



JURNAL MAHASISWA AKUNTANSI

Journal Homepage: <https://jamak.fe.ung.ac.id/index.php/jamak>

E-ISSN 2830-3679

Analisis Kesesuaian Barang dalam Transaksi Akad Salam Di Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa PMM Batch 3 Inbound Universitas Muhammadiyah Semarang)

Sesyilia Mohune ^a, Vidya Vanessa Toloh ^b, Mentari S. Pilomonu ^c

^{a b c} Universitas Negeri Gorontalo, Jl. Jend. Sudirman No. 6 Kota Gorontalo, Gorontalo 96128, Indonesia

Email: sesyliamohune2207@gmail.com ^a, vidyatoloh54@gmail.com ^b, mentari@ung.ac.id ^c

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received: 5 Oktober 2023

Revised: 12 November 2023

Accepted: 14 November 2023

Kata Kunci:

Akad Salam, Kesesuaian
Barang, Marketplace Shopee

Keywords:

Salam Contract, Goods
Suitability, Shopee Marketplace

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesesuaian barang dalam transaksi akad salam di *marketplace* Shopee. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pembagian kuisioner. Responden penelitian adalah mahasiswa PMM Batch 3 Inbound Universitas Muhammadiyah Semarang yang pernah melakukan transaksi akad salam di *marketplace* Shopee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesesuaian barang dalam transaksi akad salam di *marketplace* Shopee secara umum sudah baik. Hal ini ditunjukkan dari persentase responden yang menyatakan bahwa barang yang diterima sesuai dengan deskripsi dan sesuai dengan spesifikasi yang di inginkan sebesar 89%. Namun, masih terdapat beberapa responden yang menyatakan bahwa barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi dan Spesifikasi. Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kesesuaian barang dalam transaksi akad salam di *marketplace* Shopee sudah baik.

ABSTRACT

This research aims to analyze the suitability of goods in greeting contract transactions on the Shopee marketplace. This research uses descriptive qualitative research methods by distributing questionnaires. The research respondents were PMM Batch 3 Inbound students at Muhammadiyah University Semarang who had carried out greeting contract transactions on the Shopee marketplace. The research results show that the suitability of goods in greeting contract transactions in the Shopee marketplace is generally good. This is shown in the percentage of respondents who stated that the goods received matched the description and met the desired specifications, which was 89%. However, there were still several respondents who stated that the goods received did not match the description and specifications. Based on this research, it can be concluded that the suitability of goods in greeting contract transactions on the Shopee marketplace is good.

PENDAHULUAN

Tingginya arus globalisasi dan revolusi digital, peran *e-commerce* semakin menjadi elemen penting dalam kehidupan sehari-hari, *e-commerce* menawarkan kemudahan dan aksesibilitas yang luar biasa dalam menjalankan aktivitas jual-beli. Salah satu inovasi transaksi keuangan syariah yang telah merambah ke dalam dunia *e-commerce*, terutama di *platform* Shopee adalah akad salam. Transaksi ini didasarkan pada prinsip utama di mana pembeli membayar sejumlah uang di muka untuk memperoleh barang di masa mendatang (Kurnia *et al.*, 2020).

Perkembangan *e-commerce* yang pesat, terutama di marketplace Shopee, mencerminkan respon pasar terhadap kebutuhan konsumen yang semakin beragam dan dinamika model bisnis yang terus berkembang. Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip syariah bukan hanya sebagai strategi bisnis yang diperlukan untuk menjaga keberlanjutan, tetapi juga sebagai perubahan yang menambah kepercayaan konsumen (Rosadi, 2021).

