiripan) suatu produk dengan fotonya, mencantumkan harga di facebook marketplace sesuai dengan harga aslinya, dan penjual terlebih dahulu memberitahukan bahwa pesanan yang diinginkan pembeli sudah habis serta menanyakan apakah pesanan ingin digantikan dengan produk lain atau mengembalikan dana yang telah dibayarkan. Sikap tersebut menunjukkan bahwa para penjual *online* di Kota Langsa sudah bersikap jujur dan tidak curang.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa transaksi jual beli *online* pada facebook marketplace di Kota Langsa sudah sejalan dengan

etika bisnis Islam. Hal ini dapat dilihat dari terpenuhinya lima prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli *online* di facebook marketplace meliputi prinsip kesatuan (*tauhid/unity*), prinsip keseimbangan (*equilibrium*), prinsip kehendak bebas (*free will*), prinsip tanggung jawab (*responsibility*) dan prinsip kebenaran, kebajikan dan kejujuran (*truth, goodness and honesty*).

Penelitian di atas mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Kristianto Dwi Estijayandono Siradjuddin dan Abd. Wahid Haddade pada tahun 2019 tentang etika bisnis jual beli *online* dalam perspektif Islam, bahwa penerapan etika bisnis dalam Tokopedia.com telah sejalan dengan etika bisnis Islam.⁷⁷ Penelitian ini juga mengkonfirmasi penelitian yang dilakukan oleh Yazida Salsabilla dan Achmad Fajaruddin pada tahun 2020 tentang analisis model *dropshipping* dalam etika bisnis Islam, bahwa kelima strategi dalam *dropshipping* telah memenuhi kelima prinsip dalam etika bisnis Islam.⁷⁸ Penelitian ini juga menguatkan penelitian yang dilakukan oleh Lailatul Fitriani, Dyah Suryani, Devi Agustina, dan Mahilda Anastasia Putri pada tahun 2021 tentang implementasi konsep etika bisnis dalam jual beli *online*, bahwa dalam transaksi jual beli *online* harus menerapkan etika bisnis Islam yang mencakup prinsip-prinsip ketuhanan, akhlak, keseimbangan, kebebasan, keadilan, manfaat, kejujuran dan *shahih*.⁷⁹

Selain itu, penelitian ini juga sangat mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sudung Simatupang, Efendi dan Debi Eka Putri pada tahun 2021, bahwa

⁷⁷ Kristianto Dwi Estijayandono, Siradjuddin, Abd. Wahid Haddade, “Etika Bisnis Jual Online dalam Perspektif Islam”, 53.

⁷⁸ Yazida Salsabiila dan Achmad Fajaruddin, “Analisis Model Dropshipping dalam Etika Bisnis Islam”, 83.

⁷⁹ Lailatul Fitriani, “Implementasi Konsep Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Online”, 60.

kehadiran facebook marketplace memberikan pengaruh positif terhadap minat beli masyarakat.⁸⁰ Sehingga ada kemungkinan bahwa jual beli *online* di marketplace akan semakin diminati masyarakat Kota Langsa di samping transaksinya yang mudah, murah dan cepat, juga para penjual sangat memperhatikan dan sudah mempraktekkan etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnisnya.

Berdasarkan beberapa temuan di atas, dimungkinkan pula ke depannya seiring dengan perkembangan teknologi dan pemasaran yang semakin meningkat di facebook marketplace, maka pihak pengelola facebook marketplace dapat menyempurnakan fitur-fitur facebook marketplace seperti fitur pembayaran, fitur pengiriman, fitur pengembalian dana/barang langsung dari aplikasi, sehingga konsumen dapat merasakan manfaat dan meningkatkan pengalaman dan kepuasan berbelanja *online* di facebook marketplace.

⁸⁰ Sudung Simatupang, Efendi, dan Debi Eka Putri, "Facebook Marketplace serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli", 28.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Mekanisme transaksi jual beli *online* pada facebook marketplace di Kota Langsa diantaranya; a. penjualan dilakukan dengan memposting foto produk lengkap dengan keterangannya, mencantumkan harga dan *contact person* untuk melanjutkan transaksi dan membuat kesepakatan; b. pembelian dilakukan dengan pembeli memilih produk yang diinginkan dan mengecek ketersediaan produk, selanjutnya dapat melakukan negosiasi dengan penjual melalui kolom *messenger*; c. negosiasi ini dilakukan untuk memperoleh kesepakatan diantara keduanya; d. transaksi jual beli *online* terjadi setelah dilakukan pembayaran, cara pembayaran dan pemilihan jasa pengiriman disepakati bersama; pengiriman dilakukan dengan kerjasama antara penjual dan pihak ekspedisi pengiriman; e. kelebihan transaksi jual beli *online* di facebook marketplace yaitu jangkauan pemasarannya lebih luas tidak hanya untuk wilayah Langsa, tapi di luar Langsa pun dapat bertransaksi di facebook marketplace, sedangkan kekurangannya facebook marketplace belum menyediakan fasilitas untuk pembayaran langsung dari facebook marketplace atau belum adanya rekening bersama, sehingga untuk proses pembayaran

harus dilanjutkan ke jalur pribadi; f. permasalahan yang dihadapi yaitu transaksi *online* lebih lama untuk *deal* dibandingkan transaksi *offline*, pesanan yang dibatalkan sepihak oleh pembeli, dan produk rusak di perjalanan dan resi palsu.

2. *Review* konsumen terhadap transaksi jual beli *online* pada facebook marketplace di Kota Langsa antara lain: a. alasan belanja *online* di facebook marketplace karena facebook marketplace menyediakan berbagai macam produk sehingga pembeli mudah untuk mencari produk yang mereka butuhkan, harganya terjangkau dengan kualitas produk yang bagus; b. kemudahan yang diperoleh yaitu dengan transaksi jual beli *online* di facebook marketplace, pembayaran dapat dilakukan dengan cara *Cash On Delivery* (COD), sehingga dengan bertemunya penjual dan pembeli lebih meyakinkan pembeli dan pembeli dapat mengecek kondisi pesanan terlebih dahulu sebelum melakukan pembayaran; c. kelengkapan informasi yaitu para pembeli sudah mendapatkan informasi yang jelas tentang suatu produk yang dibutuhkan, untuk penjelasan lebih detailnya serta proses pembayaran, selanjutnya pembeli dapat menanyakan langsung ke penjual lewat inbox atau *mesenger*; d. kepuasan konsumen yaitu para pembeli mengaku puas berbelanja *online* di facebook marketplace; e. komplein dan tanggung jawab penjual yaitu pembeli sebagai pengguna facebook marketplace dapat mengajukan komplein langsung kepada penjual dan penjual bertanggung jawab dengan bersedia menukar dengan produk yang lebih baik kondisinya

untuk menjaga kepercayaan dan kepuasan pembeli; e. mekanisme pengembalian dana/barang yaitu pembeli dapat mengajukan pengembalian dana atau barang dengan mekanisme jalur pribadi langsung dengan penjual sesuai kesepakatan bersama; f. saran konsumen yaitu semua penjual *online* sebaiknya mencantumkan harga dan keterangan produk yang lebih detail lagi untuk mempercepat proses transaksi jual beli, pengemasan produk lebih diperhatikan lagi untuk menghindari terjadinya kerusakan dalam pengiriman serta penjual diusahakan untuk *fast respon* jika ada pembeli yang bertanya lebih lanjut.

3. Transaksi jual beli *online* pada facebook marketplace di Kota Langsa sudah sejalan dengan etika bisnis Islam. Hal ini dapat dilihat dari terpenuhinya lima prinsip etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli *online* di facebook marketplace diantaranya; a. prinsip kesatuan (*tauhid/unity*) diterapkan dengan tetap mengutamakan ibadah di samping kegiatan jual beli *online* dan *offline* sebagai upaya mencari rezeki; b. prinsip keseimbangan (*equilibrium*) yang dilakukan dengan tidak membeda-bedakan pembeli, menjalin kerjasama dan hubungan baik dengan *supplier* dan *reseller*, memperhatikan kualitas produk serta memperhatikan keseimbangan harga produk yang dijual; c. prinsip kehendak bebas (*free will*) yang dilakukan dengan memberikan kebebasan bagi pembeli dalam menawar harga, kebebasan dalam memilih jasa pengiriman dan cara pembayaran serta kebebasan untuk membatalkan pesanan, walaupun sebelumnya sudah disepakati bersama; d. prinsip

tanggung jawab (*responsibility*) yang dilakukan dengan mengirimkan pesanan yang sesuai dan tepat waktu, mengirimkan bukti resi pengiriman, mengemas pesanan dengan baik dan aman, dan menerima komplein dan bertanggung jawab terhadap komplein tersebut dengan melakukan *return* atau *refund*, sedangkan tanggung jawab pembeli yaitu dengan membayar pesanan tepat waktu dan pihak ekspedisi pengiriman juga bertanggung jawab apabila terjadi kerusakan dalam pengiriman; e. serta prinsip kebenaran, kebajikan dan kejujuran (*truth, goodness and honesty*) yang dilakukan penjual dengan mencantumkan foto dan keterangan yang sesuai dengan produk asli dan memberitahukan kepada pembeli jika terdapat perbedaan kualitas (tingkat kemiripan) suatu produk dengan fotonya, mencantumkan harga di facebook marketplace sesuai dengan harga aslinya, dan penjual terlebih dahulu memberitahukan bahwa pesanan yang diinginkan pembeli sudah habis serta menanyakan apakah pesanan ingin digantikan dengan produk lain atau mengembalikan dana yang telah dibayarkan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Kepada para penjual *online* yang berjualan di facebook marketplace Kota Langsa diharapkan tetap konsisten dan amanah dalam menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnisnya.

