

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia dan teknologi merupakan dua hal yang cukup sulit dipisahkan di zaman modern seperti saat ini. Kebutuhan manusia terhadap teknologi lantas melahirkan perkembangan-perkembangan dalam bidang teknologi lainnya seperti internet.³ Internet memiliki kegunaan di bidang komunikasi, penyediaan informasi, dan sebagai wadah untuk melakukan promosi. Dengan menggunakan Internet, orang-orang di berbagai penjuru dunia dapat saling terhubung dengan mudah dan efisien. Di Indonesia, internet mulai tumbuh sejak tahun 1996 dengan penyedia layanan internet pada saat itu adalah PT Indo Internet (IndoNet) dan terus berkembang pesat hingga saat ini.⁴

Data terbaru dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), per-tahun 2022, pengguna internet di Indonesia mencapai 210 juta pengguna, atau sekitar 75 % (persen) dari penduduk Indonesia saat ini. Angka ini terbilang besar apabila dibandingkan dengan jumlah pengguna internet pada saat sebelum pandemi yang hanya 175 juta pengguna.⁵ Rupanya pandemi yang membuat sebagian besar masyarakat mau tidak mau

³ Oviliani Yenty Yuliana, "Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 2, No. 1, Mei 2018,

⁴ Alcianno G. Gani, "Pengenalan Teknologi Internet Serta Dampaknya", *Jurnal Sistem Informasi*, Vol. 2, No. 2, 2015, hlm. 73

⁵ Arie Pratama, "Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet Indonesia 2022?", <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022>, diakses pada 20 Oktober 2022.

harus melakukan kegiatan mulai dari bekerja, bersekolah, hingga bersosialisasi via daring berdampak pada pertumbuhan jumlah pengguna internet yang semakin bertambah pula.

Penggunaan internet yang sedemikian besar tersebut selain untuk komunikasi dan akses informasi, juga digunakan sebagai wadah untuk melakukan bisnis jual beli. Jual beli yang dalam bahasa Arab disebut *ba'i* merupakan suatu kegiatan yang menjadi kebutuhan manusia dalam kehidupan sehari-hari. Menurut istilah, jual beli ialah menukar harta dengan harta lain berdasarkan cara-cara yang telah ditetapkan oleh *syara'*.⁶ Jual beli ini kemudian menjadi penting karena manusia memiliki kebutuhan akan barang dan jasa yang tidak terbatas. Pemenuhan akan barang dan jasa tersebut tak lain merupakan upaya untuk menyelaraskan diri dengan lingkungannya. Sehingga dapat dipastikan bahwa kegiatan jual beli tidak bisa lepas dari pergaulan hidup manusia yang merupakan makhluk sosial.

Di masa modern dimana industri sudah lebih maju, jual beli tidak hanya dapat dilakukan melalui tatap muka atau secara langsung. Perkembangan teknologi membawa banyak perubahan termasuk perubahan tren pada model jual beli yang saat ini banyak dilakukan yakni jual beli secara online. Ada banyak layanan serta aplikasi jual beli online di Indonesia atau yang saat ini akrab disebut *e-commerce*.

E-commerce merupakan perpaduan antara aplikasi, teknologi, dan bisnis yang saling menghubungkan perusahaan dan perseorangan sebagai

⁶ Syaikh, Ariyadi, "*Fikih Muamalah*", (Yogyakarta: K-Media, 2020), hlm. 44

penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi berupa pertukaran barang serta pertukaran informasi melalui internet atau televisi.⁷ Sehingga dengan adanya *e-commerce*, kegiatan jual beli dapat dilakukan tanpa perlu bertatap muka atau datang ke suatu lokasi untuk melakukan jual beli, karena seluruh transaksi dapat dilakukan via daring.

