

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dengan kemajuan teknologi saat ini yang semakin berkembang pesat, masyarakat sudah tidak perlu melakukan transaksi jual beli secara *offline* atau bertemu langsung dengan konsumen maupun pembeli. Kegiatan jual beli bisa dilakukan kapan saja dan dari mana saja. Semua kegiatan transaksi tersebut bisa dilakukan hanya dengan mengakses situs *web* atau aplikasi yang terhubung langsung melalui perantara perangkat *gadget* yang merupakan satu-satunya cara untuk melakukan pembelian atau penjualan produk maupun jasa. Inovasi teknologi yang saat ini berkembang dengan cepat berada di sektor komersial, seperti yang ditunjukkan oleh pengguna yang sangat banyak memanfaatkan aplikasi untuk transaksi jual beli yang tidak memerlukan pertemuan tatap muka dan dapat diselesaikan secara *online* kapan saja dan dimana saja¹.

Bisnis *online* mencakup seluruh aktivitas jual beli yang dilakukan yang dilakukan di internet untuk mencapai tujuan tertentu. Salah satu peran utama internet dalam hal ini adalah sebagai sarana untuk melakukan transaksi jual beli. Namun, proses jual beli tidak bisa dilakukan sembarangan, karena harus mengikuti aturan-aturan tertentu, terlebih lagi jika dikaitkan dengan nilai-nilai agama. Dalam

¹ Diana Yuli Saftitri, Skripsi: *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Marketplace Dalam Kasus Retur Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Positif (Studi Pada Kasus Retur Marketplace Shopee)*, (Ponorogo: IAIN, 2024), Hal. 1.

transaksi jual beli, kedua belah pihak harus merasa adil dan tidak boleh ada pihak yang dirugikan. Jika salah satu pihak merasa dirugikan, maka transaksi tersebut dianggap tidak sah²

Istilah toko daring (*online*) dipakai untuk menyebut tempat jualan yang hanya beroperasi di internet, baik lewat situs web maupun aplikasi. Jadi, pembeli harus terhubung ke internet untuk melihatnya. Di dunia belanja digital ini, selain toko *online*, kita juga mengenal istilah *marketplace*. Kehadiran *marketplace* sangat membantu pengguna dalam memenuhi kebutuhan pribadi maupun kelompok. Berbagai keperluan dapat diperoleh dengan mudah, mulai dari perlengkapan sekolah, furnitur, hingga kebutuhan sehari-hari lainnya. Selain barang fisik, *marketplace* juga menyediakan layanan digital seperti pembelian tiket bioskop, pulsa, serta pembayaran tagihan listrik dan air. Semua akses ini dapat dilakukan kapan pun dan di mana pun melalui *smartphone* atau komputer³. Masyarakat menggunakan *Marketplace* untuk melakukan aktivitas jual beli yang bisa menghubungkan antara pembeli dan penjual meskipun jarak mereka berjauhan. *Marketplace* hanya berfungsi sebagai jembatan untuk menghubungkan penjual dan pembeli agar transaksi jual beli bisa berjalan⁴.

di Indonesia terdapat banyak pilihan *marketplace* salah satunya yaitu shopee. di Indonesia Shopee telah mengalami perkembangan yang signifikan, menjadi salah

² Muhammad Kamal Zubair, *IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PENULIS*, (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020).

³Yuda Prasetya, “*RAGAM KECURANGAN PASAR PADA MARKETPLACE ‘SHOPEE’* Universitas Islam Negeri Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun 2024 Ragam Kecurangan Pasar Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam” (2024): 3.

⁴ *Ibid* 1

satu platform *marketplace* terkenal di negara ini. Hingga pertengahan 2023, Shopee berhasil mempertahankan keunggulannya di pasar *marketplace* Indonesia, mengalahkan pesaing-pesaing lainnya. Shopee mencatat 161 juta pengunjung pada Mei 2023, yang menunjukkan popularitas *platform* dan kepercayaan kepada para konsumen.