Potensi ketidaksesuaian barang dalam transaksi akad salam di *platform e-commerce*, seperti Shopee, melibatkan risiko seperti perbedaan spesifikasi, ketidaksesuaian dengan gambar, keterlambatan pengiriman, dan barang rusak. Keberlanjutan dan kepercayaan konsumen dalam praktik bisnis syariah dapat terpengaruh jika ketidaksesuaian ini terjadi. Hal ini dapat terjadi karena kerumitan dalam mengelola operasional di *platform e-commerce*, seperti Shopee (Misbakhul, 2022). Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk fokus pada pemenuhan komitmen terhadap kualitas dan keberlanjutan produk dalam transaksi akad salam. Mekanisme pengiriman barang juga menjadi faktor yang sangat penting, terutama dalam menjaga keutuhan dan kelayakan produk selama proses pengiriman. Adanya potensi kerusakan atau kontaminasi selama pengiriman dapat merugikan kesesuaian syariah akad salam (Wardiana *et al.*, 2022).

Kesesuaian barang dalam transaksi akad salam memiliki peran yang sangat penting dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap praktik bisnis syariah. Kepercayaan konsumen merupakan modal utama yang mendukung keberlanjutan bisnis syariah, dan kesesuaian barang menjadi faktor kunci yang memengaruhi tingkat kepercayaan ini.

Ketika konsumen merasa yakin bahwa barang yang diperoleh melalui akad salam sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, termasuk aspek perbedaan spesifikasi, ketidaksesuaian dengan gambar, keterlambatan pengiriman, dan barang rusak, mereka akan cenderung lebih percaya dan setia terhadap bisnis yang menjalankan praktik bisnis Syariah (Akbar dan Sucipto, 2018). Kesesuaian barang menciptakan landasan kepercayaan yang kuat, memberikan konsumen keyakinan bahwa mereka berpartisipasi dalam transaksi yang sesuai dengan nilai-nilai syariah yang mereka anut.

Tantangan untuk menjaga reputasi dan integritas prinsip syariah di tengah rumitnya pengelolaan pemesanan barang dalam platform *e-commerce* menjadi poin penting yang perlu dicermati. Pengelolaan tersebut melibatkan produsen dan platform *e-commerce*. Oleh karena itu, penelitian tentang kesesuaian barang dalam akad salam di platform seperti Shopee dapat memberikan wawasan yang berharga dalam memahami bagaimana menjaga kepercayaan konsumen di tengah dinamika bisnis syariah dalam era *e-commerce*.

KAJIAN PUSTAKA

Akad Salam

Arti salam dalam bahasa dapat dijelaskan sebagai *salaf* atau *islah* yang berarti mendahulukan (*taqdim*). Secara harfiah, salam dapat diartikan sebagai serah-terima (*taslim*). Dalam konteks jual-beli salam, istilah ini merujuk pada kesepakatan mengenai gambaran dan kriteria barang pada saat akad, yang akan diserahkan di waktu yang telah ditetapkan di masa mendatang. Harga barang tersebut dibayarkan tunai pada saat akad (Akbar dan Sucipto, 2018).

Secara etimologi salam berasal dari kata *salaf* yang berarti pendahuluan. Dalam terminologi *muamalah*, salam adalah bentuk penjualan barang dengan sifat-sifat tertentu yang dijelaskan sebagai persyaratan jual-beli. Barang yang diperdagangkan masih menjadi tanggungan penjual, dengan syarat-syarat, termasuk pembayaran di muka pada saat akad, yang telah disepakati sebelumnya. Akad salam merupakan transaksi jual-beli dengan pembayaran di muka dan penyerahan barang pada masa mendatang, dengan harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal, dan tempat penyerahan yang telah disepakati sebelumnya dalam perjanjian (Akbar dan Sucipto, 2018).

Dasar hukum

Dasar hukum jual-beli salam adalah (Haris, 2019):

1. QS al-Baqarah (2): 282

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

Artinya : “*Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya*”.