2. Kepada para pembeli yang bertransaksi di facebook marketplace Kota Langsa juga diharapkan amanah ketika melakukan pemesanan, agar pihak penjual tidak merasakan kerugian karena seringnya terjadi pembatalan orderan.
3. Kepada pihak pengelola facebook marketplace diharapkan suatu saat nanti dapat menyempurnakan fitur-fitur facebook marketplace seperti menyediakan fitur pembayaran, fitur pengiriman dan pengembalian dana/barang agar facebook marketplace dapat semakin diminati masyarakat dan semakin memberikan berbagai akses kemudahan dalam penggunaan facebook marketplace sebagai salah satu media untuk berbelanja *online*.
4. Secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai literatur atau referensi yang menjadi sumbangan ilmiah di bidang ilmu hukum ekonomi syari'ah dan sebagai rujukan bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku, Jurnal dan Tesis:

- Alimin, Muhammad. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2004.
- Anindya, Desy Astrid. “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua”. *Jurnal At-Tawassuth*, vol.2, no. 2 Januari 2017.
- Arfa, Faisar Ananda. *Metodologi Penelitian Hukum Islam*. Bandung: Citapustaka Media, 2012.
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Ar-Rifa’i, Muhammad Nasib. *Kemudahan dari Allah Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid I, terj. Syihabuddin. Jakarta: Gema Insani, 2000.
- A.W., Dewantara. *Filsafat Moral. Pergumulan Etis Keseharian Manusia*, 2017.
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Azizah, Mabarroh. “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Daring di Toko Online Shopee”. *Humani (Hukum dan Masyarakat Madani)*, vol. 10, no. 1 Mei 2020.
- Badan Pusat Statistik. *Pendapatan Bisnis E-Commerce di Masa Pandemi Covid-19*, 2020.
- Bertens, K. *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007.
- Bisri, Adib dan Munawwir. *Kamus Al-Bisri Arab-Indonesia*. Surabaya: Pustaka Progressif, 1999.
- Cahya, Agus Dwi dkk. “Memanfaatkan Marketplace sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Penjualan di Tengah Pandemi Covid-19”. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, vol. 4, no. 3 July 2021.
- Darmawansyah, Trisna Taufik dan Miko Polindi. “Akad As-Salam dalam Sistem Jual Beli Online (Studi Kasus Online Shopping di Lazada.co.id)”. *Jurnal Aghinya Stiesnu Bengkulu*, vol. 3, no. 1 Juni 2020.

- Darmawati. "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam: Eksplorasi Prinsip Etis Al-Qur'an dan Sunnah".
- Dawwah, Asyraf Muhammad. *Meneladani Keuntungan Bisnis Rasulullah*. Semarang: Pustaka Nuun, 2008.
- Djuwaini, Dimyyaudin. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010.
- Estijayandono, Kristianto Dwi, Siradjuddin, dan Abd. Wahid Haddade. "Etika Bisnis Jual Online dalam Perspektif Islam". *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, vol. 3, no. 1 Juni 2019.
- Fitriani, Lailatul. "Implementasi Konsep Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Online". *Al-Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business*, vol. 1, no. 2 Oktober 2021.
- Hanbal, Imam Ahmad ibn. *Al-Musnad Ahmad*, juz 4. Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah, 1993.
- Harahap. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Ikhsan, Arfan dkk. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Bandung: Citapustaka Media, 2014.
- Isnayah. "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Promosi di Instagram (Studi Endorse Selebgram di Kota Parepare)". *Magister Thesis Institut Agama Islam Negeri Parepare*, 2021.
- Juliyani, Erly. "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam". *Jurnal Ummul Qura*, vol. 7, no. 1 Maret 2016.
- Lubis, Nur Ahmad Fadhil dan Azhari Akmal Tarigan. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Hijri Pustaka Utama, 2001.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021.
- Muhamad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Press, 2008.
- Mujahidah. "Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) sebagai Media Komunikasi". *Jurnal Komunikasi dan Sosial Keagamaan*, vol. 15, no. 1 Juni 2013.

- Muningsih, Elly. "Facebook Commerce, E-Commerce pada Media Sosial Facebook yang Modern dan Populer". *Bianglala Informatika*, vol. 2, no. 1 Maret 2014.
- Narayana, Anak Agung Hari dan Dewa Gde Rudy, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Online Melalui Media Facebook". *Jurnal Kertha Negara*, vol. 9, no. 2 2021.
- Riduwan. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Riyanto, Joko dan Supriyanto. "Analisa Sistem Aplikasi Marketplace Facebook dalam Pengembangan Dunia Bisnis". *Jurnal Media Informatika Budidarma*, vol. 4, no. 4 Oktober 2020.
- Roliansyah, Arhadia dkk. "Analisis Transaksi Jual Beli Online di Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis Islam pada Masa Pandemi Covid 19". *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, vol. 1, no. 5 Maret 2022.
- Ruslang, Muslimin dan Abdul Wahab. "Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 6, no. 3 2020.
- Salim dan Syahrudin. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Citapustaka Media, 2012.
- Salsabiila, Yazida dan Achmad Fajaruddin. "Analisis Model Dropshipping dalam Etika Bisnis Islam". *Journal of Islamic Economics and Philanthropy*, vol. 3, no. 4 November 2020.
- Saprida. "Akad Salam dalam Transaksi Jual Beli". *Mizan: Jurnal Ilmu Syariah*, vol. 4, no. 1 Mei 2016.
- Saurah, Abi Isa Muhammad ibn Isa ibn. *Sunan At-Tirmidzi*, juz 3. Beirut: Dar Al-Fikr, 1994.
- Setyorini, Wahyu dkk. "Potensi dan Tantangan Marketplace Halal di Indonesia". *Journal of Halal Product and Research (JHPR)*, vol. 4, no. 2 November 2021.
- Simal, Abdul Haris. "Pelaksanaan Jual Beli dengan Menggunakan Akad As-Salam Ditinjau dari Prinsip *Tabadul Al-Manafi*". *Tahkim*, vol. 15, no. 1 Juni 2019.
- Simatupang, Sudung, Efendi, dan Debi Eka Putri. "Facebook Marketplace serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli". *Jurnal Ekonomi Unisla*, vol. 22, no. 1 Maret 2021.

- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- _____. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sumartini, Lilis Cucu Sumartini dan Dini Fajriany Ardining Tias. “Analisis Kepuasan Konsumen untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja”. *Jurnal E-BIS*, vol. 3, no.2 2019.
- Suwito. *Filsafat Pendidikan Akhlak Ibn Miskawaih*. Yogyakarta: Belukar, 2004.
- Syahata, Husein. *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Thali, Emmy Febriani dan Ni Putu Suci Meinarni. “Tinjauan Yuridis Mengenai Marketplace Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia. *Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan*, vol. 7, no. 2 Agustus 2019.
- Waziana, Winia, Ricco Herdian Saputra dan Jimi Ali Baba. “Pendampingan Pemasaran Produk Home Industri Melalui Facebook Marketplace bagi Pelaku UMKM di Era Pandemi”. *Jurnal PkM Pemberdayaan Masyarakat*, vol. 2, no. 2 April 2021.
- Wertz, Boris dan Angela Tran Kingyens, *A Guide to Marketplace* (Versionone).
- Rini Yustiani dan Rio Yunanto. Peran Marketplace sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi”. *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika: KOMPUTA*, vol. 6, no. 2 Oktober 2017.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Bab III, Pasal 4, ayat (a) - (i).
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), Bab V, Pasal 17 ayat (1) - (2).
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Bab VIII, Pasal 65 ayat (1) - (4).
- Zakaria, Aceng. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Ibnu Azka, 2012.

Webstite

Databooks.katadata.co.id, Diakses pada tanggal 21 Juli 2021, Pukul 10.15 WIB.

<https://m.facebook.com/policies/commerce>. Diakses pada tanggal 26 April 2022 Pukul 14.00 WIB

<https://newsroom.fb.com/company-info/>. Diakses pada tanggal 26 April 2022, Pukul 11.25 WIB.

Widiartanto, “Facebook Rilis Marketplace untuk Jual Beli Online”, *Kompas.com*, 4 Oktober 2016, 7. Diakses pada tanggal 23 Juli 2022.

Wawancara

Wawancara dengan Abdul Rani, Pemilik Toko *Online* Ayang Gallery, 30 Maret 2022, Pukul 14.30 WIB.

