

Analisis Strategi Marketing Live Shopee Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam

Siti Sopiah^{1*)}, Kisanda Midisen²⁾

^{1,2}Fakultas Agama Islam, Universitas Pelita Bangsa

*Email Korespondensi: sitisopiah202101032@gmail.com

Abstract

E-commerce has become the new favorite in terms of shopping for people around the world, including in Indonesia. Among the various e-commerce that can be accessed in Indonesia, one that is quite well-known and widely used is the Shopee marketplace. Shopee is a shopping application with a marketing strategy through various interesting features, one of which is quite well known is the live streaming feature. Live streaming is a feature that sellers use to create streaming sessions and promote shops & products directly to consumers. Consumers can directly communicate with sellers in real-time to find out more about the product. In this case the author conducted research using a qualitative descriptive method, the researcher described an event or phenomenon that occurred in society related to Shopee's marketing strategy and analyzed this phenomenon in terms of Islamic business ethics, whether the live streaming strategy was in accordance with Islamic business ethics or not. Based on the research results, the marketing strategy through live streaming is in accordance with Islamic business ethics, because live streaming has several regulations that are in accordance with Islamic business ethics.

Keywords : *Shopee, Marketing Strategy, Live Streaming, Business Ethics.*

Saran sitasi: Sopiah, S., & Midisen, K. (2024). Analisis Strategi Marketing Live Shopee Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(01), 598-605. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12325>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12325>

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah berkembang sangat pesat, termasuk dalam hal melakukan jual beli. Cara transaksi tradisional yang mengharuskan bertemu langsung mulai ditinggalkan, tergantikan oleh perdagangan elektronik atau biasa disebut e-commerce. Meskipun belum diimplementasikan secara merata dan menyeluruh, e-commerce akan segera menjadi bagian yang tak terpisahkan dari era masyarakat modern saat ini. (Midisen et al., 2021) Platform e-Commerce sebagai alat untuk menarik perhatian dan berinteraksi dengan konsumen lebih efektif (Midisen et al., 2021). E-commerce telah menjadi primadona baru dalam hal berbelanja masyarakat dunia, tak terkecuali di Indonesia. Di antara berbagai e-commerce yang dapat diakses di wilayah Indonesia, salah satu yang cukup terkenal dan banyak digunakan adalah marketplace Shopee yang berhasil menduduki ranking pertama pada tahun 2017 yang lalu (Candra Gudiato, Eko Sedyono, 2022). Shopee pertama dibuka di Singapura

pada tahun 2015 muncul sebagai pasar konsumen-ke-konsumen (C2C), sejak itu beralih ke a hybrid business-to-consumer (B2C) dan Consumer-to-business (C2C), dasarnya meluncurkan Shopee Mall, sebuah platform berani untuk merek-merek khusus. Platform memiliki lebih dari 80 juta pengguna aktif, lebih dari delapan juta penjual, dan lebih dari 180 juta produk aktif. kuartal keempat tahun 2017, Shopee melaporkan margin kotor (GMV) sebesar US\$1,6 juta, naik 206 persen dari tahun sebelumnya. Total GMV sebesar US\$2,7 juta pada tahun 2018, turun 153 persen dari tahun sebelumnya (Army, 2013).

Situs Shopee dilengkapi dengan fitur shopee live. Dengan shopee live penjual membuat sesi live streaming untuk mempromosikan toko dan produk secara langsung kepada calon pembeli. Apabila diamati lebih lanjut video-video tersebut mempunyai karakteristik verbal dan visual yang dapat dibaca pola dan strateginya. Para penjual dapat memanfaatkan fitur tersebut sebagai sarana untuk meningkatkan penjualan, membangun exposure toko dan

mengoptimalkan branding toko. Live streaming sering disebut sebagai tayangan langsung melalui sebuah jaringan yang disiarkan pada banyak orang dalam waktu bersamaan dengan kejadian seperti aslinya (A. Putri et al., 2021). Dengan fitur shopee live konsumen dapat dengan mudah mengetahui lebih dalam mengenai detail informasi sebuah produk yang akan dibeli, seperti bahan, tekstur, bentuk, kelebihan, dan kekurangannya. Sehingga konsumen dapat lebih objektif dan terpuaskan secara informasi dalam mengambil keputusan untuk membeli atau tidak, sekaligus berinteraksi langsung dengan pembeli menggunakan platform Shopee. Proses interaksi penjual dan pembeli tersebut termasuk dalam direct marketing. Salah satu alat utama direct marketing adalah direct response advertising, dimana suatu produk dipromosikan melalui sebuah media yang mendorong konsumen untuk berinteraksi dan membeli langsung dari penjual (Prajana et al., 2021)

