

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Kota Yogyakarta

Luas wilayah Kota Yogyakarta adalah sekitar 3.250 Ha atau 32.5 Km² atau 1,02% dari luas wilayah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan jarak terjauh dari Utara ke Selatan kurang lebih 7,5 Km dan dari Barat ke Timur kurang lebih 5,6 Km. Secara administratif Kota Yogyakarta terdiri dari 14 Kecamatan, 45 Kelurahan, 614 RW dan 2.523 RT serta dihuni oleh 412.437 jiwa. Penggunaan lahan paling banyak diperuntukkan bagi perumahan yaitu sebesar 2.103,272 Ha dan bagian kecil berupa lahan kosong seluas 20,2087 Ha¹³.

Letak geografis Kota Yogyakarta diantara 110o 24' 19" dan 110o 28' 53" Bujur Timur, 7o 49' 26" dan 7o 15' 24" Lintang Selatan dengan ketinggian rata-rata 114 meter diatas permukaan air laut. Kota yang terletak di tengah-tengah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan batas-batas wilayah sebagai berikut¹⁴:

- a. Sebelah Utara : Kecamatan Mlati dan Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman
- b. Sebelah Selatan : Kecamatan Banguntapan, Kecamatan Sewon dan Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul

¹³ <https://www.jogjakota.go.id/pages/geografis> diakses pada 26 Desember 2018 jam 19.19

¹⁴ <https://www.jogjakota.go.id/pages/geografis> diakses pada 26 Desember 2018 jam 19.25

c. Sebelah Timur : Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman dan Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul

d. Sebelah Barat : Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman dan Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul

Tabel 1 Data Kependudukan Kota Yogyakarta

No	Kecamatan	2016	2017	2018
1.	Mantrijeron	35.159	35.219	35.364
2.	Kraton	22.236	21.901	22.020
3.	Mergangsang	32.111	31.893	32.056
4.	Umbulharjo	67.651	68.727	69.259
5.	Kotagede	33.303	33.366	33.717
6.	Gondokusuman	41.877	41.995	42.265
7.	Danurejan	21.398	21.219	21.164
8.	Pakualaman	10.874	10.690	10.748
9.	Gondomanan	15.282	14.986	15.069
10.	Ngampilan	18.930	18.613	18.576
11.	Wirobrajan	27.907	27.779	27.796
12.	Gedongtengen	20.630	20.336	20.126
13.	Jetis	27.537	27.276	27.259
14.	Tegalrejo	36.805	36.717	37.018
Jumlah		411.700	410.262	412.437

Sumber : BPS Kota Yogyakarta

Berdasarkan pada tabel di atas pertumbuhan penduduk di Kota Yogyakarta mengalami penurunan dari tahun 2016 ke tahun 2017 terutama di beberapa

kecamatan seperti kecamatan Kraton, Mergangsan, Danurejan, Pakualaman, Gondomanan, Ngampilan, Wirobrajan, gedongtengen, Jetis dan Tegalrejo. Sedangkan pada tahun 2017 ke tahun 2018 mengalami kenaikan yang sangat signifikan pada seluruh kecamatan. Penyebaran penduduk terbanyak di kecamatan Umbulharjo dan yang paling sedikit pada kecamatan Pakualaman.

Kota Yogya memiliki julukan Kota Pelajar dan Kota Seni Budaya, hal ini tentu saja tidak terlepas dari banyaknya sekolah dan universitas terbaik serta keragaman seni budaya yang masih dilestarikan hingga sekarang. Kota Yogyakarta menjadi salah satu kota tujuan bagi pelajar dari Sabang hingga Merauke untuk melanjutkan pendidikan yang lebih baik atau bahkan untuk hanya mendapatkan pengalaman belajar di Kota besar. Setiap tahunnya pada saat penerimaan murid dan mahasiswa baru, Kota Yogyakarta selalu dipadati oleh pelajar luar daerah yang akan bersaing dengan pelajar asli Kota Yogyakarta untuk mendapatkan sekolah dan universitas terbaik.

Daerah Istimewa Yogyakarta memberlakukan aturan zonasi pada semua kabupaten tak terkecuali Kota Yogyakarta. Sistem zonasi ini menerapkan aturan penerimaan siswa baru dengan jarak terdekat dari sekolah sebanyak 90% dan sisanya berdasarkan nilai ujian nasional ditambahkan nilai ujian masuk. Ini tentunya berhasil menekan angka pelajar luar daerah yang akan menempuh pendidikan di Kota Yogyakarta, hanya saja ini tidak berlaku untuk perguruan tinggi. Setiap tahunnya 3 universitas negeri di Yogyakarta menjadi universitas favorit pilihan calon mahasiswa untuk meneruskan pendidikan. Maka setiap tahunnya

pendatang di Kota Yogyakarta bertambah seiring dengan diterimanya mahasiswa baru.

Pendatang di Kota Yogyakarta pun beragam latar belakang suku, agama, sosial dan bahkan negara berbeda. Sesuai hukum ekonomi dimana terdapat pusat keramaian maka akan diikuti dengan pusat bisnis. Perkembangan Kota Yogyakarta dengan dibanjiri pendatang berdampak dengan laju ekonomi yang kian pesat. Hal ini terlihat dari banyaknya mall, restoran, hotel, minimarket, laundry dan bahkan tempat wisata yang tidak pernah sepi pengunjung.

Salah satu ide bisnis yang sekarang banyak ditekuni anak muda hingga ibu rumah tangga yaitu toko online, alasannya sederhana karena toko online tidak memerlukan biaya sewa tempat yang mahal dan dapat dikerjakan siapa saja, dimana saja dan kapan saja. Toko online mulai menjadi solusi saat membutuhkan penghasilan tambahan, belum mendapatkan pekerjaan dan masih sekolah. Menjamurnya toko online dilirik menjadi sebuah peluang jika dapat mengumpulkannya di satu tempat layaknya sebuah pasar. Orang akan mudah memilih barang yang diperlukan, membandingkan harga, kualitas dan diskon. Beberapa pasar online yang ada di Indonesia yaitu Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Zalora dan Blibli.

Dengan hal ini tentu saja mempengaruhi cara pandang orang tentang sebuah pekerjaan. Dimana memiliki toko online saat ini adalah pekerjaan yang sangat menguntungkan dan dapat berkembang. Terbukti beberapa toko besar seperti Matahari Mall membuka toko online mereka sendiri untuk mengikuti perkembangan zaman dan memudahkan pelangganya berbelanja.

2. Tokopedia Community Yogyakarta

Tokopedia didirikan pada tahun 2009 oleh Wiliam Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada tahun 2009. Perusahaan berbasis teknologi asal Indonesia ini memiliki misi mencapai pemerataan ekonomi secara digital¹⁵. Tokopedia merupakan marketplace yang memungkinkan setiap individu, toko kecil dan *brand* untuk membuka dan mengelola toko daring. Layanan yang sejak peluncurannya ini disediakan secara gratis, telah memberdayakan jutaan pedagang dan konsumen untuk berpartisipasi dalam masa depan perekonomian.

Misi Tokopedia adalah Membangun ekosistem dimana siapapun bisa memulai dan menemukan apapun¹⁶. Tokopedia memudahkan seluruh masyarakat Indonesia dari Sabang sampai Merauke untuk mendapatkan kebutuhan mereka. Selain berperan sebagai marketplace pertama yang menerapkan sistem escrow atau rekening bersama di Indonesia, Tokopedia juga menjadi perusahaan teknologi pertama di Indonesia yang memperkenalkan pengantaran instan melalui kemitraan dengan perusahaan transportasi daring. Hal ini memungkinkan konsumen untuk mendapatkan barang dengan cepat.

Tokopedia berhasil mencetak sejarah sebagai perusahaan teknologi pertama di Asia Tenggara, yang menerima investasi sebesar USD 100 juta atau sekitar Rp. 1,2 Triliun dari Sequoia Capital dan SoftBank Internet and Media Inc (SIMI). Pada

¹⁵ <https://www.tokopedia.com/about/> diakses pada 26 Desember 2018 jam 19.30

¹⁶ <https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia> diakses pada 26 Desember 2018 jam 19.31

April 2016, Tokopedia kembali dikabarkan mendapatkan investasi sebesar USD 147 juta atau sekitar Rp. 1,9 Triliun.¹⁷

Tokopedia terus berbenah seiring banyaknya perusahaan digital yang bermunculan dan memberikan kompetisi ketat dalam menjaring penjual dan pembeli. Mulai dengan memperbaiki tampilan, memperbanyak layanan, menjalin kerjasama mitra dan memberikan fasilitas belajar bagi penjual yaitu komunitas Tokopedia atau yang lebih dikenal dengan sebutan Top Community. Top Community adalah wadah berkumpulnya para penjual Tokopedia guna mendapatkan edukasi, bertukar *insight* bahkan menciptakan peluang-peluang baru. Berbagai kegiatan terselenggara di Top Community, setiap hari akan disajikan materi guna peningkatan kualitas toko melalui agenda TOPPERS edukasi, Telegram merupakan media komunikasi yang saat ini digunakan oleh para anggota Top Community, disamping kegiatan Nongkrong Bareng (NOBAR) yang juga rutin terselenggara di setiap kota¹⁸.

Tokopedia sedang dalam upaya lebih untuk terus mengembangkan komunitas ke daerah-daerah, terdapat 47 markas komunitas Tokopedia yang terbentuk beserta ketua komunitas yang di pilih langsung oleh anggota komunitas dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 2 Ketua Tokopedia Community

No.	Kota	Ketua Wilayah
1	Aceh	Anggun Kasturi
2	Bali	Mahfudz Siroj

¹⁷ Republika. "Profil Perusahaan Tokopedia dan Kisah Pendirinya", dikutip dari <http://republika.com/2016/10/profil-perusahaan-tokopedia-dan-kisah-pendirinya> pada hari Selasa 25 Desember 2018 jam 12:56 WIB.

¹⁸ <https://seller.tokopedia.com/edu/top-community/diakses> pada 26 Desember 2018 jam 19.32

3	Balikpapan	Hilal Haitami
4	Bandar Lampung	Islamil Tarigan
5	Bandung	Heni Perawati
6	Batam	Ivan Irdianto
7	Belitung	Fawsi
8	Blitar	Danang Fitrahul Ma'na
9	Cilacap	Alvin Araafiu
10	Cirebon	Rahma Widyaningsih
11	Depok	Romdani
12	Gresik	M. Zainal Arifin
13	Jakarta	Tri Utami Handoyo
14	Jambi	Rikky Suryadi
15	Jember	Moh Fatkhul Huda
16	Jepara	Muhammad Gery
17	Klaten	Faisal Ar-Ridha
18	Kudus	Indra Wibowo
19	Magelang	Putri Nawangsari
20	Makassar	Aan Kurniawan
21	Malang	Dedi Imanur Ramadian
22	Medan	Trudly Karo Karo
23	Mojokerto	Abdulloh Somadi
24	Padang	Angga Fikri Hidayat
25	Palembang	Robi Meilanda
26	Pasuruan	Muhammad Lukman Chakim
27	Pekalongan	Ahmad Alfin
28	Pontianak	Hery
29	Semarang	Elsa Gravionika
30	Sidoarjo	Febi Florencia
31	Solo	Wisnu Bayu Aji
32	Surabaya	Nugroho
33	Tangerang	Ahmad Gunarta
34	Tasikmalaya	Chien Sugianto
35	Tegal	Agni W
36	Yogyakarta	Hendarin Mei Utomo
37	Banjarmasin	Umar
38	Bekasi	Ardi Bradpitt
39	Banyuwangi	Dalam tahap pemilihan
40	Bogor	Dalam tahap pemilihan
41	Garut	Dalam tahap pemilihan

42	Karawang	Dalam tahap pemilihan
43	Kediri	Dalam tahap pemilihan
44	Pekanbaru	Dalam tahap pemilihan
45	Samarinda	Dalam tahap pemilihan
46	Sukabumi	Dalam tahap pemilihan
47	Banyumas	Dalam tahap pemilihan

Sumber : seller.tokopedia.com

Tokopedia Community dibentuk di Kota Yogyakarta pada tahun 2016 dengan mengumpulkan member yang sudah mendaftar melalui website resmi Tokopedia dalam sebuah acara yang diselenggarakan oleh Tokopedia. Saat itu menurut Ienx, ia sebagai salah satu member Tokopedia Community ditunjuk oleh Tokopedia sebagai ketua untuk area Yogyakarta yang membawahi seluruh seller yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sejak saat itu Tokopedia Community Yogyakarta aktif mengadakan kegiatan untuk para member yang ingin belajar dan menambah wawasan seputar toko online¹⁹.

Anggota Tokopedia Community Yogyakarta pada mulanya hanya 4 termasuk ketua dan sekarang sudah berkembang sebanyak 114 yang aktif mengikuti kegiatan. Kegiatan yang baru saja dilaksanakan adalah Temu Top Community Yogyakarta dengan tema Mengembangkan Bisnis Melalui Agrikultur Melalui Komunitas yang diselenggarakan pada 13 September 2018 di Sinergi Co-Working Space dalam rangka Marketfest 2018.

Pada tahun ini menurut Darin ketua Tokopedia Community Yogyakarta saat ini, Tokopedia Community Yogyakarta menerima penghargaan untuk kategori TopCommunity Ter-Sering 2018. Penghargaan ini diberikan kepada

¹⁹ Wawancara dengan Ienx di Yogyakarta, tanggal 6 November 2018

Tokopedia Community Yogyakarta akan kiprahnya dalam mengadakan NoBar (Nongkrong Bareng). Dalam setiap kegiatan nongkrong bareng Tokopedia Community Yogyakarta mengadakan sharing ilmu salah satunya yang diadakan pada 18 Juli 2018 dengan tema Belajar Mancing Orderan dari Juragan Pancing dan pada 5 Agustus 2018 dengan tema Manajemen Tolak Pesan²⁰.