Wawancara Hazrika, Pemilik Toko *Online* Ika Gallery, 30 Maret 2022, Pukul 15.15 WIB.

Wawancara dengan Dewi, Pemilik Toko *Online* Dewi Shop, 30 Maret 2022, Pukul 16.10 WIB.

Wawancara dengan Parni, Pemilik Toko *Online* Fadli Grosir Langsa, 31 Maret 2022, Pukul 17.00 WIB.

Wawancara dengan Achara Wilyanda, Konsumen Facebook Marketplace, 31 Maret 2022, Pukul 17.50 WIB.

Wawancara dengan Muzakirullah, Konsumen Facebook Marketplace, 31 Maret 2022, Pukul 19.30 WIB.

Wawancara dengan Ema Sanita, Konsumen Facebook Marketplace, 02 April 2022, Pukul 19.05 WIB.

Wawancara dengan Davi Daifullah, Konsumen Facebook Marketplace, 02 April 2022, Pukul 21.20 WIB.

DOKUMENTASI



Gambar 1. Wawancara dengan Abdul Rani (Pemilik Toko Online Ayang Gallery) pada hari Rabu, 30 Maret 2022



Gambar 2. Wawancara dengan Hazrika (Pemilik Toko Online Ika Gallery) pada hari Rabu, 30 Maret 2022



Gambar 3. Wawancara dengan Dewi (Pemilik Toko Online Dewi Shop) pada hari Rabu, 30 Maret 2022



Gambar 4. Wawancara dengan Parni (Pemilik Toko Online Fadli Grosir Langsa) pada hari Kamis, 31 Maret 2022



Gambar 5. Wawancara dengan Achara Wilyanda (Konsumen Marketplace) pada hari Kamis, 31 Maret 2022



Gambar 6. Wawancara dengan Muzakirullah (Konsumen Marketplace) pada hari Kamis, 31 Maret 2022



Gambar 7. Wawancara dengan Ema Sanita (Konsumen Marketplace) pada hari Sabtu, 02 April 2022



Gambar 8. Wawancara dengan Davi Daifullah (Konsumen Marketplace) pada hari Sabtu, 02 April 2022



Gambar 9. Kegiatan Transaksi Jual Beli Online di Toko Online Fadli Grosir Langsa



Gambar 10. Kegiatan Transaksi Jual Beli Online di Toko Online Ika Gallery

TRANSKRIP WAWANCARA

Hari/Tanggal : Rabu, 30 Maret 2022
Lokasi : Toko Ayang Gallery Gp. Blang Langsa
Informan : Abdul Rani
Status : Penjual Online
Pukul : 14.30 – 15.00 WIB

1. Kapan Bapak mulai berjualan *online* di marketplace facebook?
Jawab: Sudah beberapa tahun. Main di marketplace itu ada sekitar 10 tahun.
2. Darimana saja Bapak mendapatkan barang yang kemudian dijual di marketplace facebook?
Jawab: Barang-barang Medan sebagian, sebagian lagi dari Jawa.
3. Berapa rata-rata omset perbulan yang dihasilkan?
Jawab: Omset perbulannya kita gak pernah hitung, karena kami tidak punya kalkulasi untuk memperhitungkan omset. Jadi, omset itu selalu berubah-ubah, random. Kalau kisarannya ada di atas 50 juta lah.
4. Mengapa Bapak memilih berjualan *online* di marketplace facebook? Apa kelebihan dan kekurangan berjualan *online* di marketplace?
Jawab: Karena jangkauannya lebih luas dan bisa melihat langsung foto yang kita *posting*. Kalau kekurangannya paling tidak bisa langsung bayar dari marketplace seperti Shopee, harus berlanjut ke japri untuk pembayaran.
5. Bagaimana cara menjual barang di marketplace facebook dan bagaimana cara Bapak melayani konsumen baik itu konsumen lama atau konsumen baru?
Jawab: Cara berjualannya kita harus rajin *posting* barang di marketplace lengkap dengan keterangannya dan mencantumkan *contact person*. Kalau sudah *deal*, dari inbox biasanya konsumen diarahkan ke Wa. Kalau pelanggan

baru dan lama tetap sama perlakuan dan pelayanan yang kami berikan, karena kami berjualan tidak ada pilah-pilih.

6. Bagaimana cara Bapak menjalin hubungan baik dengan distributor dan *reseller*?

Jawab: Untuk *reseller* komunikasi kita tetap dari inbox ataupun Wa, kemudian apa yang bisa kita bantu dari permintaan mereka, pasti kita bantu dan layani. Kalau mereka menginginkan barang, tapi barangnya tidak ada, maka kita coba untuk bagaimana caranya barang itu kita *order* kemudian nanti kita jual kembali. Jadi, pelanggan tetap mendapatkan barang yang dia inginkan. Dengan *supplier* sama juga tetap jalin kerjasama dan komunikasi yang baik.

7. Apakah barang yang Bapak jual sama dengan foto dan keterangan yang tertera di marketplace facebook? Jika terdapat perbedaan kualitas (persentase tingkat kemiripan), apakah Bapak memberitahunya kepada konsumen?

Jawab: Biasanya barang yang kami jual itu adalah barang berdasarkan foto *real picture*. Artinya barang itu kita foto dahulu baru kita pasarkan. Kita tidak memasarkan barang yang hanya sekedar menggunakan gambar dari *web* tapi barang itu *ready*, kita foto setelah kita lihat kualitasnya baru kita *upload* di marketplace. Soal tingkat kemiripan dikarenakan itu foto *realpict*, 98% mirip aslinya, kecuali foto web penuh dengan *lighting* dan *editing*. Tapi, kalau foto *realpict* itu hampir sama dengan aslinya. Namun, kita tidak bisa pastikan 100% karena kualitas camera berbeda-beda dan kualitas pencahayaan juga pasti berbeda, ada yang layar *contrast*-nya lebih terang dan lebih redup. Jadi, itu juga menentukan warna foto.

8. Apakah Bapak selalu memperhatikan kualitas barang yang dijual? Bagaimana tindakan Bapak jika barang yang dijual dalam kondisi yang kurang baik?

Jawab: Soal kualitas barang ini kami sangat memperhatikan, namun kebanyakan *customer* menginginkan harga yang murah. Bilamana harga itu

sudah murah, pastinya kualitas barangnya kurang. Jadi, kita lebih kepada pasar mengikuti permintaan *customer*. Kalau kondisi barang kurang baik, kita pasti akan mengabarkan kepada *customer*, apabila barang itu agak kurang baik atau *reject* pasti kita kabarkan. Bilamana *customernya* menginginkan juga, pasti ada negosiasi lanjutan, pasti kita berikan diskon sesuai keinginan *customernya*.

9. Apakah harga yang Bapak cantumkan di marketplace sama dengan harga aslinya?

Jawab: Harga yang dicantumkan di marketplace kebiasaannya sama karena kita tidak membedakan harga di marketplace dan harga yang kita pasarkan. Kecuali memang ada barang-barang tertentu yang tidak bisa kita cantumkan harganya karena kualitas barangnya itu tidak akan sama dengan yang diinginkan *customer*. Jadi, kita masukan harga di marketplace hanya angka untuk syarat bisa lolos verifikasi untuk posting barang marketplace misalnya Rp123 atau Rp789.

10. Bagaimana keseimbangan harga pasar terhadap harga barang yang Bapak jual?

Jawab: Harga yang kami tawarkan harga yang terjangkau dan tidak memberatkan pembeli juga tidak merugikan penjual. Harga pasti kita sesuaikan, tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah. Intinya apabila dibandingkan dengan harga toko *offline* bisa jadi harga kita lebih murah dari toko *offline* di pasaran pada umumnya.

11. Apakah Bapak memberikan kebebasan pada konsumen untuk menawar harga barang yang dijual?

Jawab: Iya, soal menawar barang apabila barang itu masih bisa kita turunkan lagi harganya ataupun pengambilan dalam jumlah besar pasti akan ada akad tawar-menawarnya untuk kesempurnaan. Namun, apabila menginginkan satu

quantity kemudian harga itu tidak bisa kita potong lagi, maka mengikuti harga yang kita *posting* atau yang sudah kita *upload* di marketplace.

12. Apakah Bapak memberikan kebebasan pada konsumen untuk memilih jasa pengiriman dan cara pembayaran yang digunakan dalam transaksi jual beli *online*?

Jawab: Iya. Kita memberikan jasa pengiriman itu berbagai pilihan, salah satunya kurir maupun ekspedisi. Nah, *customer* boleh memilih mau dikirim pakai kurir, ekspedisi atau dijemput langsung. Masalah pembayaran kita juga memberikan keleluasaan apakah mau ditransfer, mau diantar langsung atau bayar *cash* di tempat kita juga memberikan kemudahan seperti itu. Namun, untuk giro ataupun menggunakan hutang kita belum, karena kita tidak memfasilitasi hal-hal seperti itu.

13. Apakah konsumen melakukan pembayaran tepat waktu dan Bapak juga mengirimkan pesanan tepat waktu, dikemas sesuai variasi pesanan serta memastikan barang yang dikirim tidak rusak atau cacat?

