

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya manusia tidak akan pernah lepas dari kegiatan perdagangan barang dan jasa. Secara konvensional perdagangan terjadi melalui tatap muka secara langsung antara penjual dan pembeli pada suatu tempat tertentu. Namun, di era digital seperti saat ini kegiatan pemasaran selain dapat dilakukan secara langsung juga dapat dilakukan secara tidak langsung yaitu melalui dunia maya.

Perkembangan teknologi dan informasi akhir-akhir ini membawa banyak perubahan dalam dunia bisnis. Salah satu bentuk perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis adalah munculnya sistem transaksi baru yang disebut *e-commerce (electronic commerce)* atau transaksi elektronik. *E-commerce* merupakan model bisnis terbaru yang lebih praktis melalui media internet, dan tidak menghadirkan pelaku bisnis secara fisik (*non-face*), serta tidak menggunakan tanda tangan asli (*non-sign*).

E-commerce juga membawa perubahan terhadap para pelaku bisnis yang selama ini menjalankan usahanya di dunia nyata (*real*), kemudian mengembangkan usaha tersebut ke dunia maya (*virtual*). Perubahan ini ditandai dengan munculnya berbagai “*online shop*” dalam situs-situs internet. Dalam sistem ini, pelaku usaha memasang iklan produk yang dijual

pada internet, dan konsumen yang tertarik dengan produk tersebut selanjutnya menghubungi pelaku usaha yang bersangkutan untuk melakukan kesepakatan jual beli, termasuk mengenai cara pengiriman barang dan cara pembayaran. Perubahan drastis ini jelas mempengaruhi gaya hidup manusia yang semula dari dunia nyata beralih ke dunia maya. Berbelanja di *online shop* dirasakan lebih mudah dan praktis untuk sebagian besar orang.

Menurut Haris Fauludi Asnawi, “*e-commerce* didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, *service providers* dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan komputer (*computer network*) yaitu internet.”¹

Pendapat tersebut hampir sama dengan definisi transaksi elektronik yang diatur dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang dirumuskan sebagai berikut : “Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya.”²

Fokus penelitian ini adalah transaksi *e-commerce* dalam hubungan antara *Business to Consumer* (B2C), yakni hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen yang menekankan perlindungan bagi konsumen terhadap tindakan wanprestasi pelaku usaha yang dilihat dari perspektif etika bisnis dalam Islam. Perlindungan terhadap konsumen merupakan hal yang penting mengingat posisi tawar konsumen yang lemah dalam suatu hubungan bisnis.

¹ Haris Fauludi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), hal. 17

² Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Perlindungan terhadap konsumen itu sendiri diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 2 tentang Perlindungan Konsumen, yang dirumuskan sebagai berikut “Perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.”³

Dalam QS. An-Nisa ayat 29 dijelaskan bahwa:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِا لْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu.*

Dalam praktiknya, tak jarang jual beli secara *online* dapat menimbulkan masalah. Hak-hak konsumen sering diabaikan oleh pelaku usaha, dengan kata lain pelaku usaha belum memenuhi kewajibannya dengan baik. Kelalaian pelaku usaha tersebut dapat tercermin dalam tindakan wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam perjanjian dengan konsumen.

Tindakan wanprestasi atau ingkar janji / tidak memenuhi prestasi dapat berupa 4 macam, yaitu: tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya, melaksanakan apa yang dijanjikannya tetapi tidak sebagaimana yang dijanjikan, melakukan apa yang dijanjikan tetapi

³ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

terlambat, melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.

Oleh karena itu, untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen maka perlindungan konsumen sangatlah diperlukan untuk mengantisipasi apabila terjadi hal-hal yang dapat merugikan. Konsumen dalam dunia bisnis dianggap bagaikan raja, oleh karena itu kenyamanan dan kepercayaan sangatlah berarti. Apabila konsumen mendapatkan perlindungan, maka ia akan merasa aman dan tertarik untuk melakukan transaksi kembali dengan pebisnis.

Salah satu aspek yang sangat populer dan perlu mendapat perhatian dalam dunia bisnis adalah etika. Etika bisnis selain dapat menjamin kepercayaan dan loyalitas dari semua unsur yang berpengaruh pada perusahaan (*stakeholder loyalty*), juga sangat menentukan maju atau mundurnya perusahaan.

Etika bisnis adalah suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam membuat keputusan dan dalam memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi. Dalam khasanah pemikiran Islam, etika dipahami sebagai akhlak atau adab yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia.⁴

Ada salah kaprah dalam bisnis dimasyarakat, yaitu jika jujur berbisnis maka bisnisnya tidak akan maju. Orang masih memperdebatkan pendapat bahwa kejujuran akan membawa keberuntungan atau pikiran jujur dan

⁴ Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Business and Economic Ethics*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), hal. 3

bohong jangan dibawa-bawa ke dalam bisnis. Urusan bisnis jangan dicampur aduk dengan paham agama. Tuhan tidak ikut dalam bisnis. Ini adalah pernyataan-pernyataan yang menyesatkan.

Dalam berbisnis, setiap pengusaha haruslah menerapkan etika dengan benar. Etika dengan sesama karyawan, etika terhadap pelanggan, ataupun etika terhadap masyarakat. Dengan penerapan etika yang benar, maka kegiatan bisnis yang dijalankan akan berjalan sesuai dengan aturan yang berlaku dan tidak menyimpang. Sehingga tidak ada pihak manapun yang merasa dirugikan. Dari sinilah dapat dikatakan penerapan etika wajib dilakukan oleh pengusaha demi kelancaran dan kemajuan usahanya.

