

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi saat ini, kegiatan jual beli yang berlangsung sangat intens. Dimana, pembeli harus menemui penjual untuk membeli produk. Selain itu, penjual menetapkan harga yang harus dibayar oleh pembeli. Dalam hal ini, jual beli merupakan perjanjian tukar-menukar barang atau benda yang mempunyai nilai secara suka rela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang dibenarkan syara'. (Hendi Suhendi, 2014)

Sistem awal dari jual beli yang dilakukan oleh masyarakat ialah sistem barter. Barter merupakan kegiatan perdagangan dengan cara saling menukar barang yang sekiranya memiliki nilai yang sama pada masing-masing barang. (Lakuuu Team, 2021). Kegiatan barter ini tidak bertahan lama, dikarenakan sudah terciptanya uang yang digunakan sebagai alat tukar dalam sistem pembayaran. Saat ini sistem barter mulai ditinggalkan oleh masyarakat dunia. (Halim Budi Santoso, 2017)

Seiring perkembangan zaman, kegiatan pembelian barang berubah menjadi lebih modern. Perkembangan yang terjadi yaitu dari pembelian tatap muka berubah menjadi pembelian *online*. (Saka Mahardika, 2015) Kegiatan pembelian ini tidak mengharuskan bertemu secara langsung. Pembeli dapat melihat produk melalui *website e-commerce* atau forum

jual beli lainnya yang ditawarkan melalui sarana tersebut. Sarana ini merupakan *online shop*.

Online shop merupakan proses pembelian barang atau jasa melalui internet, dimana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu atau melakukan kontak secara fisik, kemudian barang yang diperjualbelikan ditawarkan melalui gambar yang ada di suatu *website*. (Chacha Andira Sari, 2015) *Online shop* ini tersedia secara virtual melalui *marketplace*, *e-commerce* maupun media sosial. (Selly, 2022) Media *online shop* yang terkenal ialah *e-commerce*.

E-commerce merupakan salah satu wadah dalam kegiatan transaksi pembelian barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya secara *online*.. (Fitria, T. N, 2017) *E-commerce* dapat diartikan sebagai kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, *service providers*, dan pedagang, dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer yaitu internet. (Hestanto, 2007). Keberadaan *e-commerce* memberi kemudahan berbisnis melalui sarana internet dengan adanya *e-commerce*.

E-commerce ini memiliki kelebihan yaitu biaya operasional lebih rendah dari toko *offline*, margin lebih tinggi dari penjualan produk digital, bisa mendatangkan konsumen global, toko *online* bisa buka 24 jam setiap hari tanpa batas, jumlah transaksi *online* terus meningkat, situs *e-commerce* mudah dioptimasi, lebih mudah dikembangkan daripada bisnis *offline*, *outsourcing* tugas lebih mudah dan murah, aset pemasaran lanjutan yang terjangkau dan cepat beradaptasi terhadap perubahan. (Astrid, 2021)

E-commerce juga memiliki kekurangan yaitu memerlukan strategi pengiriman yang efisien seperti tarif pengiriman, kemasan, jasa pengiriman atau pengiriman untuk *return* dan *refund*, membutuhkan jaminan *uptime*, keamanan atau perlindungan terhadap penipuan, tingkat pengembalian barang lebih tinggi dikarenakan pelanggan

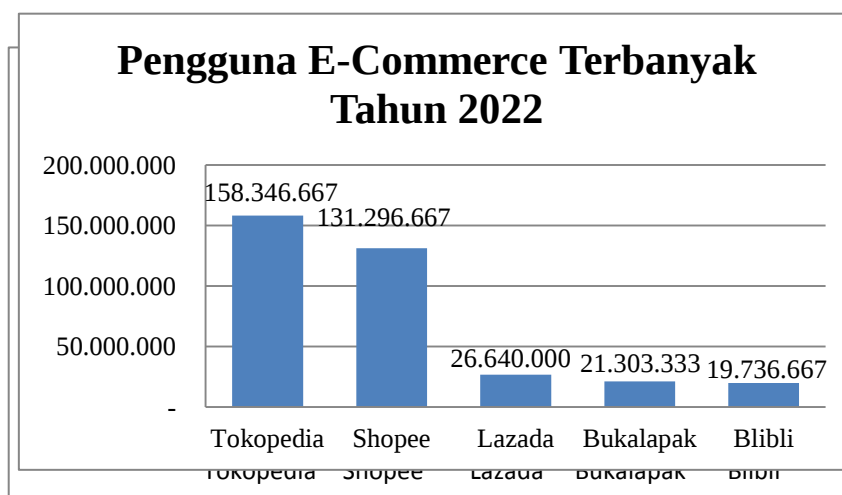
tidak bisa melihat produk secara langsung saat melakukan transaksi dan persaingan tinggi yang semakin hari ada ribuan hingga jutaan bisnis *online*. (Astrid, 2021) Dalam hal ini, *e-commerce* menerapkan akad jual beli tidak tunai (*al-bai'u al-muajal*) dan akad ijarah. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Al-Mulk : 15.

