

ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM PADA BIAYA ADMIN SELLER DI MARKET PLACE SHOPEE: SEBUAH KAJIAN EMPIRIS

¹Setyabudi Daryono, ²Karlinda

¹Ekonomi Syariah, STAI La Tansa Mashiro, Lebak, Banten

²Manajemen Bisnis Syari'ah, STEI Hamfara, Yogyakarta

¹setyabudi@gmail.com, ²bimalinda072@gmail.com

ABSTRAK

Artikel ini mengkaji secara empiris biaya admin seller di market place shopee dengan analisis etika bisnis Islam. Metode yang digunakan dengan kualitatif dan pendekatan deskriptif. Sumber informasi dengan melihat realitas terkait topik, mengumpulkan buku-buku, artikel-artikel yang sudah publis, dan sebagainya. Hasil temuan menunjukkan bahwa biaya admin seller di market place shopee secara empiris sesuai dengan perkembangan zaman, hanya saja pelaku bisnis yang terkait dengan market place ini harus memiliki kepekaan etika dan memahami hukum biaya admin seller shopee mengingat kaidah ilmu sebelum amal.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Market Place, Biaya Admin

ABSTRACT

This article empirically examines seller admin fees in the shopee market place with an analysis of Islamic business ethics. The method used is qualitative and descriptive approach. Source information by looking at the reality related to the topic, collecting books, articles that have been published, and so on. The findings show that the cost of seller admin in the shopee market place is empirically in accordance with the times, it's just that business people related to this market place must have ethical sensitivity and understand the law of shopee seller admin fees considering the rules of knowledge before charity.

Keywords: Islamic Business Ethics, Market Place, Admin Fees

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman dengan diiringi kemajuan teknologi membuat segala sesuatu menjadi lebih mudah. Salah satu contohnya adalah konvergensi teknologi komputer dengan telekomunikasi dan media, yang memungkinkan informasi yang canggih dan mudah diakses, telah mendorong pertumbuhan ekonomi dengan sangat cepat. Oleh karena itu, sistem perdagangan melalui media elektronik (e-commerce) mulai berkembang. E-commerce adalah sistem mekanisme transaksi yang menggunakan jaringan internet dan memungkinkan semua orang menjangkaunya, meningkatkan efisiensi dan mempercepat pertumbuhan bisnis (Al-aaidroos et al., 2019; Goodell et al., 2021; Hakim et al., 2022; Oprea et al., 2024). E-commerce ini berkembang, di antaranya adalah dengan munculnya beberapa marketplace.

Shopee berkembang menjadi salah satu marketplace (pasar online) terlaris di Indonesia. Shopee merupakan platform ritel online terkenal di Asia Tenggara, Indonesia, Filipina, Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, dan Taiwan, memungkinkan Anda menikmati pengalaman belanja digital yang menyenangkan, mudah, dan dapat diandalkan dengan ponsel Anda. Di Indonesia, pengguna dapat mendaftar untuk menjual barang dan membeli banyak produk menarik dengan harga terjangkau dan gratis ongkos kirim. Shopee memiliki banyak fitur menarik di aplikasi mobile-nya, selain proses jual beli yang mudah dan kontemporer, seperti penjualan 9.9, penjualan 10.000 semua, penjualan flash, gratis ongkos kirim untuk pembelian minimal Rp 0, cashback dan voucher, game Shopee, Shopeepay, dan yang terbaru Shopee Paylater. Shopee bekerja sama dengan Fintech Shopee PayLater, sebuah platform aplikasi yang menggabungkan metode pembayaran dengan sistem P2P lending untuk menghubungkan pemberi pinjaman dan peminjam (Hasna, 2023; Muhammad Khoirul Rojiqin et al., 2022).

Artikel ini membahas salah satu market place yaitu shopee khususnya yang terkait dengan biaya admin penjualan ditinjau dengan etika bisnis Islam. Harapan dari artikel ini bisa membantu stake holder dari kalangan akademisi maupun praktisi dalam menambah wacana mengenai etika bisnis Islam, kemajuan teknologi, dan beberapa hal yang terkait dengan artikel ini.

METODE

Metode yang digunakan dalam artikel ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber informasi didapat dari pengalaman peneliti langsung dengan melihat realitas terkait topik, kemudian mengumpulkan buku-buku bisnis kontemporer, artikel-artikel yang sudah publis, dan sebagainya dengan bantuan mesin kecerdasan buatan (Utomo, 2023). Informasi yang sudah terkumpul kemudian dianalisis dengan diklasifikasikan berdasarkan konten yang berdekatan, kemudian dicrosscek dengan sumber lain, direduksi sedemikian rupa, kemudian disajikan dalam tabel, dan disimpulkan sebagai penutup dalam artikel ini.

