

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara umum persoalan yang dihadapi masyarakat bersumber dari jumlah kebutuhan yang tidak terbatas. Kebutuhan masyarakat adalah keinginan untuk mengkonsumsi barang dan jasa. Biasanya manusia tidak akan pernah merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dan prestasi yang telah dicapainya. Apabila kebutuhan dan keinginan sudah terpenuhi, maka keinginan-keinginan baru akan muncul.¹

Semua manusia mempunyai kebutuhan yang beraneka ragam dan harus dipenuhi. Misalnya kebutuhan sandang, pangan dan papan. Mulai dari yang sederhana hingga ada yang mewah ataupun canggih.² Semua itu tergantung dengan pendapatan dan konsumsi tiap orang yang berbeda-beda.

Pada era globalisasi seperti saat ini kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sangat berdampak pada sistem bisnis modern yang mengarah pada perdagangan bebas menggunakan perantara *electronic-commerce* atau disingkat *E-commerce*. Saat ini, *e-commerce* memperkenalkan peluang baru dalam

¹ Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikroekonomi*, cet. Ke-17, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 6

² Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), 268

perdagangan untuk berhubungan antara pelaku usaha dengan pelanggan dan bertujuan untuk membedakan penawaran antara produk dan jasa.³

E-commerce merupakan kebutuhan dari suatu bisnis yang telah maju dan lebih efektif karena transaksi bisnis antara pelaku usaha dan konsumen tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Dengan adanya *e-commerce* berkembang pula sistem bisnis *virtual*, seperti *virtual company* dan juga *virtual store* yang akan memudahkan bagi pelaku usaha dan konsumen.⁴ Keadaan tersebut merupakan peluang bisnis yang sangat menguntungkan bagi pelaku usaha dengan membuat bisnis *online* untuk menawarkan berbagai macam produk dan jasa dan juga memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memenuhi segala kebutuhan seperti *reservasi online*, *order online*, *transaksi online* dan lain sebagainya yang serba *online*.⁵

Pelaku usaha bisnis online biasanya memanfaatkan media sosial seperti: Facebook, Twitter, Blog dan Instagram sebagai media untuk memasarkan dagangannya. Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan pelaku bisnis dalam memasarkan dagangannya. Karena instagram merupakan aplikasi media sosial yang beroperasi di smartphone yang memungkinkan penggunaanya untuk mengambil gambar atau foto, video dan

³ Edy Santoso, *Pengaruh Era Globalisasi terhadap Hukum Bisnis Indonesia*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2018), 94.

⁴ Tetanoe Bernada, *Upaya Perlindungan Hukum Pada Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital Di Indonesia*, Jurnal Hukum dan Peradilan, Vol 6, No. 1, Maret 2017, 2

⁵ R. Bagus Baktiono dan I Puru Artaya, *Memilih Media Sosial Sebagai Sarana Bisnis Online Melalui Pendekatan Uji Categorical*, Jurnal Manajemen Kinerja, Vol. 2, No. 2, Agustus 2016, 1

dilengkapi dengan menambahkan efek/filter serta membaginya kepada pengguna instagram lainnya.⁶

Menurut hasil survei *WeAreSocial.net* dan *Hootsuite*, Instagram merupakan media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak ke-7 di dunia. Indonesia berada pada urutan ke tiga dengan jumlah pengguna aktif sebesar kurang lebih 60juta pengguna per januari 2018.⁷ Selain untuk berbagi foto sebagian pengguna instagram menggunakannya untuk memasarkan produk bisnis. Karena instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki kemudahan dalam penggunaannya, kemudahan dalam mengakses dan fitur-fitur yang lumayan lengkap inilah yang akan mempengaruhi minat penggunanya untuk membuka bisnis *online* dan konsumen untuk melakukan pembelian secara *online* melalui instagram.

Menjamurnya bisnis *online* pada instagram memunculkan peluang bisnis baru yang dikenal oleh masyarakat dengan jasa titip online. Jasa titip online merupakan sebuah layanan pembelian dengan menitipkan kepada seseorang atau penyedia jasa titip tersebut dengan instagram sebagai tempat memasarkannya. Dengan adanya jasa titip online dapat memudahkan *customer* untuk tidak bersusah payah dalam melakukan pembelian secara *online*. Banyaknya *online shop* ternama dengan *followers* atau pengikut instagram yang bisa mencapai

⁶ Bayu Indrayana, Kudang Boro Seminar dan Bagus Sartono, *Faktor Penentu Minat Penggunaan Instagram untuk Pembelian Online Teknologi Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB)*, Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen, Vol. 2, No. 2, Mei 2016, 139

