



Implementasi Etika Konsumen Shopee

Aliffia Nurul Hasna

Prodi Perbankan Syariah, STEI Hamfara, Yogyakarta

alifiahasna2001@gmail.com

Riwayat Artikel		
Diterima: 3/3/2023	Disetujui: 5/3/2023	Dipublish: 10/4/2023

Abstrak: Etika merupakan filsafat yang mempelajari Nilai yang menjadi studi tentang standar dan penilaian moral serta mencakup penerapan konsep benar, salah, baik, buruk, dan tanggung jawab. Penelitian ini difokuskan pada implementasi etika konsumen untuk evaluasi penjualan shopee. Dengan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa evaluasi penjualan shopee harus sinkron dengan etika konsumen. Sehingga dalam membuat survey, target bisnis, dan kontrol traffic market place harus sejalan dengan etika konsumen islami yaitu jenis barangnya baik; halal; dan thoyyib, manfaat produk yang jelas, serta kuantitas barang yang sesuai.

Kata Kunci: Evaluasi penjualan, Etika konsumen, Shopee

Abstract: Ethics is a philosophy that studies values that become the study of moral standards and judgments and includes the application of concepts of right, wrong, good, bad, and responsibility. The research is focused on the implementation of consumer ethics for shopee sales evaluation. With the method used in this study is a descriptive method of analysis. The results showed that the evaluation of shopee sales must be in sync with consumer ethics. So that in making surveys, business targets, and traffic control market place must be in line with Islamic consumer ethics, namely the type of goods are good; halal; and thoyyib, the benefits of the product are clear, as well as the appropriate quantity of goods.

Keywords: Sales evaluation, Consumer ethics, Shopee

PENGANTAR

Etika pada dasarnya adalah sebuah peraturan yang tidak tertulis, selain itu dapat dikatakan juga sebagai ilmu yang mengajarkan mengenai apa yang dilarang dan apa yang boleh dilakukan oleh manusia untuk menjadi lebih baik. Sedangkan konsumen sendiri adalah orang yang menggunakan barang atau jasa yang tersedia di dalam masyarakat, baik berupa kepentingan untuk diri sendiri, keluarga, atau bahkan khalayak umum, dan tidak untuk diperdagangkan. Karenanya etika konsumen ini memiliki hubungan erat dengan etika bisnis, karena suatu bisnis tidak akan bisa berjalan tanpa adanya konsumen. Islam sendiri menganut pandangan yang dapat ditinjau dari 2 sudut yaitu, metodologi yang terkait dengan metode penyampaian dan penerimaan sedemikian rupa hingga dapat memimpin pekerjaan media di bidang kebebasan dalam beropini. Hal ini dilakukan agar bisa mencapai hasil yang lebih positif, dan kontrol etis terutama yang berkaitan dengan melestarikan tanda-tanda individu serta reputasi dan kejatuhan (Bouchouchah, 2021). Hubungan erat antara bisnis dan konsumen ini mengharuskan sebuah bisnis untuk lebih memperhatikan kembali dalam memproduksi produknya dalam berbisnis, tidak hanya mengandalkan produk/barang yang sedang trend saja tetapi juga harus memperhatikan manfaat dari suatu barang yang diproduksi.

Perdagangan tradisional memiliki prinsip yang sama dengan penjualan online, namun Internet adalah lingkungan baru yang menunjuk sampai perilaku tak etis, dimana perbedaan terpenting pada penerapan etika pada perdagangan elektronik (penjualan online) dan perdagangan tradisional ialah masalah moral (Kupita & Bintoro, 2012). Sehingga hal ini terjadi ketika kecepatan perubahan teknologi melebihi taraf perkembangan moral. terdapat beberapa alasan mengapa etika tertinggal di belakang perkembangan teknologi, karena yang terpenting adalah adanya lingkungan yang sangat kompetitif yang memaksakan kecepatan akses ke teknologi yang memberikan laba ekonomi yang besar tanpa memperhatikan dampaknya (Saadi, 2018). Adanya bisnis online yang sedang banyak diminati oleh masyarakat saat ini, salah satunya adalah marketplace shopee yang menjadi tempat belanja online Nomor satu di kawasan Asia Tenggara. Karena saat ini belanja online sedang menjadi trend di Indonesia melalui marketplace, dengan keamanan, kemudahan, serta kepercayaan yang sesuai dengan keinginan konsumen, karenanya hal ini dapat menarik minat konsumen dalam hal pembelian secara online. Meskipun tidak semua orang tertarik untuk melakukan pembelian secara online, karena beberapa dari mereka masih merasa takut dan tidak percaya untuk melakukan pembelian disitus online, dengan alasan sulit melakukan transaksi online, dan takut barang yang dikirimnya tidak sesuai. Dengan adanya hal ini maka minat dalam transaksi secara online akan berkurang (Sinta et al., 2021).