Brand lokal dan UMKM yang ada di Indonesia bisa berkembang berkat adanya shopee melalui berbagai program dan inovasi. Shopee berkomitmen dengan terus bernisiatif yang dihadirkan untuk mendukung *brand* lokal dan UMKM agar bisnis mereka terus berkembang. Selain itu, Shopee dijadikan pilihan utama bagi *brand* lokal dan UMKM dalam meningkatkan penjualan melalui fitur Shopee *Live*. Hasil survei IPSOS yang merupakan perusahaan riset pasar terbesar di dunia menunjukkan pilihan utama *brand* lokal dan UMKM dalam meningkatkan penjualannya ialah melalui Shopee *Live*⁵.

Salah satu *online shop* yang memanfaatkan *marketplace* Shopee ini adalah Lumos Store. *Online shop* Lumos Store ini menjual beraneka ragam tas kertas atau paper bag dan kotak kado ori maupun non ori seperti. Pemilik Lumos Store menggunakan Shopee sebagai tempat memasarkan produknya. *Online shop* Lumos Store ini telah berjualan di Shopee sejak tahun 2012, dengan rating toko pada aplikasi shopee 4.7/5.0. Pemilik memanfaatkan fitur yang ada, yaitu dengan

⁵ CNN Indonesia, *Dominasi Pasar E-Commerce, Shopee Unggul dari Para Pemain Lain*, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230626105528-97-966554/dominasi-pasar-e-commerce-shopee-unggul-dari-para-pemain-lain> diakses pada tanggal 19 Januari 2025

mengisi deskripsi produk berupa informasi dari produk yang dijual, seperti jenis, merk, ukuran, harga.

Produk-produk tas kertas dengan merk kelas global seperti Uniqlo, KKV, Oh Some, Miniso dan lainnya diinginkan oleh masyarakat yang ingin memberi kado atau barang dengan kesan eksklusif. Selain itu, dengan adanya tas kertas ini menambah kesan eksklusif bagi para penjual yang ingin menjual barangnya. Selain kualitas produk, harga menjadi daya tarik konsumen. Tas kertas *branded* jika dibeli dengan kualitas yang asli dengan merk yang terkenal seperti yang ada di toko, mall maupun distro rata-rata barangnya tak ada yang diinginkan oleh masyarakat dan mereka hanya ingin menggunakan tas kertas dengan barang mereka sendiri yang akan diberikan kepada orang lain⁶.

Banyaknya promo yang ditawarkan oleh penjual maupun pihak Shopee menjadikan belanja *online* lebih diminati masyarakat dibandingkan belanja *offline*. Bagi pengguna *smartphone* yang telah memiliki aplikasi *marketplace*, metode ini dinilai sangat bermanfaat karena membuat aktivitas jual beli menjadi jauh lebih mudah dan praktis. Selain promo, kemudahan fitur pembayaran juga ditawarkan di dalamnya, seperti SeaBank Bayar Instan yang terintegrasi langsung dengan *marketplace*. Opsi lainnya mencakup *Cash On Delivery* (COD), transfer bank, kartu kredit/debit, hingga fasilitas kredit (PayLater). Beragam kemudahan ini semakin

⁶ Jurnal Ilmiah et al., “IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DI SHOPEE (STUDI KASUS PADA ONLINE SHOP SECONDDGOODS.CO)” 8, no. 9 (2024): 47.

mendorong masyarakat untuk terus berbelanja secara *online*⁷. Selain fitur pembayaran yang mudah Shopee juga menyediakan banyak fitur antara lain *cashback* atau *voucher*, gratis ongkir serta garansi

Saat berbelanja barang di *marketplace* kita bisa melakukan komplain melalui *customer service* serta pengembalian barang atau retur jika barang tidak sesuai deskripsi atau rusak selama belum menekan opsi pesanan diterima, jika diterima barang akan dikembalikan ke penjual dan konsumen mendapat pengembalian uang atau *refund*⁸. Dengan banyaknya fitur yang sudah disediakan, tak jarang *Lumos Store* mendapat komplain yang berujung retur dan pengembalian dana. Hal itu diakibatkan oleh beberapa konsumen yang tidak niat membeli atau sekedar coba-coba. Mulai dari alamat yang tidak jelas, nomor *handphone* yang tidak aktif, dan lain sebagainya. Selain itu kesalahan dari pihak pengiriman juga sering membuat konsumen tidak puas sehingga memilih retur serta pengembalian dana. Tak jarang *Lumos Store* juga melakukan kesalahan dengan mengirim barang yang tidak sesuai pesanan sehingga, berujung komplain dari konsumen serta meminta dikembalikan dan ditukar dengan barang yang sesuai