Ketua RT Tokopedia Community Yogyakarta salah satu ketua yang aktif dan mendapatkan penghargaan sebagai ketua teladan pada bulan Juli 2018 dan menjadi ketua Ter-Sigap pada tahun 2018. Setiap bulan Tokopedia memilih ketua teladan sebanyak 5 orang dari 47 TopCommunity yang penilaiannya ditentukan Tokopedia dan setiap tahunnya akan memberikan beberapa penghargaan untuk TopCommunity yang dinilai aktif serta berkontribusi dalam kemajuan komunitasnya.

3. Praktik Bisnis Pada Tokopedia *Community* Yogyakarta

a) Cara Membuat Akun

Bertransaksi di Tokopedia sangat mudah dan cepat, dengan mengunjungi website Tokopedia.com atau dengan cara download aplikasi Tokopedia di appstore kita akan diarahkan untuk membuat akun sebelum memulai transaksi. Akun dapat digunakan sebagai penjual dan pembeli. Berikut langkah-langkahnya

- 1) Buka halaman tokopedia.com atau melalui aplikasi tokopedia. Contoh berikut ,menggunakan aplikasi tokopedia. Klik akun pada menu aplikasi

²⁰ Wawancara dengan Darin di Yogyakarta, tanggal 8 November 2018

kemudian daftar, ada beberapa pilihan cara untuk mendaftar. Dapat menggunakan nomor ponsel, email, akun google dan facebook



Gambar 1 Mendaftar akun Tokopedia

Sumber : Aplikasi Tokopedia

2) Pendaftaran di bawah ini menggunakan email. Isi kolom berikut dengan benar, jika sudah klik DAFTAR.

← **Daftar dengan Email**

Email

Kami akan mengirimkan kode aktivasi melalui email

Nama Lengkap

Nomor Ponsel

Contoh: 08XXXXXXXXXX

Kata Sandi

Minimum 6 karakter

Daftar

Dengan mendaftar, saya menyetujui [Syarat dan Ketentuan](#) serta [Kebijakan Privasi](#)

Gambar 2 Mendaftar Menggunakan Email

Sumber : Aplikasi Tokopedia

- 3) Kita akan diminta melakukan verifikasi dengan cara memasukkan kode angka yang dikirim ke alamat email yang didaftarkan.



Gambar 3 Aktivasi Akun
Sumber : Aplikasi Tokopedia

- 4) Setelah sukses melakukan verifikasi, akun sudah dapat digunakan untuk berbelanja.

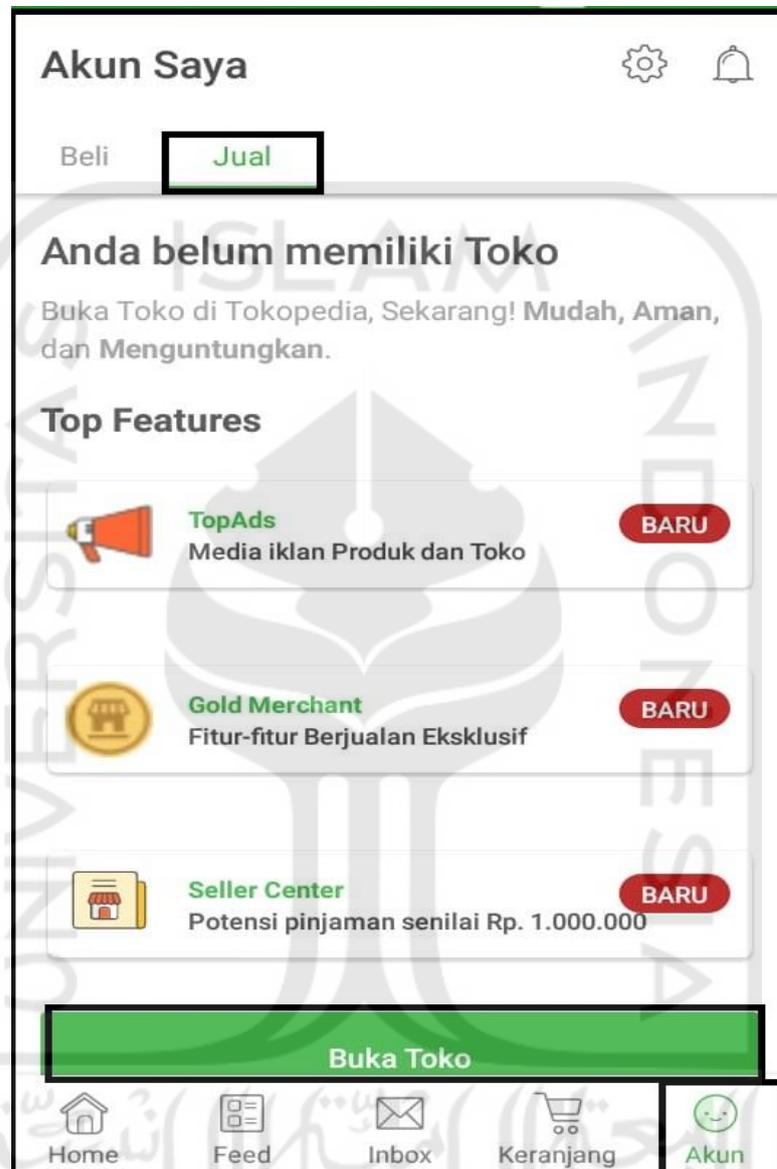


Gambar 4 Akun Tokopedia
Sumber : Aplikasi Tokopedia

b) Cara Membuat Toko

Memiliki akun Tokopedia dapat digunakan untuk berbelanja akan tetapi belum dapat digunakan untuk berjualan. Jadi jika ingin memiliki toko di Tokopedia, langkah selanjutnya yaitu membuka toko. Langkah-langkahnya sebagai berikut.

- 1) Klik akun pada pojok kanan bawah maka akan muncul tampilan seperti gambar di bawah ini. Pilih Jual kemudian klik Buka Toko.



Gambar 5 Membuat Toko Online
Sumber : Aplikasi Tokopedia

2) Toko dan akun dapat menggunakan nama yang berbeda, disini pentingnya memilih nama toko agar mewakili isi toko dan unik. Selain nama toko, ada nama domain untuk toko online yang dapat dibuat sesuai dengan keinginan dan ketersediaan seperti gambar di bawah ini.

← Buka Toko

ISI

Halo, **Toko**
Isi nama dan domain toko!

Nama Toko

Nama toko tersedia 22 / 24

Domain Toko
Domain Toko adalah nama unik untuk membedakan toko Anda dengan toko lainnya.

Nama Domain
www.tokopedia.com/ 0 / 16

Buka Toko

Gambar 6

Mengisi Nama Toko dan Domain
Sumber : Aplikasi Tokopedia

3) Kemudian untuk dapat melakukan penjualan, terlebih dahulu diharuskan melengkapi informasi toko seperti alamat, jasa pengiriman yang akan digunakan, gambar profil, deskripsi toko dan rekening.



Gambar 7 Toko Online
Sumber : Aplikasi Tokopedia

4) Selanjutnya penjual menambahkan produk untuk memulai menjual produknya di Tokopedia.



Gambar 8 Upload Produk
 Sumber : Aplikasi Tokopedia

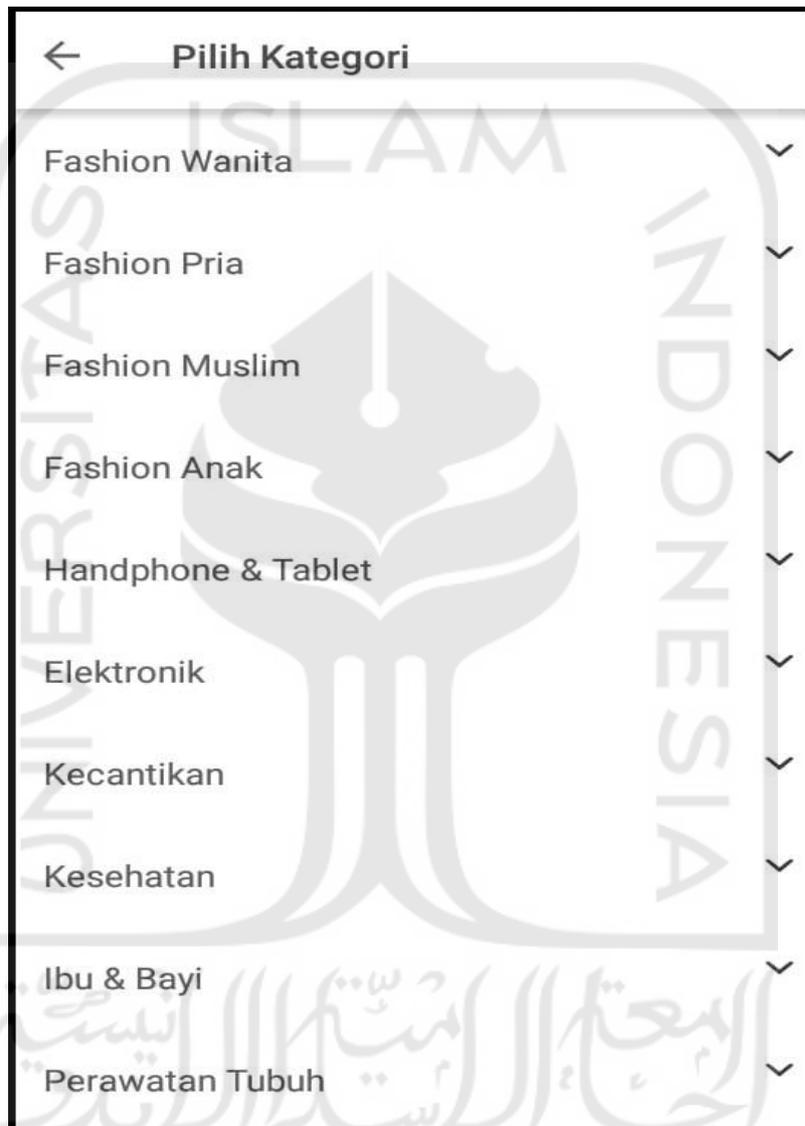
5) Kemudian akan muncul seperti gambar dibawah ini, tulis nama produk pada kolom. Nama produk sangat penting di tulis dengan jelas dan rinci, agar muncul dalam pencarian.

The image shows a screenshot of the Tokopedia mobile application interface. At the top, there is a navigation bar with a back arrow on the left and the text "Selanjutnya" on the right. Below the navigation bar, the main heading reads "Apa yang Anda jual?". Underneath this heading is a text input field with the placeholder text "Nama Produk" and "Tulis Nama Produk". A green horizontal line is visible below the input field, and a character count "0 / 70" is displayed in the bottom right corner of the input area. The background of the screenshot features a large, faint watermark of the logo of Universitas Islam Indonesia, which includes a stylized tree and the text "UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA".

Gambar 9 Nama Produk

Sumber : Aplikasi Tokopedia

- 6) Pilih kategori produk jualan, pemilihan kategori yang tepat dapat memunculkan produk pada halaman pertama saat kata kunci produk ditulis.



Gambar 10 Kategori Produk
Sumber : Aplikasi Tokopedia

7) Upload foto produk maksimal 5 foto, tampilkan foto produk yang menarik dan keaslian produk. Bila perlu foto seluruh bagian dengan rinci dan minimalkan penggunaan edit foto agar keaslian produk terlihat.



Gambar 11 Pilih Gambar
 Sumber : Aplikasi Tokopedia

8) Isi kolom pada gambar di bawah ini dengan lengkap dan jelas. Kelengkapan penjelasan produk sangat mempengaruhi tampilan produk saat pembeli melihat rincian. Kemudian simpan dan produk sudah berada di etalase toko.

← Tambah Produk

Nama Produk

Harga Produk
Isi harga satuan, grosir, dan min. pesanan

Deskripsi Produk
Tambah keterangan produk, kondisi dan video

Status Stok Selalu Tersed...

Berat & Pengiriman
Tulis berat produk dan pengaturan pengiriman

Etalase
Atur produk di etalase yang sesuai

Varian
Tambah jika produk memiliki berbagai variasi

Simpan

Gambar 12 Isi Kelengkapan Produk

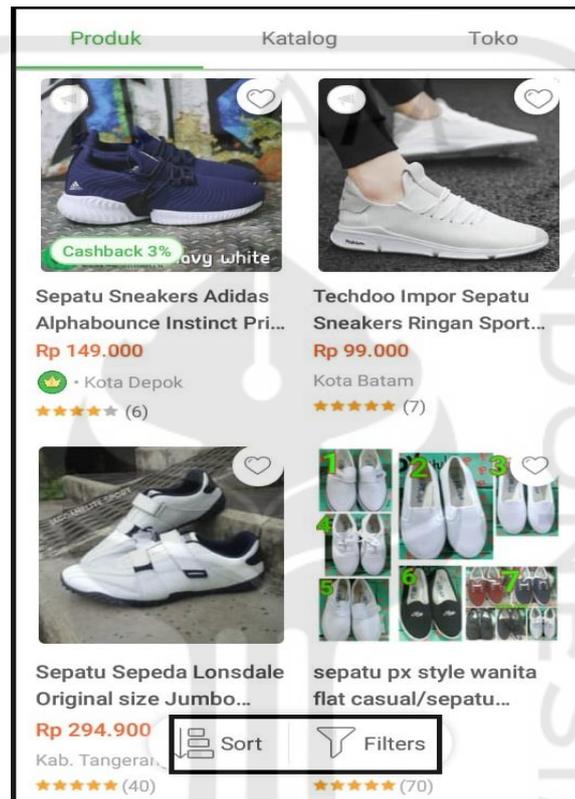
Sumber : Aplikasi Tokopedia

c) Cara Membeli Produk

Tokopedia memiliki jutaan produk yang dibagi dalam beberapa kategori untuk memudahkan pembeli dalam memilih produk yang diinginkan. Penjual pun berlomba-lomba menyajikan produk dengan gambar menarik, deskripsi produk lebih rinci, ulasan dari pembeli yang meyakinkan dan harga yang kompetitif. Berikut cara membeli produk di Tokopedia.

