

Ritme Bisnis Digital: Dinamika Transaksi Online Jesika Shop Kebonagung Dalam Konteks Ekonomi Islam

Agus Tohawi¹, Juni Iswanto², Subekan³, Alfin Yuli Dianto⁴, Bhaswarendra Guntur Hendratri⁵

^{1,2,3,4,5}Institut Agama Islam Pangeran Diponegoro Nganjuk Indonesia, Mantub, Kramat, Kec. Nganjuk, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur
prodisyariahpd@gmail.com

Abstract

This study explores the online buying and selling transactions at Jesika Shop Kebonagung, focusing on the aspects of contracts (akad), Islamic economics, and problem-solving strategies. Jesika Shop Kebonagung, as an online store, exhibits a transaction process involving marketing through social media, product selection, buyer information input, payment methods, and product delivery. The Islamic economic review highlights the utilization of Salam and Wakalah Bi Al-Ujrah contracts. Strategies to address issues involve active communication between sellers and buyers through various social media platforms, recommendations for transactions through applications with shipping cost subsidies, and offers of discounted shipping promotions. The research methodology employed is qualitative descriptive, utilizing observation, interviews, and documentation. The research findings provide comprehensive insights into the online buying and selling practices of Jesika Shop Kebonagung from the perspective of Islamic economics.

Keywords: Online Buying and Selling, Salam Contracts, Islamic Economics.

Abstrak

Kajian ini membahas praktik transaksi jual beli online di Jesika Shop Kebonagung dengan fokus pada aspek akad, ekonomi Islam, dan strategi penyelesaian permasalahan. Jesika Shop Kebonagung, sebagai toko online, memperlihatkan proses transaksi yang melibatkan pemasaran melalui media sosial, pemilihan produk, pengisian data pembeli, metode pembayaran, dan pengiriman produk. Tinjauan ekonomi Islam menyoroti penggunaan akad Salam dan akad Wakalah Bi Al-Ujrah. Strategi untuk mengatasi permasalahan melibatkan komunikasi aktif antara penjual dan pembeli melalui berbagai platform sosial media, saran untuk transaksi melalui aplikasi dengan subsidi ongkos kirim, serta penawaran promo potongan ongkir. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Temuan penelitian memberikan wawasan menyeluruh tentang praktik jual beli online Jesika Shop Kebonagung dari perspektif ekonomi Islam.

Kata kunci: *Jual Beli Online, Akad Salam, Ekonomi Islam.*

Copyright (c) 2023 Agus Tohawi, Juni Iswanto, Subekan, Alfin Yuli Dianto, Bhaswarendra Guntur Hendratri

✉ Corresponding author: Agus Tohawi

Email Address: prodisyariahpd@gmail.com (Mantub, Kramat, Kec. Nganjuk, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur)

Received 13 Desember 2023, Accepted 16 Desember 2023, Published 21 Desember 2023

PENDAHULUAN

Pengembangan ekonomi dalam konteks Islam menerapkan prinsip-prinsip unik yang mencerminkan nilai-nilai moral dan etika agama. (Setiawan, 2014) Mu'amalah, sebagai bagian dari hukum Islam, mengatur hubungan-hubungan sosial dan ekonomi antar individu. (Abror Mhd., 2020) Jual beli, salah satu bentuk mu'amalah, menjadi fokus penting dalam memahami dinamika ekonomi Islam. Dalam mu'amalah, segala sesuatu diperbolehkan kecuali ada larangan agama yang jelas. Oleh karena itu, kegiatan jual beli diatur oleh prinsip-prinsip syariah. (Fitriani, 2022)

Dengan kemajuan teknologi dan perubahan pola hidup, e-commerce atau jual beli online menjadi fenomena yang tak terhindarkan. (Suwardana, 2017) Salah satu contoh bisnis online adalah Jesika Shop Kebonagung, yang menawarkan berbagai produk melalui platform online. Dalam konteks ini, transaksi jual beli online menunjukkan transformasi signifikan dari model tradisional. Proses

transaksi yang melibatkan penjual dan pembeli tidak lagi terbatas oleh batas geografis atau waktu tertentu, melainkan dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja, bahkan selama 24 jam.

Meskipun e-commerce memberikan kemudahan dan efisiensi, namun juga membawa risiko tertentu, seperti potensi penipuan atau ketidaksesuaian produk. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam praktik transaksi online dan mengevaluasi sejauh mana kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Ekonomi Islam.