HASIL DAN DISKUSI PEMBAHASAN

Hasil temuan artikel ini menunjukkan bahwa biaya admin seller di market place shopee secara empiris sesuai dengan perkembangan zaman, hanya saja pelaku bisnis yang terkait dengan market place ini harus memiliki kepekaan etika dan memahami hukum biaya admin seller shopee mengingat kaidah ilmu sebelum amal. Dalam kontek Shopee, Shopee memberikan ketentuan-ketentuan biaya administrasi untuk para penjualnya yang dibagi menjadi 4 kategori, yaitu NonStar, Star, Starplus, dan Shopee Mall.

Berikut ini adalah detail biaya administrasi yang diberikan.

Kategori Seller Shopee	Biaya Admin
Non Star	4%/3,2%/2,8%
Star & Star Plus	4,7%/4,0%/3,3%
Shopee Mall	2,5%/ 4,5%/6,5%

Sumber: data dokumen

Prinsip Etika Bisnia Islam

Erni Setyaningsih (2017) dalam etika bisnis Islam menjelaskan bahwa setiap bisnis (wirausaha) yang dilakukan saat bertransaksi tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan tetapi yang paling penting adalah mencari keridhaan dan keberkahan dari rezeki Allah SWT. Jika dibandingkan dengan sistem ekonomi liberal dan sosialis, sistem ekonomi Islam lebih menekankan hukum dan etika, sehingga mereka lebih tegas dalam kebijaksanaan mereka.

Etika bisnis Yusuf Qardhawi (2021) menyebutkan tiga subjek penting dalam jual beli, yaitu: penjual (di sini disebut sebagai penjual), distributor (di sini disebut Shopee), dan pembeli (Alwi et al., 2021; Febriani & Jalaluddin, 2017; Harisudin & Choriri, 2021; Mahri, 2021; Ridwan, 2018; Saputra & Busyro, 2018; Ulum, 2017; Utomo, 2024). Penjual harus jujur, adil, dan inovatif saat menjual barang halal. Distributor harus bersikap adil terhadap baik pembeli maupun penjual, dan pelanggan harus membelanjakan barang sesuai kebutuhan, bukan terlalu banyak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip etika bisnis Islam adalah sebagai berikut:

1. Prinsip Otonomi: Para stakeholder (penjual, pembeli, dan pihak Shopee) secara umum memiliki kebebasan untuk memutuskan apa yang mereka inginkan, tetapi beberapa tidak memiliki unsur pertanggungjawaban. Pembeli diberi kebebasan untuk memilih produk, memilih cara pembayaran, dan mengirimkan barang. Penjual juga diberi kebebasan untuk menjual barang yang sesuai dengan ajaran Islam.
2. Prinsip Kejujuran: Prinsip ini tidak dipenuhi sepenuhnya oleh baik penjual maupun pembeli. Penjual dapat menjual barang yang tidak orisinal dengan mengambil foto barang tersebut tanpa memberikan keterangan, dan pembeli kadang-kadang memberikan ulasan yang tidak sesuai.
3. Prinsip Keadilan: Dalam transaksi di Shopee prinsip keadilan cukup terpenuhi. Ini dibuktikan dengan cara Shopee melayani penjual dan pembeli, seperti menahan uang dari penjualan telah dipenuhi. Pelayanan Shopee kepada penjual dan pembeli, termasuk menahan uang dari penjualan, adalah buktinya.
4. Prinsip saling menguntungkan dan kesukarelaan: Prinsip adanya sukarela antara penjual dan pembeli karena ada kesepakatan umumnya pembeli yang mengerti berbicara terlebih dahulu untuk mencapai akad jual beli, memungkinkan Shopee memberikan kemudahan kepada pihak penjual, yaitu mengembangkan bis
5. Prinsip Integritas Moral: Banyak penjual Shopee memberikan layanan terbaik mereka, yang membuat Shopee dihargai sebagai penjual bintang dan menghasilkan keuntungan.

E-commerce dalam Pandangan Islam

E-commerce sebagai sarana teknologi maju pada dasarnya sama dengan jual beli online diizinkan dalam Islam jika memenuhi beberapa syarat: a) Sistem atau metodenya tidak haram; b) Barang atau jasa yang dibeli tidak melanggar syariat Islam, seperti minuman keras, narkoba, pornografi, pelanggaran hak cipta; atau c) Barang atau jasa yang dibeli tidak melanggar hukum Islam. c) Tidak melanggar perjanjian yang sudah disepakati antara penjual dan pembeli. d) Hal lain yang tidak menguntungkan tetapi sebaliknya merugikan

Dalam jual beli e-commerce, aturan utama adalah mengetahui terlebih dahulu jenis, kualitas, dan jumlah barang yang dibeli, dan pembayaran harus dilakukan dalam bentuk uang. Telah diketahui bahwa akadnya ialah penjualan barang dengan pembayaran di muka dengan syarat tertentu. Jadi, apabila barang yang dipesan dapat diidentifikasi melalui penyebutan kriteria, yang dimaksudkan untuk menentukan barang yang diinginkan oleh kedua belah pihak, seolah-olah barang yang dimaksud ada di depan mereka berdua, maka itu harus. Oleh karena itu, kedua belah pihak tidak diharapkan untuk berselisih tentang barang yang dimaksud ketika jatuh tempo.

