

KOLABORASI RISET
DOSEN DAN MAHASISWA

**PERILAKU KONSUMEN DALAM MARKETPLACE
(Studi Kasus di Shopee dan Tokopedia
Perspektif Etika Bisnis Islam)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

**INTAN SURUN FAUZIAH
NIM: 2015710314**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2019**

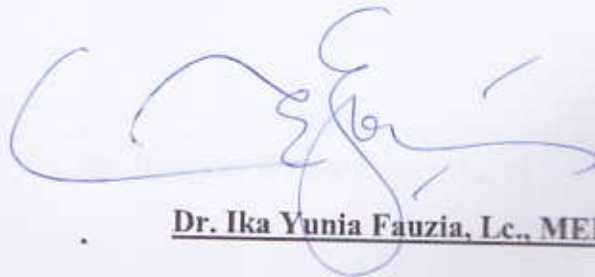
PERILAKU KONSUMEN DALAM MARKETPLACE
(Studi Kasus di Shopee dan Tokopedia
Perspektif Etika Bisnis Islam)

Diajukan oleh:

INTAN SURUN FAUZIAH
NIM : 2015710314

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal: 4 April 2019



Dr. Ika Yunia Fauzia, Lc., MEI

SKRIPSI

PERILAKU KONSUMEN DALAM MARKETPLACE
(Studi Kasus di Shopee dan Tokopedia
Perspektif Etika Bisnis Islam)

Disusun oleh :

INTAN SURUN FAUZIAH
NIM: 2015710314

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 11 Februari 2019

Tim Penguji

Ketua : Dr. Muazaroh, SE., MT

Sekretaris : Dr. Ika Yunia Fauzia, Lc., MEI

Anggota : Dr. Dra. Ec. Wiwik Lestari M, Si

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Intan Surun Fauziah
Tempat, Tanggal lahir : Semarang, 13 April 1997
NIM : 2015710314
Program Studi : Ekonomi Syariah
Program Pendidikan : Sarjana
Judul : Perilaku Konsumen Dalam *Marketplace* (Studi Kasus di *Shopee* dan Tokopedia Perspektif Etika Bisnis Islam)

Disetujui dan diterima baik oleh:

Ketua program Studi Sarjana Ekonomi Syariah

Dosen Pembimbing,

Tanggal: 4 April 2019 .

Tanggal: 4 April 2019 .



(Dr. Dra. Ec. Wiwik Lestari M, Si)



(Dr. Ika Yunia Fauzia, Lc., MEI)



MOTTO

**“Jangan takut gagal karena hasil tidak akan mengkhianati usaha.
Libatkan Allah dalam semua urusan, maka yang susah akan terasa
mudah”**

-Intan Surun Fauziah-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, kupersembahkan skripsi ini untuk orang tercinta dan tersayang atas kasih sayang yang telah diberikan pada saya:

1. Alm. Kakek dan Nenek tercinta yang telah bersedia merawat dengan ikhlas dan penuh kasih sayang dan selalu memberikan dukungan serta doa untuk kesuksesanku .
2. Orang tua tercinta Ibu dan Bapak serta Mas Sulton, Mas Idus, Tiara, Della, Gigin yang selalu memberi semangat dan dukungan.
3. Sahabat saya tercinta mulai dari maba yaitu Aying, Cepi, Hana, Ipeh, Anggitha, dan Mbak Nur. Terimakasih karena selalu memberi dukungan, perhatian, serta semangat ketika menghadapi kesulitan pada saat menjalani kuliah.
4. Bu Ika selaku dosen pembimbing yang begitu sabar dan sangat berbaik hati dalam membimbing saya hingga hasil karya ini dapat terselesaikan, serta untuk teman-teman kolaborasi Dewinta, Suhar, Arina, Hana, dan Fani yang selalu memberi semangat jika mengerjakan revisi dan saling mengingatkan tentang bimbingan.

Terima kasih kepada semua pihak yang belum saya sebutkan semoga skripsi ini berguna dan memberikan manfaat bagi siapa saja yang membaca.

Surabaya, Januari 2019

Penulis

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi yang berjudul “PERILAKU KONSUMEN DALAM *MARKETPLACE* (Studi Kasus di *Shopee* dan Tokopedia Perspektif Etika Bisnis Islam)”.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program Sarjana Ekonomi Syariah STIE Perbanas Surabaya.

Pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan rasa syukur dan terima kasih atas semua pihak yang telah membimbing dan membantu penulis selama menjalani proses penulisan skripsi, oleh sebab itu penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ika Yunia Fauzia, Lc., M.E.I selaku dosen pembimbing yang sangat berperan dalam membantu proses penyusunan dan sekaligus penyelesaian skripsi ini melalui proses bimbingan, pemberian arahan, dan pengetahuannya kepada penulis.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Wiwik Lestari, M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah STIE Perbanas Surabaya dan Ibu Zubaidah Nasution, S.E., M.Ei selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah STIE Perbanas Surabaya.
3. Bapak Dr. Yudi Sutarso, M.Si., selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya beserta jajarannya Bapak Dr. Drs. Emanuel Kristijadi, MM.; Dra. Gunasti Hudiwinarsih, M.Si., Ak.; Dr. Basuki Rachmat, S.E., M.M.; dan Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si.
4. Bapak Drs.Ec. Djoko Budhi Setyawan, M.Si selaku Dosen Wali.