2. Hadis riwayat Imam Khamsah (Imam Bukhari, Imam Muslim, Imam Abu Dawud, Imam Tirmizi, dan Imam Ibn Nasa'i) yang menjelaskan bahwa Rasulullah Saw bersabda, “*siapa saja yang melakukan jual-beli salaf (jual-beli salam), lakukanlah terhadap barang yang dapat diketahui dengan cara ditakar dan ditimbang, dan jangka waktu yang diketahui.*”
3. Ibn al-Munzir menyatakan bahwa para ulama telah sepakat (ijma') bahwa jual-beli salam diperbolehkan karena adanya kebutuhan nyata (hajjah) untuk melakukan jenis akad ini. Penetapan bolehnya jual-beli salam merupakan suatu pengecualian (*lex specialis*) dari aturan umum yang melarang objek jual-beli ma'dum (tidak ada pada saat akad), karena memperbolehkan jual-beli salam dapat memperkuat kemaslahatan, memberikan keringanan bagi manusia (tarhis/ruhsah), dan memberikan kemudahan (taisir) bagi mereka.

Rukun Akad Salam

Rukun jual-beli salam melibatkan: a) penjual (ba'i/rabb al-salam/muslim) yang menyediakan barang sesuai pesanan; b) pembeli (musytari/muslim 'alaih) yang membutuhkan dan memesan barang; c) objek (ma'qud 'alaih), terdiri dari harga (saman/ra's al-mal al-salam) dan barang yang dibeli (mabi'/musman/muslim fih); dan d) sigah akad yang mencakup ijab dan qabul (Haris, 2019).

Syarat Jual Beli Salam

Jual-beli salam merupakan transaksi jual-beli barang yang melibatkan pemesanan, dengan pembayaran harga dilakukan lebih dahulu, disertai dengan syarat dan ketentuan khusus (Rosadi, 2021). Dalam konteks jual-beli yang bersifat pesanan, aspek yang harus sangat jelas adalah deskripsi khususnya. Beberapa kitab fikih mu'āmalah menjelaskan mengenai teori deskripsi, di mana minimal harus memenuhi dua indikator berikut:

1. Wasf zahir; yaitu objek yang dipesan harus memiliki spesifikasi yang bersifat empiris.
2. Wasf mundabit; yaitu objek yang dipesan harus memiliki spesifikasi yang dapat diukur.

Hasan Ayyub, dalam bukunya Fiqh al-Mu'āmalat al-Maliyyah, menyatakan bahwa jual-beli salam dianggap sah jika memenuhi enam syarat berikut (Haris, 2019):

1. Barang yang dipesan harus dapat dideskripsikan.
2. Deskripsi objek harus mencakup jenis, macam, dan sifat yang mendukungnya.
3. Ukuran objek yang dipesan harus diketahui, bisa diukur dengan takaran, timbangan, atau ukuran lain yang disepakati
4. Jangka waktu pembuatan objek harus jelas. Ada persyaratan bahwa jual-beli salam harus dilakukan secara mu'ajjal (berjangka waktu) menurut Abu Hanifah, Malik, dan Auza'i. Namun, ulama Syafi'iah, seperti Abu Saur dan Ibn al-Munzir, memperbolehkan jual-beli salam secara tunai, dan jangka waktu harus jelas.
5. Jangka waktu yang disepakati harus wajar dan memungkinkan objek diterima tepat waktu.
6. Harga (saman) harus diserahkan oleh pemesan kepada penerima pesanan pada saat akad (tunai), tanpa penundaan. Imam Malik, al-Auza'i, al-Sauri, Ahmad, Ishaq, al-Syafi'i, dan Ibn 'Umar berpendapat bahwa pembayaran harga harus dilakukan pada saat akad untuk menghindari bai'al-dain, sebagaimana larangan Rasulullah SAW.

Marketplace

Marketplace adalah sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi (Torik *et al.*, 2022). *Marketplace* merupakan platform atau tempat di mana penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi jual-beli (Afkarina, 2022). Dalam konteks *e-commerce*, *marketplace* menyediakan ruang digital di mana penjual dapat menawarkan produk atau jasa mereka, dan pembeli dapat mencari dan membeli barang tersebut. *Marketplace* juga menjadi perantara yang memfasilitasi berbagai macam transaksi, mulai dari penawaran produk, pembelian, pembayaran, hingga pengiriman barang. Platform ini umumnya menyediakan fitur dan layanan yang memudahkan interaksi antara penjual dan pembeli, diantaranya mencakup penilaian produk, ulasan, dan berbagai opsi pembayaran (Wardiana *et al.*, 2022)