Perkembangan *e-commerce* ini semakin terlihat dengan adanya data dari Bank Indonesia yang menyebutkan bahwa sepanjang tahun 2022 nilai transaksi ekonomi pada *e-commerce* telah mencapai Rp 476,3 triliun, dimana angka tersebut mengalami pertumbuhan sebanyak 18,77% persen dari tahun 2021 yang total transaksinya ada di angka Rp 401 triliun. Menurut Deputi Gubernur Bank Indonesia (BI), Doni P Joewono, jumlah ini menunjukkan pencapaian yang luar biasa ditambah lagi IMF mencatat bahwa pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia merupakan yang tertinggi di dunia semenjak pandemi.⁸ Melihat dari data pertumbuhan *e-commerce* tersebut, maka bisa disimpulkan bahwa belanja online sudah menjadi gaya hidup tersendiri bagi masyarakat di Indonesia.

Terkait perkembangan transaksi yang ada dalam *e-commerce*, ada beberapa faktor yang mempengaruhi model jual beli online ini banyak disukai oleh konsumen antara lain karena lebih menghemat biaya, apalagi jika barang yang akan dipesan hanya ada di luar kota bahkan luar negeri,

⁷ Jony Wong, “*Internet Marketing for Begginers*”, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo), hlm. 33

⁸ Triyan Pangastuti, “Nilai Transaksi *E-Commerce* Sepanjang 2022 Capai Rp 476,3 T”, <https://www.google.com/amp/s/www.beritasatu.com/ekonomi/1019713/nilai-transaksi-ecommerce-sepanjang-2022-capai-rp-4763-t/amp> diakses pada 11 Februari 2023

pembeli tidak harus mengeluarkan biaya lebih untuk berbelanja di luar kota. Dengan tidak harus pergi keluar rumah, berbelanja *online* dapat menghemat waktu karena barang bisa langsung diantar ke rumah. Pembayaran pun dapat lebih efisien karena dapat dilakukan dengan sistem *cash on delivery* (COD) maupun transfer lewat bank, sehingga transaksi pembayaran akan lebih aman. Yang terakhir, kebanyakan harga yang dipatok di platform *e-commerce* lebih bersaing.⁹ Karena berbagai kemudahan dan keefektifan tersebut, banyak masyarakat yang kini mulai beralih ke *e-commerce* dalam hal jual beli.

Salah satu *platform* jual beli online atau *e-commerce* yang saat ini cukup banyak digunakan oleh konsumen di Indonesia adalah Shopee. Shopee merupakan *platform* jual beli online yang diresmikan pada tahun 2015 di beberapa wilayah di Asia Tenggara dan Taiwan. Data dari SimilarWeb menunjukkan bahwa pada kuartal ke-IV 2022 jumlah pengunjung Shopee menjadi yang tertinggi di Indonesia dengan pengunjung rata-rata sebanyak 181 juta per bulan. Shopee secara konsisten menjadi situs *e-commerce* yang paling banyak dikunjungi di 6 negara Asia Tenggara yaitu Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Filipina, dan Vietnam dimana total kunjungan rata-rata tiap bulan mencapai 470 juta pengunjung.¹⁰ Tinggi

⁹ Chacha Andira S, "Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga", *Jurnal AntroUnairdotNet*, Vol. 4, No.2, Juli 2015, hlm. 207

¹⁰ Kathryn, "Top Southeast Asia Ecommerce Companies: Shopee, Lazada and Co", <https://kathrynread.com/top-southeast-asia-ecommerce-companies-shopee-lazada-and-co/> diakses pada 20 Oktober 2022

nya pengunjung Shopee tak lain disebabkan oleh berbagai promo yang dilakukan oleh pihak tersebut. Misalnya dengan promo gratis ongkos kirim, Shopee *cashback*, hingga *flash sale*.

Flash sale merupakan salah satu trik pemasaran yang digunakan Shopee untuk menarik konsumen melalui penawaran produk dengan potongan harga dan kuantitas yang terbatas dalam waktu singkat.¹¹ Biasanya promo *flash sale* ini hanya berlangsung hitungan menit hingga jam, yang mana pelanggan harus bersaing siapa yang paling cepat untuk mendapatkan barang yang ada dalam *flash sale*. Berbagai macam barang yang pernah di promosikan dalam *flash sale* mulai dari alat elektronik, fashion, kebutuhan rumah tangga, makanan dan lain sebagainya.

