

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Pada saat ini hampir seluruh negara di dunia merasakan dampak perubahan yang luar biasa dari adanya era digital, era digital merupakan keadaan pada suatu masa di kehidupan umat manusia yang mana seluruh aspek yang mendukung kehidupan masyarakat di permudah oleh suatu teknologi yang canggih, yang tujuannya untuk menggantikan teknologi di masa lampau dengan teknologi yang lebih modern dan praktis.

Pengaruh yang di berikan oleh internet pada seluruh bidang pendukung kehidupan manusia sangat besar, salah satu bidang yang mendapatkan dampak besar dari adanya internet adalah bidang ekonomi dan bisnis. Karenanya salah satu kegiatan ekonomi yaitu bisnis dan perdagangan yang di lakukan secara online telah berkembang pesat sejak tahun 2011 hingga kini dan memiliki prospek yang baik pada masa yang akan datang di Indonesia (Antariksa, 2020).

Jika berbicara tentang pembayaran, sebenarnya dalam *e-commerce* tidak terlalu jauh beda dengan pembayaran pada toko fisik, namun yang jadi sedikit pembeda adalah jika di toko fisik konsumen dapat membayar secara tunai serta dengan debit card, dalam transaksi online tidak dapat secara tunai, kecuali melakukan perantara seperti pembayaran pada supermarket yang menyediakan pembayaran *e-commerce*. Konsumen juga dapat membayar secara tunai dalam kurir, hal ini dilakukan hanya pada toko *online* yang menyediakan saja, sehingga konsumen dapat membayar tunai kepada kurir

yang akan mengantarkan barang tersebut ke alamat tinggal dari konsumen, transaksi ini disebut dengan COD (*Cash On Delivery*) atau pembayaran di tempat. Dalam pembayaran transaksi online juga diterima menggunakan kartu kredit, dan juga smartcard.

Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 yang telah diubah dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) aturan ini merupakan aturan hukum mengenai internet pertama di Indonesia. Dalam aturan hukum yang ada seperti yang disebutkan perdagangan diatur di dalamnya. Dalam hal ini *e-commerce* secara cukup jelas tertuang dalam aturan tersebut mulai dari, pengertian, pemahaman, dasar hukum, penyelenggara, hubungan hukum pelaku transaksi elektronik serta informasi akurat, dan perlindungan terhadap konsumen.

Dalam hal hubungan konsumen serta penyedia jasa dalam *e-commerce* tetap adanya persyaratan berupa materi dan adanya pengesahan hukum yang terlibat di dalamnya. Walaupun dalam hal ini, dalam melaksanakan transaksi elektronik, konsumen dengan penyedia jasa tidak bertemu dan bertatap muka secara langsung, namun tetap secara hukum adanya perjanjian yang sah sangat diperlukan sebelum memulai adanya transaksi *online* tersebut, agar terhindarnya sengketa antara konsumen dengan penjual di masa depan.

Berdasarkan ketentuan pasal 65 Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mengatur dasar perdagangan secara elektronik, dalam melaksanakan transaksi elektronik berupa media online, syarat wajib yang harus diperhatikan adalah penjual barang atau jasa harus mencantumkan

informasi yang secara jujur, asli serta akurat kepada konsumen. Perdagangan melalui sistem elektronik dalam transaksi elektronik memberikan penjelasan mengenai adanya pengaturan dalam transaksi elektronik. Setiap pelaku dagang usaha atau jasa dalam adanya transaksi elektronik wajib menyertakan informasi tentang barang dan jasa yang diperjual belikan secara jujur, terbuka serta akurat. Serta setiap pelaku dagang dan usaha sangat dilarang keras dalam melakukan perdagangan, dimana jika barang atau jasa yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan, karena hal ini sangat bertentangan dengan pengaturan hukum yang berlaku atas perdagangan.

