

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Islam memandang masalah ekonomi tidak dari sudut pandang kapitalis dan tidak juga dari sudut pandang sosialis, akan tetapi Islam membenarkan adanya hak individu tanpa merusak masyarakat. Konsep ekonomi Islam yaitu meletakkan aspek moral maupun material kehidupan sebagai basis untuk membangun kekuatan ekonomi di atas nilai-nilai moral, yang tentunya membawa konsekuensi adanya transaksi muamalah serta pertukaran barang dan jasa. Bermuamalah khususnya perdagangan, adalah merupakan salah satu jenis usaha untuk mengembangkan hak milik yang dibenarkan oleh syariah. Secara umum perdagangan secara Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda sewaktu transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara kongkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu (Santoso, 2016).

Konsep bisnis syariah mulai berkembang ditandai dengan kesadaran masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya muslim terhadap keharusan menggunakan dan memanfaatkan produk (barang maupun jasa) yang halal dan barokah. Manusia selalu berinteraksi dengan sesamanya untuk mengadakan berbagai transaksi ekonomi melalui bisnis, salah satunya adalah jual beli.

Jual beli memang boleh dilakukan asalkan sesuai dengan tuntunan ajaran islam. Tentu saja yang dimaksud adalah jual beli secara *offline* dimana pelanggan bertatap muka langsung dengan pedagang dan melihat langsung produk yang ingin dibeli. Jual beli adalah bentuk dasar dari kegiatan ekonomi manusia. Lalu bagaimana dengan jual beli online yang marak saat ini, dimana proses jual beli dilakukan secara elektronik melalui internet juga *website*.

Untuk bisnis online atau *e-commerce*, Islam adalah satu-satunya Agama utama yang dibawa oleh seorang pebisnis, walaupun, dalam kenyataan Yahudi, Kristen dan Islam kesemuanya asal mulanya juga dari seorang pebisnis yaitu Ibrahim yang merupakan nenek moyang dari Musa, Isa dan Muhammad *Shallallahu 'alaihi wa sallam*. Islam tidak pernah memiliki permusuhan dengan profesi pedagang. Bahkan ajaran Islam memberikan referensi yang khusus kepada proses yang berkenaan transaksi bisnis barang dan jasa. Dalam *Al-Qur'an*, Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan Riba (2:275). Dalam tradisi disebut hadist (Ucapan atau perbuatan dari Nabi Muhammad *Shallallahu 'alaihi wa sallam*.), Nabi Muhammad pernah bersabda bahwa, "*Seorang pedagang yang jujur, (klak di hari kiamat akan dikumpulkan oleh Allah) bersama para nabi, shiddiqin, dan para syuhada.*"(HR. At-Tirmidzi).

Pada saat ini dengan teknologi yang semakin canggih pada tiap-tiap bidang kehidupan manusia, segala usaha dan kegiatan manusia akan semakin terasa mudah, yaitu dengan ditandai munculnya internet. Penemuan

internet merupakan sebuah penemuan yang berdampak besar bagi masyarakat. Manfaat dari adanya internet kini tak hanya dirasakan oleh masyarakat di bidang teknologi dan informasi saja, namun berjuta-juta orang dari seluruh lapisan masyarakat di seluruh dunia juga turut merasakan manfaat tersebut. Salah satu bidang yang mendapat manfaat secara langsung dari adanya internet adalah perekonomian. Penggunaan internet dalam media maya ini dikenal dengan sebutan *e-commerce*. Menurut Santoso (2016) *E-commerce* adalah jual beli online yang memberikan dampak yang sangat positif yakni dalam kecepatan dan kemudahan serta kecanggihan dalam melakukan interaksi global tanpa batasan tempat dan waktu, juga tanpa batasan geografis antar negara.

Bentuk jual beli online adalah jual beli dengan pembayaran dimuka dan penyerahan barang di kemudian hari (*advanced payment* atau *forward buying* atau *future sales*) dengan harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal dan tempat penyerahan yang jelas, serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian. Barang yang diperjualbelikan belum tersedia pada saat transaksi dan harus diproduksi terlebih dahulu, seperti produk-produk pertanian dan produk-produk *fungible* (barang-barang yang dapat diperkirakan dan diganti sesuai berat, ukuran dan jumlahnya) lainnya. Barang-barang *fungible* seperti batu mulia, lukisan berharga dan lain-lain yang merupakan barang langka tidak dapat dijadikan objek *salam*. Resiko terhadap barang yang diperjualbelikan masih berada pada penjual sampai waktu penyerahan barang. Pihak pembeli berhak untuk meneliti dan dapat menolak barang

yang akan diserahkan apabila tidak sesuai dengan spesifikasi awal yang disepakati (Qusthoniah, 2016).