Banyak pelanggan yang gemar mengikuti *flash sale* khususnya di Shopee karena potongan harga yang terkadang cukup tajam, misalnya Iphone XR yang awalnya berkisar 10 juta rupiah turun menjadi 111.000 rupiah.¹² Kemudian pada *event* Shopee 12.12 di bulan Desember 2022 juga dilangsungkan *flash sale* Iphone 13 yang harga awalnya Rp 19 juta-an turun drastis menjadi Rp 12, serta masih banyak barang lain dengan potongan harga besar-besaran pada *flash sale* Shopee. Karena hal tersebut banyak masyarakat yang cenderung mengantisipasi promo jenis ini.

¹¹ Respi Saputri, et. all., "Peran Flashsale Dalam Memediasi Hubungan Sales Promotian Terhadap Keputusan Belanja Online", Jurnal Syntax Idea, Vol. 2, No. 6, Juni 2020, hlm. 110)

¹² Pingit Aria, "11.11 dan Promo Rutin Tanggal Cantik, Strategi Shopee Dominasi Pasar", <https://www.google.com/amp/s/katadata.co.id/amp/pingitaria/digital/5faa3b9049e9a/1111-dan-promo-rutin-tanggal-cantik-strategi-shopee-dominasi-pasar>, diakses pada 21 Oktober 2022 1

Ditengah berbagai penawaran menarik yang ada di *flash sale*, dalam pelaksanaannya kerap ditemui permasalahan yang menjadi kontroversi ditengah pengguna Shopee itu sendiri, seperti barang pesanan yang tiba-tiba dibatalkan oleh pihak Shopee, proses transaksi yang seringkali eror dan beberapa kasus lain.¹³ Seperti misalnya kasus yang saat ini kerap dibicarakan yaitu keterlibatan pengguna Shopee yang mengikuti promo *flash sale* dengan memakai bantuan perangkat lunak bernama *bot auto buy*.¹⁴ *Bot auto buy* yang biasanya digunakan dalam *flash sale* ini merupakan sebuah program atau perangkat lunak yang dirancang secara khusus oleh seseorang dengan sedemikian rupa untuk menjalankan perintah otomatis tertentu seperti membeli barang-barang *flash sale* di Shopee serta memproses pembayarannya secara otomatis menggunakan pembayaran digital. Maka, apabila seseorang mengikuti promo *flash sale* di Shopee dengan menggunakan *bot auto buy*, ia tak perlu bersusah payah untuk menanti dimulainya *event* serta tidak perlu menekan tombol order barang di *flash sale* karena *bot auto buy* otomatis akan melakukan fungsi tersebut setelah diatur beberapa waktu sebelumnya. Akibatnya, pengguna *bot auto buy* dapat memperoleh barang dengan lebih mudah dibandingkan pengguna lain yang menggunakan cara manual dan jujur.

¹³ KumparanTech, “5 Drama yang Serin ditemui saat Flashsale E-Commerce”, <http://www.google.com/amp/s/m.kumparan.com/amp/kumparantech/5-drama-yan-sering-ditemui-saat-flash-sale-e-commerce-1535367485546966834> diakses pada 20 Oktober 2022

¹⁴ Kompas, “Viral Video Pemenang I-Phone XR Shopee 11.11 diduga Pakai Bot, ini kata Shopee”, <http://www.google.com/amp/s.kontan.co.id/news/>, diakses pada 20 Oktober 2022

Apabila melihat postingan di media sosial seperti twitter dan instagram, banyak pelanggan Shopee yang tidak menyukai penggunaan *bot auto buy* karena dianggap tidak adil dan curang. Sebagai sesama pelanggan yang mengikuti promo *flash sale* di Shopee seharusnya semua pihak saling menggunakan cara yang jujur dan manual, sehingga kesempatan yang didapat akan sama besar. Dengan adanya kecurangan ini, maka terjadilah persaingan yang tidak sehat antar sesama pelanggan yang mengikuti promo *flash sale* di Shopee sehingga banyak pelanggan lain yang menuntut Shopee untuk memberi tindakan tegas pada oknum pengguna *bot auto buy*. Namun pada kenyataannya, hingga saat ini Shopee sebagai penyedia layanan *e-commerce* yang seharusnya memberi pengamanan yang ketat dan larangan dalam penggunaan *bot auto buy* dinilai masih belum mampu memberi aturan dan sanksi yang tegas untuk membendung penggunaan *bot auto buy* pada pelaksanaan *flash sale* Shopee yang semakin hari semakin ramai dan cenderung menjadi hal yang biasa saat ini.