Penelitian (Pasaribu, 2022), Universitas Prima Indonesia, dalam jurnal pendidikan dan konseling yang berjudul “*Analisis Strategi Manajemen Pemasaran pada Aplikasi Shopee*”. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik deskriptif analisis. Hasil penelitian menunjukkan manajemen pemasaran tersedia untuk membuat perusahaan dikenal masyarakat umum. Shopee menawarkan barang terjangkau dengan kualitas tinggi. Pada platform Shopee mampu menarik lebih banyak pelanggan karena menawarkan diskon, harga murah, dan gratis ongkos kirim setiap bulan, selain tampilan yang lebih menarik.

Penelitian (Prajana et al., 2021), Telkom University dalam jurnal yang berjudul “*Pemanfaatan Video Streaming Sebagai Media Pemasaran Pada Fitur Shopee Live*” Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara mendalam. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa: 1) Strategi pemasaran akun Shopee_lifestyle memilih segmentasi anak muda terlihat dengan dijadikannya selebgram Andrea Mutiara sebagai presenter / penjual untuk menawarkan produk yang akan dibeli oleh konsumen. 2) Pola yang digunakan dalam akun Shopee_lifestyle tampilan video dan gaya penyampaian dipresentasikan dengan apa adanya. 3) Promosi yang telah dilakukan Shopee Live dalam menyelenggarakan “Shopee Live Kpop Fest” sesuai dengan segmentasi akun Shopee_lifestyle yaitu anak

muda, sehingga dengan adanya acara tersebut dapat membantu Shopee_life dalam mendapatkan followers baru.

Penelitian (Imron, 2022), Institut Agama Islam Negeri Ponorogo Program Magister Prodi Ekonomi Syariah Pascasarajana, dalam tesis yang berjudul “*Etika Bisnis Islam Terhadap Pemasaran Pada Marketplace Shopee*”. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (field research). Hasil penelitian menunjukkan pemasaran jual beli Online dengan sistem harga coret pada Marketplace Shopee terdapat kesesuaian dengan etika bisnis Islam aksioma etik kesatuan dan kehendak bebas. Dikarenakan dalam pemasarannya tidak ada unsur deskriminasi dan sebagai pebisnis sudah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan penjualannya.

Sedangkan dilihat dari kaca mata etika bisnis aksioma etik keseimbangan dan tanggung jawab tidak sesuai dengan etika bisnis Islam dikarenakan dalam memberlakukan penetapan harga pada harga coret, penjual melakukan permainan harga yang sangat drastis dan menaikkan terlebih dahulu sebelum adanya harga coret dimunculkan, sehingga dapat mempengaruhi pasar lain serta merugikan konsumen. Selanjutnya, dalam pemasaran jual beli Online pada Marketplace Shopee dengan sistem promosi tidak bertentangan dengan aksioma etik kesatuan dan kehendak bebas. Dikarenakan dalam promosi tersebut berlaku untuk semua konsumen, dalam media promosi tersebut tidak mengandung unsur pemaksaan. Sebagai penjual di Marketplace Shopee sudah melakukan kebebasan dalam mengurangi tingkat kerugian terhadap produk-produk yang dijual.

1.1. Shopee

Shopee adalah mobile-platform pertama di Asia Tenggara (Indonesia, Filipina, Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam) dan Taiwan yang menawarkan transaksi jual beli online yang menyenangkan, gratis, dan terpercaya via ponsel. Sebagai salah satu e-commerce terbesar di Asia Tenggara, Shopee pun senantiasa memberikan penawaran-penawaran yang menguntungkan bagi pengguna. Hampir setiap bulan, Shopee selalu mengadakan kampanye promo yang penuh dengan keuntungan spesial. Setiap saat, selalu ada promo spesial yang menunggu, mulai dari ShopeePay Day, ShopeePay Mantul Sale, Ibu Serbu, hingga promosi bulanan yang selalu ditunggu-tunggu seperti promo Big Ramadhan Sale, 9.9 Super

Shopping Day, 10.10 Brands Festival, 11.11 Big Sale, dan yang terbesar sepanjang tahun, 12.12 Harbolnas, dan ShopeePay 12.12 Birthday Deals (Shopee, 2022b).