Minat beli dapat diartikan sebagai tindakan atau perilaku dari pembeli, ketika pembeli memiliki keinginan dan kemauan saat ingin menentukan atau memakai, atau ketika sedang timbul keinginan untuk memiliki pada barang yang sedang dijual (Bakti, Hairudin and Alie, 2020). Sehingga dalam bertransaksinya konsumen harus lebih berhati-hati kembali dalam memilih barang yang akan dibelinya. Karena etika konsumen yang terjadi pada saat ini faktanya para

pelaku konsumsi lebih mementingkan untuk membeli barang yang sesuai dengan keinginannya bukan kebutuhannya, banyaknya suatu barang yang dibelinya agar bisa merasa puas, membeli barang yang subhat atau haram, serta membelanjakan hartanya secara berlebih-lebihan. Dalam perspektif Islam bisa dilihat jika perilaku konsumen memang harus dijalankan oleh setiap muslim dalam melakukan perilaku konsumsinya. Dalam menjalankan kelima unsurnya yaitu dimana barang yang dibelinya harus baik dan halal, tidak memprioritaskan diri sendiri, dapat membedakan mana kebutuhan dan keinginan, berdasarkan prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan kemurahan hati, dan moralitas. Maka bisa dilihat bahwa tujuan dari konsumsi tersebut yaitu untuk maslahah dan falah, hal ini dilakukan agar dapat terwujudnya kesejahteraan (Sari et al., 2021). Selain itu, pemilik bisnis juga biasanya menjual barang tanpa memperhatikan kehalalannya, sehingga barang apapun yang sedang digemari dan menjadi trend masyarakat saat ini mereka akan menjualnya. Trend yang ada ini justru bisa membahayakan masyarakat, karena dengan begitu secara tidak langsung masyarakat akan mengikuti gaya hidup Negara Barat.

Etika konsumen islam merupakan suatu aktivitas manusia yang berkaitan dengan aktivitas membeli dan menggunakan produk barang dan jasa, dengan lebih memperhatikan kembali kaidah ajaran islam, serta dapat berguna bagi kemaslahatan umat. Karena itu sebagai konsumen muslim harus memiliki ciri perilaku seorang muslim dalam berkonsumsinya. Konsumsi harus didasarkan pada kebutuhan manusia yang terbatas, kepuasan yang ditentukan oleh kemaslahatan yang dihasilkan, menkonsumsi barang yang halal dan thoyyib, dan berkonsumsi sesuai dengan kemampuan. Tidak hanya memperhatikan ciri perilaku seorang muslim, konsumen islam juga memiliki etika konsumen yang harus diperhatikam seperti barang yang dikonsumsi, kuantitas barang, serta manfaat dari suatu barang yang dibelinya.

METODE

Pada penelitian ini memiliki jenis kualitatif dengan deskriptif analisis, deskriptif analisis ini biasanya digunakan untuk menganalisis, menggambarkan, serta meringkas suatu kejadian dan kondisi, fenomena, bahkan keadaan secara sosial. Pada penelitian kualitatif, konseptualisasi, kategorisasi, dan deskripsi bisa dikembangkan atas dasar kejadian yang didapat ketika kegiatan lapangan sedang berlangsung. Karenanya, kegiatan yang terjadi pada pengumpulan data dan analisis data ini mustahil untuk bisa dipisahkan satu sama lain (Rijali, 2019). Data yang dikumpulkannya berupa hasil pengamatan mengenai masalah yang akan diteliti dan terjadi di lapangan. Metode ini digunakan untuk melihat etika konsumen dalam penjualan shopee, penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisis serta sumber informasi yang didapat Berdasarkan hasil pengalaman dan observasi.