Berdasarkan kesenjangan antara maraknya penggunaan *bot auto buy* dalam promo *flash sale* atau diskon cepat di Shopee dengan kenyataan yang ada bahwa Shopee masih belum memiliki pengamanan kuat serta aturan yang tegas bagi penggunaan *bot auto buy*, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Penggunaan Bot Auto Buy pada Jual Beli Online Ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Perdagangan (Studi pada Shopee Flash Sale)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana penggunaan *bot auto buy* pada jual beli online di Shopee *flash sale*?
2. Bagaimana tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap penggunaan *bot auto buy* pada jual beli online di Shopee *flash sale*?
3. Bagaimana tinjauan Hukum Perdagangan terhadap penggunaan *bot auto buy* pada jual beli online di Shopee *flash sale*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah yang telah disebutkan diatas, tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui penggunaan *bot auto buy* pada jual beli online di Shopee *flash sale* .
2. Untuk mengetahui tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap penggunaan *bot auto buy* pada jual beli online di Shopee *flash sale*.
3. Untuk mengetahui tinjauan hukum Perdagangan terhadap penggunaan *bot auto buy* pada jual beli online di Shopee *flash sale*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, peneliti berharap hasilnya dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan terkait hukum jual beli kontemporer khususnya penggunaan *bot auto buy* pada jual beli online di Shopee *flash sale* yang sesuai dengan Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Perdagangan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pengguna Shopee

Bagi pengguna Shopee, penelitian ini dapat direfleksikan sebagai saran dan masukan dalam melakukan kegiatan jual beli lewat *flash sale* Shopee agar lebih bijak dan sesuai dengan aturan yang berlaku sesuai dengan Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Perdagangan.

b. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat lainnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan bacaan dan juga untuk menambah wawasan terkait penggunaan *bot auto buy* pada jual beli online di Shopee *flash sale* beserta hukum nya. Selain itu penelitian ini juga dapat dijadikan rujukan bagi masyarakat dalam melakukan kegiatan jual beli sehari-hari, khususnya lewat *e-commerce* agar lebih jujur dan bijak.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan, bahan rujukan serta bahan referensi bagi penelitian-penelitian terkait di masa mendatang agar teori dan hasil yang ada di dalam penelitian bisa lebih dikembangkan di kemudian hari.

E. Penegasan Istilah

Untuk memudahkan pembaca memahami judul penelitian ini, maka peneliti perlu untuk memberi penjelasan terhadap istilah-istilah yang digunakan secara konseptual dan juga operasional:

1. Penegasan Konseptual

Peneliti akan memberikan pengertian dari istilah-istilah yang penting yang ada dalam judul penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

a. *Bot Auto Buy*

Bot auto buy merupakan perangkat lunak (*software*) yang berfungsi untuk melakukan perintah pembelian dalam jual beli online secara otomatis dan berulang, yang telah ditentukan sebelumnya oleh pengguna (*user*). *Bot auto buy* biasanya meniru atau menggantikan perilaku pengguna manusia. Karena *bot auto buy*

otomatis, perangkat tersebut beroperasi jauh lebih cepat daripada manusia.¹⁵

b. Jual Beli Online

Jual beli online menurut Shabur Mifta Maulana yang dikutip dari Laudon merupakan suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis.¹⁶

c. Hukum Ekonomi Syariah

Hukum Ekonomi Syariah merupakan sekumpulan aturan, nilai, prinsip serta asas terkait kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat guna memenuhi kebutuhan hidup yang bersifat komersial maupun non-komersial yang bersumber pada Al-Qur'an dan Hadis.¹⁷

d. Hukum Perdagangan

Hukum dagang atau hukum perdagangan dalam konteks nasional merupakan seluruh ketentuan hukum mengenai kegiatan yang berkaitan dengan transaksi barang dan/atau jasa di dalam negeri dengan tujuan untuk mengalihkan hak atas barang dan/atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi.¹⁸ Sumber-sumber