Jawab: Rata-rata *customer* menginginkan barang kemudian barang itu ditransfer pada tepat waktunya. Apabila tidak ditransfer tepat waktu bisa saja barang itu *sold out* atau habis. Namun, apabila barang sudah ditransfer atau dipesan lebih awal baru barang itu kita kemas dengan baik untuk kita kirim dan kita pastikan aman dalam pengiriman.

14. Kapan resi pengiriman barang diberikan kepada konsumen?

Jawab: Rata-rata pengiriman itu resinya sore hari diantarkan atau lebih kurang 1 jam atau 2 jam setelah resi tercatat di bagian ekspedisi pengiriman.

15. Bagaimana jika ada konsumen yang komplein terhadap barang yang Bapak jual karena adanya cacat atau ketidaksesuaian dengan spesifikasi yang tertera di marketplace? Bagaimana cara Bapak bertanggung jawab terhadap komplein tersebut?

Jawab: Pertanggungjawabannya kita semua ceknya di camera CCTV, kita kirim rekaman CCTVnya. Karena urusan pengiriman itu di luar tanggung jawab kita. Untuk barang yang kita *posting* di marketplace, rata-rata itu sudah ada spesifikasinya berdasarkan spesifikasi barang yang ada di lapangan atau yang ada di toko apakah warna, bentuk, rupa, ukuran dan lain-lain. Kemudian, untuk barang-barang elektronik kebanyakan tidak bisa komplein karena barang ini produk sekali pakai atau disebut dengan barang jual lepas. Jadi, untuk barang tertentu, misalnya untuk barang bisa dikomplein atau yang kita jamin bisa kita gantikan, kita tetap menerima komplein. Namun, untuk barang elektronik kita tidak menerima komplein karena sudah ketentuannya memang. Kemudian, kalau untuk bertanggung jawab, apabila barang tersebut *direturn*, kita tidak menanggung ongkos kirimnya. Jadi, barang silahkan *direturn*, kita gantikan dengan yang lebih baik, barang yang sama, tetapi ongkos kirim ditanggung oleh pembeli. Namun, apabila barang rusak dalam pengiriman, kebiasaannya itu pihak pengiriman yang bertanggung jawab.

16. Bagaimana proses jual beli *online* di marketplace facebook jika pembeli sudah deal membeli barang yang Bapak jual?

Jawab: Kalau pembeli di marketplace sudah setuju dengan barang yang ditawarkan dan sudah berkeinginan untuk membeli barang tersebut, kebiasaannya dilanjutkan dengan transaksi jual belinya melalui transfer uang. Setelah uang di transfer, kita akan meminta alamat kemudian kita menanyakan jasa pengiriman yang mereka inginkan. Selanjutnya, barang kita *packing* dengan baik, kemudian kita kirimkan ke alamat yang dituju.

17. Apakah pernah terjadi kondisi dimana konsumen batal membeli barang, padahal sebelumnya sudah *deal* untuk melakukan transaksi *online* dengan penjual?

Jawab: Kejadian *cancel* atau batal membeli sering terjadi dengan berbagai alasan, misalnya uangnya kurang, uangnya sudah habis, kemudian belum sempat transfer dan alasan lainnya. Hal ini sudah pasti ada. Namun, ya kita

menyikapi *customer* semacam ini dengan lapang dada. Karena pada intinya jualan itu tidaklah harus mendapat untung, tetapi juga ada unsur silaturahmi.

18. Apakah saat azan berkumandang Bapak meninggalkan kegiatan jual beli atau tetap melanjutkannya? Jika pembeli terus berdatangan saat waktu shalat apa yang Bapak lakukan?

Jawab: Pada saat azan berkumandang, untuk kegiatan jual beli berhenti sejenak. Setelah selesai baru dilanjutkan dengan kegiatan jual beli kembali.

19. Bagaimana jika barang yang dipesan habis, namun pelanggan sudah transfer lebih dahulu, apa yang Bapak lakukan?

Jawab: Barang yang sudah di-*keep* itu pastinya disimpan dalam batas waktu tertentu. Namun, apabila nanti tidak diambil barang itu kita konfirmasi dulu ke yang bersangkutan. Apabila tetap tidak diambil, maka barang itu kita jual ke orang lain. Namun, barang itu tidak kita jual ke orang lain tanpa pemberitahuan lebih dahulu.

20. Apa saja permasalahan yang pernah dihadapi saat berjualan *online* melalui marketplace facebook? Bagaimana cara Bapak mengatasi permasalahan tersebut?

Jawab: Permasalahan jualan *online* di marketplace yaitu transaksi lebih lama untuk *deal*, kemudian menentukan barang, warna barang, kualitas barang dan lainnya. Jadi, untuk transaksi di marketplace ini membutuhkan waktu yang lebih lama daripada transaksi langsung.

Kebiasaannya kita akan meninggalkan sejenak chatting atau komunikasi di marketplace atau inbox, kemudian kita menunggu balasan. Setelah balasan masuk, baru kita akan merespon ulang. Jadi, waktu kita tidak banyak terbuang untuk menunggu transaksi tersebut.

TRANSKRIP WAWANCARA

Hari/Tanggal : Rabu, 30 Maret 2022
Lokasi : Toko Ika Gallery Gp. Sidorejo Langsa
Informan : Hazrika
Status : Penjual Online
Pukul : 15.15 – 15.30 WIB

1. Kapan Ibu mulai berjualan *online* di marketplace facebook?

Jawab: Lebih kurang 3 tahun.

2. Darimana saja Ibu mendapatkan barang yang kemudian dijual di marketplace facebook?

Jawab: Barangnya macam-macam ya dimana yang termurah disana saya ambil, ada yang dari Jawa, Medan, Lhokseumawe dan lain-lain.

3. Berapa rata-rata omset perbulan yang dihasilkan?

Jawab: Rata-rata Rp8.000.000,-/bulan bersihnya ya.

4. Mengapa Ibu memilih berjualan *online* di marketplace facebook? Apa kelebihan dan kekurangan berjualan *online* di marketplace?

Jawab: Pertama coba-coba keberuntungan. Rupanya setelah dijalani hasilnya lumayan, sampai sekarang alhamdulillah masih lanjut ya. Kalau bicara jualan kan tidak selamanya kita untung, kadang-kadang mengalami kerugian.

5. Bagaimana cara menjual barang di marketplace facebook dan bagaimana cara Ibu melayani konsumen baik itu konsumen lama atau konsumen baru?

Jawab: Dengan kita cek barang dari distributor, rajin-rajin posting barang ke medsos mau itu di marketplace facebook dan lain-lain.

6. Bagaimana cara Ibu menjalin hubungan baik dengan distributor dan *reseller*?

Jawab: Amanah baik itu ke *supplier* dan *reseller*. Itu yang paling penting.

7. Apakah barang yang Ibu jual sama dengan foto dan keterangan yang tertera di marketplace facebook? Jika terdapat perbedaan kualitas (persentase tingkat kemiripan), apakah Ibu memberitahukannya kepada konsumen?

Jawab: Kalau masalah *realpict* sekitar 98%, yang 2% itu kadang beda efek kamera atau cahaya itu sudah beda sedikit warnanya. Yang lainnya *realpict* lah.

8. Apakah Ibu selalu memperhatikan kualitas barang yang dijual? Bagaimana tindakan Ibu jika barang yang dijual dalam kondisi yang kurang baik?

Jawab: Iya lah. Kalau *reject* ya tidak bisa. Kadang ada juga yang baju dari konveksinya ada jahitannya yang lepas atau kancingnya ada yang lepas itu langsung kami jahit sendiri. Kalau barang yang kondisinya kurang baik kadang orang ada yang tidak mau terima juga, dibatalin yasudahlah tidak apa-apa, jual ke orang nanti yang mau.

9. Apakah harga yang Ibu cantumkan di marketplace sama dengan harga aslinya?

Jawab: Iya sesuai.

10. Bagaimana keseimbangan harga pasar terhadap harga barang yang Ibu jual?

Jawab: Kalau dibandingkan dengan harga toko *offline* lebih murah di *online* sedikit lah. Karena kita tidak sewa toko, tidak kena pajak.

11. Apakah Ibu memberikan kebebasan pada konsumen untuk menawar harga barang yang dijual?

Jawab: Dalam Islam saja boleh tawar-menawar. Kalau dalam kapasitas masih bisa ditawar, pasti kita kurangi. Tapi kalau sudah tipis banget untungnya tidak bisa lagi tawar.

12. Apakah Ibu memberikan kebebasan pada konsumen untuk memilih jasa pengiriman dan cara pembayaran yang digunakan dalam transaksi jual beli online?

Jawab: Iya. Cara pembayaran ada dengan transfer ada juga bayar di tempat. Kalau sekitaran Langsa dan Kuala Simpang biasanya bayar di tempat.

13. Apakah konsumen melakukan pembayaran tepat waktu dan Ibu juga mengirimkan pesanan tepat waktu, dikemas sesuai variasi pesanan serta memastikan barang yang dikirim tidak rusak atau cacat?

