

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman telah memasuki era *digital* 4.0 dimana hal tersebut ditandai dengan semakin berkembangnya teknologi secara pesat. Dengan adanya perkembangan teknologi ini, dampak yang akan dirasakan sangatlah kuat pada kehidupan manusia tidak terkecuali pada transaksi jual beli. Saat ini jual beli tidak hanya dilakukan oleh pedagang dan pembeli secara langsung melainkan bisa dilakukan dengan *online*. Fenomena transaksi jual beli *online* ini dinilai oleh masyarakat lebih fleksibel dan efisien dikarenakan tidak memerlukan tenaga yang banyak untuk mendapatkan suatu barang yang dicari. Namun dengan perkembangan teknologi internet secara cepat seperti sekarang ini dapat mempengaruhi proses dalam interaksi, gaya hidup, serta cara pandang masyarakat dan tidak menutup kemungkinan terjadinya perubahan pada cara berinteraksi masyarakat (Nugraha & Nuraeni, 2021)

Bermuamalah melalui media social telah diatur dalam Fatwa DSN-MUI No.24 Tahun 2017 dimana fatwa tersebut menjelaskan bahwasannya muamalah adalah proses interaksi antara individu atau kelompok, termasuk produksi, distribusi, konsumsi dan penggunaan teknologi informasi. Dengan banyaknya jual beli online yang terjadi saat ini, Islam memperbolehkan hal tersebut dilakukan selama tidak terdapat dalil yang melarang kegiatan tersebut. Meskipun begitu, kegiatan jual beli *online* tetap harus mengikuti sebuah ketentuan yang ada (Librianty, 2017).

Dalam kegiatan *muamalah* tidak dapat dilakukan dengan sembarangan, melainkan terdapat syarat rukun yang harus dipenuhi. Fungsi dengan adanya suatu konsep *muamalah* yaitu digunakan sebagai acuan dalam melakukan setiap aktivitas sosial yang dilakukan manusia yang di dalamnya berisi norma dan etika. Allah swt. telah menghalalkan transaksi jual beli karena dapat mendatangkan maslahat bagi kehidupan manusia. Aktivitas jual beli diperbolehkan dilakukan oleh semua umat Islam dengan catatan mengikuti aturan syariah. Jual beli memiliki macam-macam bentuk

seperti jual beli dari segi macam barang yang diperjualbelikan, akad yang digunakan, cara pembayaran, sampai dengan proses penyerahan barang (Saronika, 2020).

Pada hakikatnya dalam Islam suatu bisnis mencari suatu keuntungan yang sifatnya materi dan juga *immaterial*. Keuntungan dan kebahagiaan di akhirat merupakan sifat keuntungan yang bersifat *immaterial*. Dalam Al-Qur'an telah dijelaskan bahwasannya keuntungan dari kegiatan bisnis yang dilakukan tidak ada istilah merugi yang disebut dengan "*tijaratanlan tabura*". Seorang pelaku bisnis jika dalam keuntungan materi mengalami rugi, namun pada dasarnya ia telah mendapatkan suatu keuntungan yang bersifat *immaterial* yakni pahala dari suatu bisnis yang ia lakukan sesuai dengan ajaran Islam (Ariyadi, 2018).



Gambar 1 Data Pengguna Internet di Indonesia per Januari 2022

Sumber: We Are Social and Hootsuite 2022

Pada Gambar 1 data yang dipublikasikan oleh We Are Social dan Hootsuite berdasarkan studi yang telah dilakukan bahwa Indonesia memiliki pengguna internet sebanyak 204,7 juta pada Januari 2022. Pada awal tahun 2022, tingkat penetrasi pengguna internet di Indonesia akan mencapai 73,7% dari total populasi. Data menunjukkan bahwa antara tahun 2021 dan 2022, pengguna internet di Indonesia akan meningkat sebesar 2,1 juta (+1,0%) (Riyanto, 2021).