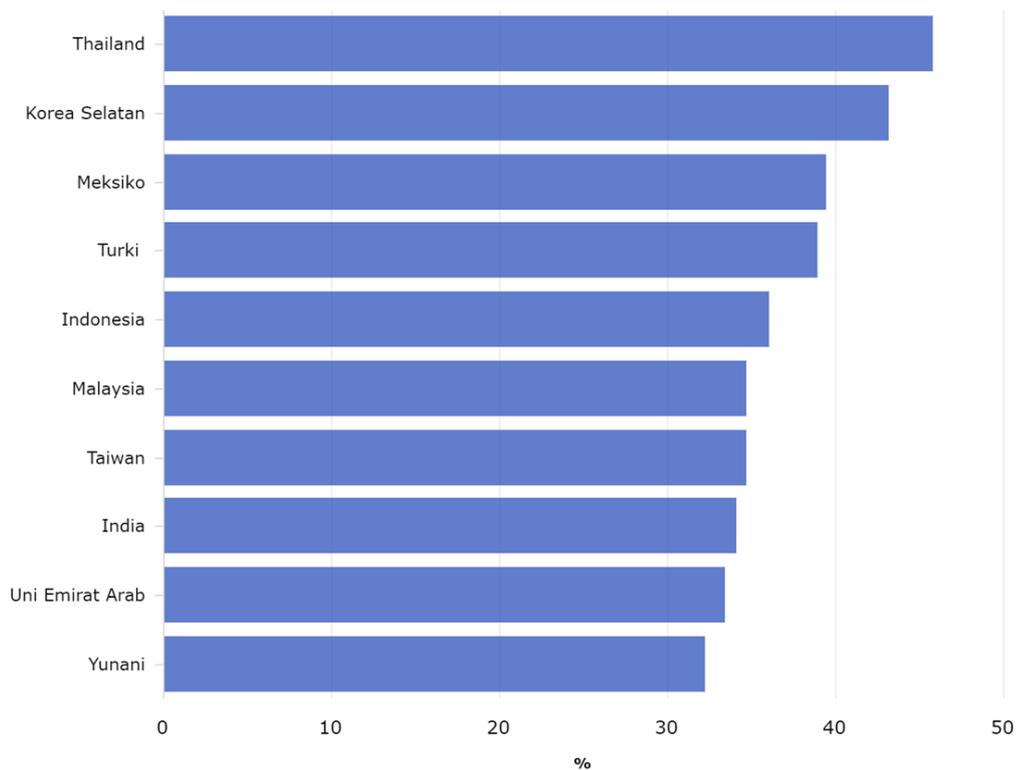
Dalam memenuhi persyaratan data PME (Pemantapan Mutu Eksternal), pelaku usaha dan jasa wajib menyertakan identitas diri, serta sertifikat legalitas yang ada sebagai produsen maupun pelaku usaha dan jasa, serta adanya sertifikasi barang secara legal, sertifikasi barang dengan detail yang lengkap, sertifikasi keaslian dari barang atau jasa yang diperjual belikan, cara melakukan transaksi, serta cara pengiriman barang sampai ke tangan konsumen.

Hal tersebut tentunya mempengaruhi penggunaan *E-Commerce* di Indonesia. Dikutip dari katada.co.id hasil survei yang di lakukan oleh *We Are Sosial* pada April 2021 Indonesia menduduki peringkat tertinggi penggunaan *E-Commerce* di dunia dengan 88,1 % dari total penggunaan internet di Indonesia (Lidwina, 2021). Hal ini dikarenakan relevannya praktik bisnis online dimasa sekarang, terlebih saat ini pemerintah seringkali menerapkan kebijakan untuk mencegah penyebaran *Covid-19* seperti PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) dan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang

berdampak pada cepatnya perubahan para usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) dari berjualan *offline*, menjadi berjualan *online*.

10 negara dengan pengguna *E-Commerce* tertinggi di dunia

Gambar 1.1 persentase pengguna *E-Commerce* di Indonesia (sumber: **Katadata.com**)



 katadata.co.id

 databoks

Data dari *startup E-commerce* website builder TokoTalk menunjukkan bahwa pada Februari hingga April 2021, jumlah UMKM yang mendaftar di platform nya dan mulai membuat website, meningkat 35 persen. Dari UMKM yang mendaftar, Jabodetabek memiliki jumlah terbesar yaitu 25 persen dari jumlah keseluruhan, disusul dengan Jawa Barat 15 persen dan Jawa Tengah sebanyak 13 persen. Sementara itu dari sisi konsumtif data dari *iprice* memang menunjukkan minat belanja konsumen secara *online* sepanjang pandemic *covid-*