⁷ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia> diakses pada tanggal 18 september 2018

ratusan ribu dapat membuat customer berebut untuk membeli produk atau barang yang dipasarkan oleh *online shop*. Faktor lainnya yaitu jumlah produksi barang yang sedikit atau *limited* dengan peminat yang sangat banyak, jadwal *open order* yang bersamaan dengan aktivitas pembeli seperti sedang bekerja atau lainnya. Karena *online shop* biasanya menentukan waktu kapan pembeli harus mengirimkan format order untuk memesan barang dagangannya dan tidak ada 5 menit barang dagangan yang ditawarkan oleh *online shop* tersebut sudah habis terjual. Faktor-faktor inilah yang menjadikan jasa titip online banyak bermunculan.

Dengan bermodalkan kuota internet dan waktu yang luang jasa titip *online* merupakan usaha baru yang banyak diminati oleh pelaku usaha karena produk bisa ditawarkan terlebih dahulu tanpa harus menyediakan barang sebelumnya. Barang yang diperdagangkan pada jasa titip beli online biasanya dari produk *fashion* yang banyak diminati kaum hawa, mulai dari pakaian, kerudung, sepatu, dan lain sebagainya.

Cara kerja yang dilakukan oleh penyedia jasa titip beli *online* yaitu dengan menawarkan gambar atau produk yang ditawarkan oleh salah satu *online shop* yang akan membuka orderan kemudian mengunggahnya pada akun media sosial atau mereka akan menawarkan jasanya pada kolom komentar pada gambar barang dagangan online shop tersebut. Para pengikut akun jasa titip online atau orang yang melihat tawaran pada kolom komentar tersebut jika berminat untuk membeli dapat memesan pada pihak penyedia jasa titip online dan selanjutnya

pelaku bisnis inipun akan membelikan barang pesanan dengan menalangi uang yang harus dibayar oleh pembeli selanjutnya setelah penyedia jasa titip *online* memperoleh barang yang dipesan oleh pembeli, pelaku bisnis akan mengkonfirmasi ulang agar pembeli segera mentransfer pada penyedia jasa titip online dengan tambahan biaya titip beli dan ongkos kirim.

Namun dalam praktiknya tak jarang pula ditemukan hal yang tidak diinginkan. Misalnya pembeli membatalkan transaksinya dengan berbagai alasan tertentu misalnya pembeli yang tiba-tiba kabur tidak bertanggung jawab atas transaksi yang telah sepakati sebelumnya. Hal ini termasuk dalam pembatalan sepihak yang dilakukan oleh pembeli yang menyebabkan penyedia jasa titip online merasa dirugikan. Karena penyedia jasa sudah membelikan barang pesanan tersebut.

Islam mengatur berbagai aspek kehidupan manusia tak terkecuali dalam dunia ekonomi. Sistem islam berusaha mendialektikkan nilai-nilai ekonomi dengan nilai akidah ataupun etika. Yang artinya setiap kegiatan ekonomi yang dilakukan manusia didasari dengan nilai materialisme dan spriritualisme.⁸ Islam juga mengajarkan prinsip prinsip keadilan dan memerangi setiap praktik kedzaliman.

Dalam menjalankan suatu bisnis maka diperlukan suatu etika sebagai nilai dasar akhlak (moral islam). Dalam etika bisnis islam perlu diawali dengan

⁸ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, cet. ke-2, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), xviii

pemahaman terhadap ajaran islam secara benar dan *kaffah* yaitu secara luas, mendalam, utuh dan terpadu antara semua nilai-nilai dasar islam yang diantaranya adalah aqidah, syariah dan akhlak. Serta konsep etika bisnis islam seperti kejujuran, amanah, transparan dan lain sebagainya.⁹ Dan dalam etika bisnis terdapat beberapa prinsip yang menjadi acuan dalam melakukan bisnis sesuai dengan ajaran islam. Karena setiap apa yang kita lakukan itu sudah diatur dalam islam. Sebelum seseorang membuka bisnis jasa titip *online* atau menggunakan jasanya, harus mengetahui bagaimana mekanismenya dan jika terjadi pembatalan transaksi bagaimana etika bisnis islam menilai hal tersebut. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pembatalan Transaksi Jasa Titip *Online* dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”**.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah yang akan diteliti oleh penulis yaitu:

1. Bagaimana mekanisme transaksi jasa titip *online*?
2. Bagaimana pembatalan transaksi jasa titip *online* dalam perspektif etika bisnis islam?