- 1) Hal pertama yang dilakukan adalah memasukan kata kunci pada kotak pencarian di beranda untuk produk yang diinginkan, misalnya sepatu kemudian search dan akan muncul beberapa pilihan yang paling sesuai dengan kata kunci yang ditulis. Pembeli dapat mempersempit pencarian dengan menggunakan fitur sort dan filter. Sort berfungsi memunculkan

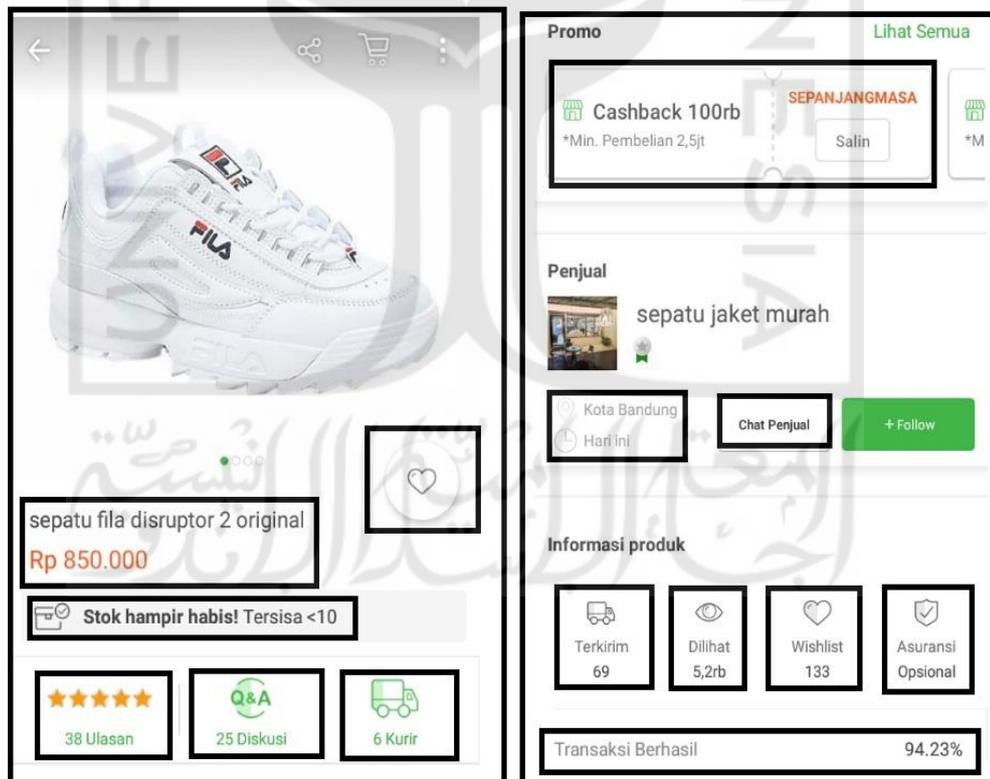
produk sesuai dengan urutan misal dari harga termurah ke termahal dan filter fungsinya untuk memilih lokasi penjual, harga yang diinginkan dan reputasi toko.



Gambar 13 Pencarian Produk
Sumber : Aplikasi Tokopedia

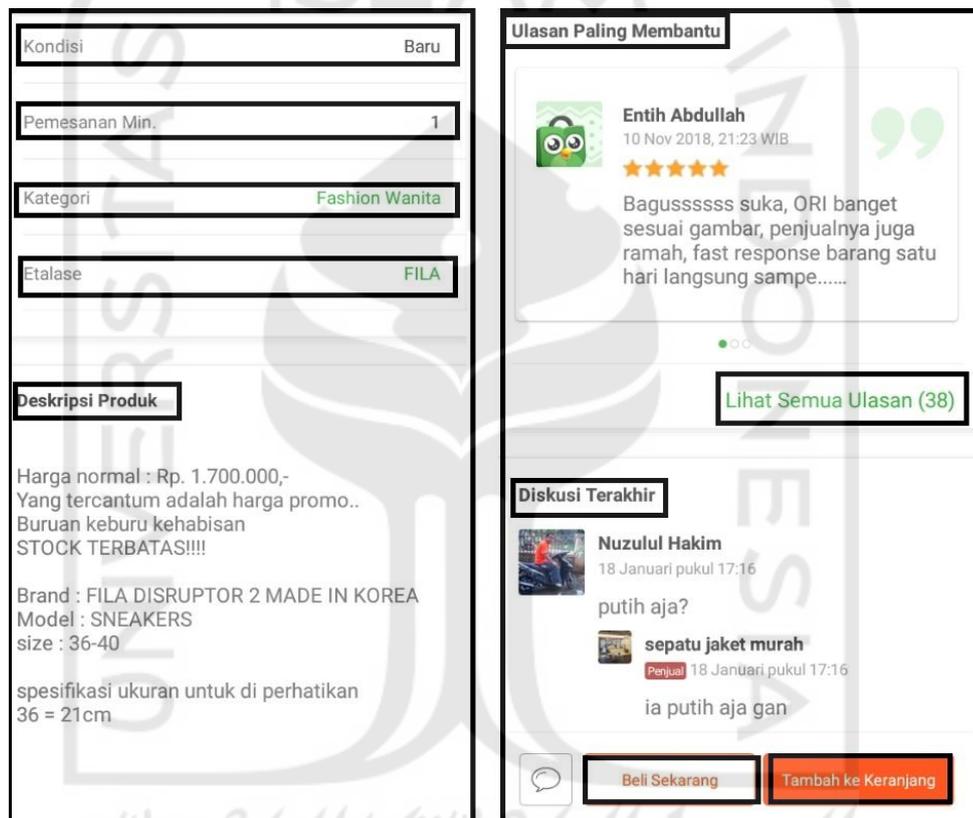
2) Selanjutnya pembeli dapat memilih produk yang diinginkan dengan klik pada gambar untuk mengetahui rincian produk berupa stok produk, ulasan pembeli sebelumnya, jasa kurir yang tersedia, promo dari toko (tidak semua toko mengadakan promo), lokasi toko, terakhir toko melakukan online, banyaknya produk yang terjual, banyaknya orang melihat produk, banyaknya orang yang memasukan produk sebagai *wishlist*, asuransi, kondisi produk, minimal pemesanan, deskripsi produk dan diskusi terakhir

yang dilakukan dengan calon pembeli. Setelah dipastikan produk yang diinginkan ada kemudian klik tambahkan ke keranjang jika masih ingin menambah belanja atau hanya sekedar melihat produk lain dan klik beli sekarang untuk langkah selanjutnya.



Gambar 14 Keterangan Produk

Sumber : Aplikasi Tokopedia



Gambar 15 Keterangan Produk

Sumber : Aplikasi Tokopedia

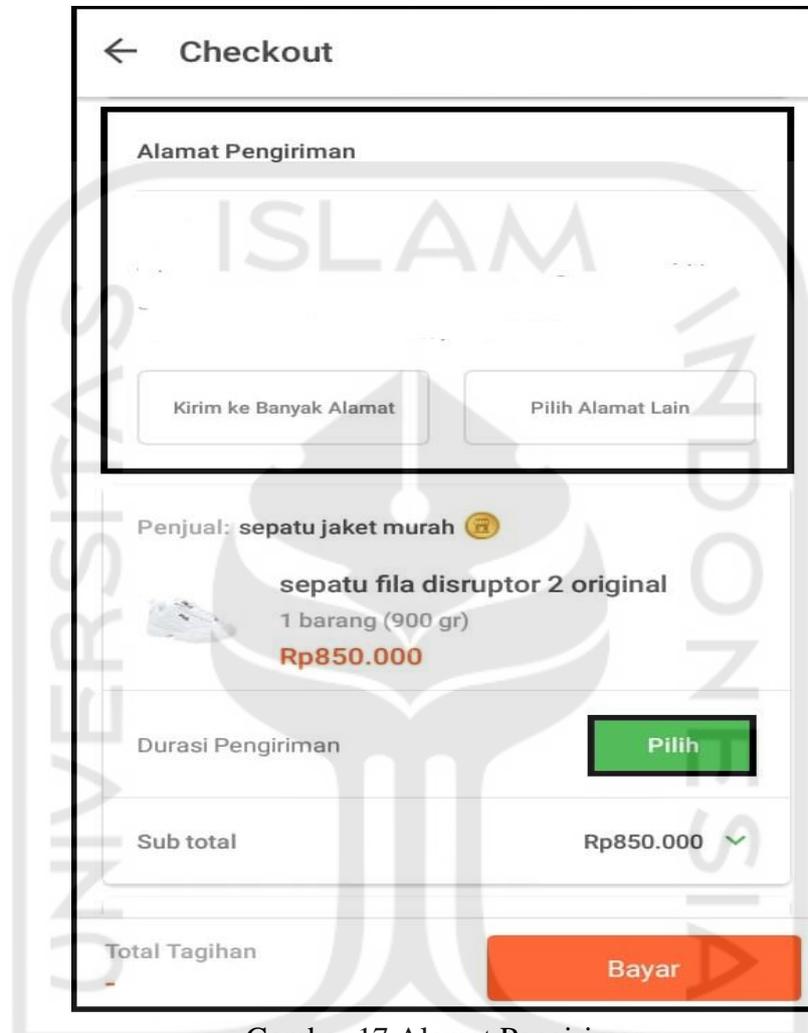
3) Kemudian pembeli akan diarahkan pada halaman checkout, di halaman ini pembeli dapat menggunakan kode promo atau kupon jika memilikinya, kemudian memastikan jumlah produk yang akan dibeli dan tulis catatan jika ada permintaan khusus pada penjual, misalkan warna yang diinginkan atau packing yang rapi. Setelah itu klik *checkout*.



Gambar 16 Checkout

Sumber : Aplikasi Tokopedia

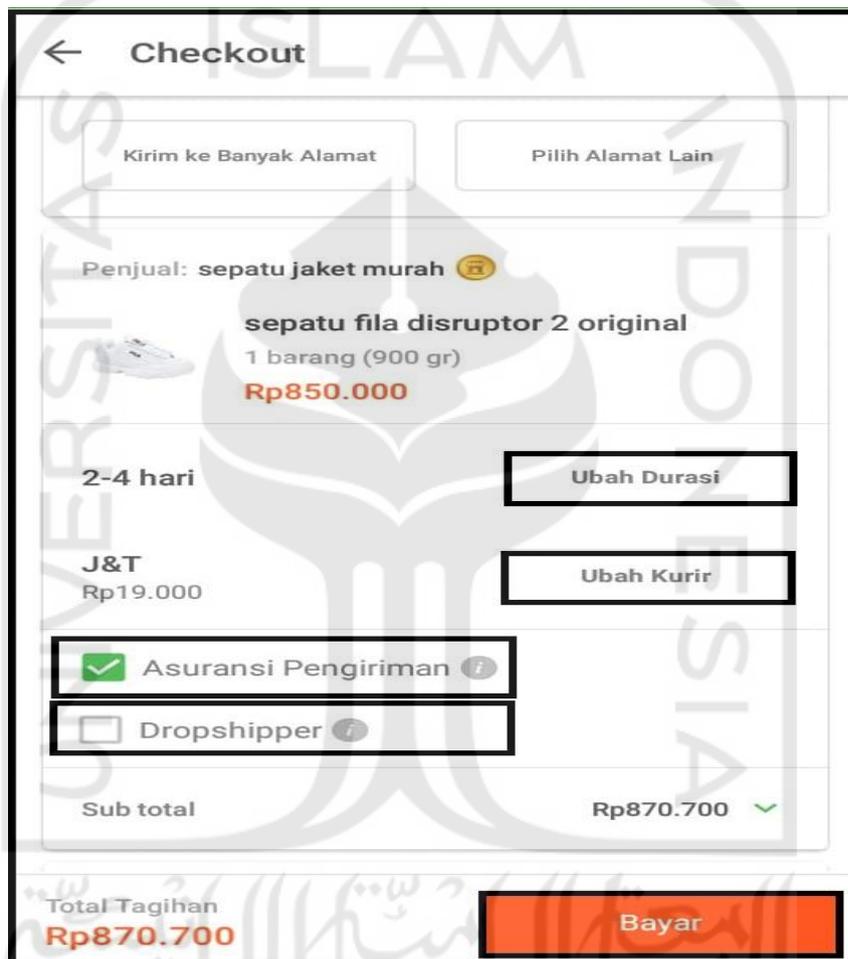
4) Kemudian akan muncul halaman isi alamat dan pilihan durasi pengiriman. Klik durasi pengiriman dan akan muncul pilihan lama dan kurir yang akan digunakan serta harganya.



Gambar 17 Alamat Pengiriman

Sumber : Aplikasi Tokopedia

5) Pada tahap ini pembeli dapat memeriksa kembali jasa kurir, durasi pengiriman dan harga ongkos kirim. Jika sudah selesai kemudian pada pilihan asuransi ada toko yang mengharuskan pemakaian asuransi dan ada toko yang memberikan pilihan menggunakan asuransi atau tidak. Selanjutnya jika pembeli seorang *dropshipper* dapat mencentang kotak *dropshipper* dan mengisi data pengirim. Langkah selanjutnya klik bayar.



Gambar 18 Jasa Pengiriman
 Sumber : Aplikasi Tokopedia

6) Selanjutnya yaitu memilih metode pembayaran. Pada proses ini, pembeli dapat memilih metode pembayaran sesuai dengan metode yang paling mudah dijangkau karena Tokopedia memberikan banyak pilihan metode pembayaran sebagai berikut:



Gambar 19 Metode Pembayaran
Sumber : Aplikasi Tokopedia



Gambar 20 Metode Pembayaran

Sumber : Aplikasi Tokopedia

7) Proses selanjutnya jika sudah memilih metode pembayaran misalnya transfer manual bca maka pembeli memasukan nama dan nomor rekening di kolom yang disediakan, klik bayar.