Berdasarkan data awal yang diperoleh dari Seller Centre Shopee *Lumos Store* Surabaya, selama satu tahun terakhir masih terdapat beberapa kasus komplain dan pengembalian barang yang terjadi dalam proses penjualan. Komplain tersebut

⁷ *Ibid* 1, Hal. 2

⁸ Bank Mega, *Panduan Lengkap Refund: Dari Pengertian Hingga Proses yang Harus Diketahui*, <https://blog.bankmega.com/panduan-lengkap-refund-dari-pengertian-hingga-proses-yang-harus-diketahui/#:~:text=Apa%20itu%20Refund?,tergantung%20metode%20pembayaran%20yang%20digunakan.&text=Refund%20menjadi%20bagian%20penting%20dalam,agar%20Anda%20tidak%20mengalami%20kerugian> diakses pada tanggal 19 Januari 2025

umumnya berkaitan dengan ketidaksesuaian produk yang diterima konsumen, kendala dalam pengiriman, serta kondisi barang yang rusak saat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa permasalahan pasca-transaksi juga dialami oleh Lumos Store sebagai pelaku usaha di marketplace Shopee. Oleh karena itu, diperlukan kajian lebih lanjut mengenai bagaimana penanganan komplain dan retur dilakukan, khususnya jika ditinjau dari perspektif etika bisnis syariah.

Gambar 1.1

Data pengembalian barang dari Lumos Store tahun 2024⁹.

khachatwiner

No. Pesanan 241224MJAY23DG

No. Pengajuan 2412270VRQJ5PCN



Paper bag Miu miu jumbo premium ori...
[PPJ26761059581LMS]

x1

Jumlah Pengembalian Dana
Rp27.500
Jumlah Kompensasi
-

Barang yang dikirim salah (salah ukuran, variasi, dll)

Pengembalian Dana
Dana Dikembalikan ke Pembeli

Pengiriman Selesai
Ter kirim pada 26/12/2024
SPX Standard

Pengiriman Selesai
Ter kirim pada 29/12/2024
SPX Express
SPXID046969795770

zzmtv4naev

No. Pesanan 241221DUF7010C

No. Pengajuan 2412250QJ2JWS4Q



Mangkok sisir semir
[LL386050973SLMS]

x1

Jumlah Pengembalian Dana
Rp24.750
Jumlah Kompensasi
Rp21.780

Barang lecet / tergores

Pengembalian Dana Saja

Dana Dicalirkan ke Penjual

Pengiriman Selesai
Ter kirim pada 25/12/2024
SPX Hemat



Paper bag Mango landscape putih 2 sisi
[PM28606810071LMS]

x1



Paper bag Miniso red Medium 33 x 26 ...
[PM25514244980LMS]

x1



Paper bag H&M Medium 2 sisi 33 x 26 ...

x1

⁹ Lumos Store Surabaya Seller Centre Shopee

Produk	Jumlah	Alasan Pengajuan	Solusi Pengajuan	Status Pengajuan	Pengiriman ke Pembeli	P
zarr_kaylaa25 No. Pesanan 241209CNCWP0U6 No. Pengajuan 24121805Q10WYS5						
 Paper bag Uniqlo medium landscape 30x40cm Variasi: Putih [PM2595]	x1	Jumlah Pengembalian Dana Rp4.125 Jumlah Kompensasi -	Barang yang dikirim salah (salah ukuran, variasi, dll)	Pengembalian Dana Saja	Dana Dikembalikan ke Pembeli	Pengiriman Selesai Terkirim pada 16/12/2024 SPX Hemat
wardanicosmetic No. Pesanan 241212MGUCOFMA No. Pengajuan 2412150V9V28TBT						
 Paper bag Miniso Red small 20x25x30cm [PS18595427302LMS]	x1	Jumlah Pengembalian Dana Rp3.500 Jumlah Kompensasi -	Barang palsu	Pengembalian Dana Saja	Pengajuan Dibatalkan	Pengiriman Selesai Terkirim pada 15/12/2024 SPX Standard
bagus221 No. Pesanan 241212JG9J709U No. Pengajuan 2412150UM6GCJGQ						
 Paper bag Mossdoo premium landscape 30x40cm [PP28608002483LMS]	x1	Jumlah Pengembalian Dana Rp11.248 Jumlah Kompensasi -	Barang sampai namun tidak lengkap	Pengembalian Dana Saja	Dana Dikembalikan ke Pembeli	Pengiriman Selesai Terkirim pada 14/12/2024 SPX Standard