Hal-Hal Yang Dilakukan Shopee Sebagai Strategi Pemasarannya (Shopee.co.id, 2019)

- a. Launched Shopee in Singapore, Malaysia, Indonesia, Thailand, Taiwan, Vietnam and the Philippines. Pada tahun 2015, Shopee diluncurkan di 7 pasar di berbagai wilayah.
- b. Held our first Shopee University session. Saat ini, penjual dapat dengan mudah memperoleh keterampilan dan pengetahuan baru tentang bagaimana cara mengembangkan bisnis online dengan lebih baik dengan Shopee.
- c. Mempelopori 9.9 Super Shopping Day pertama. Shopee meluncurkan 9.9 Super Shopping Day pada tahun 2016 untuk menjangkau pembeli mobile-first di Asia Tenggara dan Taiwan.
- d. Memperkenalkan Shopee Mall ke berbagai wilayah. Shopee Mall sekarang merupakan pusat perbelanjaan online terkemuka yang menawarkan akses satu atap ke berbagai merek internasional dan local.
- e. Meluncurkan Lucky Prize. Dengan peluncuran Lucky Prize yang merupakan game pertama dalam aplikasi Shopee, memberikan pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan dan menarik bagi para pengguna. Shopee juga memperkenalkan games yang lebih banyak seperti Shopee Farm dan Shopee Candy, untuk membuat berbelanja menjadi lebih sosial dan bermanfaat
- f. Memperkenalkan ShopeePay. ShopeePay merupakan dompet seluler Shopee, yang diluncurkan pertama kali pada tahun 2018 di Indonesia. ShopeePay sekarang telah tersedia bagi para pengguna di Singapura, Malaysia, Thailand, Vietnam, dan Filipina.
- g. Meluncurkan Shopee Live. Fitur live streaming di dalam aplikasi kami. Fitur ini menyediakan live entertainment dan engagement yang memperbolehkan pembeli dan penjual untuk saling terhubung di waktu yang bersamaan.
- h. Membuka kantor pusat regional di Singapura. Kantor baru ini merupakan tonggak pencapaian penting dalam perjalanan Shopee, memungkinkan Shopee untuk membina talenta di bidang teknologi, mengembangkan ekosistem kewirausahaan, dan menciptakan lebih banyak peluang kerja. Bangunan ini memiliki luas

244.000 kaki persegi, dan dapat menampung hingga 3.000 karyawan.

- i. Merayakan ulang tahun Shopee yang ke-5. Shopee merayakan ulang tahunnya setiap 12 Desember dengan perayaan di berbagai kantor lokal dan bersamaan dengan Shopee 12.12 Birthday Sale.

1.2. Live Streaming

Live streaming adalah sebuah fitur yang digunakan penjual untuk membuat sesi *streaming* dan mempromosikan toko & produk secara langsung ke konsumen. Konsumen dapat langsung berkomunikasi dengan Anda secara *real-time* untuk mengetahui lebih banyak mengenai produk dan membelinya secara langsung tanpa meninggalkan halaman *streaming*. Lewat interaksi langsung dengan Pembeli, penjual dapat memahami kebutuhan Pembeli dan menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih baik untuk mereka. Penjual yang menayangkan ulang sesi *streaming* akan mempunyai **tab Shopee Live** di halaman tokonya (Shopee, 2022a).

Live streaming memberikan manfaat besar bagi masyarakat, karena live streaming langsung membuat konsumen tetap mengetahui berita yang sedang disiarkan, misalnya: jika sedang bekerja dan tidak punya waktu untuk menonton saluran TV. Ada pula fitur live streaming yang membuat seseorang mendapat informasi, sekali pun di tengah jadwal sibuk kerja. Live streaming sangat bermanfaat bagi pembeli selain dapat melihat produk secara jelas, didalam live streaming juga biasanya penjual mengadakan beberapa voucher yang menarik konsumen diantaranya bisa bayar ditempat, gratis ongkir, cashback, potongan harga, dan voucher lainnya. Sehingga konsumen merasa beruntung jika mengikuti live streaming (I. Putri, 2023).

