

Analisis SWOT Lokapasar Daring Syariah

Nindita Erwanti¹, Lingga Kurnia Ramadhani²

^{1,2} Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas IVET, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Dikirim 6 Maret 2023

Direvisi 11 April 2023

Disetujui 4 Mei 2023

Keywords:

SWOT analysis; online marketplace; islamic marketplace; sharia.

Abstrak

Lokapasar daring menjadi pilihan tempat untuk belanja masa kini. Tetapi lokapasar daring umumnya masih tercampur hal yang kurang sesuai dengan pandangan Islam. Lokapasar daring syariah dapat menjadi alternatif bagi umat muslim. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi lokapasar daring syariah di Indonesia. Analisis SWOT dilakukan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman lokapasar daring syariah dengan menggunakan pendekatan studi literatur. Analisis yang telah dilakukan menunjukkan adanya potensi lokapasar daring syariah, tetapi tetap perlu adanya peningkatan untuk dapat berkembang.

Abstract

Online marketplace is the choice of today's shopping places. However, online marketplaces generally are still mixed with things that are not right according Islamic views. Sharia online marketplace can be an alternative for Muslims. The purpose of this study is to evaluate sharia online marketplaces in Indonesia. A SWOT analysis was conducted to find out the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the sharia online marketplace using a literature study approach. The analysis that has been carried out shows that there is a potential for sharia online marketplace but there is still the need for improvement to be able to grow up.

Alamat Korespondensi:

Surel: nindita.erwanti@ivet.ac.id

p-ISSN 2807-3053

PENDAHULUAN

Tren penggunaan lokapasar daring semakin meroket. Lokapasar daring menjadi penghubung penjual dan pembeli melalui internet sehingga transaksi dapat dilakukan dengan mudah. Lokapasar daring memberikan peluang kepada para pedagang dapat bersaing dalam perdagangan global dan memberikan banyak pilihan produk bagi pembeli (Humaizi dkk., 2020).

Islam mendukung pengembangan niaga elektronik sesuai syariat dengan mempertimbangkan berbagai aspek transaksi (Yusron & Amijaya, 2019). Alquran dan hadis sebagai pedoman umat Islam mengatur hukum jual beli. Jual beli secara daring dibolehkan menurut pandangan Islam selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusak yaitu riba, garar, kezaliman, penipuan, kecurangan dan sejenisnya, dan harus memenuhi rukun dan syarat jual beli (Salim, 2017). Riba adalah adanya tambahan pada transaksi secara batil (Budiantoro dkk., 2018). Transaksi garar adalah transaksi yang memuat keraguan, penipuan, sesuatu yang tampak bagus tetapi faktanya tidak demikian,

bertujuan untuk merugikan orang lain (Qori, 2020).

Masalah pada lokapasar daring yang ada saat ini adalah masih tercampur unsur-unsur yang tidak tepat menurut syariat. Padahal riba tidak hanya dilarang dalam Islam, tetapi juga Kristen dan Yahudi karena riba membebani ekonomi (Prabowo dkk., 2021).

Analisis SWOT merupakan sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. SWOT adalah singkatan dari *strength, weakness, opportunity, threat*. Analisis SWOT mengidentifikasi faktor internal dan eksternal.

Analisis SWOT banyak digunakan untuk niaga elektronik secara umum (Awais, 2012; Kaur, 2015), tetapi identifikasi lokapasar daring syariah secara khusus masih kurang. Maka dari itu, tujuan dari artikel ini adalah mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman lokapasar daring syariah yang dapat digunakan untuk perencanaan memasuki area lokapasar daring syariah.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder diperoleh dari berbagai jurnal, buku, artikel dan publikasi lainnya dari internet yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kekuatan

Transaksi-transaksi yang dilakukan sesuai syariat Islam, tidak ada riba, garar, dan kezaliman. Pembeli tidak perlu khawatir terjebak pada transaksi yang diharamkan sehingga berdosa, bahkan riba merupakan dosa besar. Contoh hal yang tidak sesuai di lokapasar daring umum dalam penjualan barang riba yaitu emas dan perak, adanya jeda antara pembelian dan penerimaan barang. Hal tersebut tidak diperbolehkan. Lokapasar daring umum juga memberi promo tertentu untuk pembayaran dengan uang elektronik secara khusus yang dapat berujung riba. Lokapasar daring syariah melarang para penjual melakukan transaksi yang tidak dibenarkan dalam syariat.