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ۝

Artinya : “Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajalah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.” (Departemen Agama Republik Indonesia Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an, 2011, hal. 564)

Dalam surah Al-Mulk ayat 15 ini menerangkan bahwa Allah menyatakan sifat rahman-Nya yang berarti tidak hanya menciptakan sarana dan prasarana bagi manusia, melainkan juga memudahkan untuk menjelajahi kehidupan di Bumi. Setelah Allah menerangkan bahwa alam diciptakan untuk manusia dan memudahkan dalam keperluan, maka Allah memerintahkan agar manusia berjalan di muka Bumi untuk memperhatikan keindahan alam, berusaha mengolah alam, berdagang, dan mencari rezeki yang halal. (Anisa Rizki Febriani, 2023)

E-commerce berkembang dengan pesat, hal ini menunjukkan dengan banyaknya masyarakat yang mengakses *e-commerce*. Dari berbagai perusahaan *e-commerce* yang ada, terdapat lima *e-commerce* yang paling banyak dicari oleh masyarakat Indonesia seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak, dan Blibli. Berikut ini pengguna *e-commerce* menurut data iPrice. (Adi Ahdiat, 2022)



Gambar1.1 Pengguna E-Commerce Terbanyak Tahun 2022

Berdasarkan grafik diatas, bahwasanya *e-commerce* terbanyak berada pada penggunaan *e-commerce* Tokopedia sekitar 158,3 juta pengguna. Sedangkan, penggunaan dengan *e-commerce* Shopee sekitar 131,2 juta, yang berarti selisih antara *e-commerce* Tokopedia dengan *e-commerce* Shopee adalah 27,1 juta. Namun pada penggunaan *e-commerce* Lazada sekitar 26,6 juta. Dimana selisish antara *e-commerce* Lazada dengan Tokopedia adalah 131,7 juta. Sedangkan, selisih antara *e-commerce* Lazada dengan Shopee adalah 104,6 juta.

Selain itu, pada penggunaan *e-commerce* Bukalapak sekitar 21,3 juta, yang berarti selisih antara *e-commerce* Bukalapak dengan Tokopedia yaitu 137 juta. Sedangkan selisih antara *e-commerce* Bukalapak dengan Shopee yaitu 109,9 juta dan selisih antara *e-commerce* Bukalapak dengan Lazada yaitu 5,3 juta. Namun penggunaan *e-commerce* Blibli adalah 19,7 juta, yang selisih antara *e-commerce* Blibli dengan Tokopedia adalah 138,6 juta, sedangkan selisih antara Blibli dengan Shopee adalah 111,5, dan selisih antara Blibli dengan Lazada adalah 6,9 juta, serta selisih antara Blibli dengan Bukalapak adalah 1,6 juta.

Dengan demikian, terlihat bahwa *e-commerce* di Indonesia sangat diminati oleh masyarakat khususnya pada mahasiswa Universitas Potensi Utama terutama pada program studi Ekonomi Syariah yang berjumlah 73 mahasiswa. Hal ini terlihat pada data sebagai berikut ini :

No	E-commerce	Jumlah Pengguna E-commerce
1	Shopee	20
2	Tokopedia	19
3	Lazada	18
4	Bukalapak	0
5	Blibli	0

6	Tidak Pengguna	16
---	----------------	----

Tabel 1.1 Tabel Jumlah Penggunaan E-commerce Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Potensi Utama

Berdasarkan uraian diatas, maka *e-commerce* yang berkembang pada mahasiswa Universitas Potensi Utama khususnya di mahasiswa program studi Ekonomi Syariah lebih didominasi oleh penggunaan *e-commerce* Shopee yang berjumlah sekitar 20 mahasiswa yang apabila dibandingkan dengan *e-commerce* lainnya seperti penggunaan *e-commerce* Tokopedia yang berjumlah 19 mahasiswa, berarti memiliki selisih dengan Shopee sekitar 1 mahasiswa.

Penggunaan *e-commerce* Lazada yaitu 18 mahasiswa yang apabila dibandingkan dengan penggunaan *e-commerce* Shopee memiliki selisih 2 mahasiswa, sedangkan memiliki selisih dengan penggunaan Tokopedia sekitar 1 mahasiswa. Namun penggunaan *e-commerce* Bukalapak dan Blibli tidak ada mahasiswa yang menggunakannya. Selain itu, tidak pengguna *e-commerce* tersebut sebanyak 16 mahasiswa karena alasan tidak pernah menggunakan atau tidak percaya dengan pembelian melalui *online*.