Selain bermanfaat bagi konsumen, bagi penjual juga sangat menguntungkan. Karena dengan adanya live streaming, konsumen jadi lebih percaya terhadap produk, sehingga lebih besar kesempatan penjual untuk menjual produk. Didalam live streaming juga terdapat beberapa voucher yang bisa diklaim oleh konsumen, tetapi biasanya voucher tersebut bisa digunakan ketika konsumen sudah mengikuti toko tersebut. Sehingga itu sangat menguntungkan bagi penjual, selain mendapatkan orderan ia juga mendapatkan tambahan pengikut.

1.3. Etika Bisnis

Menurut (Abdhu, 2021) Etika bisnis adalah suatu pedoman tentang norma yang diterapkan

oleh perusahaan, termasuk saat pengambilan keputusan. Adanya hubungan baik yang terjaga antara perusahaan dan stakeholder lewat implementasi prinsip serta etika. Beberapa hal ini memiliki potensi usaha dalam membuat perusahaan berkembang, selain itu juga mendapatkan jaminan. Etika ini juga disebut sebagai cara dalam menjalankan bisnis dan meliputi semua bagian yang berhubungan dengan perusahaan, masyarakat dan individu. Peran etika tersebut dalam sebuah perusahaan adalah sebagai pembentuk perilaku karyawan dan pimpinan dengan tujuan antara karyawan, perusahaan dan berbagai pihak internal dan eksternal lainnya yang sehat. Selibuhnya etika dalam berbisnis juga menjadi pedoman dan standar tak hanya untuk karyawan namun juga manajemen untuk profesional hingga bermoral baik

Etika Bisnis sangat penting dalam menjalin kegiatan bisnis. Etika ini mencakup seluruh aspek yang ada di dalamnya, yakni individu, perusahaan, masyarakat atau publik, dan hubungan antar individu dengan pelanggan atau mitra kerja. Etika bisnis diperlukan supaya perusahaan memiliki kinerja baik. Dalam menjalankannya, etika bisnis menjadi standar atau pedoman, tidak hanya bagi karyawan, namun untuk semua pihak yang ada di dalamnya (Abdhul, 2021).

1.4. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis islam diartikan sebagai suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah yang dipakai untuk menentukan bagaimana sikap untuk melakukan hal yang benar dan berkenan dengan produk, pelayanan perusahaan dan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Di dalam etika bisnis Islam, mempelajari mengenai kualitas moral kebijaksanaan organisasi dan mengenai konsep umum serta standar untuk berperilaku moral di dalam berbisnis. Etika bisnis Islam juga mempelajari bagaimana berperilaku penuh tanggung jawab dan modal. Artinya, etika bisnis Islam ini merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral tentang kegiatan bisnis (Abdhul, 2021).

Etika bisnis Islam adalah etika terapan yang merupakan aplikasi pemahaman kita tentang apa yang baik dan apa yang benar untuk beragam institusi, teknologi, transaksi, aktivitas, dan usaha yang selanjutnya disebut sebagai bisnis. Pembahasan mengenai etika bisnis Islam ini harus dilengkapi dengan kerangka dan juga implikasinya terhadap dunia bisnis. Dengan demikian, etika bisnis Islam

memiliki posisi pengertian yang hakikatnya merupakan usaha dari manusia untuk mencari keridaan Allah SWT. Meski demikian, bisnis didalam etika bisnis Islam ini tidak bertujuan jangka pendek dan semata-mata untuk individual dan mencari keuntungan semata, tetapi jangka panjang yaitu antara dirinya dengan Allah SWT (Abdhul, 2021).

Dari uraian diatas permasalahannya yaitu

- a. Bagaimana strategi yang digunakan marketing shopee?
- b. Apakah live streaming pada Marketplace shopee sudah sesuai dengan etika bisnis islam?

Dari berbagai permasalahan yang telah diuraikan di atas, perlu adanya kajian lebih lanjut untuk menyelesaikan problematika berdasarkan etika bisnis Islam. Tujuan utamanya ialah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran shopee dan apakah fitur live streaming yang digunakan shopee sudah sesuai dengan etika bisnis islam atau belum. Oleh sebab itu, penulis mempunyai keinginan untuk mengkaji dan meneliti dalam sebuah karya tulis skripsi yang berjudul “ANALISI STRATEGI MARKETING LIVE SHOPEE DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM”

2. METODE PENELITIAN

Dalam menuliskan sebuah karya ilmiah yang dilakukan oleh peneliti, metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif adalah sebuah metode akurat yang mengandung gambaran secara sistematis dan aktual terhadap fakta (Gamal Thabroni, 2022). Dalam hal ini peneliti menggambarkan suatu kejadian atau fenomena yang terjadi pada masyarakat terkait dengan strategi marketing shopee dan menganalisis fenomena tersebut ditinjau dari etika bisnis islam.