19 kini semakin agresif. Tentunya hal ini di karenakan adanya fasilitas internet melalui website market place *online* masyarakat dengan mudah tanpa memandang ruang dan waktu dimanapun dan kapanpun masyarakat atau konsumen bisa dengan praktis berbelanja kebutuhan hidupnya. Khususnya di masa pandemic *covid-19* komoditas Kesehatan menjadi komoditas yang banyak diminati masyarakat. Minat konsumen untuk membeli produk Kesehatan seperti handsanitizer secara online misalnya, meroket sampai 5,585 persen, diikuti vitamin C dengan nyaris 2,000 persen sepanjang bulan bulan September hingga oktober 2020 lalu (Cahyadi,2020).

Dengan fitur yang lebih lengkap serta praktis menjalankan bisnis secara *online* selain sebagai jalan keluar bagi para pelaku UMKM dimasa pandemic *Covid-19* yang membuat terbatasnya kegiatan masyarakat, bisnis dengan menggunakan fasilitas internet tentunya memiliki banyak keuntungan baik bagi produsen maupun konsumen. Keuntungan yang didapat dari sisi produsen yaitu mendapatkan beberapa keuntungan seperti pengeluaran modal usaha yang tidak terlalu besar, jam kerja yang tidak terpaku sehingga bisa menyesuaikan, jangkauan pasar yang lebih luas tidak seperti bisnis yang dilaksanakan secara *offline* produsen bisa menjangkau konsumen antar kota bahkan antar negara tidak hanya sebatas pada daerah teritorial saja. Juga pelayanan mudah dan cepat dan praktis didimana hari ini bisnis yang dilaksanakan melalui fasilitas internet tentunya lebih praktis tanpa terhalang ruang dan waktu (Antariksa, 2020). Selain keuntungan yang dihasilkan dari sisi produsen adanya praktik bisnis yang dilaksanakan melalui fasilitas internet memberikan dampak pada sisi konsumen.

Dari sisi konsumen keuntungan belanja *online* diantaranya seperti dapat dijangkau dengan mudah, menghemat waktu, biaya, dan tenaga (Haris, 2019). Namun, di balik itu semua sudah sewajarnya segala sesuatu di suatu sisi memiliki kelebihan dan di sisi lain memiliki kekurangan.

Tentunya dari jangkauan pasar yang sangat luas dan praktisnya proses transaksi dengan tidak perlu berjumpa antara penjual dan pembeli meningkatkan kemungkinan adanya penipuan baik yang dilakukan oleh produsen atau bahkan oleh seorang konsumen. Tercatat praktik penipuan yang terjadi akibat transaksi bisnis yang dilakukan secara *online*, seperti banyaknya penipuan pada September 2018 menurut data laporan yang disampaikan oleh kominfo tercatat 16.678 kasus penipuan *online*. Pada tahun 2018 lebih dari 14.000 merupakan laporan penipuan transaksi *online* (Dwi Estijayandono, 2019). Hal ini tentunya bukan sebuah pelanggaran yang bisa dinormalisasi, penipuan sendiri merupakan tingkah laku yang bertentangan dengan norma, moral bahkan etika baik dari sudut pandang hukum agama dalam hal ini adalah hukum syara.

Penulis menemukan kasus perilaku penjual pada aplikasi bisnis *online* shopee yang bisa merugikan para konsumen, salah satunya adalah ketidaksesuaian gambar dan deskripsi yang ditampilkan dengan barang asli. Penipuan merupakan suatu sikap atau perilaku yang bertentangan dengan norma, baik dari sudut pandang norma agama maupun sudut pandang norma masyarakat. Sayangnya hal tersebut masih tidak asing terjadi di dunia bisnis tidak terkecuali pada praktik jual beli *online*. Contoh kasus penipuan dalam praktik transaksi jual beli *online* salah satunya adalah tidak sesuai gambar/foto dengan barang aslinya,