Produk yang dijual hanyalah produk halal menurut pandangan Islam sehingga pembeli tidak perlu khawatir. Lokapasar daring syariah melarang penjual menjual produk-produk yang jelas keharamannya sesuai yang tertulis dalam Alquran dan hadis seperti alkohol. Selain itu, produk yang dilarang dijual menurut aturan pemerintah juga tidak ada.

Foto atau video produk yang ditampilkan sesuai syariat sehingga pembeli nyaman ketika menjelajahi lokapasar daring untuk mencari produk yang diinginkan. Foto atau video produk tidak menampilkan aurat yang dapat menimbulkan fitnah laki-laki maupun perempuan. Islam tidak membolehkan memandang aurat orang lain.

Kelemahan

Lokapasar daring syariah masih sulit memikat konsumen. Lokapasar daring syariah tidak melakukan strategi jor-joran sebagaimana yang lumrah dilakukan oleh lokapasar daring secara umum, itulah mengapa beberapa lokapasar daring konvensional pun tumbang. Rata-rata lokapasar daring syariah hanya diketahui komunitas tertentu, belum dikenal banyak oleh masyarakat umum. Masyarakat juga masih kurang kesadaran dengan syariat Islam dalam bermuamalah. Transaksi-transaksi yang tidak dibenarkan dalam Islam masih banyak dilakukan di Indonesia.

Lokapasar daring syariah menuntut penjual benar-benar memahami bab jual-beli berdasarkan pandangan Islam. Pedagang harus belajar terlebih dahulu dan benar-benar memerhatikan ketentuan. Hal tersebut terlihat menyulitkan bagi beberapa orang, apalagi bagi nonmuslim. Walaupun sebenarnya jual-beli dalam Islam tidak rumit dan dapat dipelajari. Nonmuslim juga dapat bergabung.

Peluang

Masyarakat sudah familier melakukan belanja secara daring. Tren belanja daring semakin

meningkat dari tahun ke tahun. Bahkan pada awal tahun ini, DataReportal (2021) melaporkan 87,1% dari pengguna internet di Indonesia membeli produk lewat daring. Angka tersebut menempatkan Indonesia pada peringkat pertama di dunia. Pandemi covid-19 juga membuat orang memilih belanja daring (Sardjono dkk., 2021). Pada akhirnya, belanja daring sudah menjadi kebiasaan dan gaya hidup bagi beberapa orang.

Mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Hasil sensus penduduk pada tahun 2010, jumlah penduduk muslim di Indonesia sebesar 87,18% (Na'im & Syaputra, 2010). Ini mengindikasikan adanya kebutuhan produk sesuai pandangan Islam (Hamid dkk., 2019).

Dibandingkan jumlah lokapasar daring konvensional, jumlah lokapasar daring syariah di Indonesia masih tergolong belum banyak. Hanya ada beberapa lokapasar daring yang menerapkan prinsip syariah sepenuhnya, diantaranya adalah muslim lifeshop, pasar tijari.

Ancaman

Persaingan lokapasar daring secara umum di Indonesia cukup berat. Banyak yang bermain di bisnis ini. Beberapa lokapasar daring yang sempat hadir akhirnya tumbang. Lokapasar daring konvensional yang sudah banyak dikenal oleh mayoritas masyarakat sering memberikan promo yang menarik kepada konsumen. Mereka memiliki dukungan dana yang lebih besar.

Teknologi akan selalu berhadapan dengan kejahatan siber. Kejahatan dalam bentuk apapun dapat terjadi. Pada dasarnya kejahatan dapat dilakukan oleh siapapun. Oknum yang tidak bertanggungjawab dapat merusak kepercayaan konsumen. Faktor kepercayaan menjadi pertimbangan penting untuk melakukan transaksi melalui lokapasar daring di Indonesia (Sfenrianto dkk., 2018). Tidak mudah bagi lokapasar daring mengontrol para pedagangnya agar menjalankan transaksi sesuai syarat yang berlaku.