Dalam pendekatan penelitian, peneliti menggunakan pendekatan yuridis sosiologis. Yuridis sosiologis yaitu menekankan penelitian dengan tujuan memperoleh pengetahuan hukum secara empiris (pengamatan yang telah dilakukan) dengan cara langsung kepada objeknya yaitu mengetahui etika bisnis pada marketplace shopee. Berawal dari pendekatan tersebut maka, dalam hal ini peneliti akan mengkaji lebih dalam tentang strategi pemasaran dengan fitur live streaming yang digunakan oleh marketplace shopee. Dengan tujuan agar mendapatkan informasi secara lengkap dan lebih detail apakah strategi tersebut sudah sesuai dengan etika bisnis islam atau belum.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Strategi Bisnis Marketplace Shopee Dengan Live Streaming

Shopee Live adalah sebuah fitur yang memungkinkan seller untuk membuat sesi live streaming, mempromosikan toko dan produk secara langsung ke pembeli. Pembeli dapat langsung berkomunikasi dengan seller secara real-time untuk mengetahui lebih banyak mengenai produk melalui kolom komentar dan membelinya secara langsung tanpa meninggalkan halaman streaming. Fitur Live Streaming bertujuan untuk menghilangkan kerumitan dalam komunikasi antara penjual dan calon pembeli, terutama tentang produk yang dijual secara langsung. Live streaming digunakan oleh semua anggota dari Shopee termasuk penjual merk resmi, usaha kecil dan menengah serta pelaku usaha mikro, dapat langsung terlibat dan berinteraksi dengan pelanggan. Penjual dapat melakukan demonstrasi terhadap produk yang dijual secara langsung dan diberi ulasan secara singkat maupun detail (Dwika, 2022).

Keuntungan menggunakan Shopee Live Streaming adalah calon pembeli dapat mengajukan pertanyaan melalui fitur obrolan selama siaran langsung berlangsung dan mendapatkan jawaban dari penjualan secara real time. Calon pelanggan Shopee Live Streaming dapat membeli barang melalui menu yang terdapat dalam fitur Shopee Live tanpa harus meninggalkan siaran langsung, menariknya dalam Shopee Live jika siaran telah selesai dapat dilakukan diputar ulang, sehingga bagi calon pelanggan mendatangkan pengalaman menarik yang tidak dimiliki oleh e-commerce kompetitornya, selain itu fitur Shopee Live juga dapat dijadikan sebagai ajang untuk menghibur para pengguna e-commerce Shopee Live (Fitryani et al., 2021).

Analisis SWOT Live Streaming Shopee

a. Keunggulan Live Streaming

- 1) Dapat berinteraksi secara langsung.
Konsumen dapat berinteraksi langsung untuk bertanya mengenai detail produk seperti bahan, tekstur, kenyamanan, dan tampilan dari beberapa sudut seperti (depan, belakang, samping kiri dan kanan) bahkan tampilan fullshot (seluruh badan). Sehingga konsumen dapat lebih mudah untuk menangkap gaya dari produk yang dipresentasikan.
- 2) Dipresentasikan oleh penjual secara langsung.

Para penjual langsung menjelaskan suatu produknya dengan detail mulai dari bahannya, ukuran, warna dan modelnya.

- 3) Komentar dibacakan langsung.
Ketika konsumen bertanya melalui kolom komentar, presenter langsung menjawab dan meyakinkan konsumen untuk memutuskan bahwa produk yang dipresentasikan atau yang ditawarkan layak untuk dibeli. Maka dengan demikian konsumen pun dapat lebih terpuaskan dalam menggali informasi mengenai produk yang akan dibeli.
- 4) Genuine.
Tampilan dan cara mempresentasikan produk yang apa adanya/ tidak di set, sehingga konsumen lebih percaya untuk mengambil keputusan.
- 5) Tampilan ikon mudah dikenali.
Tampilan dan penempatan ikon Share, Komentar dan likes mudah dikenali sehingga konsumen tidak perlu beradaptasi ulang dalam membaca ikon-ikon tersebut.