Sumber: Seller Centre Shopee Lumos Store Tahun 2024

Pada saat persaingan bisnis yang semakin kompetitif, etika dan nilai-nilai perusahaan menjadi aspek krusial yang harus diterapkan. Penerapan etika bisnis tidak hanya memberikan keuntungan finansial (materi), tetapi juga manfaat non-materi yang esensial. Manfaat tersebut meliputi pembentukan reputasi positif, peningkatan kepercayaan, serta jaminan keberlangsungan usaha (*business sustainability*).

Kejujuran adalah salah satu prinsip yang wajib dijadikan patokan untuk menjalankan bisnis. Sikap yang didasarkan pada fakta, keadaan, dan kondisi yang sebenarnya diajarkan oleh kejujuran. Kemampuan dalam mengerjakan sesuatu yang diberikan sesuai amanah dapat memperlihatkan sifat jujur. Sehingga, orang jujur tidak diragukan lagi dalam menjalankan tugas nya sesuai amanah yang diberikan. Bentuk paling buruk dari ketidakjujuran ialah. Pelaku ketidakjujuran berpotensi

melakukan penipuan secara berulang terhadap pihak lain dengan memanfaatkan setiap kesempatan yang tersedia, tanpa batasan waktu maupun tempat¹⁰.

Rasulullah SAW senantiasa mengimplementasikan prinsip kejujuran dalam setiap aktivitas bisnis. Hal ini tercermin ketika beliau melakukan pengawasan pasar, di mana beliau secara tegas melarang pedagang melakukan manipulasi dengan cara menyembunyikan barang berkualitas rendah di bawah tumpukan barang yang berkualitas baik¹¹.

Pada transaksi jual beli *online*, penjual dituntut untuk menjunjung tinggi kejujuran dengan tidak memanipulasi kondisi barang, baik melalui deskripsi maupun tindakan nyata. Integritas penjual tercermin dari komitmen menepati janji, ketepatan waktu, serta keterbukaan mengenai kekurangan produk. Selain itu, upaya perbaikan kualitas barang dan pelayanan harus dilakukan secara berkelanjutan (*continuous improvement*) tanpa adanya unsur penipuan. Sikap transparan dan amanah menjadi fondasi utama, karena sifat inilah yang mendorong pelaku usaha untuk bertanggung jawab penuh dalam menunaikan setiap kewajibannya kepada konsumen¹².

¹⁰ Ibid 5, Hal 48.