Tabel 1 Analisis SWOT lokapasar daring syariah

Kekuatan Hanya produk halal yang dijual. Transaksi bebas riba dan garar.	Kelemahan Masih sulit memikat konsumen. Penjual dituntut paham jual-beli menurut syariat.
Peluang Masyarakat familier dengan belanja daring. Penduduk di Indonesia mayoritas beragama Islam. Lokapasar daring syariah belum banyak.	Ancaman Persaingan antar lokapasar daring. Kejahatan siber.

SIMPULAN

Analisis SWOT menunjukkan adanya potensi lokapasar daring syariah, baik itu kekuatan internal yang sudah dimiliki maupun peluang yang dapat diraih. Tetapi lokapasar daring syariah masih perlu dikembangkan untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki dan ancaman yang mungkin muncul. Penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya tentang lokapasar daring syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Awais, M. (2012). *Advanced SWOT Analysis of E-Commerce*. www.IJCSI.org
- Budiantoro, R. A., Sasmita, R. N., & Widiastuti, T. (2018). Sistem Ekonomi (Islam) dan Pelarangan Riba dalam Perspektif Historis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(01), 1. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i1.138>
- DataReportal. (2021). *Digital 2021 Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Hamid, A., Said, M., & Meiria, E. (2019). Potency and Prospect of Halal Market in Global Industry: An Empirical Analysis of Indonesia and United Kingdom. *Business and Management Studies*, 5(2), 54. <https://doi.org/10.11114/bms.v5i2.4167>
- Humaizi, H., Asmara, S., Sis, R. L., & Yusuf, M. (2020). The Use of Online Marketplace Website in Indonesia: A Study of Consumers' Motives and Gratification. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (IJIM)*, 14(07), 133–148. <https://online-journals.org/index.php/i-jim/article/view/11385>
- Kaur, M. (2015). M-Commerce: SWOT Analysis. *Sai Om Journal of Commerce & Management*, 2(5).
- Na'im, A., & Syaputra, H. (2010). *Kewarganegaraan, Suku Bangsa, Agama dan Bahasa Sehari-hari Penduduk Indonesia*. Badan Pusat Statistik. <https://media.neliti.com/media/publications/49956-ID-kewarganegaraan-suku-bangsa-agama-dan-bahasa-sehari-hari-penduduk-indonesia.pdf>
- Prabowo, B. H., Sulisnaningrum, E., & Harnani, S. (2021). Financial Crisis and Usury in Digital Economic. *Jbfem*, 4(1), 27–46. <https://doi.org/10.32770/jbfem.vol4i27-46>
- Qori, D. El. (2020). TRANSAKSI E-COMMERCE BERBASIS MARKET PLACE: ANTARA AKAD SALAM DAN GHARAR PERSPEKTIF FIQIH MADZHAB SYAF'I. *MIYAH: Jurnal Studi Islam*, 16(2). <https://doi.org/10.33754/miyah.v16i2.351.g257>
- Salim, M. (2017). Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam. *Al Daulah : Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan*, 6(2), 371–386. <https://doi.org/10.24252/ad.v6i2.4890>
- Sardjono, W., Selviyanti, E., Mukhlis, M., & Tohir, M. (2021). Global issues: Utilization of e-commerce and increased use of mobile commerce application as a result of the covid-19 pandemic. *Journal of Physics: Conference Series*, 1832(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1832/1/012024>
- Sfenrianto, S., Wijaya, T., & Wang, G. (2018). Assessing the buyer trust and satisfaction factors in the E-marketplace. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 13(2), 43–57. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762018000200105>
- Yusron, M. S., & Amijaya, R. N. F. (2019). E-Commerce Based on the Law of Buying and Selling in Islam. *KnE Social Sciences*, 3(13), 1360. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i13.4290>