

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk sosial yang akan selalu membutuhkan satu sama lain, karena pada hakikatnya manusia tidak dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri. Salah satu cara untuk manusia memenuhi kebutuhannya yang berhubungan dengan orang lain yaitu dengan melakukan jual beli. Jual beli artinya memindahkan hak milik terhadap benda dengan akad saling menggantikan, jual beli media untuk memperoleh barang-barang yang dibutuhkan manusia. Pada zaman dulu jual beli dilakukan dengan menggunakan sistem barter, yaitu dengan cara tukar menukar barang. Namun, dengan berkembangnya zaman sekarang ini untuk mendapatkan barang yang kita inginkan harus menggunakan alat pembayaran yang sah yaitu uang.²

Dalam membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan (hukum) perilaku dibuat dan dilaksanakan, atau aturan (norma) etika tersebut diwujudkan dalam bentuk aturan hukum. Sebagai kontrol terhadap individu pelaku dalam bisnis yaitu melalui penerapan kebiasaan atau budaya moral atas pemahaman dan penghayatan nilai-nilai dalam prinsip moral sebagai inti kekuatan suatu perusahaan dengan mengutamakan kejujuran,

²Musa Asy'arie, *Islam Etika dan Konspirasi Bisnis*, (Yogyakarta: LESFI, 2016), hal. 56.

bertanggungjawab, disiplin, dan berperilaku tanpa diskriminasi.³ Pengertian Etika Bisnis sendiri adalah cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat.⁴ Etika Bisnis merupakan seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan prinsip-prinsip moralitas.

Dalam etika bisnis Islam, ada lima prinsip yang mendasari, yaitu: *Unity* (kesatuan), *equilibritum* (keseimbangan), *free will* (kebebasan berkehendak), *responsibility* (tanggungjawab), dan *benevolence* (kebenaran).⁵ Prinsip-prinsip persaingan dalam bisnis adalah hal yang alamiah, untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal tetapi persaingan bisnis dalam Islam harus dilakukan dengan baik, baik dalam tujuannya maupun dalam caranya. Karena itu, setiap kegiatan bisnis dalam Islam selalu memiliki etika yang harus dipedomani dan dijadikan dasar bisnis tersebut, diantaranya yaitu:

- 1) Jujur atau amanah. Kejujuran adalah menjaga amanah atau kepercayaan semua hal terkait dengan bisnis. Kejujuran dan keadilan merupakan prinsip penting yang harus dijalankan seorang muslim dalam berbisnis. Hal ini sebagaimana dicontohkan Nabi Muhammad SAW ketika beliau dipercaya oleh khadijah untuk menjalankan bisnisnya.
- 2) Tidak merugikan oranglain. Bisnis dalam Islam memandang orang lain sebagai subyek, bukan semata-mata sebagai obyek bisnis. Subyek dan obyek itu satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Sebagai obyek bisnis, maka orang lain adalah pembeli atau pemakai jasa atau barang yang kita

³ Musa Asy'arie, *Islam Etika dan Konspirasi Bisnis*, hal. 60.

⁴*Ibid.*, hal. 62

⁵Rafik Beekun, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2004), hal.66

tawarkan, tetapi disaat yang sama dengan kita, sebagai sesama manusia hamba Allah yang tidak boleh didzalimi, disakiti dan dirugikan;

- 3) Keseimbangan pembagian keuntungan. Prinsip bisnis dalam Islam adalah ikatan kesepakatan untuk kebaikan bersama yang didasarkan pada kerelaan dan saling menjaga keseimbangan.⁶

Etika Bisnis Islam merupakan tata cara yang dijadikan sebagai pedoman dalam menjalankan kegiatan bisnis. Tata cara tersebut mencakup segala macam aspek, baik dari individu, institusi, kebijakan serta perilaku berbisnis. Dalam menjalankan aktivitas bisnis jual beli *online* yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat aturan-aturan tak tertulis yang menjadi kaidah umum yang mengikat bagi sesama pelaku bisnis maupun dengan konsumen. Aturan atau kaidah tersebut biasa kita sebut dengan etika bisnis, yang menjelaskan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan jual beli. Etika perdagangan Islam, menjamin baik pedagang maupun pembeli masing-masing akan saling mendapat keuntungan.