Penelitian ini akan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dan analisis dokumentasi. Dengan memfokuskan pada Jesika Shop Kebonagung, penelitian ini akan menganalisis proses transaksi online, aspek akad dalam jual beli, serta strategi yang diimplementasikan untuk mengatasi tantangan yang muncul. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang konsep jual beli online dari perspektif Ekonomi Islam, serta memberikan kontribusi pada pengembangan praktik bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

METODE

Metode penelitian ini mengikuti langkah-langkah sistematis dalam rangka menyelidiki dan menganalisis praktik transaksi jual beli online di Jesika Shop Kebonagung dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini termasuk dalam kategori kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang dikumpulkan bersifat deskriptif dan non-angka, berasal dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumen resmi. Pendekatan ini sesuai dengan prinsip-prinsip metode kualitatif yang menitikberatkan pada pemahaman mendalam terhadap konteks dan fenomena yang diteliti.

Peneliti berperan ganda sebagai instrumen utama dalam penelitian. Sebagai perencana, pelaksana, dan analis data, peneliti memastikan integritas dan objektivitas hasil penelitian. Selain itu, metode pengumpulan data juga melibatkan instrumen lain yang mendukung penelitian. Lokasi penelitian dilakukan di Jesika Shop Kebonagung, Dusun Keduk, Desa Kebonagung, Kecamatan Sawahan, Kabupaten Nganjuk. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada relevansi terhadap obyek penelitian.

Data terbagi menjadi primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari lapangan melalui wawancara dengan pemilik bisnis dan pembeli di Jesika Shop Kebonagung, serta masyarakat sekitar. Data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen seperti buku, jurnal, catatan, laporan, dan arsip resmi.

Metode Observasi melibatkan pengamatan langsung terhadap keadaan di Jesika Shop Kebonagung. Metode Wawancara dilakukan dengan pemilik bisnis, pembeli, dan masyarakat sekitar untuk mendapatkan insight lebih mendalam. metode dokumentasi mencakup pengumpulan data dari berbagai dokumen yang relevan seperti profil Desa Kebonagung dan dokumen bisnis Jesika Shop. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, di mana data yang terkumpul diurai dan diinterpretasikan secara deskriptif. Sedangkan keabsahan data dijaga dengan menggunakan teknik triangulasi, membandingkan data dari berbagai sumber untuk memastikan

kredibilitasnya.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil

Penelitian ini menyajikan pemahaman mendalam tentang praktik transaksi jual beli online di Jesika Shop Kebonagung. Melalui metode wawancara, observasi, dan dokumentasi, penelitian ini memberikan gambaran menyeluruh tentang proses bisnis yang dijalankan oleh Jesika Shop.

Proses transaksi di Jesika Shop melibatkan beberapa tahap, dimulai dari pemasaran produk melalui berbagai platform seperti Shopee, Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Pemilik toko, Kak Jesica, menjelaskan bahwa komunikasi dengan pembeli dapat dilakukan melalui berbagai media, termasuk chat, telepon, atau video call. Pentingnya memberikan informasi produk yang detail menjadi fokus utama dalam proses ini.

Dalam konteks akad atau perjanjian jual beli, penelitian ini mencatat adanya penerapan akad Salam dan Wakalah Bi Al-Ujrah di Jesika Shop. Akad Salam digunakan ketika pembayaran dilakukan di muka melalui metode transfer, sementara akad Wakalah Bi Al-Ujrah diterapkan dalam pembayaran tunai pada saat pesanan tiba di tujuan melalui sistem COD. Pemilihan metode pembayaran ini mencerminkan adaptasi Jesika Shop terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Dalam menghadapi tantangan bisnis online, penelitian menyoroti strategi yang diimplementasikan Jesika Shop. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan sinyal internet, yang diatasi dengan menyertakan nomor yang dapat dihubungi melalui SMS. Pelayanan video call dan live streaming di media sosial seperti TikTok dan Instagram diperkenalkan untuk mengurangi risiko pembeli merasa barang tidak sesuai dengan harapan.

Dalam perannya sebagai pembeli, Kak Jesica juga membagikan pengalamannya dan strategi untuk meminimalisir risiko. Pemilihan toko yang sudah menjadi langganan dan memiliki reputasi baik menjadi langkah bijak untuk memastikan kualitas barang yang diterima sesuai dengan harapan.