Hal ini dikarenakan Shopee lebih banyak keuntungan dimana Shopee menawarkan transaksi jual beli yang mudah dan efektif. Shopee juga sering mengadakan promosi setiap bulannya, sehingga banyak mahasiswa yang berbelanja untuk mendapatkan berbagai macam promo menarik seperti gratis ongkir, *flash sale*, *cashback*, serta *voucher* diskon dari Shopee.

Dalam hal ini penerapan *e-commerce* Shopee yang ada di Indonesia telah sesuai dengan prinsip syariah. Dimana prinsip syariah merupakan prinsip yang berdasarkan hukum Islam yang mengacu pada Al-Qur'an, Hadits dan fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (NO : 144/DSN-MUI/XII/2021). Prinsip syariah ini meliputi prinsip tauhid, prinsip kerelaan, prinsip maslahat, prinsip keadilan, prinsip

kejujuran, prinsip kebebasan, prinsip akhlak/etika, serta prinsip *shahih*. (Misbahul Ulum, 2020, hal. 55)

Adapun prinsip keadilan dimana dengan tidak melakukan eksploitasi dan tidak melakukan riba. Prinsip kerelaan dalam penggunaan *e-commerce* Shopee dilihat dari Ijab dan Qabul, dimana Ijab ditandai dengan adanya uraian mengenai produk, sedangkan Qabul ditandai dengan ketersediaan pembeli dalam melakukan konfirmasi pembelian. Namun, prinsip maslahat dilihat dari Objek dan Subjek, dimana produk yang dijual bermanfaat dan proses jual beli memberikan keuntungan bagi beberapa pihak. Selain itu, prinsip keadilan dilihat dari keadilan kepada seluruh pembeli, penetapan harga dalam suatu produk, keuntungan secara wajar dan tidak melakukan monopoli.

Adapun prinsip kejujuran dilihat dari informasi yang benar dan lengkap, ditandai dengan adanya uraian tentang kualitas, harga, dan waktu penyerahan barang serta tidak melakukan penipuan. Prinsip kebebasan dilihat dari adanya *khiyar*, dimana pembeli bisa memilih untuk membatalkan atau melanjutkan transaksi jual beli. Prinsip akhlak/etika dilihat dari adanya melakukan kebaikan dan menghindari keburukan dalam transaksi. Sedangkan prinsip *shahih* dilihat dari syarat rukun jual beli yang terpenuhi oleh pihak berakad, objek akad, *sighat* ijab dan kabul, dan harga.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang transaksi pembelian *online*, untuk itu peneliti memberikan dengan judul **“Tinjauan Ekonomi Islam Mengenai Transaksi Pembelian *Online* Melalui *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Universitas Potensi Utama).**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah digunakan untuk mengetahui objek yang akan diteliti dan terarah pada hal-hal yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Adapun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam mengenai transaksi pembelian *online* melalui *e-commerce* Shopee ?
2. Bagaimana perspektif mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah mengenai transaksi pembelian *online* melalui *e-commerce* Shopee ?

1.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian bermanfaat bagi pembatasan mengenai objek penelitian agar peneliti tidak terjebak pada banyaknya data yang diperoleh di lapangan. Fokus penelitian lebih diarahkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi perekonomian dan sosial untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan mana data yang tidak relevan.

Penelitian ini berfokus pada transaksi pembelian *online* pada penggunaan *e-commerce* Shopee dan pembatasan hanya pada mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Potensi Utama angkatan 2019-2022, terutama pada kegiatan pembelian yang dilakukan oleh mahasiswa.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini di antaranya :

1. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi islam dalam transaksi pembelian *online* melalui *e-commerce* Shopee.

2. Untuk mengetahui perspektif mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah mengenai transaksi pembelian *online* melalui *e-commerce* Shopee.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti
 - a. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah Strata-I (SI).
 - b. Penelitian ini untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti tentang Tinjauan Ekonomi Islam mengenai Transaksi Pembelian *Online*.
2. Bagi Universitas Potensi Utama
 - a. Sebagai bahan yang dapat digunakan untuk referensi dan sumber informasi, sehingga diharapkan dapat dikembangkan oleh peneliti-peneliti selanjutnya, serta dapat memberikan wawasan baru kepada mahasiswa/i khususnya untuk fakultas Ekonomi Syariah.

1.6. Sistematika Penyusunan Skripsi

Sistematika penyusunan skripsi adalah berupa pokok pikiran urutan yang akan di bahas pada skripsi menjadi bagian-bagian yang saling berkaitan. Adapun sistematika penyusunan skripsi dalam penelitian ini, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penyusunan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan tentang landasan teori, penelitian terdahulu dan kerangka berfikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengelolaan data, teknik analisis data, dan teknik pengecekan keabsahan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang deskripsi hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan penelitian.