Di dalam etika bisnis Islam telah memberikan penjelasan bahwa perilaku bisnis harus sesuai dengan Al-Qur'an. Etika yang dianjurkan agama Islam dalam bisnis atau jual beli harus terlepas dari unsur riba, unsur ketidakadilan, ketidakpastian, penipuan, atau manipulasi.⁷ Adapun etika perdagangan Islam tersebut antara lain:

⁶*Ibid.*, hal. 69

⁷Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang : Walisongo Press, 2013), hal. 154.

- 1) Shidiq (Jujur). Seorang pedagang wajib berlaku jujur dalam melakukan usaha jual beli. Jujur dalam arti luas, tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat, serta tidak pernah ingkar janji dan lain sebagainya. Dalam jual beli kejujuran adalah hal yang sangat mutlak, karena berbagai tindakan tidak jujur selain merupakan perbuatan yang jelas-jelas berdosa, jika biasa dilakukan dalam berdagang juga akan mewarnai dan berpengaruh negatif kepada kehidupan pribadi dan keluarga pedagang itu sendiri. Bahkan lebih jauh lagi, sikap dan tindakan yang seperti itu akan mewarnai dan mempengaruhi kehidupan bermasyarakat. Dalam Al-Quran, keharusan bersikap jujur dalam berdagang, berniaga dan atau berjual beli, sudah diterangkan dengan sangat jelas dan tegas.⁸
- 2) Amanah (Tanggung Jawab). Setiap pedagang harus bertanggung jawab atas usaha, pekerjaan dan atau jabatan sebagai pedagang yang telah dipilihnya tersebut. Tanggung jawab di sini artinya, mau dan mampu menjaga amanah (kepercayaan) masyarakat yang memang secara otomatis terbeban di pundaknya. Dengan demikian, kewajiban dan tanggung jawab para pedagang antara lain menyediakan barang dan atau jasa kebutuhan masyarakat dengan harga yang wajar, jumlah yang cukup serta kegunaan dan manfaat yang memadai.
- 3) Tidak Menipu. Dalam suatu hadist dinyatakan sebaik-baik tempat adalah masjid dan seburuk-buruknya tempat adalah pasar. Hal ini lantaran pasar atau tempat di mana orang jual beli dianggap sebagai sebuah tempat yang

⁸ *Ibid.*, hal. 156

didalamnya penuh dengan penipuan, sumpah palsu, janji palsu, keserakahan, keselesihan dan keburukan tingkah laku manusia lainnya. Oleh karena itu, Rasullullah SAW, selalu memperingatkan kepada para pedagang untuk tidak mengobral janji atau berpromosi secara berlebihan yang cenderung mengada-ngada, semata-mata agar barang dagangannya laris terjual, lantaran jika seorang pedagang berani bersumpah palsu, akibat yang akan menimpa dirinya hanyalah kerugian.

- 4) Menepati Janji. Seorang pedagang juga dituntut untuk selalu menepati janjinya, baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pedagang, terlebih lagi harus menepati janjinya kepada Allah SWT. Janji yang harus ditepati oleh para pedagang kepada para pembeli misalnya, tepat waktu pengiriman, menyerahkan barang yang kualitas, kuantitas, warna, ukuran dan spesifikasinya sesuai dengan perjanjian, memberikan garansi dan lain sebagainya. Sedangkan janji yang harus ditepati dengan sesama para pedagang misalnya, pembayaran dengan jumlah dan waktu yang tepat.
- 5) Murah hati. Dalam suatu hadist, Rasullullah SAW menganjurkan agar para pedagang selalu bermurah hati dalam melaksanakan jual beli. Murah hati dalam pengertiannya yaitu ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab.
- 6) Tidak Melupakan Akhirat. Jual beli adalah perdagangan dunia sedangkan melaksanakan kewajiban Syariat Islam adalah perdagangan akhirat. Keuntungan akhirat pasti lebih utama dari pada keuntungan dunia. Maka

para pedagang muslim tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. Sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya.

Seiring perkembangan zaman dan teknologi, salah satu sektor yang memiliki perkembangan yang melaju pesat adalah sektor perdagangan yang dimulai dari perdagangan secara konvensional hingga sekarang menjadi perdagangan dengan cara transaksi jual beli secara online. Hal ini dipengaruhi oleh berkembangnya teknologi informasi yang berbasis internet yang dimanfaatkan untuk sektor perdagangan dan sering disebut dengan *e-commerce*. Jual beli online atau *E-commerce* ini dianggap praktis, cepat, dan mudah. Selain itu juga dapat meminimalisir pengeluaran dan memaksimalkan dalam meraih keuntungan.