Jawab: Iya. Kalau belum ditransfer tidak kita kirim dulu barangnya.

14. Kapan resi pengiriman barang diberikan kepada konsumen?

Jawab: Lebih kurang 1 jam setelah pengiriman di hari itu juga keluar resinya.

15. Bagaimana jika ada konsumen yang komplein terhadap barang yang Ibu jual karena adanya cacat atau ketidaksesuaian dengan spesifikasi yang tertera di marketplace? Bagaimana cara Ibu bertanggung jawab terhadap komplein tersebut?

Jawab: Yang sudah-sudah ada sih, namanya kita jual beli pasti ada yang komplein, yasudah saya terima kalau ada yang komplein. Kadang dibilang tidak sesuai sama yang di gambar aslinya merah, sedangkan aslinya agak pink. Yasudah saya bolehkan di-*cancel* saja.

16. Bagaimana proses jual beli *online* di marketplace facebook jika pembeli sudah *deal* membeli barang yang Ibu jual?

Jawab: Setelah transaksi *deal* lanjut ke Wa, tapi ada juga yang mau ke inbox. Kalau *deal* langsung transfer baru kita kirim barangnya.

17. Apakah pernah terjadi kondisi dimana konsumen batal membeli barang, padahal sebelumnya sudah *deal* untuk melakukan transaksi *online* dengan penjual?

Jawab: Pernah beberapa kali.

18. Apakah saat azan berkumandang Ibu meninggalkan kegiatan jual beli atau tetap melanjutkannya? Jika pembeli terus berdatangan saat waktu shalat apa yang Ibu lakukan?

Jawab: Kalau Maghrib kita tutup, tapi kalau Dzuhur, Ashar kita ganti-gantian shalatnya.

19. Bagaimana jika barang yang dipesan habis, namun pelanggan sudah transfer lebih dahulu, apa yang Ibu lakukan?

Jawab: Kalau barang kosong kita kembalikan uangnya, transfer balik. Karena kalau kita tawarin barang lain pun biasanya tidak mau. Kadang orang sudah panjar, tapi tidak diambil-ambil barangnya ya kita bongkar *keep*-annya. Kita kembalikan uangnya.

20. Apa saja permasalahan yang pernah dihadapi saat berjualan *online* melalui marketplace facebook? Bagaimana cara Ibu mengatasi permasalahan tersebut?

Jawab: Masalah *cancel* barang, kalau masalah resi palsu belum pernah, tapi sekarang sudah marak.

Kalau *cancel* yasudah berarti belum rejeki. Karena jualan harus suka-sama suka. Kadang sudah kita batasi *keep* 3 hari, kalau sudah 3 hari saya konfirmasi dulu tanyakan gimana barangnya.

TRANSKRIP WAWANCARA

Hari/Tanggal : Rabu, 30 Maret 2022
Lokasi : Toko Dewi Shop Jl. A.Yani Langsa
Informan : Dewi
Status : Penjual Online
Pukul : 16.10 – 16.25 WIB

1. Kapan Ibu mulai berjualan *online* di marketplace facebook?

Jawab: Mulai dari 2017.

2. Darimana saja Ibu mendapatkan barang yang kemudian dijual di marketplace facebook?

Jawab: Dari Jakarta, Jawa, Medan dimana-mana ada barang yang murah.

3. Berapa rata-rata omset perbulan yang dihasilkan?

Jawab: Tidak tentu, kadang banyak kadang sedikit. Kira-kira kurang lebih Rp5.000.000,-

4. Mengapa Ibu memilih berjualan *online* di marketplace facebook? Apa kelebihan dan kekurangan berjualan *online* di marketplace?

Jawab: Karena sekarang kan sudah banyak orang yang main media sosial. Kalau kita jualan *online* ini, lebih luas jangkauan penjualannya. Kelebihannya tidak hanya orang Langsa saja yang tau *online shop* kita, tapi yang di luar kota pun bisa tahu *online shop* kita. Kekurangannya, tidak bisa melakukan pembayaran langsung dari marketplace, pembayarannya ya dari transfer rekening.

5. Bagaimana cara menjual barang di marketplace facebook dan bagaimana cara Ibu melayani konsumen baik itu konsumen lama atau konsumen baru?

Jawab: Cara jualannya dengan posting foto *realpict* di marketplace lengkap dengan keterangannya. Soal pelayanan kita harus ramah dan melayani dengan baik ya, biar konsumen mau balik lagi belanja ke kita. Pelanggan lama dan baru dapat perlakuan yang sama dari kita.

6. Bagaimana cara Ibu menjalin hubungan baik dengan distributor dan *reseller*?

Jawab: Kalau dengan distributor kita harus tepati janji kalau order barang. Kalau dengan *reseller* tentu melayani dengan baik.

7. Apakah barang yang Ibu jual sama dengan foto dan keterangan yang tertera di marketplace facebook? Jika terdapat perbedaan kualitas (persentase tingkat kemiripan), apakah Ibu memberitahunya kepada konsumen?

Jawab: Foto dan keterangan sama. Paling tergantung pencahayaan kamera.

8. Apakah Ibu selalu memperhatikan kualitas barang yang dijual? Bagaimana tindakan Ibu jika barang yang dijual dalam kondisi yang kurang baik?

Jawab: Tentu dipastikan. Kalau ada barang yang dikomplein kita boleh *return* tapi kalau *refund* tidak ya.

9. Apakah harga yang Ibu cantumkan di marketplace sama dengan harga aslinya?

Jawab: Sama harganya.

10. Bagaimana keseimbangan harga pasar terhadap harga barang yang Ibu jual?

Jawab: Kami tidak lihat toko lain, asal sudah dapat untung, tidak mengikuti harga di toko lain.

11. Apakah Ibu memberikan kebebasan pada konsumen untuk menawar harga barang yang dijual?

Jawab: Kalau di toko kami harga pas, kecuali ambil banyak misal orang ambil 3 pcs diskon Rp.10.000,-/item.

12. Apakah Ibu memberikan kebebasan pada konsumen untuk memilih jasa pengiriman dan cara pembayaran yang digunakan dalam transaksi jual beli *online*?

Jawab: Kalau pengirimannya bebas, tapi kalau pembayarannya transfer langsung, tidak COD.

13. Apakah konsumen melakukan pembayaran tepat waktu dan Ibu juga mengirimkan pesanan tepat waktu, dikemas sesuai variasi pesanan serta memastikan barang yang dikirim tidak rusak atau cacat?

Jawab: Tepat waktu. Transfer langsung kita proses. Sebelum dikirim barang kami cek dulu.

14. Kapan resi pengiriman barang diberikan kepada konsumen?

Jawab: Ketika kita proses ke ekspedisi, langsung foto resinya dan kita kirim ke pelanggan di hari itu juga.

15. Bagaimana jika ada konsumen yang komplein terhadap barang yang Ibu jual karena adanya cacat atau ketidaksesuaian dengan spesifikasi yang tertera di marketplace? Bagaimana cara Ibu bertanggung jawab terhadap komplein tersebut?

Jawab: Boleh tukar kalau ada yang cacat atau tidak sesuai dengan keinginan pelanggan.

16. Bagaimana proses jual beli online di marketplace facebook jika pembeli sudah *deal* membeli barang yang Ibu jual?

Jawab: Kalau sudah *deal* langsung kita arahkan ke Wa, transfer uang langsung kita proses. Kalau dari inbox jarang untuk transaksi *deal* biasanya pelanggan minta no Wa kita.

17. Apakah pernah terjadi kondisi dimana konsumen batal membeli barang, padahal sebelumnya sudah *deal* untuk melakukan transaksi online dengan penjual?

Jawab: Pernah, tapi tidak terlalu sering.

18. Apakah saat azan berkumandang Ibu meninggalkan kegiatan jual beli atau tetap melanjutkannya? Jika pembeli terus berdatangan saat waktu shalat apa yang Ibu lakukan?

Jawab: Ganti-gantian kami kalau shalat Maghrib tetap tutup.

19. Bagaimana jika barang yang dipesan habis, namun pelanggan sudah transfer lebih dahulu, apa yang Ibu lakukan?

Jawab: Saya nawarin lain, kalau orangnya tidak mau ya kita kirim balik uangnya.

20. Apa saja permasalahan yang pernah dihadapi saat berjualan online melalui marketplace facebook? Bagaimana cara Ibu mengatasi permasalahan tersebut?

Jawab: Masalahnya suka ada yang *cancel* pesanan atau barang yang di-PO telat sampai, begitu sampai sudah tidak jadi diambil biasanya gitu.

Enggak mau ambil pusing, yasudahlah berarti belum rejeki dari dia.

TRANSKRIP WAWANCARA

Hari/Tanggal : Kamis, 31 Maret 2022

Lokasi : Jl. Terminal Lama, Kota Langsa

Informan : Parni

Status : Penjual Online

Pukul : 17.00 – 17.16 WIB

1. Kapan Ibu mulai berjualan *online* di marketplace facebook?

Jawab: Jalan 3 tahun kalau di facebook.