¹¹ Ibid 11

¹² Ibid 5, Hal, 49

Gambar 1.2
Komplain dan retur barang dari konsumen *Lumos Store* Surabaya

khachatwiner No. Pesanan 241224MJAY23DG No. Pengajuan 2412270VRQJ5PCN							
 Paper bag Miu miu jumbo premium ori... [PPJ2676105958TLM\$]	x1	Jumlah Pengembalian Dana Rp27.500 Jumlah Kompensasi -	Barang yang dikirim salah (salah ukuran, variasi, dll)	Pengembalian	Dana Dikembalikan ke Pembeli	Pengiriman Selesai Terkirim pada 26/12/2024 SPX Standard	-
zzrmtv4naev No. Pesanan 241221DUF701QC No. Pengajuan 2412250QJ2JWS4Q							
 Mangkok sisir semir [LL386050973SLM\$]	x1	Jumlah Pengembalian Dana Rp24.750 Jumlah Kompensasi Rp21.780	Barang lecet / tergores	Pengembalian Dana Saja	Dana Dicairkan ke Penjual	Pengiriman Selesai Terkirim pada 25/12/2024 SPX Hemat	-
 Paper bag Mango landscape putih 2 sisi [PM28606810071LM\$]	x1						
 Paper bag Miniso red Medium 33 x 26 ... [PM25514244980LM\$]	x1						
 Paper bag H&M Medium 2 sisi 33 x 26 ... [PM25514244980LM\$]	x1						
zarr_kaylaa25 No. Pesanan 241209CNCWP0U6 No. Pengajuan 24121805Q10WYS5							
 Paper bag Uniqlo medium landscape 3 ... Variasi: Putih [PM2595...	x1	Jumlah Pengembalian Dana Rp4.125 Jumlah Kompensasi -	Barang yang dikirim salah (salah ukuran, variasi, dll)	Pengembalian Dana Saja	Dana Dikembalikan ke Pembeli	Pengiriman Selesai Terkirim pada 16/12/2024 SPX Hemat	-
wardanicosmetic No. Pesanan 241212MGUC0FMA No. Pengajuan 2412150V9V28TBT							
 Paper bag Miniso Red small 20 x 25 x ... [PS18595427302LM\$]	x1	Jumlah Pengembalian Dana Rp3.500 Jumlah Kompensasi -	Barang palsu	Pengembalian	Pengajuan Dibatalkan	Pengiriman Selesai Terkirim pada 15/12/2024 SPX Standard	-
bagus221 No. Pesanan 241212JG9J709U No. Pengajuan 2412150UM6GCJGQ							
 Paper bag Mossdoo premium landsc ... [PP28608002483LM\$]	x1	Jumlah Pengembalian Dana Rp11.248 Jumlah Kompensasi -	Barang sampai namun tidak lengkap	Pengembalian Dana Saja	Dana Dikembalikan ke Pembeli	Pengiriman Selesai Terkirim pada 14/12/2024 SPX Standard	-

Sumber: Seller Centre Shopee Lumos Store Tahun 2024

Tujuan penelitian ini didasarkan pada pentingnya implementasi etika bisnis syariah dalam praktik perdagangan *online*, khususnya di *marketplace* seperti Shopee yang memiliki peran signifikan dalam kehidupan masyarakat modern. Pada perdagangan *online*, interaksi antara penjual dan pembeli sering kali dihadapkan

pada tantangan, seperti komplain terhadap produk yang tidak sesuai deskripsi atau retur barang yang rusak. Situasi ini membutuhkan pendekatan yang mengedepankan prinsip kejujuran, amanah, dan transparansi sebagaimana diajarkan dalam etika bisnis syariah. Studi kasus pada Lumos Store Surabaya, sebuah toko *online* yang telah beroperasi sejak tahun 2012 dengan reputasi baik di Shopee, memberikan kesempatan untuk memahami bagaimana nilai-nilai etika bisnis syariah diterapkan dalam menangani keluhan pelanggan dan pengembalian produk. Pertumbuhan pesat *e-commerce* di Indonesia, terutama melalui *platform* seperti Shopee, telah mengubah lanskap transaksi digital. Shopee menyediakan berbagai fitur untuk meningkatkan pengalaman pengguna, termasuk layanan komplain dan retur produk. Melalui fitur ini, pembeli dapat mengajukan pengembalian barang jika barang tidak sesuai atau rusak, dengan langkah-langkah yang mudah diikuti, seperti mengisi formulir pengembalian, mengunggah bukti foto, dan mengirim barang kembali melalui ekspedisi yang disepakati. Meskipun fitur ini dirancang untuk memudahkan penyelesaian masalah antara pembeli dan penjual, terdapat tantangan signifikan. Banyak pembeli yang mengeluhkan proses pengembalian dana yang lambat dan berbelit-belit, yang dapat mengurangi kepuasan konsumen dan menurunkan kepercayaan terhadap *platform*. Selain itu, penjual sering menghadapi kerugian finansial dan reputasi akibat pembatalan pesanan sepihak oleh pembeli, terutama pada metode pembayaran *Cash on Delivery* (COD).

Berdasarkan telaah terhadap penelitian-penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa kajian mengenai etika bisnis syariah pada marketplace, khususnya Shopee,

umumnya masih berfokus pada proses transaksi jual beli secara umum, seperti kejujuran dalam deskripsi produk, strategi pemasaran, dan mekanisme penetapan harga. Sementara itu, aspek pasca-transaksi yang mencakup penanganan komplain dan retur produk masih relatif jarang dibahas secara mendalam. Padahal, tahap pasca-transaksi merupakan fase yang paling rawan menimbulkan konflik antara penjual dan pembeli serta menjadi indikator utama dalam menilai sejauh mana nilai kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab benar-benar diterapkan dalam praktik bisnis. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah (*research gap*) tersebut dengan memfokuskan kajian pada implementasi etika bisnis syariah dalam penyelesaian komplain dan retur produk pada Lumos Store Surabaya melalui marketplace Shopee, sehingga memberikan sudut pandang baru yang lebih kontekstual dan aplikatif dalam kajian ekonomi syariah di era digital.