Menurut data GlobalWebIndex (GWI) per kuartal ketiga 2020, 78,2% pengguna internet berusia 16-64 tahun menggunakan aplikasi belanja online untuk

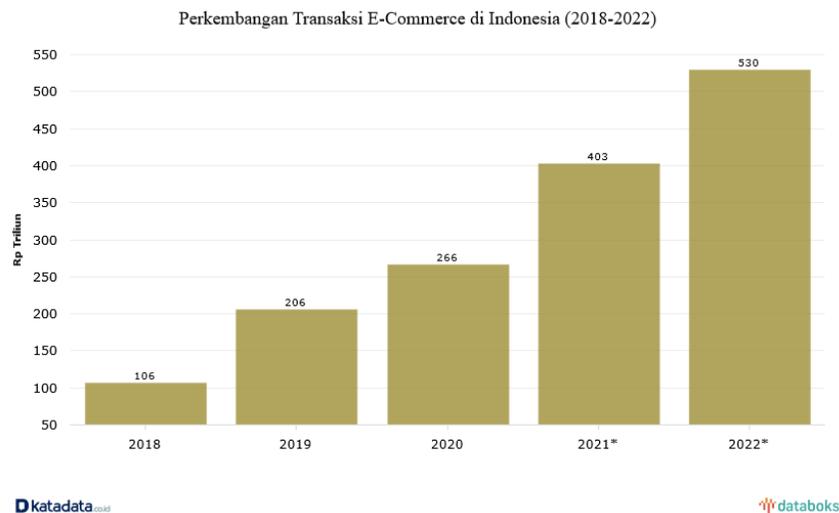
Tasya Safira, 2022

ANALISIS TRANSAKSI JUAL BELI MYSTERY BOX DI E-COMMERCE SHOPEE DALAM TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah

[www.upnvj.ac.id-www.library.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

transaksi *e-commerce* melalui ponsel atau tablet. Dan hanya sekitar 22% yang masih melakukan transaksi *e-commerce* melalui *website*. Shopee adalah platform belanja online teratas di Indonesia pada paruh pertama tahun 2021 (dari Januari hingga pertengahan tahun) (Amani, 2021) . Berikut merupakan perkembangan *e-commerce* di Indonesia



Gambar 2 Perkembangan Transaksi E-Commerce di Indonesia

Sumber: katadata, 2021

Pada Gambar 2 transaksi *e-commerce* dalam negeri diperkirakan mencapai Rp 403 triliun pada tahun 2021, menurut laporan dari Pertemuan Tahunan Bank Indonesia. Jumlah tersebut meningkat 51,6% dibandingkan tahun lalu sebesar Rp 266 triliun. Bank Indonesia juga memperkirakan transaksi *e-commerce* di Indonesia akan terus tumbuh pada 2022 senilai Rp530 triliun atau meningkat 31,4% (year-on-year). Dengan pesatnya perkembangan transaksi *e-commerce*, transaksi pembayaran *digital banking* juga diperkirakan akan meningkat sebesar Rp40.000 triliun pada tahun 2021, atau sekitar 46,1% year-on-year. Transaksi perbankan digital juga diperkirakan akan terus tumbuh menjadi Rp48.600 triliun pada tahun 2022 atau meningkat 21,8% (year-on-year). Demikian pula penggunaan uang elektronik juga diperkirakan akan tumbuh sebesar 41,2% (year-on-year) pada tahun 2021 dan akan tumbuh kembali sebesar 16,3% (year-on-year) mencapai Rp337 triliun pada tahun 2022 (Rizaty, 2021).