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada mahasiswa PMM Batch 3 Inbound Universitas Muhammadiyah Semarang yang pernah melakukan transaksi akad salam di *marketplace* Shopee.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa PMM Batch 3 Inbound Universitas Muhammadiyah Semarang yang pernah melakukan transaksi akad salam di *marketplace* Shopee. Sampel penelitian ini adalah 35 mahasiswa PMM Batch 3 Inbound Universitas Muhammadiyah Semarang yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a) Telah melakukan transaksi akad salam di marketplace Shopee minimal satu kali.
- b) Bersedia untuk mengisi kuesioner penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner. Kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk menggali informasi mengenai kesesuaian barang dalam transaksi akad salam di *marketplace* Shopee. Kuesioner tersebut didistribusikan secara online melalui aplikasi *Google Forms*.

Teknik Analisis Data

Data penelitian dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan (Sugiyono, 2019).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden Penelitian

Data primer yang telah berhasil dikumpulkan oleh peneliti kemudian dianalisis. Analisis karakteristik responden meliputi jenis kelamin, Jurusan/Fakultas, dan Universitas.

Deskripsi Jenis Kelamin

Tabel 1.1
Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Jumlah	Presentase
Perempuan	28	80%
Laki-laki	7	20%
Total	35	100%

Sumber : Data Diolah 2023

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa hasil dari deskripsi responden mayoritasnya adalah Perempuan. Dengan jumlah Perempuan sebanyak 28 orang atau 80% sedangkan laki-laki hanya sebanyak 7 orang atau 20%.

Deskripsi Jurusan/Fakultas :

Tabel 1.2
Jurusan/Fakultas Responden

Jurusan/Fakultas	Jumlah	Presentase
Akuntansi/Fakultas Ekonomi	11	31%
Manajemen/Fakultas Ekonomi	2	6%
Fakultas Kesehatan Masyarakat	8	23%
Farmasi	1	3%
Fakultas MIPA	1	3%
Fakultas Keguruan & Ilmu Pendidikan	1	3%
Keperawatan/Fakultas Ilmu Kesehatan	4	11%
Administrasi kesehatan	1	3%
Kesehatan Lingkungan	1	3%
Pendidikan Bahasa Inggris/Sastra Asing	5	14%
Total	35	100%

Sumber : Data Diolah 2023

Berdasarkan hasil kuesioner pada Tabel 1.2, Responden dengan jurusan Akuntansi/Fakultas Ekonomi merupakan responden dengan proporsi terbesar, yaitu sebesar 31% dengan jumlah 11 orang responden. Responden dengan Jurusan/Fakultas Kesehatan Masyarakat memiliki proporsi terbanyak kedua yaitu sebesar 23% dengan jumlah 8 orang responden. Responden dengan Jurusan Farmasi, Fakultas MIPA, Fakultas Keguruan & Ilmu Pendidikan, Administrasi Kesehatan, dan Kesehatan Lingkungan masing-masing memiliki proporsi sebesar 3% dengan jumlah responden 1 orang. Responden dengan Jurusan Manajemen/Fakultas Ekonomi memiliki proporsi sebesar 6% dengan jumlah responden 2 orang. Jurusan Keperawatan/Fakultas Ilmu Kesehatan memiliki proporsi sebesar 11% Jumlah responden 4 orang. Dan responden Jurusan Pendidikan Bahasa Inggris/Sastra Asing memiliki proporsi sebanyak 14% dengan jumlah responden 5 orang.