Dalam transaksi online harus memenuhi syarat sahnya perjanjian sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1320 Burgerlijk Wetboek, yaitu adanya kesepakatan kedua belah pihak, kecakapan untuk melakukan perbuatan hukum, adanya objek, dan adanya klausa yang halal. *E-commerce* memiliki karakter tersendiri dalam dunia perdagangan dimana hal itu seperti ruang jarak yang luas antara penjual dan pembeli sehingga penjual dan pembeli tidak harus bertemu untuk melakukan transaksi, dan menggunakan media internet yang mudah diakses kapanpun dan dimanapun. Karakter yang dimiliki oleh *e-commerce* tersebut dapat memberikan kemudahan bagi kedua pihak dalam melakukan tindakan jual beli.

Namun mudahnya dalam bertransaksi tersebut justru rawan menimbulkan banyak resiko dan kerugian yang tidak hanya ditanggung oleh konsumen atau pembeli tetapi juga si pelaku usaha. Resiko dari jual beli *online* yang sering terjadi yakni maraknya penipuan dan kecurangan. Kecurangan tidak hanya dilakukan oleh pelaku usaha tetapi sekarang ini sering terjadi kecurangan yang dilakukan oleh konsumen sehingga merugikan pihak pelaku usaha. Seperti salah satu tindakan konsumen yang merugikan pelaku usaha terjadi di Tulungagung yaitu antara konsumen terhadap toko fotocopy, yang mana pembeli atau konsumen sudah melakukan transaksi dengan memesan barang atau jasa melalui *online* dan telah disetujui oleh pihak fotocopy. Namun saat pesanan sudah siap, konsumen tidak mengambil barang maupun melakukan pembayaran sesuai kesepakatan tanpa adanya kejelasan, tindakan seperti ini disebut perilaku *hit and run*.⁹

Hal ini jelas dirasa sangat merugikan bagi pelaku usaha atau pemilik toko fotocopy, karena sudah kehilangan waktu dan juga bahan baku untuk mencetak pesanan tersebut, tetapi si konsumen tidak memiliki itikad baik untuk membayar barang ataupun jasa yang sudah diberikan. Dalam Pasal 6 UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, dijelaskan bahwa salah satu hak dari pelaku usaha adalah menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan jasa yang diperdagangkan, dan hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.

⁹ <http://poshmate.blogspot.com/2014/hit-and-run-blacklit-customer-should-we.html/m=1> (diakses pada tanggal 29 Juli 2021).

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lapangan yang berkaitan dengan bagaimana Islam menilai perilaku *hit and run* konsumen terhadap pelaku usaha fotocopy Riski Print di Desa Plosokandang Tulungagung. Judul yang dirumuskan adalah **“Perilaku *Hit and Run* Konsumen Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada Toko Fotocopy Riski Print di Desa Plosokandang Tulungagung)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks penelitian di atas, untuk mempermudah pemahaman mengenai permasalahan yang akan diteliti, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik perilaku *hit and run* konsumen di toko fotocopy Riski Print Desa Plosokandang Tulungagung?
2. Bagaimana tinjauan Etika Bisnis Islam terkait perilaku *hit and run* konsumen di toko fotocopy Riski Print Desa Plosokandang Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian dalam permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui praktik *hit and run* konsumen di toko fotocopy Riski Print Desa Plosokandang Tulungagung.

2. Untuk mengetahui pandangan Etika Bisnis Islam terhadap perilaku *hit and run* konsumen di toko fotocopy Riski Print Desa Plosokandang Tulungagung.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian harus memiliki manfaat yang diharapkan dapat dicapai. Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan kepada para pihak terutama bagi konsumen yang sering berperilaku *hit and run* terhadap pelaku usaha.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Pelaku Usaha

Diharapkan bermanfaat untuk para pelaku usaha yang transaksi jual belinya menggunakan media *online*, seperti halnya pelaku usaha fotocopy yang rentan mengalami kerugian akibat perilaku konsumen dengan cara *hit and run*, untuk lebih berhati-hati dan lebih ketat dalam menerapkan aturan di tempat usahanya.