Penanganan komplain dan retur produk menjadi aspek penting dalam bisnis *online* karena berkaitan langsung dengan hak dan kepuasan konsumen serta tanggung jawab moral penjual. Dalam konteks *marketplace*, kemudahan fitur komplain dan retur sering kali menimbulkan permasalahan baru, seperti kesalahpahaman prosedur, penyalahgunaan sistem oleh konsumen, hingga kerugian bagi penjual akibat pembatalan sepihak. Kondisi ini menuntut adanya landasan etika yang kuat agar proses penyelesaian masalah tidak hanya berpijak pada aturan teknis platform, tetapi juga pada nilai-nilai moral dan keadilan. Etika bisnis syariah memandang komplain dan retur bukan sekadar kewajiban administratif, melainkan bentuk pertanggungjawaban penjual kepada konsumen dan kepada Allah SWT. Oleh karena itu, mengkaji komplain dan retur dalam perspektif etika bisnis syariah

menjadi penting untuk memastikan bahwa praktik bisnis digital berjalan secara jujur, adil, dan bertanggung jawab, serta mampu menjaga kepercayaan konsumen dan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Lumos Store Surabaya dipilih sebagai objek penelitian karena dalam praktik operasionalnya menunjukkan penerapan nilai-nilai Islam dalam menjalankan usaha, meskipun tidak secara formal menggunakan label bisnis syariah. Penerapan nilai tersebut terlihat dari cara toko menjalankan pelayanan kepada pelanggan, khususnya dalam hal kejujuran menyampaikan informasi produk, tanggung jawab dalam menyelesaikan komplain dan retur, serta upaya menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan.

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara, pemilik dan pihak pengelola Lumos Store memiliki kesadaran untuk menjalankan usaha secara halal dan berusaha menghindari praktik bisnis yang merugikan pihak lain. Kesadaran tersebut tercermin dalam sikap terbuka ketika terjadi kesalahan, kesediaan memberikan solusi yang adil, serta komitmen untuk menyelesaikan permasalahan hingga tuntas.

Lumos Store juga dipilih karena memiliki pengalaman nyata selama 5 tahun lebih dalam menghadapi berbagai permasalahan pasca-transaksi *online*, sehingga penerapan nilai-nilai Islam tidak hanya terlihat pada saat transaksi berjalan lancar, tetapi juga pada saat muncul komplain dan retur dari pelanggan. Kondisi ini memungkinkan peneliti untuk mengamati secara langsung bagaimana nilai kejujuran, amanah, dan tanggung jawab diterapkan dalam situasi yang berpotensi menimbulkan konflik.

Dengan karakteristik tersebut, Lumos Store Surabaya dinilai relevan sebagai objek penelitian untuk mengkaji penerapan etika bisnis Islam dalam konteks bisnis digital berbasis marketplace, karena mampu menggambarkan praktik usaha yang dijalankan berdasarkan nilai-nilai Islami secara nyata dalam aktivitas sehari-hari.

Penelitian ini mengkaji implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli *online* di Shopee, dengan studi kasus pada toko *online* Lumos Store Surabaya. Penelitian menemukan bahwa prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti tauhid, keadilan, tanggung jawab, dan kehendak bebas, sebagian besar telah diterapkan dengan baik. Namun, ada kekurangan dalam penerapan prinsip kebenaran, seperti kurangnya konsistensi dalam menyampaikan informasi produk kepada konsumen.

Penelitian terdahulu membahas penerapan etika bisnis Islam secara umum dalam aktivitas bisnis, tanpa mengkaji secara spesifik penerapan nilai-nilai tersebut dalam penanganan komplain dan retur barang. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk melengkapi kajian sebelumnya dengan memfokuskan pada implementasi nilai-nilai syariah, seperti kejujuran dan amanah, dalam praktik penanganan komplain dan retur produk pada *marketplace* Shopee.