← Tokopedia

Rp 870.700 [Detail Tagihan](#)

Transfer Bank BCA

No. Rekening Anda
Masukan nomor rekening sesuai buku tabungan

Nama Pemilik Rekening
Masukan nama pemilik rekening sesuai buku tabungan

[Lihat Contoh Buku Tabungan](#)

Untuk pembayaran melalui teller, isi "No. Rekening" dengan 0000 dan "Nama Pemilik Rekening" dengan nama penyetor.

Bayar

Gambar 21 Nama dan Nomor Rekening

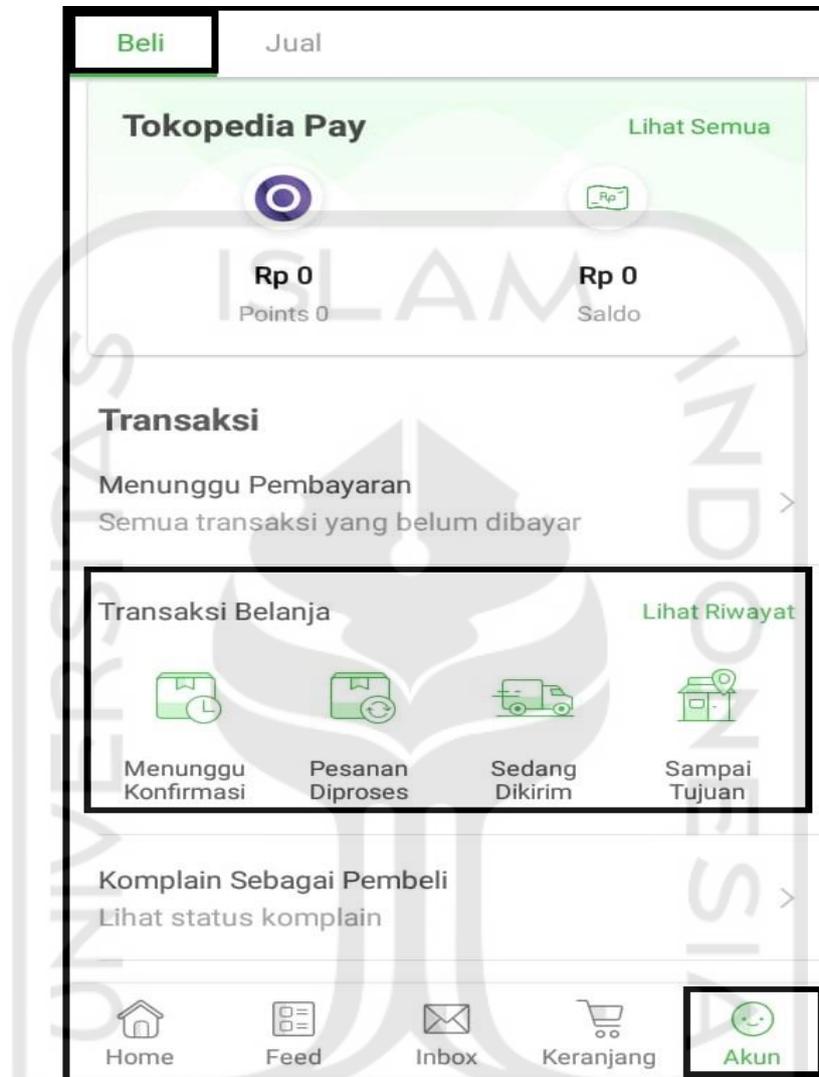
Sumber : Aplikasi Tokopedia

8) Selesai, pembeli akan mendapatkan notifikasi di email berupa detail pesanan, jumlah yang harus dibayarkan, nomor rekening Tokopedia dan cara transfer. Perhatikan cara transfer karena ada kode pada 3 nominal angka terakhir dan akan kembali di saldo pembeli setelah transaksi selesai. Perhatikan juga tanggal maksimal pembayaran, pastikan tidak terlewat agar pesanan tidak dibatalkan.



Gambar 22 Batas Waktu Pembayaran
Sumber : Aplikasi Tokopedia

9) Pembeli dapat memantau pengiriman melalui halaman transaksi beli, klik akun kemudian beli dan akan terlihat seperti di bawah ini. Pembeli dapat memeriksa konfirmasi pembayaran, proses pesanan, proses pengiriman dan sampai di tujuan.



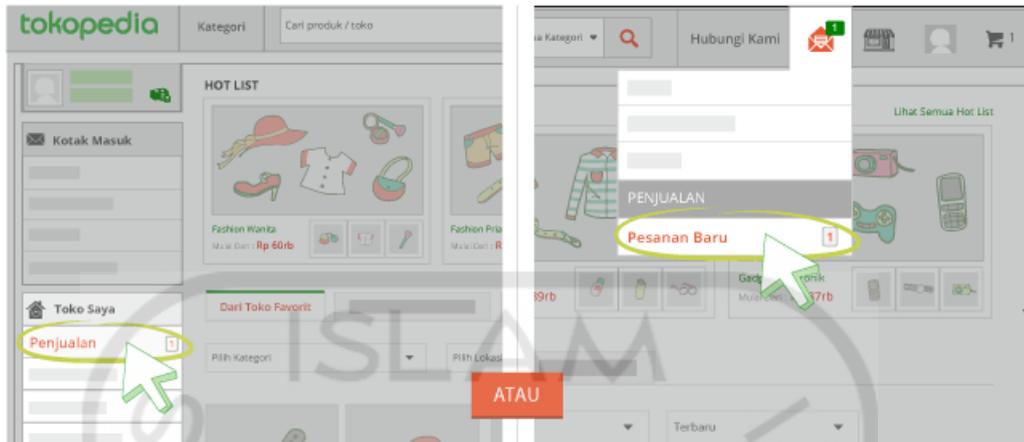
Gambar 23 Memantau Pengiriman Produk

Sumber : Aplikasi Tokopedia

d) Mengelola Pesanan

Pesanan pembeli akan diterima penjual di aplikasi Tokopedia serta akan dikirimkan pemberitahuan melalui email yang terdaftar. Berikut langkah-langkah mengelola pesanan di Tokopedia melalui website Tokopedia.

- 1) Periksa pesan baru pada toko dengan cara sebagai berikut



Gambar 24 Pesanan Baru
Sumber : Tokopedia.com

2) Untuk menerima pesanan, centang pada kolom pesanan yang akan diproses, lalu klik **terima Pesanan**. Selanjutnya, klik **respon pesanan**. Jika ada suatu hal yang membuat tidak bisa memenuhi pesanan misalnya stok habis, pilih **tolak pesanan** dan isi alasan yang sesuai di kolom **alasan penolakan**.



Gambar 25 Respon Pesanan
Sumber : Tokopedia.com

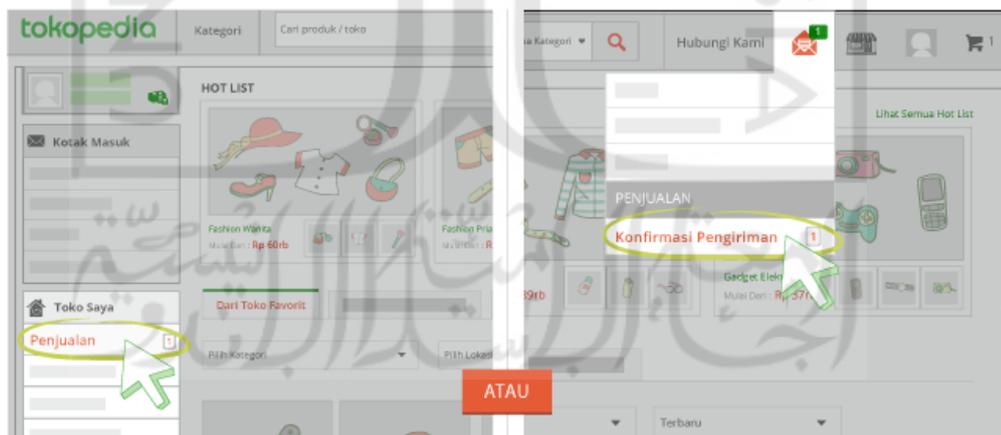
3) Langkah selanjutnya yaitu mengirim pesanan melalui ekspedisi yang dipilih pembeli. Ekspedisi yang disediakan oleh Tokopedia yaitu ekspres

send yang bekerjasama dengan gosend, ninja dan grab, kargo yang bekerjasama dengan RPX dan Si Cepat, JNE, Tiki, Pos Indonesia, Wahana dan J&T.



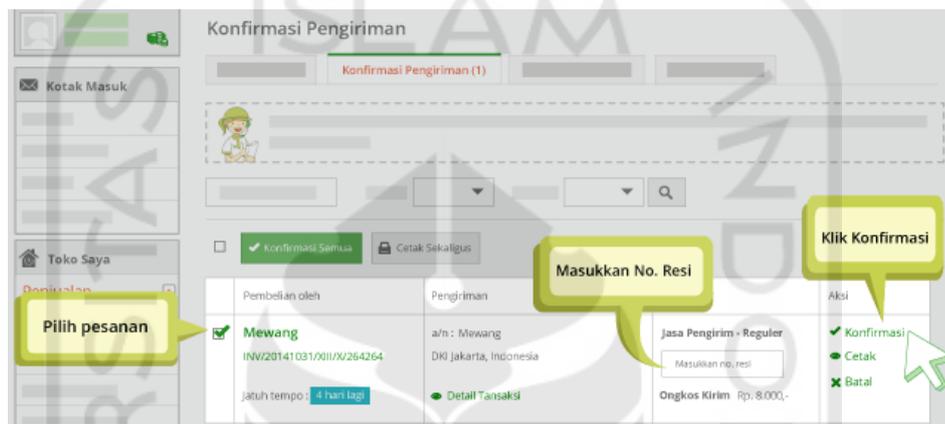
Gambar 26 Pengiriman
Sumber : Tokopedia.com

4) Setelah mebgirim pesanan lakukan konfirmasi pengiriman dengan cara klik penjualan di menu Toko Saya kemudian pilih konfirmasi pengiriman.



Gambar 27 Konfirmasi Pengiriman
Sumber : Tokopedia.com

5) Centang pada kolom pesanan yang sudah kamu kirim, lalu masukkan nomor resi dan klik **konfirmasi**.



Gambar 28 Masukan Resi
Sumber : Tokopedia.com

6) Klik Ya untuk menyelesaikan konfirmasi pesanan.

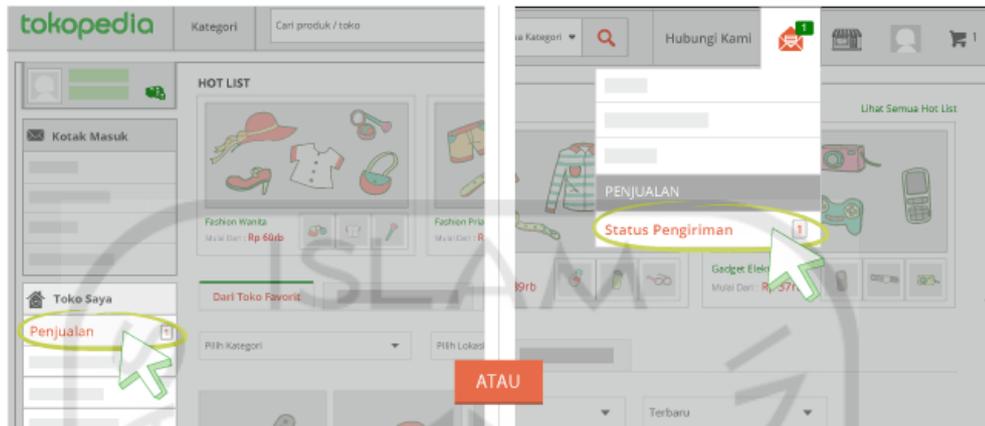


Gambar 29 Konfirmasi Pengiriman
Sumber : Tokopedia.com

7) Penjual dapat melacak status pesanan yang sudah dikirim dengan cara klik **penjualan** di menu **toko saya**, bisa juga dengan klik ikon **ikon**



di *header menu*, lalu pilih "**status pengiriman**."



Gambar 30 Status Pengiriman

Sumber : Tokopedia.com

8) Klik **lacak** pada pesanan yang ingin diketahui status pengirimannya.



Gambar 31 Lacak Kiriman

Sumber : Tokopedia.com

9) Setelah selesai melacak status pengiriman, klik **ya**.



Gambar 32 Status Pengiriman

Sumber : Tokopedia.com

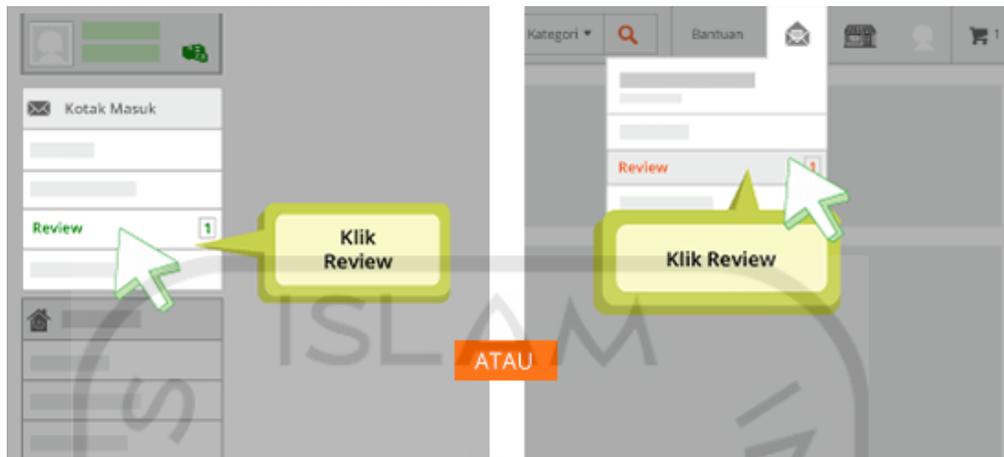
10) Jika pembeli sudah melakukan konfirmasi terima barang, dana penjualan akan langsung diteruskan ke saldo tokopedia. Jika pembeli tidak melakukan konfirmasi penerimaan barang hingga 3 hari setelah pihak logistik menyatakan pengiriman sudah sampai di tujuan, transaksi dianggap selesai dan dana akan langsung diteruskan ke saldo tokopedia..