Fenomena dampak positif dan negatif dari bisnis online dijabarkan dengan jelas. Kelebihan seperti jangkauan konsumen yang lebih luas dan kemudahan akses dikontraskan dengan kendala, termasuk persaingan yang ketat dan risiko barang berkualitas rendah. Jesika Shop merespons dengan strategi khusus, seperti memberikan subsidi ongkos kirim dan promo potongan harga untuk menjaga kepuasan pelanggan.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menggambarkan kompleksitas dunia bisnis online di Jesika Shop Kebonagung, memberikan wawasan yang berharga tentang integrasi nilai-nilai ekonomi Islam dengan dinamika bisnis modern. Dalam menghadapi tantangan dan risiko, Jesika Shop berhasil menyusun strategi yang cerdas untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya dalam dunia bisnis yang terus berkembang.

Diskusi

Berdasarkan penelitian yang telah diuraikan, hasil penelitian Jesika Shop Kebonagung

terfokus pada tiga aspek utama: Praktik Transaksi Jual Beli Online, Akad yang Digunakan, dan Strategi untuk Mengurangi Permasalahan dalam Jual Beli Online.

Pertama, praktik transaksi jual beli online di Jesika Shop Kebonagung mencerminkan evolusi proses jual beli masa kini. Transaksi tidak lagi terbatas pada tatap muka langsung, melainkan melibatkan media sosial seperti Facebook, WhatsApp, Instagram, dan platform e-commerce seperti Shopee. Kesepakatan antara penjual dan pembeli, atau akad, menjadi unsur kunci, (Sarwat, 2018) di mana komunikasi yang baik, gambar yang jelas, dan transparansi diutamakan. Akad dalam transaksi elektronik dilakukan melalui media tertulis, seperti email, SMS, atau Whatsapp, dan dapat pula dilakukan secara lisan melalui telepon atau video teleconference.

Mekanisme transaksi melibatkan penawaran produk melalui media sosial, (Wardhana, 2015) komunikasi langsung antara penjual dan pembeli untuk memastikan kecocokan produk, (Lupiyoadi, 2008) pengisian data diri pembeli, dan proses pembayaran melalui metode transfer atau Cash on Delivery (COD). Pengiriman dilakukan bekerja sama dengan beberapa jasa pengiriman, dan ongkos kirim dibebankan kepada pembeli.

Kedua, tinjauan ekonomi syariah menyoroti penerapan akad dalam transaksi Jesika Shop Kebonagung. Akad Salam, yang melibatkan pembelian barang dengan pembayaran di muka, (Saprida, 2018) dan Akad Wakalah Bi Al-Ujrah, yang terkait dengan pembayaran COD, digunakan dalam konteks jual beli online. Perspektif ekonomi Islam diaplikasikan melalui syarat-syarat sahnya akad, termasuk kejelasan alat bayar, pembayaran pada waktu yang disepakati, dan kejelasan barang yang diperjualbelikan.

Terakhir, strategi yang diadopsi untuk mengatasi permasalahan dalam jual beli online mencakup berbagai langkah. Antara lain, penjual menyertakan nomor yang dapat dihubungi melalui SMS untuk mengatasi kendala sinyal internet. Pelayanan video call dan live streaming di media sosial digunakan untuk mengurangi risiko ketidaksesuaian barang dengan harapan pembeli. Strategi lain termasuk penekanan pada kejelasan pengiriman dan pembayaran, pembelian dari toko langganan, dan penggunaan aplikasi e-commerce yang memberikan subsidi ongkos kirim. (Azizah & Aji, 2022)

Secara keseluruhan, kajian ini tidak hanya menggambarkan praktik bisnis Jesika Shop Kebonagung secara rinci tetapi juga menerapkan konsep-konsep ekonomi syariah dalam setiap aspek transaksi online mereka. Strategi yang diusulkan mencerminkan upaya penyesuaian dengan tantangan dan peluang dalam dunia belanja online modern.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa Jesika Shop Kebonagung menerapkan mekanisme transaksi jual beli online yang melibatkan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Penjual memasarkan produk-produknya melalui berbagai platform media sosial seperti Shopee, Instagram, Facebook, Story Whatsapp, dan grup-grup WhatsApp. Pembeli yang tertarik

menghubungi penjual melalui chat, telepon, atau video call untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang produk. Setelah kesepakatan, pembeli mengisi data pribadi dan memilih metode pembayaran, baik melalui transfer bank atau sistem Cash On Delivery (COD). Selanjutnya, penjual mengirimkan produk ke alamat pembeli menggunakan jasa pengiriman seperti JNE, JNT, Pos, atau Cargo.