¹⁵ Kaspersky, "What are bots? Definition and explanation", <https://www.kaspersky.com/resource-center/definitions/what-are-bots>, diakses pada 20 Juni 2021

¹⁶ Deni Apriadi, "E-Commerce berbasis Marketplace dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan", *Jurnal RESTI* Vol.1, No.2 2017, hlm. 132

¹⁷ Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah*, (Jakarta Timur:Prenadamedia Group, 2019), hlm. 10

¹⁸ Moh. Mufia, "*Filsafat Hukum Ekonomi Syariah*" (Jakarta: KENCANA, 2021), hlm. 3

hukum perdagangan untuk Indonesia dalam bentuk undang-undang khususnya dalam hal perdagangan elektronik, antara lain :¹⁹

- 1) Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- 2) Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- 3) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

d. *Flash sale*

Flash sale merupakan model pemasaran *e-commerce* yang populer dimana perusahaan *brand* (terutama berbasis Internet) menjual produk/layanan dalam jumlah yang terbatas dan dengan potongan harga (diskon) di waktu tertentu sebelum atau setelah periode penjualan normal.²⁰

2. Penegasan Operasional

Secara operasional yang dimaksud dengan “Penggunaan *Bot Auto Buy* pada Jual Beli Online Ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Perdagangan (Studi pada *Shopee Flash Sale*)” adalah penelitian yang dilakukan dengan mengamati dan mendeskripsikan

¹⁹ Sulasi Rongiyati, “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik”, *Jurnal Negara Hukum*, Vol. 10, No. 01, Juli 2019, hlm. 23

²⁰ Zhang, Mingyang, et. all. 2018. "Why and How do Branders Sell New Products on Flash Sale Platforms?", *European Journal of Operational Research*, Vol. 270, No.1, hlm. 12

bagaimana jual beli lewat Shopee *flash sale* dengan menggunakan *bot auto buy*. Apakah penggunaan *bot auto buy* oleh beberapa pengguna *e-commerce* sudah sesuai dengan Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Perdagangan yang ada. Sehingga kesimpulannya nanti bisa dilihat apakah praktik tersebut sudah sesuai atau belum dengan aturan hukum yang berlaku.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti membagi pembahasan dalam 6 (enam) bab, adapun sistematikanya sebagai berikut :

1. Bagian Awal Skripsi

Bagian awal skripsi memuat halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar lampiran, transliterasi, abstrak dan daftar isi.

2. Bagian Inti Skripsi

Bab I : berisi gambaran awal adanya penelitian, yang didalamnya mencakup konteks penelitian, antara lain latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, serta sistematika pembahasan.

Bab II : memuat landasan teori yang selanjutnya digunakan untuk menganalisis data didalam laporan penelitian terkait kajian yang dibahas dalam penelitian ini, diantaranya : pembahasan mengenai

konsep hukum ekonomi syariah, hukum perdagangan, *bot auto buy*, serta *flash sale* serta penelitian terdahulu

Bab III : berisikan metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini, antara lain; (a) jenis penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) kehadiran peneliti, (d) sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) analisis data, dan (g) pengecekan validitas data.

Bab IV : berisi tentang paparan dan temuan data yang didalamnya mendeskripsikan bagaimana penggunaan *bot auto buy* pada jual beli online di Shopee *flash sale* dengan menggunakan data yang diperoleh dari pengamatan dan wawancara baik berupa data primer maupun sekunder.

Bab V : berisi pembahasan dari rumusan masalah yang terdiri dari : (a) penggunaan *bot auto buy* pada jual beli online di Shopee *flash sale*, (b) tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap penggunaan *bot auto buy* pada jual beli di Shopee *flash sale*, (c) tinjauan Hukum Perdagangan terhadap Penggunaan *bot auto buy* pada jual beli di Shopee *flash sale*.

Bab VI : penutup berisi kesimpulan dan saran dari keseluruhan penelitian yang dilakukan.

3. Bagian Akhir Skripsi

Bagian ini berisi : (a) daftar pustaka, (b) lampiran-lampiran, (c). daftar riwayat hidup.