2. Darimana saja Ibu mendapatkan barang yang kemudian dijual di marketplace facebook?

Jawab: Dari Jawa, Medan mana-mana yang cocoklah yang bisa dijual lagi, bisa bersaing.

3. Berapa rata-rata omset perbulan yang dihasilkan?

Jawab: Kalau perhari kadang bisa mencapai Rp.68.000.000,- minimal Rp25.000.000,-/hari itu dari online saja. Kalau laba bersihnya kira-kira Rp.1.000.000,-/hari.

4. Mengapa Ibu memilih berjualan *online* di marketplace facebook? Apa kelebihan dan kekurangan berjualan *online* di marketplace?

Jawab: Karena kan kalau di facebook merata jualannya karena kalau dari media sosial banyak yang tahu. Kalau *offline* gini kan sekitaran Langsa saja yang tahu Toko Fadli alamatnya dimana. Kelebihannya kalau dari facebook jangkauan pemasarannya lebih luas, bisa kirim ke luar kota. Kekurangannya kadang ada keluhan-keluhan karena dari pengirimannya ada yang rusak di jalan. Kalau *offline* kan sudah lihat kondisi barangnya langsung.

5. Bagaimana cara menjual barang di marketplace facebook dan bagaimana cara Ibu melayani konsumen baik itu konsumen lama atau konsumen baru?

Jawab: Caranya *posting* dulu, kalau foto ada yang bagian foto, ada yang bagian video, ada yang bagian share barang mana yang *ready* mana yang PO lengkap sama keterangan. Cara layani konsumen baru kita langsung sharelok biar orang percaya biar tahu dimana lokasi toko, karena biasa kan ada penipuan.

6. Bagaimana cara Ibu menjalin hubungan baik dengan distributor dan *reseller*?

Jawab: Biasanya kita kan saling membutuhkan, jadi kita harus senyaman mungkin dan menjaga hubungan baik antara *supplier* dengan *reseller*.

7. Apakah barang yang Ibu jual sama dengan foto dan keterangan yang tertera di marketplace facebook? Jika terdapat perbedaan kualitas (persentase tingkat kemiripan), apakah Ibu memberitahunya kepada konsumen?

Jawab: Sama, kadang kita *upload* videonya juga jadi biar kelihatan foto dan videonya sama. Misalnya ada perbedaan warna kita tetap memberitahukan ke pembeli. Kadang ada yang minta video ya kita videokan.

8. Apakah Ibu selalu memperhatikan kualitas barang yang dijual? Bagaimana tindakan Ibu jika barang yang dijual dalam kondisi yang kurang baik?

Jawab: Perhatikan sekali, jangan sampai konsumen kecewa. Kalau ada barang cacat sedikit misalnya baju, boleh tukar karena kan dari pabriknya, tidak mungkin kita kembali uang. Tetap tukar barang boleh.

9. Apakah harga yang Ibu cantumkan di marketplace sama dengan harga aslinya?

Jawab: Kalau di marketplace harganya kita naikkan sedikit. Kalau yang mau join *reseller* ada harga khusus kita masukkan ke grup biar mereka bisa jual kembali masih dengan harga yang terjangkau.

10. Bagaimana keseimbangan harga pasar terhadap harga barang yang Ibu jual?

Jawab: Kalau kita ada harga ecer ada harga grosir. Kalau yang kita jual *offline* lebih mahal sedikit dari yang kita jual *online* ke *reseller*. Jadi yang mau jual lagi tidak kecewa. Jadi, pastinya lebih murah harga *online* daripada harga pasaran toko.

11. Apakah Ibu memberikan kebebasan pada konsumen untuk menawar harga barang yang dijual?

Jawab: Bisa kalau ambil banyak kita berikan harga yang lebih murah minimal selusin. Ada juga harga khusus untuk pengambilan serian, kodian, partai minimal 10 kodi.

12. Apakah Ibu memberikan kebebasan pada konsumen untuk memilih jasa pengiriman dan cara pembayaran yang digunakan dalam transaksi jual beli online?

Jawab: Ya, terserah mau BB atau *cash* bisa juga menurut keinginan *reseller*.

13. Apakah konsumen melakukan pembayaran tepat waktu dan Ibu juga mengirimkan pesanan tepat waktu, dikemas sesuai variasi pesanan serta memastikan barang yang dikirim tidak rusak atau cacat?

Jawab: Ya kalau konsumen langsung transfer kita pun langsung kirim, kecuali kalau transfernya jam 5 lanjut pengiriman besok karena batas JNT ambil paketnya jam 5.

14. Kapan resi pengiriman barang diberikan kepada konsumen?

Jawab: Resi kalau sudah dikirim dari JNT kita pun langsung kirim ke resellernya. Kadang kalau yang sudah percaya tidak minta resi lagi, tinggal tunggu barangnya sampai. Tapi tetap kita kirim resinya di hari itu juga biar enak di cek.

15. Bagaimana jika ada konsumen yang komplein terhadap barang yang Ibu jual karena adanya cacat atau ketidaksesuaian dengan spesifikasi yang tertera di marketplace? Bagaimana cara Ibu bertanggung jawab terhadap komplein tersebut?

Jawab: Iya bertanggung jawab. Kecuali peralatan rumah tangga tidak menerima komplein karena bisa jadi rusak di pengiriman. Kita tidak menyediakan garansi juga kecuali baju kalau ada cacat boleh tukar, barangnya dikirim kembali ke toko, nanti ongkirnya kami yang tanggung.

16. Bagaimana proses jual beli *online* di marketplace facebook jika pembeli sudah *deal* membeli barang yang Ibu jual?

Jawab: Kalau ada yang inbox mau order kita lanjutkan ke Wa, transfer tinggal kita kirim.

17. Apakah pernah terjadi kondisi dimana konsumen batal membeli barang, padahal sebelumnya sudah *deal* untuk melakukan transaksi *online* dengan penjual?

Jawab: Sering, semua olshop pasti pernah mengalaminya. Namanya manusia, kadang ada kebutuhan mendesak tiba-tiba *cancel* tidak apa-apa, berarti belum rejeki dan kita tidak memviralkan.

18. Apakah saat azan berkumandang Ibu meninggalkan kegiatan jual beli atau tetap melanjutkannya? Jika pembeli terus berdatangan saat waktu shalat apa yang Ibu lakukan?

Jawab: Iya, sebelum adzan Magrib, jam 6 kami wajib tutup toko. Kalau ada yang datang kami minta maaf karena sudah tutup. Kalau jam shalat lain kami ganti-gantian shalatnya.

19. Bagaimana jika barang yang dipesan habis, namun pelanggan sudah transfer lebih dahulu, apa yang Ibu lakukan?

Jawab: Kita coba tawarkan barang lain tapi kalau tidak mau ya tidak bisa kita paksa. Kita kembalikan saja uangnya.

20. Apa saja permasalahan yang pernah dihadapi saat berjualan *online* melalui marketplace facebook? Bagaimana cara Ibu mengatasi permasalahan tersebut? Bagaimana cara Ibu mengatasi permasalahan tersebut?

Jawab: Masalahnya paling barangnya pas sampai ke konsumen kadang peyot, pecah seperti pecah belah. Kadang ada yang kurang sesuai menurut konsumen. Kalau COD untuk grosir kami tidak pakai sistem COD karena kan transaksi jumlah besar risikonya tinggi, kadang juga begitu barang sampai malah ditolak oleh konsumen. Kecuali barang eceran boleh pakai COD kalau ada yang minta.

Kalau COD belum pernah ada, jadi belum ada masalah. Kalau masalah cancel yasudah tidak apa-apa. Tapi kalau masalah resi palsu pernah ada kebetulan langganan lama sampai Rp13.000.000,- tapi sudah kita cek ke banking dan sudah kita bicarakan baik-baik dan sudah diselesaikan baik-baik. Alhamdulillah tanggung jawab orangnya.

TRANSKRIP WAWANCARA

Hari/Tanggal : Kamis, 31 Maret 2022

Lokasi : Langsa

Informan : Achara Wilyanda

Status : Konsumen Marketplace

Pukul : 17.50 – 18.00 WIB

1. Seberapa sering Ibu belanja *online* melalui marketplace facebook?

Jawab: Tidak terlalu sering, kurang lebih sebulan sekali.

2. Mengapa Ibu tertarik belanja *online* di marketplace facebook?

Jawab: Karena barang yang dicari lengkap di marketplace fb dan harganya juga terjangkau.

3. Kemudahan apa saja yang Ibu dapatkan dengan berbelanja *online* melalui marketplace facebook?

Jawab: Kemudahannya kita bisa melakukan transaksi COD dengan penjual.

4. Apakah Ibu sudah mendapatkan informasi yang jelas mengenai barang yang dijual?

Jawab: Sudah. Kita bisa lihat informasi yang jelasnya di keterangan yang penjual tulis.

5. Apakah Ibu puas dengan barang yang dibeli melalui marketplace facebook?

Jawab: Iya puas, karena barang yang dipesan sesuai dengan apa yang diinginkan.