Tasya Safira, 2022

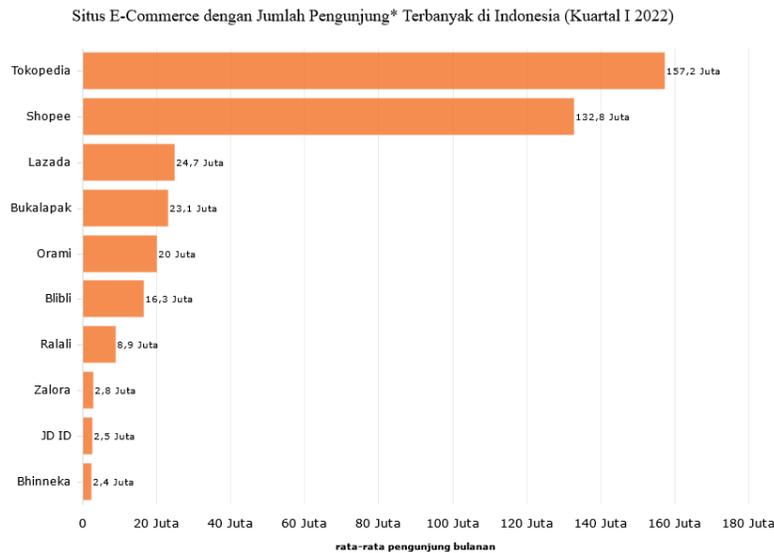
ANALISIS TRANSAKSI JUAL BELI MYSTERY BOX DI E-COMMERCE SHOPEE DALAM TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah

[www.upnvj.ac.id-www.library.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

Pada saat ini jual beli *online* digemari oleh berbagai kalangan masyarakat Indonesia dikarenakan sifatnya yang fleksibel. Salah satu negara dengan tingkat pengguna internet tertinggi di dunia adalah Indonesia. Berdasarkan laman resmi Kementerian Komunikasi dan Informasi (2020) bahwasannya bisnis *e-commerce* di Indonesia semakin menjanjikan. Dalam masa pandemi sekarang ini, dibandingkan tahun sebelumnya di tahun 2020, bisnis transaksi berbasis digital ini diproyeksikan tumbuh sebesar 33,2%, mencapai Rp253 triliun hingga Rp337 triliun pada tahun 2021. Fenomena ini terjadi dikarenakan pada *e-commerce* ditawarkan berbagai kemudahan dalam menjual dan membeli sebuah barang seperti lapak atau tempat, produk, merk, dan lain-lain tanpa harus penjual dan pembeli bertatap muka secara langsung (Kementerian Komunikasi dan Informasi, 2020).

Aplikasi belanja *online* yang terdapat di Indonesia saat ini sudah banyak dijumpai. Salah satu aplikasi yang sedang banyak digunakan masyarakat yaitu Shopee. Shopee adalah *website* atau marketplace untuk jual beli online yang dapat dengan mudah diakses atau digunakan dengan *gadget*. Shopee merupakan salah satu *e-commerce* yang dikenal ramah terhadap UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dikarenakan mudahnya system pendaftaran bagi penjual dengan hanya bermodalkan E-KTP, produk yang akan dijual, dan juga nomor telepon (Faizah, 2020).



Gambar 3 Pengunjung E-Commerce di Indonesia

Sumber : katadata.co.id

Gambar 3 menunjukkan bahwasannya yang memimpin pasar di *e-commerce* di Indonesia yakni Tokopedia dan Shopee. Jika dilihat dari rata-rata jumlah pengunjung tiap bulannya, terlihat bahwasannya kedua *e-commerce* tersebut memiliki persaingan yang semakin ketat. Merujuk pada katadata.co.id,, jumlah pengunjung Tokopedia naik sebesar 5,1% dari kuartal IV 2021 149,6 juta menjadi 157,2 juta pada kuartal I 2022. Diurutan kedua terdapat shopee dimana pada kuartal I 2022 tercatat rata-rata pengunjung bulanan sebesar 132,77 dari kuartal sebelumnya yang hanya sebesar 131,9 sehingga naik 0,6% .