Gambar 33 Konfirmasi Penerimaan Barang
Sumber : Tokopedia.com

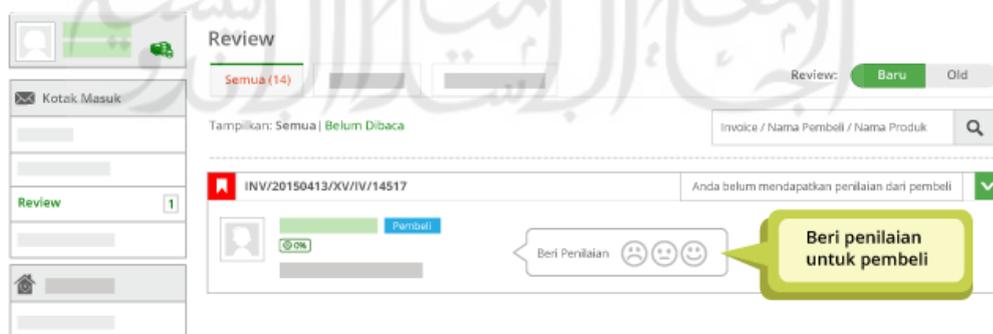
11) Pembeli yang sudah membeli produk dari toko, berhak untuk memberikan **penilaian** terhadap Toko dan Produk. Sebagai penjual, juga bisa memberikan nilai kepada pembeli dan membalas tanggapan dari pembeli. Caranya dengan klik **review** di menu **kotak masuk**, bisa juga

dengan klik ikon inbok  di *header menu*, lalu pilih menu **review**. Review sangat penting, karena dapat mempengaruhi performa penjualan toko di Tokopedia.



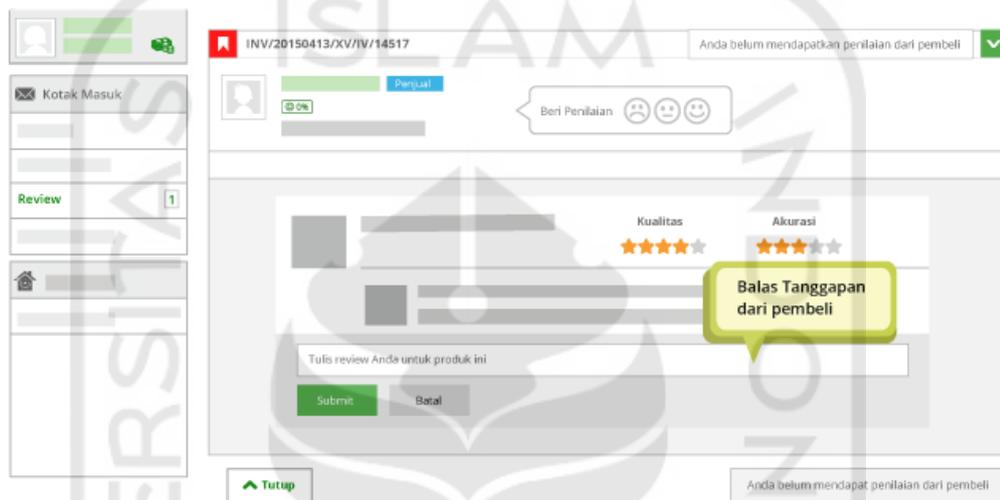
Gambar 34 Review
Sumber : Tokopedia.com

12) Berikan penilaian kepada pembeli sesuai dengan pengalaman saat bertransaksi, dengan memilih salah satu dari tiga icon smile yang memiliki nilai 😞 **negatif**, 😐 **netral**, dan 😊 **positif**. Perubahan nilai hanya dapat diubah dalam jangka waktu satu bulan dan hanya dapat diubah satu kali ke tingkat nilai yang lebih tinggi. Bila pembeli sudah menilai dengan nilai positif, dan penjual tidak memberi nilai kepada pembeli dalam waktu 3 hari, maka secara otomatis Tokopedia akan mewakili penjual memberi nilai positif kepada pembeli yang bersangkutan.



Gambar 35 Penilaian
Sumber : Tokopedia.com

13) Penjual juga bisa memberikan tanggapan pada kolom komentar, lalu klik **submit**.



Gambar 36 Balas Tanggapan
Sumber : Tokopedia.com

14) Setelah transaksi selesai, dana hasil penjualan akan diteruskan ke saldo Tokopedia. Untuk menarik Saldo Tokopedia ke rekening pribadi, klik **saldo** yang ada di bawah nama profil. Bisa juga dengan klik ikon "Profil" di header menu, lalu pilih **saldo**.



Gambar 37 Saldo
Sumber : Tokopedia.com

15) Di halaman rincian saldo, penjual bisa memeriksa alur dana yang masuk dan keluar dari saldo Tokopedia. Untuk menarik dana hasil penjualan, klik **tarik dana**.



Gambar 38 Tarik Dana
Sumber : Tokopedia.com

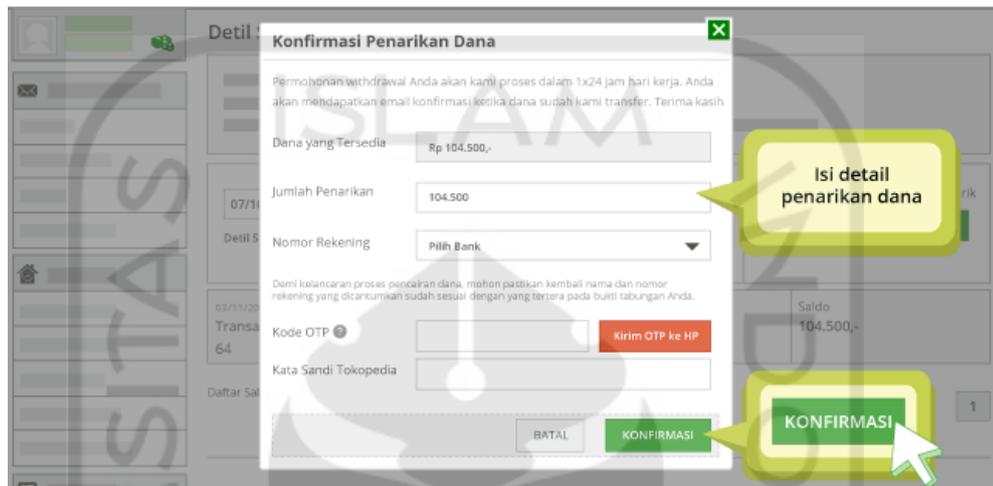
16) Masukkan data-data dengan benar dan lengkap, lalu klik **konfirmasi**.

Data-data tersebut meliputi:

- Jumlah saldo yang ingin ditarik
- Nomor rekening tujuan
- Kata Sandi Tokopedia
- Kode OTP (kode ini hanya diminta saat penarikan dana ke rekening tujuan baru/yang belum pernah digunakan untuk penarikan dana.)

Tokopedia akan memproses penarikan dana, penjual juga akan mendapat notifikasi saat penarikan dana sukses. Kode OTP (*One Time Password*) adalah kode verifikasi yang dikirim ke handphone atau email-mu, untuk mencegah tindak penyalahgunaan akunmu. Untuk mendapatkan Kode OTP,

klik **kirim OTP ke HP "** atau **kirim OTP ke email,** lalu masukkan kode yang dikirimkan pada kolom **kode OTP.**



Gambar 39 Konfirmasi Tarik Dana
Sumber : Tokopedia.com

e. Layanan Tokopedia

Tokopedia selain menjadi tempat berkumpulnya penjual juga menyediakan layanan yang disediakan untuk kehidupan sehari-hari. Layanan ini bertujuan menjadikan Tokopedia sebagai aplikasi yang multifungsi. Mulai dari kebutuhan pulsa HP hingga kebutuhan asuransi pelanggan disediakan untuk mempermudah transaksi dalam satu aplikasi. Layanan yang disediakan Tokopedia sebagai berikut :

Tabel 3 Layanan Tokopedia

Kategori	Layanan
Top-Up dan Tagihan	Donasi
	My Bills
	Angsuran Kredit

	Pulsa
	Paket Data
	Pascabayar
	E-Samsat
	Belajar
	Listrik PLN
	E-Money
	Gas PGN
	Air PDAM
	TV Kabel
	BPJS
	Telkom
	Zakat
	Pajak PBB
	Roaming
	Retribusi
	OVO
Entertainment	Voucher Game
	Deals
	Tiket Event
	M-Tix XXI
	Hiburan
	Streaming
	Vouchers

Keuangan	Gift Card
	Reksa Dana
	Pinjaman Online
	Emas
	Pinjaman Modal
	Kartu Kredit
	Asuransi
Jual	TopAds
	Seller Center
	Top Community
	Power Merchant
Travel	Tiket Pesawat
	Tiket Kereta
Ajukan	Pasang TV Kabel

Sumber : Tokopedia.com

4. Peningkatan Omset Pada Tokopedia Community Yogyakarta

Setiap usaha memiliki target omset yang ditentukan dalam kurun waktu tertentu sehingga pelaku usaha dapat mengevaluasi bisnis yang dijalankan dan mengembangkan usahanya. Dalam bisnis, omzet adalah seluruh jumlah uang yang didapat dari hasil penjualan dalam jangka waktu tertentu namun belum dikurangi dengan biaya HPP (Harga Pokok Produksi, bahan baku, peralatan, dan lain sebagainya), serta *expense* (Gaji karyawan, tagihan listrik, gaji pimpinan, biaya pemasaran, biaya distribusi, biaya tempat, biaya komunikasi, biaya sewa, biaya

transportasi, dan lain sebagainya). Pelaku bisnis online pun tidak jauh berbeda dengan pelaku bisnis offline, dimana pelaku bisnis online menambahkan biaya internet sebagai sarana pemasaran, pengembangan dan pengelolaan bisnis.

Tokopedia sebagai marketplace menyediakan toko online gratis yang dapat digunakan *seller* untuk menampilkan produk dagangannya. Akan tetapi Tokopedia juga menyediakan toko berbayar yang dapat digunakan untuk mengembangkan toko online lebih profesional. Itu artinya ada biasa sewa lapak yang *seller* gunakan untuk mengelola toko online. Tidak semua *seller* di Tokopedia bermula dari toko online, beberapa *seller* memiliki toko offline yang kemudian dikembangkan melalui Tokopedia. Seperti yang diungkapkan Darin pada saat wawancara berikut:

Saya membuka usaha toko buku sudah lama, bergabung dengan Tokopedia sekitar 4-5 tahun ini. Awalnya saya kira mengelola toko online akan rumit karena harus foto satu persatu, kasih keterangan per produk, belum lagi bongkar pasang produk yang sudah tidak tersedia lagi, tapi setelah dijalani saya menikmatinya. Ada kalanya kita ribet upload produk kasih keterangan yang jelas tapi ada kalanya kita merasakan kemudahan karena hanya duduk dan memonitor pertanyaan yang masuk. Nilai plus nya lagi saya seperti memiliki 2 toko, satu toko offline dan satu lagi toko online.²¹

Hal serupa diungkapkan Emi seperti pada wawancara berikut :

Saya tertarik membuka toko di tokopedia karena permintaan pembeli, beberapa pembeli yang datang dan sudah langgan merasa kurang memiliki waktu untuk datang dan melihat-lihat produk. Sampai akhirnya seorang pembelil menyarankan saya membuka toko online di Tokopedia dan saya mencoba buka. Untuk saya yang terbiasa jualan di toko dan berhadapan langsung dengan pembeli awalnya memang membingungkan sekitar 1 bulan toko di tokopedia tidak saya otak-atik. Tapi karena banyaknya permintaan menggunakan tokopedia akhirnya saya kembali belajar menggunakan Tokopedia sampai sekarang.²²

Demikian juga yang disampaikan Tri dalam wawancara sebagai berikut :

²¹Wawancara dengan Darin di Yogyakarta, tanggal 8 November 2018.

²²Wawancara dengan Emi di Yogyakarta, tanggal 12 November 2018.

Tokopedia menawarkan kemudahan pemasaran di saat toko saya mulai sepi, saya kira saat itu daya beli masyarakat memang menurun sehingga toko saya menurun pendapatannya tapi ternyata orang-orang mulai beralih ke toko online. Padahal kita tahu bahwa membuat website toko sendiri membutuhkan biaya 1-3 juta, dan tokopedia menawarkan toko online gratis yang dapat diakses jutaan orang, yang artinya saya dibantu promosi juga sama tokopedia.²³

Akan tetapi tidak sedikit juga *seller* yang memulai usahanya dari tokopedia, mereka yang tidak bisa keluar rumah seperti ibu rumah tangga dan mereka yang menginginkan penghasilan tambahan membuka toko online gratis di Tokopedia.