Deskripsi Universitas Responden

Tabel 1.3
Universitas Asal Responden

Universitas	Jumlah	Presentase
Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur	7	20%
Akademik Keperawatan Totabuan	2	6%
IAIN Manado	2	6%
Universitas Bosowa	4	11%
Universitas HKBP Nommensen	1	3%
Institut Kesehatan Helvetia	1	3%
Universitas Teuku Umar	2	6%
Stikes Syedza Saintika Padang	1	3%
Universitas Muhammadiyah Gorontalo	2	6%
Universitas Muhammadiyah Luwuk	2	6%
Universitas Muhammadiyah Makassar	3	9%
Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung	1	3%
Universitas Negeri Malang	1	3%
Universitas Nusa Cendana	2	6%
Universitas Negeri Makassar	1	3%
Universitas Negeri Gorontalo	1	3%
Poltekkes Kemenkes Manado	2	6%
Total	35	100%

Sumber : Data Diolah 2023

Berdasarkan tabel 1.3 Menunjukkan bahwa responden berasal dari 17 Universitas yang berbeda. Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur menjadi Universitas dengan jumlah responden terbanyak, yaitu 20%. Universitas-universitas lainnya memiliki jumlah responden yang relative sedikit. Universitas Bosowa Memiliki Jumlah responden 11%. Universitas Muhammadiyah Makassar memiliki jumlah responden 9%. Akademik Keperawatan Totabunan, IAIN Manado, Universitas Teuku Umar, Universitas Muhammadiyah Gorontalo, Universitas Muhammadiyah Luwuk, Universitas Nusa Cendana, dan Poltekkes Kemenkes Manado Memiliki Jumlah Responden 6%. Dan Universitas HKBP Nommensen, Institut Kesehatan Helvetia, Stikes Syedza Saintika Padang, Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung, Universitas Negeri Malang, Universitas Negeri Makassar, dan Universitas Negeri Gorontalo memiliki responden sebanyak 3%.

Analisis Deskriptif Jawaban Responden

Tabel 2.1
Tabel Instrumen Penelitian

No	Pertanyaan	Jawaban Responden	
		Ya	Tidak
1	Apakah Anda pernah melakukan transaksi akad salam di Shopee?	97,1%	2,9%
2	Berapa kali Anda melakukan transaksi akad salam di Shopee?		
	1-5 Kali	31,4%	
	6-10 Kali	11,4%	
	11-15 Kali	8,6%	
3	Lebih dari 15 Kali	48,6%	
	Apa jenis barang yang Anda beli dalam transaksi akad salam di marketplace Shopee?		
	Barang Fashion	82,9%	
	Skincare & Makeup	62,9%	
4	Kebutuhan sehari-hari	57,1%	
	Makanan dan minuman	20%	
	Berapa nominal transaksi akad salam terbesar yang pernah Anda lakukan di Shopee?		
	Rp50.000 - Rp250.000	62,9%	
5	RP250.000 – RP500.000	20%	
	Lebih dari Rp500.000	17,1%	
	Apakah Anda pernah melakukan transaksi akad salam dengan penjual yang sama lebih dari satu kali?	77,1%	22,9%
Kesesuaian Barang			
6	Apakah barang yang Anda pesan sesuai dengan deskripsi yang diberikan oleh penjual dan sesuai dengan spesifikasi yang Anda inginkan?	97,1%	2,9%
7	Apakah barang yang Anda pesan sampai dalam kondisi yang baik?	100%	
8	Apakah Anda pernah mengalami permasalahan dalam transaksi akad salam di marketplace Shopee?	60%	40%
9	Jika pernah, permasalahan apa saja yang pernah Anda alami?		
	Barang tidak sesuai dengan spesifikasi	31,4%	
	Barang tidak sesuai dengan gambar	25,7%	
	Barang tidak sampai tepat waktu	40%	
	Barang rusak saat diterima	17,1%	
	Masalah lainnya	11,4%	
10	Tidak Pernah	34,30%	
	Apakah Anda puas dengan transaksi akad salam yang Anda lakukan di marketplace Shopee?	85,7%	14,3%

Sumber : Data Diolah 2023

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada 35 mahasiswa PMM Batch 3 *Inbound* Universitas Muhammadiyah Semarang, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Jumlah Responden yang Pernah Melakukan Transaksi Akad Salam di Shopee
Dari 35 responden, sebanyak 97,1% pernah melakukan transaksi akad salam di Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa akad salam merupakan salah satu transaksi yang cukup populer di kalangan mahasiswa PMM Batch 3 *Inbound* Universitas Muhammadiyah Semarang.