⁹ Mukhtar Samad, *Etika Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Penerbit dan Percetakan Sunrise, 2016), 4.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini secara umum untuk memberikan referensi dalam hal pemikiran, wacana dan kajian dalam pembatalan transaksi jasa titip *online* dalam perspektif etika bisnis islam.

Adapun tujuan dari penelitian ini secara rinci adalah untuk:

1. Untuk mengetahui mekanisme transaksi jasa titip *online*
2. Untuk menganalisis pembatalan transaksi jasa titip *online* dalam perspektif etika bisnis islam

Sedangkan kegunaan penelitian tentang “Analisis Pembatalan Transaksi Jasa Titip *Online* Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti
 - a. Sebagai sarana mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh selama masa perkuliahan.
 - b. Sebagai sarana untuk menambah wawasan peneliti terutama yang berhubungan dengan fenomena yang banyakan terjadi saat ini.
2. Bagi Pembaca
 - a. Dengan adanya penelitian ini, dapat menambah pengetahuan dan wawasan pembaca mengenai Pembatalan Transaksi Jasa Titip *Online* dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.
 - b. Dapat digunakan sebagai rujukan lanjutan baik dalam diskusi, kajian maupun penelitian.

- c. Pembaca dapat pula mengkaji kelemahan dan kekurangan penelitian ini.

3. Bagi Universitas

- a. Dengan adanya penelitian ini dapat memberikan kontribusi referensi keilmuan dan informasi yang berhubungan dengan studi Ekonomi Islam.
- b. Sebagai tambahan koleksi ilmiah di perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura.

D. Kajian Pustaka

Sebelum melakukan penelitian terlebih dahulu dilakukan kajian pustaka berdasarkan apa yang telah peneliti lakukan terhadap beberapa sumber kepustakaan, maka peneliti bisa membandingkan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya seperti:

1. Penelitian pertama berupa skripsi yang berjudul “Analisis Fiqh Muamalah terhadap Praktik Jasa Titip Beli Online dalam Akun Instagram @Storemurmursby” oleh Zurifah Diana Sari dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2018. Skripsi ini fokus membahas praktek dan tinjauan *fiqh muamalah* terhadap jasa titip beli *online* dalam akun instagram @storemurmursby yang mana jasa titip ini melakukan pembelian pesanan pelanggannya di Mall. Hasil dari penelitian ini ialah praktik jasa titip beli *online* ini belum terlaksana dengan baik karena adanya ketentuan diluar kesepakatan awal yang dilakukan oleh pihak penjual

secara sepihak apabila barang yang dipesan pembeli habis maka uang atas jasanya tetap diambil sebagian. Yang mana praktik tersebut tidak memenuhi salah satu syarat *ijarah* maupun ketentuan ujah yaitu saling meridhai, karena dalam praktiknya ada pihak yang merasa keberatan. Dan apabila salah seorang antara kedua orang yang berakad terpaksa melakukan akan tersebut, maka akadnya tidak sah.

2. Penelitian kedua berupa skripsi yang berjudul “Fenomena *Booked No Cancel* dalam Prespektif Etika Bisnis Islam” oleh Hardianti Liasari dari Universitas Trunojoyo Madura. Hasil dari penelitian ini ialah dengan adanya fenomena *booked no cancel* ini penjual dapat melindungi bisnisnya dari pembeli yang tidak bertanggung jawab yang mengakibatkan kerugian bagi penjual. Hal ini sesuai dengan prinsip etika bisnis islam sala satunya pada prinsip keadilan agar tidak ada pihak yang dirugikan antara pembeli dan penjual.

E. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan penelitian skripsi ini terdiri atas:

BAB I Pendahuluan, didalamnya menjelaskan Penegasan Judul, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Kajian Pustaka dan Sistematika Pembahasan.

BAB II Landasan teori, menguraikan teori yang akan digunakan dalam penelitian yaitu teori jual beli dan etika bisnis islam.

- BAB III Metode penelitian yang merupakan uraian dari jenis penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, serta analisis data yang digunakan.
- BAB IV Hasil penelitian merupakan uraian tentang diskripsi objek penelitian, pembahasan dari analisa data tentang hasil penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan dalam BAB Pendahuluan. Dimana secara lebih spesifik dalam bab ini menjelaskan tentang Analisis Pembatalan Transaksi Jasa Titip *Online* Dalam Prespektid Etika Bisnis Islam.
- BAB V Penutup, berisi tentang kesimpulan dan saran. Merupakan sebuah pernyataan singkat yang diambil peneliti dari analisis dan pembahasan penelitian. Dan selanjutnya penulis juga akan mencoba memberikan saran yang dapat dimanfaatkan oleh pihak pembaca.