Meningkatnya jumlah pengguna internet yang berdampak pada meningkatnya omset perdagangan elektronik ini nyatanya menimbulkan beberapa masalah dalam bidang keuangan, salah satunya adalah pajak penjualan internet. Adanya perdagangan elektronik yang tidak mengenal batas geografis tentunya juga menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana peraturan perpajakan dalam mengantisipasi adanya penghasilan dari transaksi *e-commerce*. Tanpa adanya regulasi perpajakan yang tepat atas transaksi *e-commerce*, potensi penerimaan pajak atas transaksi *e-commerce* dapat menjadi hilang.

Model bisnis modern tidak menghadirkan pelaku usaha bisnis secara fisik dan tidak memakai tandatangan asli disebut dengan *e-commerce*, pasalnya didalam dunia virtual, *e-commerce* telah mereformasi perdagangan konvensional, dimana interaksi konsumen dan perusahaan yang sebelumnya dilakukan secara langsung menjadi interaksi yang tidak langsung. *E-commerce* telah mengubah bisnis paradigma klasik dengan menumbuhkan model-model interaksi antara produsen dan konsumen di dunia. Alhasil internet dapat digunakan untuk melakukan perjanjian perniagaan dan meningkatkan lalu lintas perekonomian (Tim BPKN, 2018).

Banyak perusahaan memanfaatkan kecanggihan teknologi ini untuk melakukan perjanjian jual beli dan penjualan agar lebih mudah dipasarkan, *e-commerce* menjadi alternatif perdagangan yang efisien dan efektif dari

segi waktu, tenaga maupun biaya. Ditengah-tengah buruknya infrastruktur transportasi, isu kemacetan dan buruknya sarana transportasi massal kepusat-pusat perbelanjaan tentu membuat konsumen harus berupaya tinggi untuk dapat berbelanja. Dengan *e-commerce* masalah ini dapat teratasi (Najmi, 2018).

Di sisi lain, seiring bertambahnya masyarakat yang menggunakan jasa onlineshop dalam bertransaksi jual beli, bertambah pula jumlah kasus penipuan dalam transaksi ini. Namun, belum ada jumlah yang pasti terhadap pelanggaran tersebut. Dalam salah satu alamat web site yang menyediakan lapaknya bagi para konsumen yang mengalami penipuan saat berbelanja online shop. Belum adanya keteraturan dalam sistem bisnis online ini, membuat penulis ingin mengetahui bagaimana etika bisnis yang harus dilakukan ketika menjalankan transaksi melalui online.

Transaksi atau bisnis melalui *virtual world* (dunia maya) atau media internet yang disebut dengan istilah *electronic commerce* atau *e-commerce*, sudah cukup lama dikenal di Indonesia, dan telah berkembang pesat dengan jumlah pengguna internet mencapai 88.1 juta dan nilai transaksi yang telah dilakukan oleh masyarakat Indonesia mencapai angka 130 triliun rupiah pada tahun 2016 (Anggraini, 2018).

Lebih lanjut, Baidowi (2011) dan Syaifullah (2014) menjelaskan bentuk-bentuk dari etika bisnis dalam jual beli berdasarkan perspektif Islam. Adanya beberapa peneliti terdahulu yang telah membahas etika bisnis online shop dalam perspektif Islam, membuat penulis ingin mengambil posisi

penelitian berfokus pada asas maqashid syariah dalam melakukan bisnis online.

Penelitian Wulandari (2016) menemukan bahwa Bukalapak.com sudah mengikuti etika bisnis yang telah dicontohkan oleh Rasulullah Shallallahu ‘alihi wa sallam. Namun, terdapat beberapa aspek yang belum terpenuhi diakibatkan beberapa pihak yang tidak bertanggung jawab, seperti pelapak yang tidak jujur, pelapak yang tidak menjaga hak konsumen, pembeli yang kurang ramah atau menggunakan bahasa yang kurang sopan, pembeli yang tidak menjaga hak pelapak, dan pihak Bukalapak yang tidak menanggapi keluhan pelanggan dan pelapak secara cepat dan tepat. Implementasi maqashid syariah, empat penjagaan diantaranya sudah dapat melindungi konsumen dari hak-haknya. Seperti perlindungan terhadap agama, jiwa, akal dan keturunan. Sedangkan dalam perlindungan terhadap harta, Bukalapak belum dapat melindungi hak konsumen secara menyeluruh.