secara tidak langsung hal ini merupakan penipuan dimana penjual tidak memberikan gambar sesuai dengan aslinya (Maghfiroh, 2020). Seperti yang terjadi pada 10 Agustus 2020 di toko Miracholecct merupakan suatu cabang *online shop* dari miracholecct yang menjual busana muslim wanita. Miracholecct sendiri merupakan *online shop* yang memiliki beberapa cabang yang tiap cabangnya menjual komoditas yang berbeda, miracholecct sendiri merupakan *online shop* yang tergolong cukup besar dimana beberapa produknya sudah terjual ribuan sedangkan untuk pengikutnya ada 79,4 ribu dari 74 ribu responden pembeli di miracholecct ada 72 ribu responden yang memberikan rating dengan bintang 5, ada 1400 responden yang memberikan rating bintang 4, ada 350 responden yang memberikan rating 3 dan ada beberapa diantaranya yang menyatakan bahwa produk yang dikirimkan cacat, produk yang dikirimkan tidak sesuai, dan adapun yang hanya memberikan rating bintang satu tanpa ada komentar yaitu sebanyak 100 responden, hal ini membuat adanya indikasi pelanggaran etika bisnis dengan adanya praktik penipuan yaitu ketidaksesuaian antara gambar atau deskripsi dengan barang aslinya. Pada produk manset leher dimana pada deskripsi produk dijelaskan bahwa produk tersebut berbahan halus namun pada kolom penilaian produk salah satunya penulis menemukan komentar dari pelanggan dengan nama *rizqiaryani* menyatakan bahwa produk tidak sesuai dengan deskripsi dimana pelanggan tersebut menyampaikan bahwa manset leher yang dikirim oleh toko miracholecct bahannya kasar.

Hal ini jika ditinjau dari perspektif Islam tentunya sangat bertentangan, dimana penipuan (*tadlis*) menurut adiwarman, dalam (Muhammad Saifullah,

2011) *tadlis* secara kualitas disebabkan oleh ketidak tepatan pemberian informasi pedagang atas kondisi barang, seperti menyembunyikan kekurangan dan kecacatan. Temtunya dalam prinsip ekonomi islam salah satunya ada prinsip *Nubuawah*, artinya bahwa nabi Muhammad SAW merupakan teladan untuk manusia dalam berperilaku, khususnya dalam ekonomi dan bisnis. Dimana nabi Muhammad SAW memiliki sifat-sifat utama salah satunya adalah sifat *sidiq* (jujur), yang mana sifat ini bertentangan dengan perilaku *tadlis* (penipuan). Demikian juga islam memerintahkan penganutnya untuk senantiasa bersikap jujur tidak terkecuali dalam melaksanakan transaksi jual beli.

Dalam beberapa ayat, Allah Ta'ala telah memerintahkan untuk berlaku jujur. Di antaranya pada firman Allah Ta'ala Q.S. At-Taubah ayat 119:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ .

Terjemahnya : “*Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaknyalah kamu Bersama orang-orang yang benar*”. (Merdeka.Com). Ayat diatas menjelaskan bahwa setiap orang yang beriman diseru agar senantiasa bertakwa dan hendaklah senantiasa bersama orang-orang yang benar dan berlaku jujur dalam segala hal termasuk didalam kegiatan berbisnis.

Dalam prinsip ekonomi islam setiap prinsip *nubuawah* didalamnya ada prinsip tauhid (prinsip ketuhanan). Prinsip tauhid ini menjadikan praktik bisnis dan ekonomi sebagai sarana ibadah kepada Allah SWT. Karena itu segala aktivitas manusia yang berhubungan dengan sumber daya alam ataupun manusia (*muamalah*) harus dikemas secara rapih agar bisa tetap menjaga hubungan

dengan Allah SWT, karena kepadanya setiap kegiatan kita termasuk kegiatan ekonomi dan bisnis di pertanggung jawabkan kepadanya (Karim, 2017).