Banyaknya penjual di *e-commerce* Shopee ini maka berpengaruh terhadap persaingan usaha diantara para penjual. Para penjual online harus terus melakukan inovasi terbaru untuk persaingan usaha ini seperti pemasaran yang kreatif untuk menarik perhatian konsumen, dengan adanya dorongan tersebut menyebabkan munculnya beberapa system penjualan yang dinilai unik dalam *e-commerce* Shopee. Fenomena yang saat ini terjadi adalah jual beli *mystery box* atau kotak misteri. Dalam Transaksi *mystery box* ini dilakukan dengan sistem menjual barang tanpa menyebutkan kriteria barang tersebut sehingga pembeli tidak akan mengetahui apa yang akan didapat dan sistem jual ini sedang banyak terjadi di *e-commerce* Shopee. Kolom detail produk

Tasya Safira, 2022

ANALISIS TRANSAKSI JUAL BELI MYSTERY BOX DI E-COMMERCE SHOPEE DALAM TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah

[www.upnvj.ac.id-www.library.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

mengatakan bahwa barang-barang di dalam *mystery box* akan dikirim secara acak sesuai yang dikirim oleh penjual dan tidak dapat dikembalikan setelah konsumen membelinya. Tidak menutup kemungkinan barang yang dikirim penjual memiliki harga yang tidak setara dengan harga yang dibayarkan pembeli. (Nugroho & Astuti, 2022). Penelitian Fahrurrozi et al (2021) menemukan bahwa sebagian pembeli kecewa (dzalim) karena barang di dalam kotak misteri tidak dijelaskan secara jelas dengan harga yang cukup tinggi (Fahrurrozi et al., 2021).

Febriandika et al (2022) menemukan bahwasannya ketika kata kunci '*mystery box*' diketik muncul 27.000 produk dan kata kunci "*misteri box*" muncul sebanyak 7.000 produk. Hal ini menunjukkan judul yang digunakan penjual lebih banyak memakai kata kunci "*mystery box*" dan merupakan barang yang banyak dijual. (Febriandika et al., 2022).

Nugroho & Astuti (2022) menjelaskan bawasannya dalam transaksi jual beli penjelasan produk yang menyeluruh sangat penting untuk diperhatikan karena benda sangat penting dalam jual beli. Karena produk yang dijual tidak jelas maka akan terjadi ketidakakuratan informasi produk yang akan menimbulkan keluhan pelanggan dan membuat penjualan ini tidak memenuhi unsur masalah (Nugroho & Astuti, 2022).

Pada sisi lain, nilai etika dalam suatu bisnis merupakan satu kesatuan utuh yang perlu diperhatikan pada kompetitifnya persaingan bisnis saat ini. Jika suatu bisnis yang dijalankan telah melakukan etika dan nilai-nilai bisnis secara benar, maka bisnis tersebut mendapatkan keuntungan materi dan non materi seperti citra positif dan juga kepercayaan dari konsumennya (Azizah, 2020). Suatu etika bisnis Islam menjelaskan bahwasannya menjalankan bisnis merupakan suatu usaha manusia guna mencari keridhoan Allah Swt. Tujuan bisnis tidaklah semata-mata mencari keuntungan berbasis angka atau uang yang memiliki keuntungan jangka pendek, melainkan bisnis merupakan suatu tanggung jawab suatu pelaku bisnis terhadap dirinya sendiri, masyarakat, Negara, dan Allah Swt. Oleh karena itu dalam Islam etika merupakan bagian dari suatu bisnis dan tidak terpisahkan (Zainuddin & Khoiriyah, 2021).

Menurut Jubaedi et al (2018) bisnis diperbolehkan dalam Islam, tetapi ada aturannya. Ketika diterapkan pada bisnis, Islam memiliki aturan terkait bisnis yang

dapat membawa kebaikan dan keberkahan (Jubaedi et al., 2018). Pandangan umum tentang etika bisnis Islam menurut M. Yasir Nasution adalah bisnis yang memenuhi standar norma-norma syariah yang tidak hanya sekedar hukum formal. Etika bisnis Islam tidak hanya tentang hukum formal, tetapi dibalik itu juga harus ada substantif syariah. Substantif syariah itu menyangkut etika dan moral (Syahbudi & Sari, 2017).