6. Ketika Ibu berbelanja *online*, setelah barang diterima namun ditemukan adanya cacat atau ketidaksesuaian dengan spesifikasi yang sudah dicantumkan di marketplace facebook, bagaimana Ibu menyikapinya?

Jawab: Sebelum barang dibuka saya akan membuat video, agar apabila barang yang rusak atau cacat bisa kita laporkan kembali ke penjual.

7. Apakah penjual bertanggung jawab atas kekecewaan Ibu jika terdapat keluhan atau ketidakpuasan dalam transaksi jual beli *online* di marketplace?

Jawab: Iya. Penjual bersedia melakukan penukaran barang dengan yang lebih baik.

8. Apakah Ibu pernah mengajukan pengembalian dana atau barang? Jika pernah, bagaimana mekanismenya?

Jawab: Tidak pernah.

9. Apa saran Ibu untuk para penjual *online* yang bertransaksi melalui marketplace facebook?

Jawab: Sarannya untuk semua penjual *online* di marketplace agar di setiap produk yang dicantumkan harga dan keterangan dari produk tersebut lebih diperjelas lagi.

TRANSKRIP WAWANCARA

Hari/Tanggal : Kamis, 31 Maret 2022

Lokasi : Langsa

Informan : Muzakirullah

Status : Konsumen marketplace

Pukul : 19.30 – 18.00 WIB

1. Seberapa sering Bapak belanja *online* melalui marketplace facebook?

Jawab: Kurang lebih 2 bulan sekali.

2. Mengapa Bapak tertarik belanja *online* di marketplace facebook?

Jawab: Karena harganya murah dan kualitasnya bagus.

3. Kemudahan apa saja yang Bapak dapatkan dengan berbelanja *online* melalui marketplace facebook?

Jawab: Bisa melakukan pembayaran di tempat.

4. Apakah Bapak sudah mendapatkan informasi yang jelas mengenai barang yang dijual?

Jawab: Ya. Informasinya bisa langsung kita tanyakan ke penjual.

5. Apakah Bapak puas dengan barang yang dibeli melalui marketplace facebook?

Jawab: Puas, karena sesuai dengan yang ada di gambar.

6. Ketika Bapak berbelanja *online*, setelah barang diterima namun ditemukan adanya cacat atau ketidaksesuaian dengan spesifikasi yang sudah dicantumkan di marketplace facebook, bagaimana Bapak menyikapinya?

Jawab: Saya akan memfoto barang tersebut dan melaporkannya kepada penjual agar dapat diganti.

7. Apakah penjual bertanggung jawab atas kekecewaan Bapak jika terdapat keluhan atau ketidakpuasan dalam transaksi jual beli *online* di marketplace?

Jawab: Iya. Penjual mengganti produk dengan yang lebih baik.

8. Apakah Bapak pernah mengajukan pengembalian dana atau barang? Jika pernah, bagaimana mekanismenya?

Jawab: Tidak pernah.

9. Apa saran Bapak untuk para penjual *online* yang bertransaksi melalui marketplace facebook?

Jawab: Sarannya yaitu apabila dalam pengemasan produk supaya lebih dipastikan lagi keamanannya agar barangnya tidak rusak begitu sampai ke pembeli.

TRANSKRIP WAWANCARA

Hari/Tanggal : Sabtu, 02 April 2022
Lokasi : Langsa
Informan : Ema Sanita
Status : Konsumen Marketplace
Pukul : 19.05 – 19.15 WIB

1. Seberapa sering Ibu belanja *online* melalui marketplace facebook?

Jawab: Lumayan sering. Sebulan ada beberapa kali belanja *online*.

2. Mengapa Ibu tertarik belanja *online* di marketplace facebook?

Jawab: Karena harganya lebih murah dari harga di toko. Jadi dengan harga murah kita bisa dapatkan barang yang sama kualitasnya dengan barang toko.

3. Kemudahan apa saja yang Ibu dapatkan dengan berbelanja *online* melalui marketplace facebook?

Jawab: Kalau marketplace ini kita bisa komunikasi dengan penjualnya lewat inbox. Biasanya saya tanya dulu barangnya *ready* tidak. Kalau *ready* biasa saya langsung liat ke *online shop*-nya. Kalau kira-kira udah yakin untuk *order* biasa saya janjiin sama penjualnya untuk COD itu kalau posisi *olshop*nya dekat dengan lokasi saya.

4. Apakah Ibu sudah mendapatkan informasi yang jelas mengenai barang yang dijual?

Jawab: Sudah, biasa *online shop* ada yang sudah buat keterangan lengkap di marketplacena. Nah, yang belum saya tanyakan dulu lewat inbox tentang warna, ukuran, bahan, *ready* atau PO dan lokasi penjualnya. Kalau penjualnya di luar Langsa saya cek dulu akun facebooknya *real* atau *fake account*.

5. Apakah Ibu puas dengan barang yang dibeli melalui marketplace facebook?

Jawab: Sejauh ini puas. Belum ada yang kecewa semenjak belanja di marketplace. Karena saya pilih-pilih dulu sebelum *order*. Kalau saya lihat foto barangnya *real* biasanya langsung saya inbox untuk tanya-tanya. Tapi kalau saya lihat fotonya seperti foto-foto internet, langsung saya *skip* saja, cari di toko lain.

6. Ketika Ibu berbelanja *online*, setelah barang diterima namun ditemukan adanya cacat atau ketidaksesuaian dengan spesifikasi yang sudah dicantumkan di marketplace facebook, bagaimana Ibu menyikapinya?

Jawab: Kalau barang yang COD langsung ketemu dengan penjualnya pasti saya cek dulu kondisi barangnya sesuai foto atau tidak. Tapi kalau barang yang dikirim dari luar Langsa, kalau ada yang tidak sesuai saya fotokan dan coba bicarakan baik-baik ke olshopnya untuk cari jalan tengah. Biasa ada olshop yang mau *return* barang baru, ada juga yang mau *refund* uang tapi barangnya kita kirim balik kesana.

7. Apakah penjual bertanggung jawab atas kekecewaan Ibu jika terdapat keluhan atau ketidakpuasan dalam transaksi jual beli *online* di marketplace?

Jawab: Kebanyakan bertanggung jawab ya, seperti *return* barang atau *refund*. Ada juga yang tidak bertanggung jawab, tapi jarang misalnya ketika komplein chat kita diabaikan. Kalau saya pribadi ke depannya tidak *order* di olshop itu lagi.

8. Apakah Ibu pernah mengajukan pengembalian dana atau barang? Jika pernah, bagaimana mekanismenya?

Jawab: Pernah. Mekanisme lewat jalur pribadi saja dibicarakan baik-baik dengan olshopnya. Karena di marketplace kan belum ada fitur untuk ajukan *refund* atau *return* ya. Bisa jadi kelalaian admin salah *packing* barang kita.

9. Apa saran Ibu untuk para penjual *online* yang bertransaksi melalui marketplace facebook?

Jawab: Sarannya untuk para penjual olshop dibuat keterangan yang lengkap di marketplace supaya proses *order*-nya bisa lebih cepat. Kalaupun keterangannya belum begitu lengkap, diusahakan *fast respon* kalau ada yang bertanya di inbox. Kadang-kadang ada olshop yang tidak balas inbox, cuma dibaca aja.

TRANSKRIP WAWANCARA

Hari/Tanggal : Sabtu, 02 April 2022
Lokasi : Langsa
Informan : Davi Daifullah
Status : Konsumen Marketplace
Pukul : 21.20 – 21.30 WIB

1. Seberapa sering Bapak belanja *online* melalui marketplace facebook?
Jawab: Seminggu sekali.
2. Mengapa Bapak tertarik belanja *online* di marketplace facebook?
Jawab: Harga murah dan produk yang dijual berbagai macam.
3. Kemudahan apa saja yang Bapak dapatkan dengan berbelanja *online* melalui marketplace facebook?
Jawab: Kemudahannya bisa membayar begitu barang sampai.
4. Apakah Bapak sudah mendapatkan informasi yang jelas mengenai barang yang dijual?
Jawab: Sudah. Informasi yang lebih detail bisa kita tanya langsung ke penjual.
5. Apakah Bapak puas dengan barang yang dibeli melalui marketplace facebook?
Jawab: Puas. Karena sesuai.
6. Ketika Bapak berbelanja *online*, setelah barang diterima namun ditemukan adanya cacat atau ketidaksesuaian dengan spesifikasi yang sudah dicantumkan di marketplace facebook, bagaimana Bapak menyikapinya?
Jawab: Saya akan meminta penukaran barang.

7. Apakah penjual bertanggung jawab atas kekecewaan Bapak jika terdapat keluhan atau ketidakpuasan dalam transaksi jual beli *online* di marketplace?

Jawab: Iya, penjual menukar barang dengan barang yang lebih baik dengan jenis barang yang sama.

8. Apakah Bapak pernah mengajukan pengembalian dana atau barang? Jika pernah, bagaimana mekanismenya?

Jawab: Tidak pernah.