Seperti yang diungkapkan Mutta dan Nova dalam wawancara seperti berikut :

Sebagai ibu rumah tangga saya ingin memiliki penghasilan yang tidak melalaikan tugas saya, tetap bersama anak-anak dan menyelesaikan pekerjaan rumah. Saya mencoba peruntungan membuka toko online yang awalnya saya sebagai pembeli. Saya membeli kebutuhan pakaian anak-anak secara online dan mengenal beberapa supplier, dari situ saya mencoba membeli beberapa potong pakaian sekalian beli untuk anak-anak dan di upload di tokopedia. Sedikit demi sedikit saya mulai memiliki stok produk dari hasil jualan di tokopedia.²⁴

Hal serupa diungkapkan E dalam wawancara sebagai berikut :

Kuliah dan memiliki penghasilan sendiri adalah cita-cita saya dari dulu, sempat bekerja sebagai *part time* dan kewalahan sama jadwal kuliah yang kadang tidak fleksible sehingga saya harus memilih bekerja atau kuliah. Tentu saja saya memilih kuliah, sudah putus asa untuk mencari penghasilan sendiri dan focus kuliah tapi ternyata dipertemukan dengan Tokopedia. Saya awalnya menjual jilbab yang sedang trend kemudian merambah ke kosmetik, dan sekarang sedang trend jastip, saya juga membuka jastip dengan pengiriman melalui Tokopedia.²⁵

Tokopedia menyediakan fitur untuk memeriksa transaksi harian, bulanan bahkan tahunan untuk memantau kinerja toko online. Pada fitur ini *seller* dapat memeriksa omset toko online pada periode tertentu sebagai pembukuan yang nantinya dapat dievaluasi. Fitur ini memudahkan *seller* karena secara otomatis transaksi tercatat untuk kemudian di evaluasi untuk mengetahui untung dan rugi

²³Wawancara dengan Tri di Sleman, tanggal 10 November 2018.

²⁴Wawancara dengan Mutta di Sleman, tanggal 6 November 2018.

²⁵Wawancara dengan Nova di Yogyakarta, tanggal 14 November 2018.

yang dialami *seller*. Tokopedia Community Yogyakarta merasakan adanya peningkatan dalam transaksi menggunakan Tokopedia seperti yang diungkapkan Afif pada wawancara sebagai berikut :

Tokopedia menjadi solusi bagi saya di saat penjualan offline menurun dan mahal nya harga toko online. Secara omset saya mendapatkan dua penghasilan dari offline dan online tentu saja sangat berpengaruh pada pemasukan saya meskipun saya mengeluarkan biaya lebih dengan menggunakan fitur berbayar Tokopedia.²⁶

Hal serupa juga diungkapkan Arif dalam wawancara sebagai berikut :

Jika dibandingkan dengan penghasilan offline saya tentu masih lebih banyak offline akan tetapi biaya yang saya keluarkan juga lebih banyak. Akan tetapi jika digabungkan maka omset saya lebih besar setelah membuka toko online.²⁷

Demikian juga diungkapkan oleh Chandra dalam wawancara sebagai berikut :

Target omset saya setiap 3 bulan, saya melakukan evaluasi dan perbaikan pada toko online. Selama ini target yang saya buat selalu terpenuhi, jika belum mencapai target saya biasanya melakukan promo diskon atau one get one dan pada akhirnya akan terpenuhi target 3 bulanan saya.²⁸

Kemudian Fita berpendapat dalam wawancara sebagai berikut :

Saya belajar mengenai omset dan menerapkannya di toko online, persaingan saat ini kan semakin ketat, tidak lagi antar penjual tapi sudah dengan brand ternama yang terjun ke dunia online shop. Naik turunnya omset sudah menjadi hal wajar bagi pelaku usaha tapi bagi saya harus ada peningkatan agar usaha dapat bertahan dan berkembang. Jika omset yang di dapat hanya itu-itu saja berarti ada yang salah, maka harus diperbaiki. Selama ini berjualan di Tokopedia dan bergabung dengan komunitas memiliki dampak positif terhadap kenaikan omset.²⁹

Dalam memenuhi target omset pelaku usaha menggunakan strategi yang dianggap sesuai dengan nilai-nilai yang dianut sebuah usaha. Nilai- nilai tersebut berdasarkan pada jenis usaha, pelaku bisnis di dalamnya dan pelaku bisnis lain yang terkait dengan usaha. Dengan kata lain, peningkatan omset adalah jumlah

²⁶Wawancara dengan Afif di Yogyakarta, tanggal 20 November 2018.

²⁷ Wawancara dengan Arief di Sleman, tanggal 2 Desember 2018.

²⁸ Wawancara dengan Chandra di Sleman, tanggal 25 November 2018.

²⁹ Wawancara dengan Fita di Bantul, tanggal 8 Desember 2018.

pemasukan yang meningkat dalam kurun waktu yang ditentukan dengan strategi bisnis. Peningkatan omset pada Tokopedia Community Yogyakarta terdiri dari beberapa faktor yaitu :

1. Produk

Pentingnya mengetahui deskripsi dari barang yang dijual yaitu untuk mempermudah penjual dalam menjelaskan kepada calon pembeli tentang produk tersebut. Meskipun penjual sudah memberikan penjelasan secara tertulis, namun berdasarkan pengalaman anggota Tokopedia Community Yogyakarta, calon pembeli tetap menanyakan secara langsung tentang deskripsi barang via inbok, dan diskusi produk. Ini membuktikan bahwa calon pembeli lebih senang jika mendapat penjelasan mengenai barang yang akan dibelinya meski hanya melalui obrolan maya. Pembeli merasa lebih yakin jika mendapat penjelasan penjual, apalagi jika yang memberi penjelasan memiliki kemampuan lebih dalam berinteraksi dengan orang lain, maka bisa dipastikan calon pembeli akan langsung membeli barang yang dijual.

Menjelaskan keunggulan-keunggulan produk yang dijual tentunya pembeli tidak ingin kecewa setelah membeli suatu produk. Oleh karena itu sebelum ia memutuskan untuk membeli maka ia biasanya akan bertanya terlebih dahulu untuk mengetahui lebih jauh mengenai kelebihan dan kekurangan barang yang akan dibeli, sehingga pembeli dapat mengira-ngira keuntungan dan kerugian membeli barang yang kita jual. Tentu ini merupakan tantangan bagi penjual untuk meyakinkan pembeli tentang keunggulan produk yang dijual dan meyakinkan dengan membeli produk tersebut pembeli akan mendapat banyak

keuntungan. Saat penjual mampu meyakinkan dan calon pembeli tampak sudah yakin, maka bisa dipastikan barang yang dijual akan dibeli dan bahkan jika pembeli merasa puas, ia akan mereferensikan kepada teman-temannya.

Selain menguasai produk, penjual juga harus memastikan bahwa produk yang dijual memiliki kualitas baik sesuai deskripsi. Kualitas produk sangat berpengaruh pada integritas suatu usaha, kualitas produk juga sangat berpengaruh pada angka penjualan produk. Sudah menjadi hal wajib bagi semua usaha untuk selalu mempertahankan kualitas produk mereka. Ini sangat sederhana, namun cukup sulit dilakukan. Jika kualitas sudah jempolan, konsumen pun akan loyal dan terus akan berbelanja.

2. Promosi

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon pembeli untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan tersebut. Ujung tombak dari setiap usaha adalah penjualan, untuk melakukan penjualan tentu diperlukan adanya promosi untuk mengenalkan atau memberitahu produk perusahaan kepada calon pembeli. Anggota Tokopedia Community Yogyakarta melakukan kegiatan promosi melalui media sosial seperti melalui facebook, instagram, whatsapp dan twitter. Promosi melalui media social di dukung dengan fitur berbagi pada Tokopedia, sehingga penjual dapat membagikan produknya dengan mencantumkan nama toko di Tokopedia. Kekuatan promosi dan branding di toko online khususnya Tokopedia dapat dilakukan dengan berbayar dan gratis. Tokopedia memiliki fitur promosi produk setiap jam secara gratis yang akan menaikkan produk di pencarian teratas.

Hal ini cukup efektif untuk mendatangkan pembeli. Sedangkan fitur berbayar Tokopedia menyediakan iklan dengan budget yang ditentukan agar berada di pencarian teratas Tokopedia. Fitur ini dilengkapi dengan grafik evaluasi pengunjung yang dapat dipantau setiap harinya. Hal ini dapat memudahkan penjual dalam memetakan produk yang paling banyak di klik calon pembeli sehingga penjual dapat melakukan iklan lebih banyak pada produk tersebut.

Promosi di dunia maya khususnya di Tokopedia memerlukan update produk untuk menaikkan toko pada pencarian teratas, update dapat berupa penambahan deskripsi, penggantian foto atau hanya sekedar mengubah deskripsi. Ini dilakukan setiap hari agar jam tayang produk dan toko stabil. Selain itu anggota Tokopedia Community Yogyakarta melakukan riset terlebih dahulu mengenai jam kunjungan dari calon pembeli. Ini bertujuan untuk mengetahui pada jam berapa saja pengunjung melakukan kunjungan pada toko online. Selanjutnya promosi dapat dilakukan pada jam tersebut agar mendapatkan lebih banyak kunjungan dari calon pembeli.

3. Harga

Persaingan harga pada marketplace menjadi hangat diperbincangkan para pelaku online shop karena maraknya oknum yang menjual produk di bawah harga pasaran sehingga menghancurkan harga. Beberapa produk yang tidak dapat bertahan karena persaingan harga ini adalah kosmetik terutama produk import, clothdiaper (popok kain) dan produk import lainnya seperti pakaian, sepatu, tas. Hal ini tidak berlaku untuk produk seperti buku, craft (kerajinan kulit, gerabah, dll) dan produk otomotif.

Hancurnya harga jual beberapa barang tidak dapat dihindari akibat pemodal besar yang melakukan pembelian dalam skala besar dan mendapatkan harga yang murah sehingga dapat menjualnya dengan harga di bawah pasaran. Selain itu banyaknya penjual yang menjual barangnya di Tokopedia mengakibatkan persaingan harga yang tak terkendali untuk memikat calon pembeli. Tokopedia juga menyediakan fitur pencarian dengan harga termurah sehingga dengan sekali memasukan kata kunci pembeli dapat langsung menemukan produk dengan harga termurah. Padahal secara kualitas produk belum tentu sama, akan tetapi pembeli sudah terpicat dengan harga murah. Mencantumkan harga semurah mungkin dengan berada diantara ratusan toko online, tentu dapat meningkatkan omset toko. Sayangnya ini berdampak buruk pada ke-stabilan harga pasaran yang akhirnya merugikan penjual.

Selain itu, karena harganya yang murah, Tokopedia menjadi tempat para penjual online shop untuk melakukan pembelian grosir dan menjualnya kembali di beberapa media social untuk mendapatkan keuntungan. Hal ini juga dimanfaatkan dropshiper, mereka mendapatkan harga murah tanpa harus memiliki stok produk untuk toko onlinenya. Tokopedia juga memberikan fasilitas dropship untuk mempermudah transaksi.

Perang harga layaknya di pasar tradisional terjadi di Tokopedia lebih terlihat nyata karena harga dicantumkan tertulis, yang artinya pembeli dapat membandingkan harga produk dari satu toko ke toko lain. Berbeda dengan pasar tradisional yang harus menanyakan satu persatu pada pemilik toko.

4. Pelayanan

Tokopedia memiliki fitur performa toko dan peringkat toko yang menampilkan kualitas toko. Hal ini bertujuan agar pemilik toko melakukan pelayanan sebaik-baiknya pada pembeli meskipun hanya melalui chat. Tokopedia Community Yogyakarta juga mengedepankan pelayanan yang baik untuk memikat pembeli, hal ini menjadi salah satu pembahasan dalam pertemuan rutin atau nobar (nongkrong bareng). Komunikasi dan respon penjual merupakan inti dari pelayanan prima sebuah toko, karenanya beberapa hal berikut menjadi focus pelayanan pada sebuah toko :

- 1) Respon cepat, calon pembeli tidak selamanya online di akun Tokopedia karenanya merespon chat, inbok dan pesan idealnya dilakukan saat itu juga. Ini pentingnya memiliki jam kerja pada toko online. Penjual dapat menginformasikan jam buka dan tutup toko sehingga pembeli dapat bertanya dan melakukan pemesanan di jam tersebut.
- 2) Budayakan salam, dalam setiap menjawab chat maupun inbok sebaiknya penjual membalas dengan salam. Misalnya dengan assalamu'alaikum, selamat siang, selamat malam, dst. Ini sebagai permulaan yang baik sebelum melakukan perbincangan lebih lanjut.
- 3) Gunakan sapaan yang tepat, para pelaku online sudah akrab dengan sapaan sis, bro, gan, bos, bun, mom, atau semacamnya yang terdengar sopan dan nyaman. Sebelum menggunakan sapaan, lihat profil atau nama calon pembeli dan sesuaikan dengan sapaan yang akan digunakan.

Jika ragu calon pembeli laki-laki, perempuan, lebih tua atau lebih muda, gunakan sapaan pada umumnya seperti kak.

- 4) Bahasa yang mudah dimengerti, usahakan jangan menggunakan bahasa alay dan bahasa asing dalam menjawab pertanyaan pembeli. Ini akan membuat pembeli merasa ragu dan berpikir ulang untuk membeli.
- 5) Hati-hati dengan tanda baca, ketika membaca suatu kalimat akan menimbulkan persepsi yang berbeda pada setiap orang. Akan tetapi pada umumnya orang akan menggunakan tanda baca seru (!) dan huruf capital saat tidak menyukai sesuatu atau sedang marah. Maka dari itu hati-hati menggunakan tanda baca dan huruf capital.

5. Faktor Lain

Beberapa factor lain yang diungkapkan anggota Tokopedia Community Yogyakarta yaitu trend, kondisi ekonomi, hari besar dan hari libur. Tren salah satu yang sangat berpengaruh pada peningkatan omset, hal ini karena Tokopedia menjadi salah satu marketplace pencarian produk terkini. Para penjual juga tidak ingin kehilangan moment, ketika ada satu produk booming maka penjual berusaha menyediakan produk. Misalnya saja kosmetik yang dipakai artis, atau pakaian yang dipakai tokoh, atau makanan yang sedang hits. Daya beli masyarakat tentu bergantung pada kondisi ekonomi saat ini, dimana pada saat semua harga kebutuhan pokok dan BBM naik maka penjualan akan menurun.