Adapun fenomena yang ditemukan oleh penulis berdasarkan pengalaman kerabat penulis (seterusnya disebut sebagai konsumen) yang bertransaksi di Bukalapak.com mengalami kerugian. Yang mana konsumen tersebut ingin membeli suatu barang dan telah membayar sejumlah uang namun pihak pelapak tidak bisa melanjutkan transaksi tersebut dikarenakan berbagai hal. Uang yang sudah di bayar ke pihak Bukalapak.com, seharusnya dapat kembali berbentuk uang elektronik. Namun, dengan keterbatasan pengetahuan konsumen untuk memproses uang kembali

mengakibatkan uang tersebut tidak dapat kembali. Dari fenomena tersebut penulis beranggapan tidak adanya transparansi dari pihak Bukalapak.com akan kejelasan pengalokasian uang tersebut.

Berdasarkan data awal terhadap marketplace Bukalapak.com, penulis juga menemukan bahwa jual beli online yang dilakukan masih menemukan masalah seperti masa kirim produk yang terlalu lama, produk yang dikirim ke konsumen tidak sesuai pesanan dari jumlah dan kualitas yang dilihat konsumen pada beranda Bukalapak.com, produk yang dikirim tidak bungkus rapi sehingga pembungkusnya sobek atau koyak, pembeli yang kurang ramah atau menggunakan bahasa yang kurang sopan, pihak Bukalapak.com yang tidak menanggapi keluhan pelanggan secara cepat, produk yang dijual tidak semua dijamin kehalalannya karena pembeli tidak bisa melihat produk dan keterangan produk secara langsung.

Selain permasalahan tersebut diatas, yang membuat penulis tertarik untuk mengambil *marketplace* Bukalapak.com sebagai objek dari penelitian ini adalah pada *website* Bukalapak.com menyediakan fitur-fitur Islami seperti Buka Qur'an dan Info Shalat, yang mana Bukalapak.com ini menjadikan dirinya sebagai satu-satunya *marketplace* yang menyediakan fitur Islami.

Secara ilmiah, Bukalapak.com menjadi pilihan penelitian ini karena Berdasarkan data di lapangan hasil survei dari Alexa menyebutkan bahwa bukalapak.com pada tahun 2016 berada pada posisi ke-348 di dunia dan posisi ke-9 di Indonesia. Posisi ini merupakan posisi teratas sementara untuk

marketplace di Indonesia (Alexa, 2016). Kemudian kebijakan sistem yang telah ditetapkan oleh pihak Bukalapak.com diintegrasikan dengan visi perusahaan, yaitu transaksi jual beli jaminan aman 100%. Kalimat ini membuat penulis ingin mengetahui, apakah selama berjalannya usaha ini semua aman sesuai etika bisnis.

Secara ekonomi, Bukalapak.com sudah menjadi market baru bagi perdagangan atau jual beli di Indonesia. Informasi Kompas.com (2018) Bukalapak.com menginformasikan bahwa jumlah pelapak pada tahun 2018 hampir mencapai 3 juta *merchant*, 50 juta pengguna aktif setiap bulannya. Jumlah penggunaan ini tentu sudah mencakup 20% penduduk Indonesia. Secara ekonomi tentu ini sangat perlu diperhatikan pemerintah maupun oleh pemilik bisnis online ini sendiri agar bisnis yang ada tetap pada koridor atau etika bisnis yang normal/wajar.

Berdasarkan pemaparan data, fakta, dan fenomena yang ada, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul skripsi: **Analisis Penerapan Etika Bisnis pada Jual Beli Online dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Marketplace Bukalapak.Com).**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana mekanisme transaksi pada *marketplace* Bukalapak.com?
2. Mengapa konsumen memilih menggunakan transaksi di *marketplace* ini?

3. Apakah penerapan etika bisnis pada jual beli online itu sudah sesuai dengan kebijakan ekonomi syariah Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui mekanisme transaksi pada *marketplace* Bukalapak.com
2. Untuk mengetahui alasan konsumen memilih menggunakan transaksi di *marketplace* ini.
3. Untuk mengetahui apakah penerapan etika bisnis pada jual beli online itu sudah sesuai dengan kebijakan ekonomi syariah Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis
 - a. Diharapkan dapat memberikan pandangan atau sebagai referensi bagi pelaku usaha atau pelapak mengenai Analisis Penerapan Etika Bisnis pada Jual Beli Online dalam Perspektif Islam pada *marketplace* Bukalapak.Com.
 - b. Sebagai bahan bacaan untuk mahasiswa ekonomi syariah khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
2. Manfaat Praktis
 - a. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
 - b. Diharapkan dapat menjadi acuan bagi pihak bukalahap.com terkait Analisis Penerapan Etika Bisnis pada Jual Beli Online dalam Perspektif Islam pada *marketplace* Bukalapak.Com.