- b. Bagi Konsumen

Diharapkan mampu memberikan informasi, teori, dan pemahaman hukum tentang etika dalam berbisnis yang sesuai dengan syariat Islam kepada masyarakat terutama bagi para konsumen sehingga menumbuhkan kesadaran akan hak, kewajiban dan tanggung jawab sebagai seorang konsumen.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini mampu menjadi tambahan bahan referensi dan mampu memberikan kontribusi serta solusi terkait kewajiban dan etika konsumen yang sesuai dengan Etika Bisnis Islam.

E. Penegasan Istilah

Untuk memudahkan dalam memahami judul penelitian terkait dengan “Perilaku *Hit and Run* Konsumen Ditinjau dari Etika Bisnis Islam” (Studi Kasus pada Toko Fotocopy Riski Print di Desa Plosokandang Tulungagung), maka penulis perlu memberikan penegasan dan penjelasan dari beberapa istilah yang masih terbilang asing agar tidak terjadi kesalahan penafsiran, diantaranya sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

- a. Perilaku adalah sekumpulan perilaku yang dimiliki oleh manusia dan dipengaruhi oleh adat, sikap, emosi, nilai, etika, kekuasaan, persuasi, dan/atau genetika.
- b. *Hit and Run* adalah sebutan yang diberikan untuk calon pembeli yang telah melakukan konfirmasi suatu produk, tetapi tidak melakukan pembayaran. Dalam transaksi online, *hit and run* di artikan juga sebagai konsumen yang yang memesan barang dan berjanji akan transfer pada waktu yang telah ditentukan, namun pada saat jatuh tempo tetap tidak membayar.

- c. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
- d. Tinjauan adalah pandangan, pendapat, atau perbuatan yang meninjau sesuatu hal tertentu yang menjadi suatu objek penelitian.¹⁰
- e. Etika Bisnis Islam adalah tindakan yang benar dan salah yang bersumber dari moralitas yang merupakan sistem nilai tentang bagaimana kita harus hidup secara baik dan sesuai dengan prinsip syariat Islam terutama dalam perilaku berbisnis.

2. Definisi Operasional

Berdasarkan penegasan konseptual diatas maka secara operasional yang dimaksud dengan “Perilaku *Hit and Run* Konsumen Ditinjau dari Etika Bisnis Islam” (Studi Kasus pada Toko Fotocopy Riski Print di Desa Plosokandang Tulungagung) adalah penelitian terkait dengan bagaimana tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap perilaku konsumen dengan cara *hit and run* kepada pelaku usaha fotocopy Riski Print di Desa Plosokandang Tulungagung. Apakah perilaku *hit and run* konsumen tersebut sesuai dengan etika bisnis Islam atau sebaliknya. Sehingga nanti dapat disimpulkan bagaimana etika atau perilaku konsumen maupun pelaku usaha yang sesuai menurut syariat Islam dan berdasarkan ketentuan yang ada.

¹⁰Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta:Pusat Bahasa, 2011), hlm.1811.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran pembahasan secara menyeluruh dan sistematis dalam penyusunan penelitian ini, penulis merumuskan sistematika pembahasan secara garis besar terdiri atas tiga bagian, yaitu bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir.

Bab awal terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar lampiran, pernyataan keaslian, motto, persembahan, pedoman transliterasi, dan abstrak.

Bagian utama memuat lima bab yang masing-masing bab berisikan sub bab-sub bab, antara lain:

Bab I Pendahuluan, menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Pustaka, pada bab ini berisi tentang penjelasan mengenai jual beli, perilaku *hit and run* konsumen, tinjauan etika bisnis Islam mengenai perilaku *hit and run* konsumen, dan penelitian terdahulu.

Bab III Metode Penelitian, terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV Paparan Data, dalam bab ini memuat paparan data yang menguraikan tentang berdirinya usaha fotocopy Riski Print, gambaran umum mengenai perilaku konsumen *hit and run*, serta temuan penelitian.

Bab V Pembahasan, yang berisi tentang gambaran praktek perilaku konsumen dan analisis peneliti mengenai Perilaku *Hit and Run* Konsumen Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada Toko Fotocopy Riski Print di Desa Plosokandang Tulungagung) sesuai dengan fokus penelitian atau jawaban dari rumusan masalah.

Bab VI Penutup, pada bab ini memuat kesimpulan dan saran.