Hari besar menjadi salah satu keberuntungan bagi penjual, misalnya saja menjelang idul fitri, maka kue kering, pakaian dan parcel mulai diburu

pembeli atau saat Natal tiba, pernak pernik pohon Natal menjadi salah satu produk terlaris di Tokopedia. Pada hari libur, pembeli cenderung mempertimbangkan pembelian produk mainan dan makanan pengisi waktu liburan, terutama pada libur sekolah. Dimana liburan sekolah memakan waktu 2 minggu lamanya, sehingga pembeli mencari mainan untuk menghabiskan waktu libur dan makanan ringan untuk persediaan selama libur.

Naik turunnya omset sebuah usaha tentunya menjadi perhatian utama dalam setiap usaha, banyak seminar, buku dan pelatihan yang ditawarkan untuk meningkatkan omset. Penawaran yang menggiurkan seringkali membuat pemilik bisnis rela mengeluarkan biaya yang tidak sedikit dalam mengembangkan bisnisnya. Sayangnya beberapa teori hanya berhenti menjadi ilmu bagi pemilik usaha tanpa adanya praktik. Selain belajar mengenai omset, pelaku usaha juga dapat belajar dari pengalaman selama menjalankan bisnsinya dan menjadikanya sebagai tuntunan. Beberapa faktor diatas yang dianggap paling berpengaruh pada peningkatan omset Tokopedia Community Yogyakarta sesuai dengan yang dialami selama berjualan di Tokopedia.

B. Analisis Peningkatan Omset Pada Tokopedia Community Yogyakarta Perspektif Etika Bisnis Islam

Islam adalah agama yang memiliki ajaran komprehensif dan universal. Komprehensif berarti syari'ah Islam merangkum seluruh aspek kehidupan, baik

ritual maupun sosial ekonomi (mu'amalah). Sedangkan universal berarti syari'at Islam dapat diterapkan dalam setiap waktu. Etika sebagai ilmu pengetahuan merupakan cabang filsafat tentang tingkah laku manusia dengan fokus utama penentuan baik dan buruk. Sebagai ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak atau kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak, etika mempersoalkan pengkajian moralitas dan nilai tindakan moral, sehingga dapat diaplikasikan pula pada sistem atau kode yang dianut.³⁰

Etika bisnis Islam datang untuk mengatasi keprihatinan ekonomi yang kini sering terjadi baik di dunia Barat maupun di Timur, Islam sebagai agama fitrah dan rahmatan lil'alamin memberikan solusi terbaik yang bisa mengatasi manusia dari keterburukan. Islam menawarkan konsep bisnis yang bersih dari berbagai perbuatan kotor dan tercela yang jauh dari keadilan, juga sebuah konsep yang memiliki visi yang jauh ke depan. Namun demikian yang dikejar dalam Islam tidak hanya meningkatkan omset sebesar-besarnya, tetapi keuntungan materi yang halal yang penuh barakah yang akan membawa kebahagiaan di dunia dan akhirat. Upaya anggota Tokopedia Community Yogyakarta dalam meningkatkan omset ditinjau dengan prespektif etika bisnis Islam yang merupakan aksioma-aksioma etik yang meliputi keesaan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebajikan dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Keesaan

³⁰ Indri dan Titik Triwulan Rutik, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam* (Jakarta : Lintas Pustaka Publisher, 2008), hlm. 45.

Konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horisontal, membentuk individu yang hati-hati dalam bersikap.

Dalam konteks ini mengintegrasikan aspek religiusitas dengan aspek seperti ekonomi, politik dan sosial yang menjadikan dirinya selaras dan konsisten dengan sikap merasa diawasi oleh Allah segala perilakunya. Penerapan konsep ini pada anggota Tokopedia Community yang berhubungan langsung dengan kewajibannya sebagai muslim adalah mengerjakan shalat, melaksanakan zakat, infak dan sedekah, dan kejujuran dalam setiap transaksi.

Dalam kesehariannya responden yaitu D, anggota Tokopedia Community Yogyakarta melaksanakan shalat dan zakat sesuai syariat agama dan merupakan muslim yang taat. Seperti itu juga yang peneliti amati bahwa pada saat tiba waktunya shalat responden melaksanakan shalat dan memberikan jeda waktu yang cukup bagi karyawan untuk istirahat dan shalat. Meskipun dalam hal berjamaah masih jarang sekali melaksanakannya. Infak dan sedekah juga menjadi rutinitas bagi responden, peneliti juga pernah terlibat pada penggalangan dana dan pembagian infak sedekah bersama responden.

Sebagai umat muslim sudah seharusnya melaksanakan kewajiban dengan melaksanakan shalat lima waktu meskipun tidak ada yang melihat. Muslim yang taat akan merasa bahwa Allah mengetahui apa saja yang kita perbuat. Sepeti firman Allah dalam surat Al Anfal 2-3 :

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ إِذَا ذُكِرَ اللَّهُ وَجِلَّتْ قُلُوبُهُمْ وَإِذَا تُلِيَتْ عَلَيْهِمْ آيَاتُهُ زَادَتْهُمْ إِيمَانًا وَعَلَىٰ رَبِّهِمْ يَتَوَكَّلُونَ (2) الَّذِينَ يُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ (3) أُولَٰئِكَ هُمُ الْمُؤْمِنُونَ حَقًّا لَهُمْ دَرَجَاتٌ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَمَغْفِرَةٌ وَرِزْقٌ كَرِيمٌ (4)

“Sesungguhnya orang-orang yang beriman ialah mereka yang bila disebut nama Allah gemetarlah hati mereka, dan apabila dibacakan ayat-ayatnya bertambahlah iman mereka (karenanya), dan hanya kepada Tuhanlah mereka bertawakkal. (yaitu) orang-orang yang mendirikan shalat dan yang menafkahkan sebagian dari rezki yang Kami berikan kepada mereka.”

³¹(QS. Al Anfal: 2-3)

Mengerjakan yang fardhu tanpa paksaan, menerapkannya dalam kehidupan pada semua aspek tak terkecuali jual beli yang tidak ingkar janji dan tidak berbohong meskipun pembeli tidak melihatnya namun Allah mengetahui segala yang diperbuat. Dalam pengamatan peneliti yang bertemu dengan responden saat menjelang waktu shalat, beberapa responden pamit shalat dulu sebelum melanjutkan wawancara, beberapa lagi mengajak shalat berjamaah dan ada pula yang ingin segera menyelesaikan wawancara agar dapat segera shalat.

³¹ Tim Penerjemah Al Quran UII, *Al-Qur'an dan Tafsir*, (Yogyakarta: UII Press, 1991), hlm. .

Bersikap seperti, Allah sedang mengawasi dalam bisnis dapat diimplikasikan oleh responden dengan menulis deskripsi produk pada kolom keterangan sesuai dengan kondisi produk. Semakin lengkap responden menuliskan deskripsi maka semakin baik reputasi produk sehingga calon pembeli dapat membaca dengan seksama. Ini salah satu cara mendatangkan calon pembeli dan meningkatkan omset toko. Seperti yang diamati peneliti pada salah satu toko online responden D yang menuliskan deskripsi produk sesuai dengan kondisinya. D juga tidak ragu untuk menuliskan kekurangan dari produk yang dia jual dan menjelaskan kekurangan/kecatatan produk melalui chat dengan pembeli.

Penjual tidak menyembunyikan kondisi barang jualanya mempermudah pembeli untuk mengambil keputusan membeli atau tidak. Tapi tidak sedikit pembeli yang enggan membaca deskripsi dan langsung menanyakan kepada penjual melalui fitur diskusi atau inbok. Dengan demikian responden menunjukkan respon positif terhadap aksioma keesaan dimana dalam meningkatkan omset toko, responden melaksanakan kewajibanya tanpa paksaan, konsisten dan merasa Allah tahu segala yang diperbuat. Dalam penerapanya, responden melaksanakan shalat, tidak ingkar janji, bersikap jujur dalam memberikan keterangan kondisi produk dan melakukannya sebagai bentuk ibadah.

2. Keseimbangan

Prinsip kedua ini lebih menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Hal itu disebabkan karena lebih banyak berhubungan dengan sesama. Prinsip keseimbangan (*Equilibrium*) yang berisikan ajaran keadilan

merupakan salah satu prinsip dasar harus dipegang oleh siapapun dalam kehidupannya. Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai stakeholder dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah).

Konsep adil bagi setiap responden memiliki arti yang berbeda hal ini tentu dipengaruhi oleh pemahaman responden tentang bersikap adil dan situasi yang dihadapi. Dalam meningkatkan omset, berlaku adil pada karyawan bukan berarti menyamaratakan perlakuan, akan tetapi lebih pada adil bagi yang pekerja keras dan mau belajar dengan memberi akses lebih untuk mengembangkan kemampuannya agar dapat mengelola bisnis lebih baik dan bagi karyawan yang memiliki keterbatasan kemampuan tidak memaksakan kehendak untuk dapat menguasai yang diinginkan. Begitu juga berlaku adil pada supplier, kurir dan pelanggan, bukan menyamaratakan sikap akan tetapi sesuai dengan porsinya masing-masing.

Islam sangat mengajurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rasulullah SAW diutus Allah SWT untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. Al Quran memerintahkan kepada kaum

muslimin untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk apapun. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT, sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

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.³² (QS. Al-Maidah : 8)

Ayat ini merupakan perintah bagi orang-orang yang beriman untuk menegakkan kebenaran yaitu berbuat adil dengan menjadi saksi yang adil, maka ini merupakan perintah berbuat adil kepada setiap manusia, menjadi saksi yang adil bagi mereka, walaupun itu secara dhohir akan merugikan kita, dan walaupun kita bersaksi terhadap orang-orang kafir maupun ahli bidah. Dan jangan sampai kita berbuat tidak adil dengan menolak kebenaran yang disampaikan orang lain, karena kebencian kita kepada mereka, atau karena kekafiran mereka, atau karena perbedaan kita kepada mereka. Kebenaran tetap sebuah kebenaran.

³² Tim Penerjemah Al Quran UII, *Al-Qur'an dan Tafsir*, (Yogyakarta: UII Press, 1991), hlm.

Penerapan konsep adil untuk meningkatkan omset pada pemberian gaji, gaji adalah hak karyawan setelah kewajibannya ditunaikan, hak ini tentu tidak boleh ditunda. Penerapan hitung gaji sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan dengan adanya kesepakatan lebih dulu dirasa lebih adil karena karyawan dan atasan mengetahui dengan pasti hak dan kewajibannya.

Dalam pengamatan peneliti, responden memiliki catatan pembukuan gaji karyawan. Gaji disesuaikan dengan beban kerja karyawan serta beberapa catatan seperti ijin tidak masuk, lembur, tugas tambahan dan jadwal penerimaan gaji. Responden tidak segan memuji pada karyawan saat melakukan pekerjaan lebih dari yang diharapkan dan menegur jika ada kesalahan.

Islam sebagai agama yang telah sempurna tentu memberikan rambu-rambu dalam melakukan transaksi, istilah al-tijarah, al-bai'u, tadayantum dan isytara yang disebutkan dalam al-Quran sebagai pertanda bahwa Islam memiliki perhatian yang serius tentang dunia usaha atau perdagangan. Dalam menjalankan bisnisnya tetap harus berada dalam rambu-rambu tersebut. Islam sangat menganjurkan bertindak adil, dengan memberikan kesempatan kepada umatnya untuk bekerja keras kemudian bertawakal kepada Allah SWT. Hasil dari kerja keras itu sebagian didermakan kepada orang lain yang membutuhkan. Dalam dunia bisnis, tenaga kerja harus diperhatikan kesejahteraannya, makannya, kesehatannya sebagaimana pelaku bisnis memperhatikan laju perkembangan bisnisnya.

3. Kehendak bebas

Pada tingkat tertentu, manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri manakala Allah SWT menurunkannya ke bumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberikan kemampuan untuk berpikir dan membuat keputusan, untuk memilih apapun jalan hidup yang ia inginkan, dan yang paling penting, untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang ia pilih. Tidak seperti halnya ciptaan Allah SWT yang lain di alam semesta, ia dapat memilih perilaku etis ataupun tidak etis yang akan ia jalankan.³³

Konsep ini dalam aktivitas ekonomi mengarahkan kepada kebaikan setiap kepentingan untuk seluruh komunitas Islam dengan adanya larangan bentuk monopoli, kecurangan, ingkar janji dan praktik penipuan adalah jaminan terhadap terciptanya suatu mekanisme pasar yang sehat dan persamaan peluang untuk berusaha tanpa adanya keistimewaan-keistimewaan pada pihak-pihak tertentu. Manusia sebagai khalifah di muka bumi ini memang dibekali potensi kehendak bebas dalam melakukan apa saja demi mencapai tujuannya lebih dari itu potensi kebebasan yang telah dianugerahkan Allah hendaknya dijadikan sebagai sarana untuk mengarahkan serta membimbing manusia menuju kehidupan yang lebih baik sesuai aturan-aturan syari'ah. Berdasarkan hal tersebut, kemudian berkehendak atau berlaku bebas dapat diterapkan pada semua aspek kehidupan ini, tak terkecuali dalam dunia perekonomian khususnya bisnis.