Berdasarkan penelitian Paramansyah & Wati (2019) disebutkan bahwasannya etika yang diterapkan dalam kegiatan bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dikenal sebagai Etika Bisnis Islam. Hal tersebut telah dianggap sebagai ajaran yang benar seperti nilai kejujuran, keadilan, kebebasan, dan juga kebenaran. Fitrah manusia akan menjadi sempurna ketika nilai etika tersebut dilaksanakan dengan baik sesuai aturan. Pengetahuan terkait nilai mungkin sudah dimiliki oleh setiap manusia, namun dalam hal melakukan kontrol terhadap perilaku umat Islam, maka Al-Qur'an dan Hadist merupakan jawaban dari itu semua karena di dalamnya telah menjadi sumber sebagai pedoman segala aspek kehidupan dan termasuk bisnis (Paramansyah & Wati, 2019).

Dalam beberapa penelitian terdahulu, kajian mengenai analisis etika bisnis Islam pada transaksi jual beli *mystery box* pada *e-commerce* Shopee belum ditemukan. Selain itu penelitian *mystery box* yang dilakukan pada *e-commerce* shopee masih cukup sedikit jika dibandingkan dengan *e-commerce* lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep etika bisnis islami dalam jual beli kotak misteri. Sehingga penelitian ini diharapkan dapat membuat literasi penjual meningkat ketika melakukan transaksi jual beli *online* dengan mengacu pada kode etika bisnis syariah.

Penelitian dilakukan pada *e-commerce* Shopee dengan alasan saat ini Shopee merupakan situs *marketplace* yang sedang marak dilakukan transaksi jual beli di dalamnya. Masyarakat memilih Shopee dikarenakan banyak kemudahan yang diberikan. Selain itu, Shopee adalah salah satu *e-commerce* yang memiliki jumlah transaksi jual beli *mystery box* dalam jumlah yang cukup besar. Sehingga jika dilihat dari banyaknya transaksi yang terjadi dalam *e-commerce* Shopee membuat penulis menjadi tertarik dalam melakukan penelitian etika bisnis Islam transaksi jual beli *mystery box*.

I.2 Fokus Penelitian

Fokus pada penelitian ini yaitu mengetahui mekanisme transaksi jual beli *mystery box* dalam tinjauan etika bisnis Islam yang telah banyak dijual di *e-commerce* Shopee.

I.3 Perumusan Masalah

Rumusan masalah yang penulis rumuskan berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan antara lain:

1. Bagaimana mekanisme transaksi jual beli *mystery box* di *e-commerce* shopee?
2. Bagaimana transaksi jual beli *mystery box* di *e-commerce* shopee dalam tinjauan etika bisnis islam?

I.4 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah yang ada maka tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui mekanisme jual beli *online* *mystery box* di *e-commerce* shopee
2. Untuk mengetahui transaksi jual beli *mystery box* di *e-commerce* shopee dalam tinjauan etika bisnis islam

I.5 Manfaat Penelitian

1. Aspek Teoritis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat meningkatkan pengetahuan atau wawasan peneliti tentang etika bisnis yang terdapat dalam transaksi jual beli online *mystery box*

b. Bagi Akademisi

Penelitian inii diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kajian guna penelitian dan pengembangan lebih lanjut mengenai etika bisnis Islam pada penjualan *mystery box* yang telah banyak dilakukan oleh masyarakat.

2. Aspek Praktis

a. Bagi regulator

Sebagai referensi bagi pemerintah untuk lebih menegakkan hukum yang lebih tegas terkait etika bisnis yang dilanggar oleh penjual jual beli *online* sehingga terdapat kenyamanan ketika berbelanja.

b. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat luas pada era milenial sekarang ini untuk menjadi sumber wawasan pengetahuan dalam melakukan transaksi jual beli online sehingga penjual maupun pembeli dapat lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi dalam bingkai kaca mata Islam.