2. Dari segi akad yang digunakan dalam transaksi jual beli online, Jesika Shop Kebonagung menerapkan beberapa jenis akad. Pembayaran melalui transfer bank masuk dalam akad Salam, sementara pembayaran COD masuk dalam Akad Wakalah Bi Al-Ujrah, di mana pembeli membayar pesanan secara tunai saat pesanan tiba di tujuan yang diantar oleh kurir.
3. Untuk mengurangi permasalahan dalam transaksi jual beli online, Jesika Shop Kebonagung mengimplementasikan strategi tertentu. Penjual menyertakan nomor kontak yang dapat dihubungi melalui SMS, memberikan layanan melalui video call atau live streaming di akun sosial media seperti TikTok dan Instagram. Penting juga bagi penjual untuk memastikan bahwa barang yang dikirim tidak akan dibatalkan, terutama jika pembelian dilakukan pada hari yang sama. Selain itu, membeli dari toko-toko langganan dengan reputasi baik, serta menyarankan pembeli untuk menggunakan aplikasi e-commerce yang memberikan subsidi ongkos kirim seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada, menjadi bagian dari strategi Jesika Shop. Penjual juga memberikan promo potongan subsidi ongkir setiap akhir bulan dengan tanggal yang bervariasi, seperti potongan ongkir 50% atau promo free ongkir.

UCAPAN TERIMA KASIH

Sehubungan dengan penelitian yang telah dilakukan, kami ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada peneliti atas dedikasinya dalam menguraikan praktik transaksi jual beli online di Jesika Shop Kebonagung. Penjelasan yang mendalam tentang mekanisme transaksi, akad yang diterapkan, dan strategi yang diimplementasikan memberikan gambaran yang sangat jelas dan komprehensif.

Ucapan terima kasih kami sampaikan atas upaya peneliti dalam menguraikan setiap langkah transaksi, mulai dari pemasaran produk di media sosial hingga pengiriman barang ke alamat pembeli. Penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan praktis tentang bagaimana sebuah usaha online dapat beroperasi dengan baik, tetapi juga memberikan perspektif ekonomi syariah yang bernilai.

Tidak kalah penting, kami mengapresiasi penjelasan yang diberikan tentang akad-akad yang digunakan dalam transaksi, seperti akad Salam dan akad Wakalah Bi Al-Ujrah. Hal ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang implementasi prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam konteks jual beli online. *Terakhir*, terima kasih kami sampaikan atas pembahasan strategi yang diterapkan untuk mengurangi permasalahan dalam jual beli online, termasuk upaya meningkatkan komunikasi dengan pembeli melalui video call, pemilihan toko langganan, dan pemanfaatan aplikasi e-commerce dengan subsidi ongkos kirim.

Semua penjelasan tersebut sangat berharga dan dapat menjadi panduan bagi pihak-pihak yang terlibat dalam bisnis jual beli online. Ucapan terima kasih sekali lagi untuk penelitian yang telah dilakukan dengan seksama dan teliti ini. Semoga penelitian ini memberikan kontribusi positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik bisnis di era transaksi digital saat ini.

REFERENSI

- Abror Mhd. (2020). Moderasi Beragama dalam Bingkai Toleransi (Kajian Islam dan Keberagaman). *Rusydiah; Jurnal Pemikiran Islam*, 1(2), 143–155.
- Azizah, R. W., & Aji, G. G. (2022). Konsep Diri Generasi Milenial Pelaku Minimalism Lifestyle. *Commercium*, 5(2), 33–43.
- Fitriani, A. P. (2022). Peran Akuntan Syariah dalam Menghadapi Society 5.0 Pada Era VUCA. *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(1), 73–86. <https://doi.org/10.21154/etihad.v2i1.4464>
- Lupiyoadi, R. (2008). Dinamika Bisnis Jasa dan Pentingnya Pemasaran Jasa. In *Modul 1* (hal. 1–39). <https://doi.org/10.1177/0300985809357753>
- Saprida, S. (2018). Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli. *Mizan: Journal of Islamic Law*, 4(1), 121–130. <https://doi.org/10.32507/mizan.v4i1.177>
- Sarwat, A. (2018). Jual-beli Akad Salam. *Rumah Fiqih Publishing*, 11(2), 1–29. <http://www.jurnalhunafa.org/index.php/hunafa/article/view/361/347>
- Setiawan, A. (2014). Prinsip Pendidikan Karakter Dalam Islam (Studi Komparasi Pemikiran al Ghazali dan Burhanuddin al Zarnuji). *Dinamika Ilmu*, 14(1), 1–12.
- Suwardana, H. (2017). Revolusi Industri 4. 0 Berbasis Revolusi Mental. *JATI UNIK : Jurnal Ilmiah Teknik dan Manajemen Industri*, 1(2), 102–110. <https://doi.org/10.30737/jatiunik.v1i2.117>
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. In *Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV, April 2015*, 327–337.