Etika merupakan studi yang membahas mengenai perbuatan yang sah dan benar dan pilihan moral, etika juga di artikan sebagai perbuatan standar yang mengontrol individu dalam kegiatan ekonomi dan bisnis (Ningsih, 2020). Hal itulah yang menjadi pandan para pelaku ekonomi dan bisnis islam. Etika dalam setiap kehidupan masyarakat selalu memberikan Batasan kepada seseorang dalam bertingkah laku dan bersikap. Etika merupakan sebuah refleksi dari seseorang yang ingin berbuat baik yang pada gilirannya menimbulkan kesejahteraan. Maka dari itu perlu adanya kesadaran dari pihak produsen khususnya untuk mengimplementasikan etika bisnis islam Ketika sedang melaksanakan proses transaksi jual beli secara *online* di aplikasi terkhusus di aplikasi shopee yang hari ini di Indonesia shopee merupakan sebuah aplikasi market place *online* yang paling sering digunakan oleh masyarakat. Penerapan etika bisnis pun harus melekat pada produsen atau penjual agar menjaga kepercayaan dari pihak konsumen dan meminimalisir adanya perilaku yang melanggar etika dalam berbisnis. Selain dalam prinsip ekonomi islam, praktik penipuan juga sangat bertentangan dengan prinsip etika bisnis islam yaitu prinsip kebenaran/kejujuran. Dalam islam seorang pedagang haruslah menanamkan sifat jujur dalam melaksanakan suatu bisnis yang etis agar tujuan dari bisnis dapat tercapai.

Maka dari itu etika bisnis berfungsi sebagai *controlling* terhadap pelaksanaan kegiatan ekonomi dan bisnis, begitupun dalam pandangan islam

etika bisnis berfungsi sebagai pagar pembatas antara hak dan batil. Maka dari itu prinsip penerapan etika bisnis harus dimiliki oleh setiap perilaku bisnis yang melaksanakan aktivitas ekonomi agar tujuan bisnis dapat tercapai terjunjungnya kesejahteraan bagi masyarakat, demikian maka perlu adanya penelitian yang bertujuan untuk menganalisa sejauh mana penerapan etika bisnis islam yang sudah tertulis dalam Al qur'an dan Sunah dengan Nabi Muhammad sebagai teladannya.

Maka latar belakang diatas penulis tertarik melakukan suatu penelitian ilmiah yang diberi judul “ **ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA E-COMMERCE DI PLATFORM SHOPEE**”.

B. Rumusan masalah

Rumusan masalah adalah sebuah pertanyaan yang jawabannya dicari melalui sebuah pengumpulan data serta penelitian yang dilakukan berdasarkan tingkat explansi. Berdasarkan pada latar belakang diatas maka disimpulkan rumusan masalah pada penelitian kali ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan etika bisnis islam dalam operasional bisnis *online* di Mirachollecct ?
2. Bagaimana manfaat penerapan etika bisnis islam pada jumlah transaksi jual beli *online* di Mirachollecct ?

C. Tujuan penelitian

Setiap sebuah penelitian tentunya mempunyai tujuannya masing-masing, sebuah penelitian pasti memiliki target dan target itulah yang

merupakan tujuan dari sebuah penelitian, maka dari itu penelitian itu sebagai berikut :

1. Mengetahui penerapan etika bisnis islam dalam operasional bisnis *online* di Mirachollecct.
2. Mengetahui manfaat penerapan etika bisnis islam pada jumlah transaksi jual beli *online* di Mirachollecct.

D. Manfaat penelitian

Manfaat penelitian merupakan kegunaan hasil sebuah penelitian baik bagi perkembangan program maupun program pengetahuan. Berdasarkan pendahuluan di atas penulis berharap penelitian ini bisa memberikan gambaran sejauh mana para penjual yang ada di shopee mengimplementasikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat akademis

Manfaat akademis dari adanya penelitian ini adalah sebagai literasi dan referensi bagi para pembaca yang diharapkan bisa memberikan wawasan khususnya terkait penerapan etika bisnis islam dalam transaksi jual beli online.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi penulis

Adanya penelitian ini tentunya bermanfaat bagi penulis sebagai sarana sekaligus fasilitator yang potensial untuk mengembangkan pemikiran penerapan teori etika bisnis islam dengan kondisi yang sebenarnya.

b. Bagi pembaca

Diharapkan adanya penelitian ini memberikan tambahan wawasan bagi masyarakat juga sebagai referensi khususnya pembaca.