KESIMPULAN

Simpulan dari artikel ini adalah bahwa praktik penetapan biaya administrasi seller pada platform marketplace seperti Shopee perlu dikaji secara serius dalam perspektif etika bisnis Islam. Etika bisnis Islam menekankan prinsip keadilan (*al-'adl*), transparansi (*al-bayān*), kerelaan antar pihak (*an-tarāḍin minkum*), serta larangan terhadap praktik yang berpotensi menimbulkan kezhaliman dan eksploitasi. Kompleksitas skema biaya admin yang cenderung sepihak berpotensi menimbulkan ketimpangan relasi antara platform dan seller, khususnya pelaku usaha mikro dan kecil. Kondisi tersebut dapat bertentangan dengan prinsip kemaslahatan dan keadilan distributif yang menjadi tujuan utama etika bisnis Islam. Dengan demikian, integrasi nilai-nilai etika bisnis Islam dalam pengelolaan marketplace digital menjadi sangat relevan sebagai upaya menciptakan ekosistem perdagangan yang adil, berkelanjutan, dan berkeadaban.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-aaidroos, M., Jailani, N., & Mukhtar, M. (2019). Expert validation on a reference model for e-auctions that conform to Islamic trading principles. *Journal of King Saud University - Computer and Information Sciences*, 31(1), 62–71. <https://doi.org/10.1016/j.jksuci.2017.10.008>
- Alwi, Z., Parmitasari, R. D. A., & Syariati, A. (2021). An assessment on Islamic banking ethics through some salient points in the prophetic tradition. *Heliyon*, 7(5), e07103. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07103>
- Febriani, A., & Jalaluddin. (2017). Pemikiran Ekonomi Abu Ubaid Al-Baghdadi: Studi Kitab Al-Amwal. *Jurnal Syariah*, IX(2), 128–149.
- Goodell, G., Al-Nakib, H. D., & Tasca, P. (2021). A digital currency architecture for privacy and owner-custodianship. *Future Internet*, 13(5). <https://doi.org/10.3390/fi13050130>
- Hakim, S. H., Rahman, A., & Syafii, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi penggunaan E-Wallet di Sumatera utara. *Owner*, 6(2), 1171–1183. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.566>
- Harisudin, M. N., & Choriri, M. (2021). On the legal sanction against marriage registration violation in Southeast Asia countries: A Jasser Auda's Maqasid Al-Shariah perspective. *Samarah*, 5(1), 471–495. <https://doi.org/10.22373/sjhk.v5i1.9159>
- Hasna, A. N. (2023). Implementasi Etika Konsumen Shopee. *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, I(1), 29–34.
- Mahri, J. W. dkk. (2021). *Ekonomi Pembangunan Islam* (A. Irfan S, Muhamad; Sakti (ed.)). Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia.
- Muhammad Khoirul Rojiqin, Hadi, S. N., & Utomo, Y. T. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Shopee Melalui E-Satisfaction Di Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Prespektif Syariah. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perbankan Syariah*, 2(2020), 1–16.
- Oprea, S. V., Georgescu, I. A., & Bâra, A. (2024). Is Bitcoin ready to be a widespread payment method? Using price volatility and setting strategies for merchants. In *Electronic Commerce Research* (Issue 0123456789). Springer US. <https://doi.org/10.1007/s10660-024-09812-x>

- Ridwan, M. (2018). Implementasi Syariat Islam: Telaah atas Praktik Ijtihad Umar bin Khattab. *Tsaqafah*, 13(2), 231. <https://doi.org/10.21111/tsaqafah.v13i2.1507>
- Saputra, E., & Busyro, B. (2018). Kawin Maupah: an Obligation To Get Married After Talak Tiga in the Tradition of Binjai Village in Pasaman District a Maqâṣid Al-Sharī'Ah Review. *QIJS (Qudus International Journal of Islamic Studies)*, 6(2), 181. <https://doi.org/10.21043/qijis.v6i2.3738>
- Ulum, M. (2017). Memahami Dasar Filosofis Hukum Ekonomi Islam Understanding the Philosophical. *Anil Islam Jurnal Kebudayaan Dan Ilmu Keislaman*, 10(1), 58–85. <https://jurnal.instika.ac.id/index.php/AnilIslam/article/view/28>
- Utomo, Y. T. (2023). ChatGPT Untuk Membantu Mahasiswa Ekonomi. In S. Haryanti (Ed.), *CHAT GPT UNTUK PENDIDIKAN: LITERASI ARTIFICIAL INTELLIGENCE UNTUK GURU DAN DOSEN* (pp. 253–268). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Utomo, Y. T. (2024). *DAKWAH EKONOMI ISLAM* (Hartini (ed.)). Media Sain Indonesia.