HASIL DAN DISKUSI

Etika konsumen digunakan untuk mengevaluasi penjualan shopee, karena dalam etika konsumen islam memiliki hal yang berbeda dengan etika konsumen pada umumnya. Dalam etika konsumen islam segala hal yang dilakukan dalam transaksi jual-beli harus berpatokan pada Kaidah islam. Selain itu sebagai konsumen dalam melakukan konsumsinya harus berdasarkan kebutuhan bukan hanya sekedar keinginan. Perilaku konsumen syari'ah merupakan suatu perilaku yang biasa dilakukan oleh seorang muslim, yang dimana dalam memenuhi kebutuhannya seorang muslim tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan individual berupa materi saja tetapi juga memenuhi kebutuhan sosial atau spiritual (Watimah, 2015). Sehingga seorang konsumen dalam bertransaksi jual-belinya harus sesuai dengan kebutuhan, kejelasan dan kesesuaian barangnya serta memenuhi kebutuhan sosialnya. Terlebih jika kegiatan transaksi tersebut dilakukan secara online melalui marketplace atau sejenisnya, maka hal ini sangat perlu untuk diperhatikan. Sedangkan fakta yang terjadi saat ini konsumen dalam berkonsumsinya tidak memperhatikan kebutuhan tetapi lebih mementingkan kepada keinginannya, trend barang, dsb. Aspek etika yang diarahkan oleh Al-Qur'an dan sunnah di banyak daerah dengan sangat hati-hati dan penuh perhatian adalah dasar penting dari fondasi teori Islam secara umum, serta aspek ekonominya secara khusus. Teori yang bersandar pada landasan moral memberikan peluang bagi kebahagiaan manusia, namun teori-teori yang berdasarkan di persaingan kompulsif yang menjadi dasar teori tersebut individualisme, atau kebencian kelas yang menjadi dasar teori Marxis (Ali, 2019).

Etika konsumen ini berkaitan erat dengan evaluasi penjualan, karena jika konsumen memiliki etika yang baik dalam melakukan transaksinya maka penjualpun akan segan untuk melakukan hal-hal yang tidak baik seperti menipu, harga yang ditawarkan lebih tinggi, dsb. Ada beberapa kendala yang mungkin terjadi pada transaksi online misalnya seperti jarak, kurangnya waktu yang cukup, dan adanya kelangkaan beberapa produk serta layanan yang sulit diperoleh secara praktis dan cepat (Maarajal, 2019). Karena belanja online memang dapat memberikan banyak kemudahan bagi para konsumen, tetapi dalam belanja online juga terdapat beberapa kelemahan dan risiko-risiko misalnya seperti tidak bisa melihat barang secara langsung, barang hanya berbentuk gambar dengan spesifikasi yang telah dituliskan penjual, dan hal itulah yang menyebabkan jual beli online sangat rentan dengan penipuan, barang yang terkadang tidak sesuai dengan apa yang ada digambar (Solihin & Azwar, 2019). Namun jika konsumen memiliki etika yang kurang baik dalam melakukan transaksinya, maka penjualpun harus tetap melayaninya dengan baik, karena jika tidak maka akan mempengaruhi penjualannya. Sebagai penjual harus tetap memperhatikan kejujuran dan keterbukaannya dalam berbisnis, penjual juga harus memperhatikan barang/produk yang dijualnya agar sesuai dengan kebutuhan masyarakat, serta diharapkan untuk menjual barang/produk yang baik, yang sesuai dengan etika bisnis. Karena etika bisnis islam menanamkan anjuran mengenai hubungan manusia dengan Tuhannya, manusia dengan sesama manusia, serta manusia dengan lingkungannya.