2. Frekuensi Transaksi Akad Salam di Shopee
Sebanyak 31,4% responden melakukan transaksi akad salam di Shopee sebanyak 1-5 kali, 11,4% melakukan 6-10 kali, 8,6% melakukan 11-15 kali, dan 48,6% melakukan lebih dari 15 kali. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki frekuensi transaksi akad salam yang cukup tinggi di Shopee.
3. Jenis Barang yang Dibeli dalam Transaksi Akad Salam di Shopee
Jenis barang yang paling banyak dibeli dalam transaksi akad salam di Shopee adalah barang fashion (82,9%), diikuti oleh skincare & makeup (62,9%), kebutuhan sehari-hari (57,1%), dan makanan dan minuman (20%). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa PMM Batch 3 Inbound Universitas Muhammadiyah Semarang lebih banyak membeli barang-barang kebutuhan pribadi dan kebutuhan sehari-hari melalui transaksi akad salam di Shopee.
4. Nominal Transaksi Akad Salam Terbesar
Nominal transaksi akad salam terbesar yang pernah dilakukan oleh responden adalah sebesar Rp50.000-Rp250.000 (62,9%), diikuti oleh Rp250.000-Rp500.000 (20%), dan lebih dari Rp500.000 (17,1%). Hal ini menunjukkan bahwa transaksi akad salam di Shopee tidak hanya terbatas pada barang-barang dengan harga terjangkau, tetapi juga mencakup barang-barang dengan harga yang lebih tinggi.
5. Frekuensi Transaksi Akad Salam dengan Penjual yang Sama
Sebanyak 77,1% responden pernah melakukan transaksi akad salam dengan penjual yang sama lebih dari satu kali. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden puas dengan transaksi akad salam yang mereka lakukan dengan penjual yang sama dan ingin melakukan transaksi ulang di masa mendatang.
6. Kesesuaian Barang
Sebanyak 97,1% responden menyatakan bahwa barang yang mereka pesan sesuai dengan deskripsi yang diberikan oleh penjual dan sesuai dengan spesifikasi yang mereka inginkan. Hal ini menunjukkan bahwa kesesuaian barang dalam transaksi akad salam di Shopee dinilai cukup baik oleh responden.
7. Kondisi Barang
Sebanyak 100% responden menyatakan bahwa barang yang mereka pesan sampai dalam kondisi yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi barang dalam transaksi akad salam di Shopee dinilai cukup baik oleh responden.
8. Permasalahan Dalam Transaksi Akad Salam
Sebanyak 60% responden menyatakan bahwa mereka pernah mengalami permasalahan dengan transaksi akad salam di Shopee. Permasalahan yang paling sering dialami adalah barang tidak sesuai dengan spesifikasi (31,4%), barang tidak sesuai dengan gambar (25,7%), barang tidak sampai tepat waktu (40%), dan barang rusak saat diterima (17,1%).
9. Kepuasan Terhadap Transaksi Akad Salam
Sebanyak 85,7% responden menyatakan bahwa mereka puas dengan transaksi akad salam yang mereka lakukan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden puas dengan pengalaman mereka dalam melakukan transaksi akad salam di Shopee.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif jawaban responden, dapat disimpulkan bahwa transaksi akad salam di Shopee dinilai cukup baik oleh responden. Hal ini ditunjukkan oleh kesesuaian barang yang tinggi, kondisi barang yang baik, dan kepuasan responden yang tinggi.

Namun, masih ada beberapa permasalahan yang perlu diperhatikan dalam transaksi akad salam di Shopee, yaitu barang tidak sesuai dengan spesifikasi, barang tidak sesuai dengan gambar, barang tidak sampai tepat waktu, dan barang rusak saat diterima. Permasalahan-permasalahan ini perlu diatasi oleh penjual dan Shopee agar kepuasan responden terhadap transaksi akad salam semakin meningkat.