Penelitian ini memberikan landasan teoritis tentang penerapan etika bisnis Islam dalam jual beli *online*, yang relevan untuk dikembangkan lebih jauh dalam konteks spesifik penanganan keluhan pelanggan dan retur barang. Studi ini juga menunjukkan pentingnya menjaga kepercayaan konsumen melalui prinsip-prinsip syariah.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka identifikasi dalam penelitian ini adalah:

1. Kemajuan Teknologi Dalam Transaksi Jual Beli:

Kemudahan akses *marketplace* seperti Shopee telah mengubah pola transaksi masyarakat yang tidak lagi bergantung pada interaksi tatap muka.

2. Tantangan Dalam Pengelolaan Keluhan dan Retur:

Lumos Store Surabaya menghadapi tantangan berupa komplain pelanggan terkait produk yang tidak sesuai deskripsi, retur barang, dan pengembalian dana akibat berbagai faktor, seperti kesalahan pengiriman, alamat tidak jelas, atau nomor kontak yang tidak aktif.

3. Implementasi Etika Bisnis Syariah:

Diperlukan pendekatan yang menekankan kejujuran, amanah, dan transparansi dalam menangani keluhan dan pengembalian barang, sesuai dengan prinsip etika bisnis syariah

4. Kurangnya Pemahaman Konsumen terhadap Prosedur Retur

Sebagian pelanggan masih kurang memahami prosedur pengembalian barang di Shopee, seperti syarat-syarat retur, batas waktu pengajuan, dan cara mengunggah bukti. Hal ini dapat menyebabkan kesalahpahaman dan memperburuk komunikasi antara pembeli dan penjual.

5. Risiko Kerugian Bagi Penjual Akibat Sistem COD dan Retur yang Disalahgunakan

Sistem pembayaran *Cash on Delivery* (COD) dan kemudahan retur yang ditawarkan *marketplace* berpotensi disalahgunakan oleh pembeli yang tidak bertanggung jawab, seperti membatalkan pesanan secara sepihak atau sengaja mengajukan retur tanpa alasan yang jelas, yang dapat menyebabkan kerugian finansial dan merusak reputasi penjual.

C. Pembatasan Masalah

1. Penelitian ini hanya difokuskan pada toko *online* Lumos Store Surabaya yang beroperasi di *marketplace* Shopee. Dengan masalah yang ditinjau terbatas pada penanganan keluhan (komplain) pelanggan dan retur produk Implementasi etika bisnis syariah akan ditinjau berdasarkan nilai-nilai seperti kejujuran, amanah, dan transparansi.
2. Penelitian ini dibatasi pada implementasi etika bisnis syariah oleh Lumos Store Surabaya dalam menangani komplain dan retur produk melalui *marketplace* Shopee. Fokus utama adalah pada prinsip kejujuran, amanah, dan transparansi dalam menyikapi keluhan pelanggan yang disebabkan oleh kesalahan pengiriman, produk tidak sesuai

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penanganan komplain dan retur produk pada pelanggan Lumos Store Surabaya melalui *Marketplace* Shopee?
2. Bagaimana implementasi etika bisnis syariah dalam penanganan komplain dan retur produk pada pelanggan di Lumos Store Surabaya melalui *marketplace* Shopee?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan dari penelitian ini adalah:
 - a. Untuk mengetahui penanganan komplain dan retur produk pada pelanggan Lumos Store Surabaya melalui *Marketplace* Shopee
 - b. Untuk mengetahui implementasi etika bisnis syariah terhadap penanganan komplain dan retur pelanggan di Lumos Store Surabaya melalui *marketplace* Shopee

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu ekonomi syariah, khususnya dalam memahami implementasi etika bisnis syariah dalam konteks perdagangan *online*. Penelitian ini juga dapat memperkaya literatur akademis terkait pengelolaan keluhan, retur, dan pengembalian dana berdasarkan prinsip kejujuran, amanah, dan transparansi. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi penting bagi

studi-studi selanjutnya yang ingin mendalami hubungan antara penerapan etika bisnis syariah dan keberlangsungan usaha.

b. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi Lumos Store sebagai masukan untuk meningkatkan pelayanan pelanggan melalui penerapan etika bisnis syariah. Selain itu, penelitian ini juga memberikan edukasi kepada konsumen mengenai hak-hak mereka dalam proses komplain, retur, dan pengembalian dana. *Marketplace* seperti Shopee serta pelaku usaha UMKM lainnya juga dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai panduan untuk menciptakan kepercayaan pelanggan dan memperkuat keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

F. Kajian Pustaka

Peneliti menggunakan data dari penelitian-penelitian terdahulu sebagai acuan dalam menyusun skripsi ini, dengan melihat kekurangan dan kelebihan yang ada. Selain itu, untuk mendapatkan landasan teori ilmiah, peneliti juga mengambil informasi dari jurnal dan skripsi untuk mendapatkan informasi yang sudah ada sebelumnya mengenai teori-teori yang berhubungan dengan judul.

1. Jurnal oleh Zachran Zarachman dkk, “*Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Online Shop Secondgood.co)*”

Penelitian Zachran Zarachman dkk. (2024) merupakan studi kasus pada toko secondgoods.co di Shopee, yang membahas bagaimana toko tersebut

menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam jual beli *online*. Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti implementasi etika bisnis Islam dalam *marketplace* Shopee. Namun, perbedaannya adalah penelitian ini secara spesifik membahas penyelesaian komplain dan retur produk, sedangkan penelitian Zachran lebih menekankan analisis terhadap penerapan prinsip etika bisnis Islam dalam proses transaksi secara umum.

2. Skripsi oleh Yudha Nur Imron, “*Etika Bisnis Islam Terhadap Pemasaran Pada Marketplace Shopee*”

Penelitian ini membahas tentang penerapan etika bisnis Islam dalam pemasaran di Shopee, termasuk strategi promosi, sistem harga coret, dan testimoni pelanggan. Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada sama-sama meneliti etika bisnis Islam dalam *marketplace* Shopee. Namun, perbedaannya adalah penelitian ini lebih fokus pada penyelesaian komplain dan retur produk, sedangkan penelitian Yudha lebih menyoroti strategi pemasaran dan promosi dalam bisnis *online*.

3. Skripsi oleh Sumarti Puji Lestari & Misbakhussurur, “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Transaksi Penjualan Online Di Shopee*”

Penelitian Sumarti Puji Lestari dan Misbakhussurur (2024) meneliti penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli *online* di Shopee, dengan menyoroti kejujuran, keterbukaan informasi, dan pelayanan pelanggan. Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas etika bisnis Islam dalam praktik jual beli di Shopee. Namun, perbedaannya adalah penelitian

ini lebih mendalam dalam menganalisis penyelesaian komplain dan retur produk, sedangkan penelitian Sunarti lebih berfokus pada kejujuran dalam transaksi dan pelayanan pelanggan secara umum.

4. Jurnal oleh Shabrina Shabrina Az-Zahra dkk, *“Implementasi Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Bisnis Pada Market Place Shopee”*

Penelitian Shabrina Az-Zahra dkk. (2024) menyoroti pengalaman mahasiswa FEBI UINSU dalam bertransaksi di Shopee, dengan fokus pada nilai-nilai tauhid dan transparansi dalam transaksi *online*. Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada analisis terhadap penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi Shopee. Namun, perbedaannya adalah penelitian ini lebih menyoroti bagaimana penjual menyelesaikan komplain dan retur produk, sementara penelitian Shabrina lebih berfokus pada pengalaman pembeli dan nilai-nilai Islam dalam jual beli *online*.

5. Jurnal oleh Dawimatus Sholihah, *“Implementasi Etika Bisnis Syariah Pada E-commerce Di Indonesia”*

Penelitian Dawimatus Sholihah (2022) mengkaji implementasi etika bisnis Islam di *e-commerce* secara umum, tidak terbatas hanya pada Shopee. Persamaan dengan penelitian ini adalah keduanya sama-sama membahas implementasi etika bisnis syariah dalam perdagangan *online*. Namun, perbedaannya adalah penelitian ini memiliki objek yang lebih spesifik, yaitu penyelesaian komplain dan retur produk di Lumos Store Surabaya melalui

Shopee, sedangkan penelitian Dawimatus berfokus pada *e-commerce* secara lebih luas tanpa menyoroti aspek komplain dan retur.