b. Kelemahan

- 1) Kualitas konten yang kurang baik
Kualitas tampilan sangat berpengaruh terhadap konten, Misalnya seperti suara yang kurang jernih dan sitasi gambar yang tidak jelas.
- 2) Gambar yang dipajang tidak sesuai
Foto katalog yang dipajang berbeda dengan yang ditampilkan pada live streaming, mungkin saja foto diambil dari toko lain
- 3) Jaringan yang kurang baik
Untuk menonton live streaming shopee, diperlukan jaringan yang bagus. Karena apabila jaringan kurang bagus, review produk dalam live streaming akan terlewat.
- 4) Sulitnya mengklaim voucher
Untuk mengklaim voucher yang disediakan toko dalam live streaming, biasanya terdapat persyaratan tertentu. Misalnya harus memfollow tokonya terlebih dahulu, atau ada batasan jumlah pembelian produk.

c. Peluang

- 1) Meningkatkan kepercayaan konsumen
Dengan dijelaskan secara langsung, konsumen jadi lebih percaya dengan produk tersebut. Sehingga apabila sesuai pembeli akan langsung membelinya.
- 2) Dapat meningkatkan penjualan

- 3) Menambah followers
- 4) Mendorong pembeli untuk lebih cepat tanpa ragu lagi

d. Truth / Ancaman

- 1) Sepinya penonton
Live streaming dalam shopee tidak seluruhnya ramai oleh penonton, ada beberapa toko yang sepi penonton, hal itu disebabkan karena konsumen tidak tahu atau bahkan tidak mengenal toko tersebut.
- 2) Sinyal yang kurang bagus
Sinyal sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan live streaming shopee, karena dengan sinyal yang bagus kita akan mendapatkan informasi secara jelas. Sebaliknya jika sinyal kurang bagus, maka informasi
- 3) Banyak toko yang menjual produk dengan harga yang lebih murah

3.2. Live Streaming Shopee Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam

Ekonomi dan praktik bisnis Islami berkaitan sangat erat dengan akidah dan syariah Islam sehingga seseorang tidak akan memahami pandangan Islam tentang ekonomi dan bisnis tanpa memahami dengan baik akidah dan syariah Islam. Keterikatan dengan akidah atau kepercayaan menghasilkan pengawasan melekat pada dirinya sehingga terjalin hubungan harmonis dengan mitranya yang pada gilirannya akan mengantar kepada lahirnya keuntungan bersama, bukan sekedar keuntungan sepihak. Untuk membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan (hukum) perilaku dibuat dan laksanakan, atau aturan (norma) etika tersebut di wujudkan dalam bentuk aturan hukum. Sebagai kontrol terhadap individu pelaku dalam bisnis yaitu melalui penerapan kebiasaan atau budaya moral atas pemahaman dan penghayatan nilai-nilai dalam prinsip moral sebagai inti kekuatan suatu perusahaan dengan mengutamakan kejujuran, bertanggung jawab, disiplin, berperilaku tanpa diskriminasi. Etika bisnis Islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan. Etika bisnis Islami juga merupakan studi tentang seseorang atau organisasi dalam melakukan usaha atau kontrak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam. Penerapan Prinsip Kesatuan.

Dalam praktik jual beli online di Toko Shopee, ketika mereka mengadakan proses jual beli, pihak Shopee atau penjual memposting gambar di media sosial menggunakan gambar yang palsu. Dikatakan palsu karena sudah bukan foto asli, tetapi foto yang sudah melalui proses editing, sehingga bisa menutupi kekurangan dari produk tersebut. Pihak penjual melakukan semua ini karena supaya bisnisnya berjalan dengan lancar, dan juga karena gambar asli dengan yang di foto bisa sangat berbeda jauh sekali. Oleh karena itu, bila dihubungkan dengan teori yang ada, maka peneliti menganalisis bahwa perbuatan yang dilakukan oleh pihak penjual kepada pembeli telah melanggar etika bisnis islam. Karena, dalam etika bisnis islam ini, pengusaha muslim tidak akan melakukan diskriminasi diantara pihak penjual dan pembeli. Namun, dalam kasus ini pihak penjual melakukan kebohongan kepada pembeli dengan cara memposting barang yang bagus dan ketika barang tersebut sampai di tangan konsumen, barang tersebut bisa berbeda dengan yang diharapkan konsumen (Mabarroh Azizah, 2020).