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Kesesuaian barang dalam transaksi akad salam di marketplace Shopee pada umumnya sudah cukup baik dan sesuai dengan akad yang telah disepakati antara penjual dan pembeli.
2. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam transaksi akad salam di marketplace Shopee adalah:
 - a. Penjual harus memberikan informasi yang jelas dan lengkap mengenai barang yang dijual, termasuk spesifikasi, kualitas, dan kuantitas.
 - b. Pembeli harus memeriksa barang yang diterima secara cermat sebelum melakukan pembayaran.
 - c. Jika terjadi ketidaksesuaian barang, pembeli dapat mengajukan komplain kepada penjual.

Keterbatasan

Dalam penelitian ini, penulis menyadari ada beberapa keterbatasan yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian. Adapun keterbatasan tersebut antara lain:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa PMM Batch 3 Inbound Universitas Muhammadiyah Semarang, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi ke seluruh pengguna yang melakukan transaksi akad salam di marketplace Shopee.
2. Penelitian ini hanya menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data, sehingga hasil penelitian ini belum dapat menggambarkan secara lengkap tentang transaksi akad salam di Shopee.

Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian ini, maka disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan cakupan yang lebih luas, yaitu dengan melibatkan responden dari berbagai kalangan masyarakat. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat menggunakan metode pengumpulan data yang lebih beragam, seperti wawancara dan observasi.

Berikut adalah beberapa saran untuk mengatasi permasalahan dalam transaksi akad salam di Shopee:

1. Penjual perlu lebih teliti dalam mendeskripsikan barang yang mereka jual. Deskripsi barang harus jelas dan lengkap, serta sesuai dengan spesifikasi barang yang sebenarnya.
2. Penjual perlu mengunggah gambar barang yang asli dan sesuai dengan barang yang sebenarnya.
3. Penjual perlu mengirimkan barang tepat waktu sesuai dengan kesepakatan dengan pembeli.
4. Penjual perlu memastikan bahwa barang yang dikirim dalam kondisi baik dan tidak rusak.

Shopee perlu menyediakan fitur-fitur yang dapat membantu pembeli dalam menyelesaikan permasalahan dalam transaksi akad salam. Seperti Fitur untuk memudahkan pembeli dalam mengajukan komplain jika barang yang diterima tidak sesuai dengan spesifikasi atau kondisi yang dijanjikan. Dan Fitur untuk membantu pembeli dalam menemukan penjual yang terpercaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afkarina, A. (2022). *Implementasi Akad Salam dalam Jual Beli Online Di Marketplace Tokopedia (Studi Kasus Pada Toko “Spesialis Madu Skh” dan “LookHijab Store” di Surakarta)*.
- Akbar, A., & Sucipto, M. C. (2018). Analisis Transaksi Akad Salam Dalam Jual Beli Online. In *Desember* (Vol. 2, Issue 2).
- Haris, A. (2019). *Pelaksanaan Jual Beli dengan Menggunakan Akad As-Salam Ditinjau Dari Prinsip Tabadul Al-Manafi*.
- Kurnia, A., Rahayu, S., & Ponorogo, I. (2020). *Penerapan jual beli akad salam dalam layanan shopee*. <https://ojs.diniyah.ac.id/index.php/Ar-Ribhu>
- Misbakhul, M. (2022). *E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*. 2(8).
- Rosadi, S. (2021). *Transaksi E-Commerce (Marketplace) pada Jual-Beli Online Transaksi E-Commerce (Marketples) Pada Jual Beli Online Dikecamatan Ujungbatu Rokan Hulu* (Vol. 4, Issue 2).
- Torik, M., Buana, L., & Halim, S. (2022). *Tinjauan literatur akad salam dan analisa penerapannya pada penjualan laptop online di marketplace besar Indonesia*. 4, 32–36. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol4.art6>
- Wardiana, T. A., Nurhayati, N., & Ihwanudin, N. (2022). Implementasi akuntansi salam dalam aplikasi shopee. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 10. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>