Oleh karena itu, dari uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **“Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli *Online* Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Adzkia Hijab Syar’i dan Husna Collection Tulungagung)”**

B. Batasan Masalah

Batasan penelitian ini untuk membahas masalah yang ada di dalam fokus penelitian agar tidak keluar dari jalur pembahasan dan untuk memperjelas ruang lingkup permasalahan, maka dalam penulisan ini perlu adanya pembatasan masalah yang diteliti agar dapat diketahui hasil yang teliti. Adapun batasan masalahnya sebagai berikut:

1. Pembatasan Daerah Penelitian

Agar penelitian terhadap masalah yang sudah ditetapkan terarah dan jelas maka daerah penelitian perlu dibatasi. Adapun daerah yang menjadi tempat penelitian saya ada dua tempat yaitu Adzkia Hijab Syar'i yang berada di Jl. Mastrip No.33 Kelurahan Jepun Kabupaten Tulungagung dan Husna Collection yang berada di Desa Babadan RT/RW 01/01 Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung.

2. Pembatasan Masalah Penelitian

Penelitian ini membatasi ruang lingkup dan pembahasan agar tidak menyimpang dari fokus penelitian. Adapun masalah pokok yang diteliti yaitu perlindungan konsumen dan penerapannya dalam transaksi jual beli *online* perspektif etika bisnis Islam, serta solusi untuk menghadapi persoalan yang dilakukan oleh obyek penelitian bisnis *online*.

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* di Adzkia Hijab Syar'i dan Husna Collection perspektif etika bisnis Islam?
2. Bagaimana penerapan transaksi jual beli *online* di Adzkia Hijab Syar'i dan Husna Collection perspektif etika bisnis Islam?

3. Persoalan apa yang terjadi dalam transaksi jual beli *online* di Adzkia Hijab Syar'i dan Husna Collection dan solusi apa saja dari pihak untuk mengatasi persoalan tersebut?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang diuraikan di atas, maka tujuan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* di Adzkia Hijab Syar'i dan Husna Collection perspektif etika bisnis Islam.
2. Untuk mendeskripsikan penerapan transaksi jual beli *online* di Adzkia Hijab Syar'i dan Husna Collection perspektif etika bisnis Islam.
3. Untuk mendeskripsikan persoalan yang terjadi dalam transaksi jual beli *online* di Adzkia Hijab Syar'i dan Husna Collection serta solusi yang dilakukan oleh dalam mengatasi persoalan tersebut.

E. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini, hasil yang akan dicapai diharapkan membawa manfaat yang banyak, antara lain:

1. Kegunaan Teoretis

Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan khasanah ilmu pengetahuan dibidang ekonomi syariah khususnya yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* perspektif etika bisnis Islam.

2. Kegunaan Praktis

Pada penelitian ini, diharapkan dapat digunakan dan dimanfaatkan bagi:

a. Lembaga Bisnis *Online*

Sebagai pertimbangan dalam mengambil kebijakan dibidang pemasaran.

b. Akademis

Sebagai sumbangsih pemikiran pada kajian ilmu Manajemen Pemasaran Syariah di perpustakaan IAIN Tulungagung.

c. Peneliti Lanjutan

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi atau pikiran yang dijadikan dasar pijkan penelitian sejenis.

F. Penegasan Istilah

Dalam karya ilmiah, peneliti perlu untuk memberi penegasan istilah dari judul yang peneliti angkat dengan tujuan agar tidak terjadi kerancuan atau ketidaksamaan pemahaman dalam membaca skripsi ini, yaitu:

1. Secara konseptual:

Perlindungan Konsumen : segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.⁵

⁵ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), hal. 128

Transaksi Jual Beli : suatu kegiatan yang dilakukan antara satu orang dengan orang lain yang berupa tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.⁶

Bisnis *Online* : kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur *service providers* dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan komputer (*computer networks*) yaitu internet.⁷

Etika Bisnis Islam : pedoman moral bagi suatu tindakan manusia dan menjadi sumber pemikiran baik dan buruk tindakan itu yang mengacu kepada Al-Quran dan Hadist.⁸

2. Secara Operasional

Dari definisi secara konseptual di atas maka secara operasionalnya kajian dalam penelitian Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli *Online* Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Adzkiya Hijab Syar'i dan Husna Collection Tulungagung) ini dimaksudkan untuk mengetahui perlindungan konsumen dan penerapannya dalam transaksi jual beli *online* perspektif etika bisnis

⁶ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), hal. 67

⁷ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), hal. 17

⁸ Ahmad Hasan Ridwan, "Etika Bisnis Islam" dalam http://www.etika_bisnis_dalam_Islam.info.html, diakses 26 Maret 2017

Islam, serta solusi untuk menghadapi persoalan yang dilakukan oleh obyek penelitian bisnis *online* tersebut.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penyusunan penulisan skripsi ini dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu:

Bagian awal, terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, moto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

Bagian utama (inti), terdiri dari:

Bab I pendahuluan, terdiri dari: (a) konteks penelitian, (b) batasan masalah, (c) fokus penelitian, (d) tujuan penelitian, (e) kegunaan penelitian, (f) penegasan istilah, (g) sistematika penulisan skripsi.

Bab II kajian pustaka, terdiri dari: (a) kajian fokus pertama, (b) kajian fokus kedua dan seterusnya, (c) hasil penelitian terdahulu, (d) kerangka berpikir teoritis.

Bab III metode penelitian, terdiri dari: (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) kehadiran peneliti, (d) data dan sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) teknik analisis data, (g) pengecekan keabsahan temuan, dan (h) tahap-tahap penelitian.

Bab IV Hasil penelitian, terdiri dari: (a) paparan data, (b) temuan penelitian, (c) analisis data.

Bab V Pembahasan.