Dengan adanya fitur live streaming, produk yang dijual oleh pedagang ditunjukkan secara langsung kepada calon pembeli, mulai dari model, bahan, warna, dan ukuran, sehingga tidak akan ada diskriminasi diantara pihak penjual dan pembeli. Hal tersebut dikarenakan didalam live streaming shopee ada ketentuan khusus yang dibuat oleh pihak shopee agar tidak terjadi diskriminasi, berikut ini ketentuan live streaming shopee yang dikutip dari (*[Shopee Live] Apa Saja Ketentuan Streaming Di Shopee Live _ Pusat Bantuan Shopee ID*, n.d.).

Ketentuan produk streaming Shopee Live

- a. Produk wajib mengikuti kebijakan produk di Shopee.
- b. Produk yang dimasukkan ke dalam Keranjang Oren hanya dapat berasal dari toko sendiri.

Pelanggaran konten live streaming shopee

- a. Konten berkualitas rendah
- b. Kegiatan ilegal dan barang-barang yang dilarang
- c. Konten yang memperlihatkan kekerasan: Memperlihatkan adegan perkelahian dan kekerasan (Contoh: Luka ringan terlihat)
- d. Kualitas konten yang kurang baik
- e. *Host* tidak muncul saat *live streaming*
- f. Tidak terdapat promosi produk
- g. *Streaming* yang tidak professional
- h. Mengarahkan transaksi di luar Shopee

- i. Penjualan produk yang dibatasi di Shopee
- j. Aktivitas Seksual
- k. Judi
- l. Senjata api dan obat-obatan terlarang:
- m. Barang terlarang lainnya:
- n. Tindakan kriminal:
- o. Kegiatan berbahaya
- p. Pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual (HAKI)
- q. Praktik jual beli yang dilarang Shopee
- r. Menjual barang impor dengan kondisi bekas atau *preloved*

Analisis live streaming berdasarkan prinsip etika bisnis islam

a. Prinsip Kehendak Bebas

Pihak shopee memberikan kebebasan kepada pembeli dalam hal memilih barang sedangkan pihak penjual diberikan kebebasan oleh pihak shopee yaitu tidak dibatasinya dalam mempromosikan barang. Dengan mempromosikan melalui live streaming pembeli jadi mengetahui produk yang akan dibeli secara detail. kemudian memasukkan kedalam keranjang belanja dishopee, sebagai tanda bahwa pembeli menginginkan barang tersebut. jika pembeli ingin membatalkan pesanan maka bisa langsung dihapus dari keranjang pembelian sebelum melakukan pembayaran, jadi pembeli memiliki kebebasan dalam melakukan transaksi pembelian online dishopee.

b. Prinsip Tanggung Jawab

Setelah konsumen melihat detail produk melalui live streaming, konsumen melakukan checkout produk, penjual bertanggung jawab untuk mengirim produk tersebut dan memastikan produk sesuai dengan pesanan. Apabila dilihat dalam etika Islam penjual harus bertanggung jawab atas pesanan yang telah dibuat oleh konsumen karena perbuatan yang dilakukan bukan hanya dihadapan konsumen tapi kelak akan dipertanggung jawabkan kembali dihadapan Allah SWT.

c. Prinsip Kebenaran (kejujuran dan kebaikan)

Prinsip kebenaran yang telah diterapkan pada transaksi jual beli pada sistus shopee iyalah penjual menunjukkan barang yang sudah sesuai dengan foto yang diperlihatkan. Barang yang ditunjukkan dalam live streaming kepada pembeli harus sesuai dengan foto yang sudah dipajang dan mengirim barang sesuai dengan yang ditunjukkan.

Dalam etika bisnis Islam, prinsip-prinsip kebenaran berlaku hal untuk mencegah kemungkinan terjadinya kerugian pada salah satu pihak yang melakukan transaksi.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan data yang ditemukan melalui observasi tentang strategi pemasaran shopee, kemudian dianalisis menurut etika bisnis islam Keunggulan Live Streaming yaitu dapat berinteraksi secara langsung, dipresentasikan secara detail oleh penjual, komentar dibacakan langsung, tampilan ikon mudah dikenali, serta tampilan dan cara mempresentasikan produk apa adanya/tidak di setting atau tidak direkayasa. Sehingga hal tersebut sangat membantu calon pembeli untuk melakukan pembelian tanpa ragu lagi. Selain bermanfaat bagi pembeli, live streaming juga sangat menguntungkan bagi penjual, karena untuk menggunakan voucher yang disediakan para penjual, biasanya penjual mengharuskan agar pembeli mengikuti tokonya. Jadi selain mendapatkan orderan, penjual juga mendapatkan tambahan pengikut baru. Ditinjau dari prinsip etika bisnis, live streaming pada shopee sudah memenuhi etika bisnis islam, karena didalam live streaming beberapa toko sudah menerapkan etika jual beli dalam Islam yaitu prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab dan prinsip kebenaran.

5. UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Karena atas rahmat dan ridhonya penulis dapat menyelesaikan artikel ini. Terimakasih kepada beberapa pihak yang telah ikut serta dalam menyelesaikan penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui strategi marketing live shoppe ditinjau dari etika bisnis islam, segala upaya telah dilakukan dalam menyusun artikel ini. Namun penulis menyadari akan kekurangan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna memperbaiki kekurangan tersebut dimasa yang akan datang. Penulis berharap artikel ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan khususnya bagi penulis.

6. REFERENSI

[Shopee Live] *Apa saja ketentuan streaming di Shopee Live* _ _ Pusat Bantuan Shopee ID. (n.d.).

- Abdhul, Y. (2021). Etika Bisnis Islam: Pengertian, Prinsip dan Tujuan - Deepublish Store. In *Deepublish Store*.
<https://deepublishstore.com/blog/etika-bisnis-islam/>
- Army, A. P. (2013). *Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas* (p. 3).
<http://id.wikipedia.org/wiki/Riset>
- Candra Gudiato, Eko Sedyono, I. S. (2022). *Analisis Sistem E - Commerce pada Shopee untuk meningkatkan daya saing*. 2(1), 6–10.
- Dwika. (2022). Live Shopping, Era Baru Promosi Produk. In *Kiriminaja*.
<https://kiriminaja.com/blog/live-shopping-era-baru-promosi-produk>
- Fitryani, Nanda, A. S., & Aristyanto, E. (2021). Peran Impulsive Buying Saat Live Streaming Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus E-Commerce Shopee). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 542–555. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>
- Gamal Thabroni. (2022). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif (Konsep & Contoh). In *Serupa.Id* (pp. 1–1).
- Imron, Y. (2022). *Etika Bisnis Islam Terhadap Pemasaran Pada Marketplace Shopee*.
<http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/19047>
- Mabarroh Azizah. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee. *Humani (Hukum Dan Masyarakat Madani)*, 10(1), 83–96.
www.kanalinfo.web.id
- Midisen, K., Ainulyaqien, M. H., Mamun, S., Setyowati, R., & Nugroho, D. (2021). *Sosialisasi Penerapan E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Desa Karangmulya*. 2(April), 77–81.
- Pasaribu, L. (2022). Analisis Strategi Manajemen Pemasaran pada Aplikasi Shopee Lidy. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(6), 8203–8213.
- Prajana, A. M., Syafikarani, A., & Nastiti, N. E. (2021). Pemanfaatan Video Streaming Sebagai Media Pemasaran Pada Fitur Shopee Live. *Tanra: Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Dan Desain Universitas Negeri Makassar*, 8(2), 145–152.
<https://ojs.unm.ac.id/tanra/>
- Putri, A., Pebriani, A., Rumi, M. J., & Siregar, J. H. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Toko Online Terhadap Kebutuhan Konsumen Selama Pandemi Covid-19. *Umj*, 3(3), 1–8.
- Putri, I. (2023). Riset Populix: Shopee Live Jadi Fitur Live Streaming Paling Populer. In *detikInet*.
<https://inet.detik.com/cyberlife/d-6771360/riset-populix-shopee-live-jadi-fitur-live-streaming-paling-populer>
- Shopee.co.id. (2019). Tentang Shopee - Karir | Shopee Indonesia. *Shopee*.
- Shopee. (2022a). *Tentang Shopee Live & Persiapan Streaming Pusat Edukasi Penjual Shopee Indonesia*.
<https://seller.shopee.co.id/edu/article/6899>
- Shopee. (2022b). *Shopee Indonesia | Situs Belanja Online Terlengkap & Terpercaya*. Shopee Indonesia | Situs Belanja Online Terlengkap & Terpercaya.
https://shopee.co.id/?utm_campaign=4avki4e7onab-&utm_content=20031-88324e31c0ec4e4a90159fbe809f372b--102796&utm_medium=affiliates&utm_source=an_11188960000