³³ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (UPP AMP YKPN, 2004) hlm. 25

Penerapan kehendak bebas untuk meningkatkan omset pada perspektif etika bisnis Islam di Tokopedia Community yaitu melakukan usaha untuk mengembangkan bisnisnya. Di Tokopedia sendiri tersedia fasilitas promosi dengan iklan berbayar dan Gold Merchant, yaitu fitur berbayar untuk para penjual di Tokopedia. Gold Merchant dilengkapi fitur-fitur pendukung yang dapat membantu *seller* meningkatkan penjualannya di Tokopedia. Salah satu fitur yang dapat dilihat langsung adalah fitur “Gold Badge”, dimana *icon* “Gold Badge” ini dapat dilihat saat melakukan pencarian produk. “Emblem Gold Badge” ini hanya bisa didapatkan apabila *seller* sudah mencapai *shop score* 75 dari 100. Fitur ini mendapat respon positif dari pedagang di Tokopedia

Meskipun layanan promosi ini berbayar dan belum termasuk iklan di dalamnya tetap diminati oleh penjual di Tokopedia, begitu juga anggota Tokopedia Community Yogyakarta yang 9 dari 14 responden menyatakan bahwa mereka adalah member gold merchant digunakan untuk meningkatkan omset penjualan toko. Fitur Gold merchant saat ini sedang beralih ke power merchant, fungsinya sama hanya saja power merchant mengalami pembaharuan dari segi fasilitas.

Tabel 4 Power Merchant Tokopedia

Fasilitas	Reguler Merchant	Power Merchant 199.000 (1 bulan)	Power Merchant 549.000 (3 bulan)	Power Merchant 999.999 (6 bulan)
Power Bedge	X	√	√	√
Unggulan	X	√	√	√

Wawasan Pasar	X	√	√	√
Statistik Penjualan	X	√	√	√
Etalase	10	200	200	200
Sampul Toko	X	√	√	√

Sumber : seller.tokopedia.com

Harga yang ditawarkan terbilang mahal untuk online shop, apalagi jika dibandingkan dengan harga sebuah website pribadi untuk 1 tahun berkisar 1.000.000,- hingga 2.000.000. Akan tetapi peminat gold merchant tidak pernah sepi karena dirasa efektif menarik minat pembeli dan meningkatkan omset.

Gold merchant bukan satu-satunya usaha dalam mengembangkan usaha di Tokopedia, perlu diingat bahwa senjata toko online adalah foto produk, deskripsi lengkap dan harga yang bersaing. Maka sebagai penjual tidak hanya mengandalkan iklan berbayar akan tetapi juga tampilan toko dengan update setiap hari.

Seluruh responden Tokopedia Community menyatakan update produk sangat penting demi kelancaran transaksi. Apalagi untuk penjual yang memiliki spesifikasi beragam seperti warna, ukuran dan harga yang berbeda-beda. Ini akan menyulitkan penjual sendiri jika tidak melakukan update stok.

Pembatalan pesanan di Tokopedia tentu mengecewakan pembeli dan merugikan penjual karena performa toko menurun, karena itu sangat disayangkan

jika pembatalan dilakukan karena stok yang tidak update. Dalam usaha meningkatkan omset di Tokopedia tentu tidak luput dari adanya persaingan tidak sehat, jika penjual bersaing sehat dengan mempercantik toko, melengkapi deskripsi dan update stok maka penjual yang bersaing tidak sehat memanipulasi harga agar tokonya berada di halaman depan. Manipulasi harga disini dengan cara mencantumkan harga termurah akan tetapi itu bukan harga sebenarnya.

Harga yang dicantumkan hanya untuk kepentingan iklan dan berada di halaman depan saja, setelah di cek penjual akan mengalihkan pada halaman dengan harga normal. Penjual seperti ini yang tidak mau menggunakan fitur gold merchant, cara ini cukup efektif untuk tampil di halaman depan tapi tidak terbukti efektif meningkatkan penjualan

Konsep kebebasan dalam Islam lebih mengarah pada kerja sama, bukan persaingan apalagi sampai mematikan usaha satu sama lain. Walaupun ada persaingan dalam usaha, maka itu berarti persaingan dalam berbuat kebaikan atau *fastabiq al-khairat* (berlomba-lomba dalam kebajikan). Menepati kontrak, baik kontrak kerja sama bisnis maupun kontrak kerja dengan pekerja. Kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak dan sedekah.

4. Tanggungjawab

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas.

untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakanya secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, melakukan jual beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya, semuanya harus dipertanggungjawabkan sesuai dengan aturan yang berlaku.³⁴

Konsepsi tanggung jawab dalam Islam mempunyai sifat terlapis ganda dan terfokus baik dari tingkat mikro (individual) maupun tingkat makro (organisasi dan sosial), yang kedua-duanya harus dilakukan secara bersama-sama. Menurut Sayyid Qutub Islam mempunyai prinsip pertanggung jawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungnya. antara jiwa dan raga, antara person dan keluarga, individu dan sosial antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya.³⁵

Dalam meningkatkan omset, sikap tanggungjawab terhadap bisnis menjadi prinsip yang mengokohkan. Peneliti mengamati bahwa dalam setiap transaksi sekecil apapun, responden menyelesaikan tanggungjawabnya dengan hati-hati agar

³⁴ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang : Walisongo Press, 2009), hlm.114.

³⁵ Rafik Isaa Bekun, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta : Pustaka Belajar, 2004) hlm. 41.

tidak ada kesalahan. Akan tetapi jika dalam transaksi penjual terlanjur melakukan kesalahan seperti salah kirim produk, ada produk yang tertinggal atau salah kirim alamat, penjual menyelesaikan masalah dengan penuh tanggungjawab dan menawarkan solusi. Beberapa hal dalam transaksi online memang tidak dapat diselesaikan karena keterbatasan penjual. Hal ini berkaitan dengan kualitas produk, sedetail apapun penjual menjelaskan kondisi produk dan memasang foto senyata mungkin akan tetapi pembeli tidak memegang langsung produk tersebut sehingga kesalahpahaman sering kali terjadi. Misalkan pada produk pakaian yang dianggap bahan tidak sesuai yang diinginkan atau warna tidak sesuai dengan foto atau pada produk buku dengan kualitas cetakan tidak sesuai harga.

Tidak semua pembeli tahu bahwa Tokopedia memiliki fitur mediasi untuk memecahkan kesalahpahaman atau mungkin kesalahan yang dilakukan penjual pada pusat resolusi. Sehingga pembeli langsung memberikan penilaian pada review produk. Tanggung Jawab (*Responsibility*) terkait erat dengan tanggung jawab manusia atas segala aktifitas yang dilakukan kepada Tuhan dan juga tanggung jawab kepada manusia sebagai masyarakat. Karena manusia hidup tidak sendiri dia tidak lepas dari hukum yang dibuat oleh manusia itu sendiri sebagai komunitas sosial. Tanggung jawab kepada Tuhan tentunya diakhirat, tapi tanggung jawab kepada manusia didapat didunia berupa hukum-hukum formal maupun hukum non formal seperti sangsi moral dan lain sebagainya.

5. Kebajikan

Ihsan (kebajikan) artinya melaksanakan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu yakinlah bahwa Allah melihat. Dalam pandangan Islam sikap ini sangat dianjurkan. Aplikasinya, menurut al-Ghazali terdapat tiga prinsip pengejawantahan kebajikan: Pertama, memberi kelonggaran waktu kepada pihak terutang untuk membayar utangnya, jika perlu mengutangi utangnya. Kedua, menerima pengembalian barang yang sudah dibeli. Ketiga, membayar utang sebelum waktu penagihantiba. Dalam sebuah kerajaan bisnis, terdapat sejumlah perbuatan yang dapat *mensupport* pelaksanaan aksioma *ihsan* dalam bisnis.

بَلَىٰ مَنْ أَسْلَمَ وَجْهَهُ لِلَّهِ وَهُوَ مُحْسِنٌ فَلَهُ أَجْرُهُ عِنْدَ رَبِّهِ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ (١١٢)

(Tidak demikian) bahkan barangsiapa yang menyerahkan diri kepada Allah, sedang ia berbuat kebajikan, maka baginya pahala pada sisi Tuhannya dan tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati.³⁶ (QS. Al-Baqarah: 112)

Dalam bisnis berbuat baik adalah nilai lebih dari sebuah layanan pelanggan, memupuk hubungan baik dengan pelanggan, meninggalkan kesan baik dan membuat performa toko meningkat sehingga pembeli akan datang kembali. Standar

³⁶ Tim Penerjemah Al Quran UII, *Al-Qur'an dan Tafsir*, (Yogyakarta: UII Press, 1991), hlm. .

elayanan di toko online tidak berbeda jauh dengan toko pada umumnya. Hanya saja toko online mengandalkan kata-kata dan emoji yang setiap orang memiliki persepsi berbeda-beda, maka dalam menggunakan kata dan emoji harus sangat berhati-hati.

Jika dalam meningkatkan omset pada bisnis berbuat baik pada pelanggan adalah sebuah keharusan, maka berbuat baik kepada pesaing adalah sikap menjunjung tinggi persaingan positif. Dalam hal ini Tokopedia Community memiliki kegiatan sharing ilmu untuk meningkatkan omset toko. Padahal jika dipahami lagi mereka adalah rival di Tokopedia meskipun beberapa toko memiliki produk jualan yang berbeda. Berbagi tips untuk toko pesaing agar mendatangkan pembeli tentu menjadi pengalaman luar biasa bagi Tokopedia Community karena mengesampingkan persaingan.

Dengan demikian uraian hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa peningkatan omset pada Tokopedia Community Yogyakarta menurut etika bisnis Islam yaitu ada keselarasan antara keesaan, kehendak bebas, keseimbangan, tanggungjawab dan kebajikan dalam meningkatkan omset penjualan di Tokopedia. Bisnis tidak hanya tentang mendapatkan omset sebesar-besarnya dengan segala cara, baik secara offline maupun online. Bisnis menjadi usaha manusia untuk bertahan hidup dan mengembangkan potensi yang dimiliki, akan tetapi dalam konteks etika bisnis Islam terdapat nilai-nilai keIslaman yang harus dipatuhi sebagai manusia yang beragama.

Dalam hal ini peningkatan omset pada Tokopedia Community Yogyakarta sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung dalam etika bisnis Islam. Berbisnis dengan disertai niat ibadah dan dilaksanakan dengan kehati-hatian, tetap

mempertimbangkan manfaat dan madharat bagi penjual dan pembeli adalah salah satu nilai yang terkandung dalam etika bisnis Islam. Meskipun begitu, pada salah satu faktor meningkatkan omset yaitu harga masih ada beberapa tindakan menyimpang dari etika bisnis Islam.

Menjual produk di bawah harga pasar selain merusak harga pasar juga memberikan kerugian kepada sesama penjual. Persaingan antar penjual dan mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya tidak seharusnya dijadikan alasan agar menghancurkan harga pasar. Ada kestabilan harga dan ketersediaan produk di pasaran yang harus di jaga agar permintaan produk tetap ada. Pada skripsi peneliti sebelumnya dengan melakukan studi kasus pada harga jual suatu produk yang terdapat beberapa tingkatan distribusi sebelum sampai ke pembeli mengakibatkan terjadinya tindakan merusak harga. Akibatnya produk hilang dikalangan penjual karena ada tindakan pembelian dalam jumlah besar dan beberapa oknum menjual dengan harga dibawah pasaran. Dalam hal ini yang paling dirugikan justru penjual yang mengikuti aturan perusahaan. Sama halnya dengan produk yang ditawarkan pada Tokopedia, dimana produk memiliki standar harga yang secara tertulis dan tidak. Beberapa produk lokal memiliki aturan harga jual dari produsen dengan ketentuan tidak akan diberikan suplai apabila melakukan pelanggaran. Akan tetapi produk import seperti produk kosmetik, pakaian, tas, sepatu yang tidak memiliki aturan jelas hanya berdasarkan pada besar kecilnya importir maka akan sangat mudah terjadi perang harga. Semakin banyak produk dibeli maka semakin murah dan penjual dapat menjual dengan harga lebih murah dari pasaran. Tokopedia sebagai salah satu marketplace terpercaya di Indonesia harusnya lebih

memperhatikan mengenai hal ini agar menjaga kestabilan transaksi, melindungi keberadaan penjual-penjualnya tanpa merugikan pihak manapun. Jika perang harga tetap terjadi maka penjual dengan modal kecil akan gulung tikar dan tentu saja mengurangi jumlah penjual di Tokopedia.

Meningkatkan omset penjualan pada usaha adalah tujuan setiap usaha namun, dalam upaya peningkatan omset terdapat nilai-nilai yang harus diperhatikan agar transaksi jual beli sah dan tidak merugikan pihak manapun. Etika bisnis Islam sebagai prinsip penegakan nilai agama Islam dalam berbisnis sudah seharusnya menjadi acuan bagi pelaku usaha, terutama bagi Muslim. Islam menegakan aturan yang adil bagi penjual dan pembeli serta memperhatikan aspek manfaat dalam jual beli, Islam melarang barang jual beli yang haram, tidak memiliki manfaat, belum jelas barangnya dan merugikan salah satu pihak. Etika bisnis Islam menjadi tolak ukur bagi pelaku usaha terutama muslim dalam menjalankan usahanya, karena dalam bisnis tidak hanya berhubungan langsung dengan pembeli yaitu *hablumminannas* akan tetapi juga segala bentuk perilaku menjadi tanggungjawab di hadapan Allah yaitu *hablum minallah*. Maka dari itu, peneliti mengajak kembali pelaku usaha terutama online untuk memperbaiki prinsip usaha berdasarkan etika bisnis Islam agar dalam usaha ada barokah di dunia dan akhirat.

Tabel 5 Peningkatan Omset Perspektif Etika Bisnis Islam

Penerapkan Etika Bisnis Islam	
Nama	Peningkatan Omset Bulanan
Darin	20%

Mutta	25%
Emi	18%
Amenk	15%
Nova	12%
Afif	10%
Arief	18%
Tri	21%
Chandra	30%
Ana	19%
Ruli	22%
Niken	17%
Mardi	19%
Fita	15%

Sumber : Data Penelitian