9. Apa saran Bapak untuk para penjual *online* yang bertransaksi melalui marketplace facebook?

Jawab: Sarannya agar penjual di marketplace mencantumkan harga yang benar dan membuat keterangan barang *ready* atau tidak.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER**

Jln. Meurandeh - Kota Langsa – Provinsi Aceh
Telepon (0641) - 22619 / 23129; Faksimili (0641) 425139; Surel: info@iainlangsa.ac.id;
website: <http://pps.iainlangsa.ac.id/>

**SURAT KEPUTUSAN
DIREKTUR PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
NOMOR : B - 253 / In.24 / PPs / PP.00.9 / 12 / 2021**

TENTANG

**PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING TESIS MAHASISWA
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA**

**DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
DIREKTUR PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA**

- Menimbang : a. Bahwa untuk Memenuhi Persyaratan dalam meraih gelar strata dua bagi mahasiswa Pascasarjana Program Magister IAIN Langsa, perlu ditetapkan Dosen Pembimbing Tesis;
- b. Bahwa nama-nama yang tercantum namanya dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan memenuhi syarat untuk diangkat/diserahi tugas sebagai Dosen Pembimbing Tesis;
- c. Bahwa untuk maksud tersebut perlu ditetapkan dalam suatu surat Keputusan Direktur Pascasarjana Program Magister Institut Agama Islam Negeri Langsa.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor: 20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor: 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Presiden Nomor: 146 tahun 2014 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawiayah Cot Kala Langsa menjadi Institut Agama Islam Negeri Langsa;
4. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor: 3 Tahun 2006 tentang Organisasi dan Tata Kerja Departemen Agama sebagai telah diubah dengan Peraturan Menteri Agama Nomor 10 Tahun 2010 tentang Organisasi Dan Tata Kerja Kementerian Agama;
5. Peraturan Menteri Agama Nomor 10 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Langsa
6. Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor: B.11/3/17/201 tanggal 24 April 2019 tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa.
7. Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 2853 Tahun 2017 Tentang Izin Penyelenggaraan Pascasarjana Program Magister Institut Agama Islam Negeri Langsa
8. Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 139 Tahun 2019 tentang Pengangkatan Direktur Pascasarjana Program Magister IAIN Langsa.

MEMUTUSKAN :

Menetapkan :

Pertama : Menunjukkan dan mengangkat Dosen Pembimbing Tesis Mahasiswa sebagai berikut:

Pembimbing I : **Dr. Iskandar Budiman, MCL**

Pembimbing II : **Dr. Junaidi, MA., M.Ed**

bagi mahasiswa:

Nama : **Rahmayanti**

NIM : **501 2020 030**

Prodi : **Magister Hukum Ekonomi Syariah**

Judul Tesis : **Marketplace dalam Perspektif Etika Bisnis Islam**

Kedua : Surat Keputusan ini berlaku selama dua semester (Semester Ganjil 2021/2022 dan Genap 2021/2022) sesuai Kalender Akademik Pascasarjana Program Magister IAIN Langsa;

Ketiga : Surat Keputusan ini ditetapkan dengan ketentuan akan diperbaiki sebagaimana mestinya apabila terdapat kekeliruan dalam penempatan dan penetapan ini.

Ditetapkan di : LANGSA
Pada Tanggal : 03 Desember 2021 M
28 Rabiul Akhir 1443 H

Direktur,


Zulkarnaini





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER**

Jalan Meurandeh Kota Langsa Provinsi Aceh
Telepon (0641) - 22619 / 23129; Faksimili (0641) 425139; Surel: info@iainlangsa.ac.id;
Website: <http://pps.iainlangsa.ac.id/>

Nomor : B-356/In.24/PPs/PP.00.9/08/2022
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Langsa, 01 Agustus 2022 M
03 Muharram 1444 H

Kepada Yth,
Pemilik Toko Ayang Gallery
Di
Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu Pimpinan Instansi dalam wilayah Kota Langsa bahwa mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Pascasarjana Program Magister IAIN Langsa yang tersebut di bawah ini :

Nama : Rahmayanti
Tempat/Tgl. Lahir : Seunebok Puntı / 12 Maret 1984
NIM : 5012020030
Judul Penelitian : **Facebook Marketplace dalam Perspektif Etika
Bisnis Islam Studi di Kota Langsa**

bermaksud melakukan penelitian di tempat Bapak. Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon kesediaan Bapak agar dapat mengizinkan mahasiswa kami untuk melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Tesis.

Demikian permohonan kami, atas bantuan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Langsa, 01 Agustus 2022

Direktur,



Zulkarnaini



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER**

Jalan Meurandeh Kota Langsa Provinsi Aceh
Telepon (0641) - 22619 / 23129; Faksimili (0641) 425139; Surel: info@iainlangsa.ac.id;
Website: <http://pps.iainlangsa.ac.id/>

Nomor : B-356/In.24/PPs/PP.00.9/08/2022
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Langsa, 01 Agustus 2022 M
03 Muharram 1444 H

Kepada Yth,
Pemilik Toko Dewi Shop
Di
Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu Pimpinan Instansi dalam wilayah Kota Langsa bahwa mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Pascasarjana Program Magister IAIN Langsa yang tersebut di bawah ini :

Nama : Rahmayanti
Tempat/Tgl. Lahir : Seunebok Puntir / 12 Maret 1984
NIM : 5012020030
Judul Penelitian : **Facebook Marketplace dalam Perspektif Etika
Bisnis Islam Studi di Kota Langsa**

bermaksud melakukan penelitian di tempat Bapak. Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon kesediaan Bapak agar dapat mengizinkan mahasiswa kami untuk melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Tesis.

Demikian permohonan kami, atas bantuan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Langsa, 01 Agustus 2022

Direktur,



Zulkarnaini



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER**

Jalan Meurandeh Kota Langsa Provinsi Aceh
Telepon (0641) - 22619 / 23129; Faksimili (0641) 425139; Surel: info@iainlangsa.ac.id;
Website: <http://pps.iainlangsa.ac.id/>

Nomor : B-356/In.24/PPs/PP.00.9/08/2022
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Langsa, 01 Agustus 2022 M
03 Muharram 1444 H

Kepada Yth,
Pemilik Toko Ika Gallery

Di

Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu Pimpinan Instansi dalam wilayah Kota Langsa bahwa mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Pascasarjana Program Magister IAIN Langsa yang tersebut di bawah ini :

Nama : Rahmayanti
Tempat/Tgl. Lahir : Seunebok Puntti / 12 Maret 1984
NIM : 5012020030
Judul Penelitian : **Facebook Marketplace dalam Perspektif Etika
Bisnis Islam Studi di Kota Langsa**

bermaksud melakukan penelitian di tempat Bapak. Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon kesediaan Bapak agar dapat mengizinkan mahasiswa kami untuk melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Tesis.

Demikian permohonan kami, atas bantuan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Langsa, 01 Agustus 2022

Direktur,



Zulkarnaini



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER**

Jalan Meurandeh Kota Langsa Provinsi Aceh
Telepon (0641) - 22619 / 23129; Faksimili (0641) 425139; Surel: info@lainlangsa.ac.id;
Website: <http://pps.iainlangsa.ac.id/>

Nomor : B-356/In.24/PPs/PP.00.9/08/2022
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Langsa, 01 Agustus 2022 M
03 Muharram 1444 H

Kepada Yth,
Pemilik Toko Fadli Grosir Langsa
Di
Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu Pimpinan Instansi dalam wilayah Kota Langsa bahwa mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Pascasarjana Program Magister IAIN Langsa yang tersebut di bawah ini :

Nama : Rahmayanti
Tempat/Tgl. Lahir : Seunebok Puntı / 12 Maret 1984
NIM : 5012020030
Judul Penelitian : **Facebook Marketplace dalam Perspektif Etika
Bisnis Islam Studi di Kota Langsa**

bermaksud melakukan penelitian di tempat Bapak. Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon kesediaan Bapak agar dapat mengizinkan mahasiswa kami untuk melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Tesis.

Demikian permohonan kami, atas bantuan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Langsa, 01 Agustus 2022
Direktur,

Zulkarnaini



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Rahmayanti
Tempat/Tanggal Lahir : Seuneubuk Punt, 12 Maret 1984
Alamat Rumah : Kampung Bundar, Kecamatan Karang Baru
Kabupaten Aceh Tamiang
Email : rahmayanti12@gmail.com
Nama Ayah : Sulaiman
Nama Ibu : Mehram
Nama Suami : Chairul Bahri
Nama Anak : 1. Jacinda Azalia
2. Zivana Adzra

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal

- a. SD Negeri Bukit Meutuah, tahun lulus 1995
- b. SMP Negeri 5, tahun lulus 1998
- c. SMA Swasta Cut Nyak Dhien, tahun lulus 2001
- d. S1 (Jurusan Pendidikan Biologi, FKIP, Universitas Islam Sumatera Utara), tahun lulus 2005

C. Riwayat Pekerjaan

1. SMP Swasta Cut Nyak Dhien, tahun 2005 - 2007
2. Universitas Serambi Mekkah Langsa, tahun 2005 - 2007
3. SMP Negeri 5 Matang Cincin Aceh Tamiang, 2008 - 2009

Langsa, 20 Mei 2022

(Rahmayanti)