ضَرِيتْ عَلَيْهِمُ الدَّلَّةُ أَيَّنَ مَا تُقْفُوا إِلَّا بِحَبْلِ مِّنَ اللَّهِ وَحَبْلِ مِّنَ النَّاسِ وَبَاءُوا بِغَضَبٍ مِّنَ اللَّهِ وَضَرِيتْ عَلَيْهِمُ الْمَسْكَنَةُ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ كَانُوا يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَيَقْتُلُونَ الْأَنْبِيَاءَ بِغَيْرِ حَقٍّ ۚ ذَٰلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ

Artinya: "Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka berpegang kepada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia, dan mereka kembali mendapat kemurkaan dari Allah dan mereka diliputi kerendahan. Yang demikian itu karena mereka kafir kepada ayat-ayat Allah dan membunuh para nabi tanpa alasan yang benar. Yang demikian itu disebabkan mereka durhaka dan melampaui batas."

Sejauh ini jika dilihat bagaimana praktik etika konsumen untuk meningkatkan penjualan di marketplace shopee belum sepenuhnya sesuai, karena masih banyak konsumen yang memiliki etika kurang baik ketika melakukan transaksi ataupun setelah transaksi selesai. Tetapi hal ini juga bisa terjadi karena penjual yang kurang memperhatikan bagaimana kualitas produknya baik ketika sebelum dikirim ataupun akan dikirim. Untuk menjaga orientasi penjualan maka institusi perlu membuat atau berbagi budaya umum yang dapat membangun pemahaman yang jelas serta seksama mengenai pelanggan, serta membangun nilai dengan menggunakan serangkaian mekanisme yang meliputi dukungan yang akan diberikan kepada pelanggan. Karena kepuasan pelanggan sesuai dengan interaksi antara pembeli serta perwakilan penjualan, selain itu kesadaran akan sikap pelanggan yang berinteraksi dengannya menggunakan cara yang sangat etis serta transparan (Boudaoud, 2018). Sehingga ketika konsumen menerima barang/produknya mengalami kekecewaan, hal ini yang membuat konsumen melakukan etika yang kurang baik saat memberikan penilaian kepada seller. Karena itu sebagai penjual harus senantiasa melakukan evaluasi terhadap bisnisnya, ini dilakukan untuk meningkatkan penjualannya. Sehingga penjual bisa lebih memperhatikan kembali produk/barangnya, kualitasnya, packaging sebelum pengiriman, estimasi pengiriman produk yang sesuai, dsb. Ini dilakukan agar konsumen beretika baik ketika akan membeli produk/barang yang dijual oleh seller.

KESIMPULAN

Etika konsumen dalam hal ini meliputi penerapan konsep benar, salah, baik, buruk, dan tanggung jawab. Etika konsumen berkaitan erat dengan evaluasi penjualan, karena jika konsumen memiliki etika yang baik dalam melakukan transaksinya maka penjualpun akan segan untuk melakukan hal-hal yang tidak baik. Sejauh ini jika dilihat bagaimana praktik etika konsumen untuk meningkatkan penjualan di marketplace shopee belum sepenuhnya sesuai, karena masih banyak konsumen yang memiliki etika kurang baik ketika melakukan transaksi ataupun setelah transaksi selesai. Tetapi hal ini juga bisa terjadi karena penjual yang kurang memperhatikan bagaimana kualitas produknya baik ketika sebelum dikirim ataupun akan dikirim. Karenanya untuk

melakukan evaluasi penjuala shopee dibutuhkan sinkronisasi antara etika konsumen dan penjual dalam memperhatikan barang/produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakti, U., Hairudin and Alie, M. S. (2020) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung', *Jurnal Ekonomi*, 22(1), pp. 101–118. Available at: <https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>.
- Kupita, W., & Bintoro, R. W. (2012). Implementasi Kebijakan Zonasi Pasar Tradisional Dan Pasar Modern (Studi Di Kabupaten Purbalingga). *Jurnal Dinamika Hukum*, 12(1), 45–59. <https://doi.org/10.20884/1.jdh.2012.12.1.201>
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif (Qualitative Data Analysis). *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81.
- Sari, D. P., Islam, F. A., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2021). *ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMUTUSKAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA E-COMMERCE SHOPEE DIMASA PANDEMI COVID-19*.
- Sinta, M., Dewi, E., & Achsa, A. (2021). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen : Studi Pada Online Shop Shopee*. 20(1), 80–87.
- SOLIHIN, S., & AZWAR, W. (2019). Sharia Customer Behavior: Perilaku Konsumen Dalam Belanja Online. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 4(1), 101. <https://doi.org/10.15548/jebi.v4i1.222>