5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu bermanfaat beserta seluruh civitas Akademika STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bantuan kepada peneliti selama proses perkuliahan.
6. Alm. Kakek, Nenek, Ibu, Bapak, Kakak, dan adik tersayang yang dengan tulus memberikan dukungan dari segi materiil maupun *non-materiil* kepada peneliti, serta mendorong semangat untuk segera menyelesaikan studi.
7. Segenap pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat, ilmu dan bantuan.

Demikian semoga Allah SWT selalu berkenan melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada semua pihak atas bantuan yang telah diberikan, dan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Januari 2019

Intan Surun Fauziah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	16
2.3 Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Rancangan Penelitian.....	31
3.2 Batasan Penelitian.....	32
3.3 Daftar Pertanyaan	32
3.4 Informan.....	34
3.5 Teknik Analisis	35
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	42
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	42
4.2 Analisis Data.....	45
4.3 Pembahasan	50
BAB V PENUTUP.....	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	64
5.3 Saran	65
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 : Ringkasan Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	15
Tabel 4.1 : Data Informan di <i>Shopee</i> dan Tokopedia	42
Tabel 4.2.2 : Analisis Perilaku Konsumen	48



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Penelitian Kolaborasi	28
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran	29
Gambar 3.6 : Teknik Analisis	38
Gambar 3.6 : Triangulasi	40
Gambar 4.1 : Analisis Data	46
Gambar 4.3 : Pembahasan Penelitian	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil Wawancara

Lampiran 2 : Dokumentasi Wawancara dengan Informan



**CONSUMER BEHAVIOR IN MARKETPLACE (CASE STUDY IN SHOPEE
AND TOKOPEDIA ISLAMIC BUSINESS ETHICS
PERSPECTIVE)**

**INTAN SURUN FAUZIAH
2015710314**

Email: 2015710314@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out and analysis consumer behavior in marketplace based on Islamic business ethics. The marketplace used in this study is Shopee and Tokopedia. This study seeks to examine consumer behavior in the marketplace perspective of Islamic business ethics. Informants from this study were consumer or buyer in the Shopee and Tokopedia marketplace who were selected according to the criteria. In getting informant researcher used the snowball sampling method. This study used qualitative method, the analytical method used in this study is a case study. Data collection techniques in this study through interviews, observation, and documentation were carried out on eighth informants consisting of three buyers in Shopee and one seller in Shopee, three buyers in Tokopedia and one seller at Tokopedia. The results of this study are that most buyers in Shopee and Tokopedia have implemented Islamic business ethics in accordance with the principles of freewill, responsibility, and benevolence such as filed a complaint politely, give an honest based judgments, and never vilify other people's businesses in marketplace, but the implementation of Islamic business ethics not maximally because there is consumer behavior that is not in accordance with the indicator of the principle of unity and equilibrium, of actions such as cancel the purchased suddenly and make purchases transactions in an irreverent manner.

Keywords: Consumer Behavior, Islamic Business Ethics, and Consumer Types in Marketplace

**PERILAKU KONSUMEN DALAM MARKETPLACE
(STUDI KASUS DI SHOPEE DAN TOKOPEDIA
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM)**

INTAN SURUN FAUZIAH

2015710314

Email: 2015710314@students.perbanas.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis perilaku konsumen dalam *marketplace* berdasarkan etika bisnis Islam. *Marketplace* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Shopee* dan Tokopedia. Penelitian ini berusaha untuk mengkaji perilaku konsumen dalam *marketplace* perspektif etika bisnis Islam. Informan dari penelitian ini adalah konsumen atau pembeli di *marketplace* *Shopee* dan Tokopedia yang dipilih sesuai dengan kriteria. Penggalan data dilakukan dengan cara *snowball model* yaitu mencari informan yang benar-benar mewakili para pembeli dalam *marketplace*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi kepada sejumlah informan. Jumlah informan yang ada dalam penelitian ini adalah delapan informan yang terdiri dari tiga pembeli di *Shopee* dan satu penjual di *Shopee*, tiga pembeli di Tokopedia dan satu penjual di Tokopedia. Hasil dari penelitian adalah sebagian besar pembeli yang ada di *Shopee* dan Tokopedia telah melaksanakan etika bisnis Islam sesuai dengan prinsip kebebasan, pertanggungjawaban, dan kemanfaatan hal tersebut seperti mengajukan komplain dengan sopan, memberikan penilaian berdasarkan kejujuran, dan tidak pernah menjelekkan bisnis orang lain yang ada di *marketplace* namun pelaksanaan etika bisnis Islam masih belum maksimal karena terdapat perilaku konsumen yang masih belum sesuai dengan indikator prinsip kesatuan dan keseimbangan, tindakan tersebut seperti melakukan pembatalan pembelian secara tiba-tiba dan melakukan transaksi pembelian dengan cara yang kurang sopan.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, Etika Bisnis Islam, dan Tipe-tipe Konsumen dalam *Marketplace*