

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Transaksi jual beli adalah kegiatan manusia yang selalu berubah dari masa ke masa. Jual beli banyak didefinisikan oleh para ulama' dengan arti yang berbeda namun mempunyai makna satu, yakni sebuah akad timbal balik dimana satu pihak memberikan harta dan salah satu pihak memberikan benda yang mempunyai kemanfaatan yang bersifat selamanya dan juga bisa berupa jasa maupun bentuk yang lainnya. Jual beli bisa dikatakan sebagai kegiatan tukar menukar uang dengan dengan barang dan didasari dengan kerelaan yang melibatkan *ijab* dan *qabul*.¹

Kemajuan teknologi saat ini sangat memengaruhi corak kegiatan perdagangan, salah satunya yaitu terciptanya perdagangan berbasis *internet* atau lebih dikenal dengan *Electronic Commerce (e-commerce)*. Salah satu bentuk perniagaan elektronik ini adalah jual beli secara *online* atau jual beli yang menggunakan jaringan *internet*, baik melalui komputer ataupun *smartphone*.² Istilah *e-commerce* mulai dikenal pada awal abad 21, namun mengalami perkembangan yang cukup pesat seiring berkembangnya teknologi telepon genggam, fitur aplikasi media sosial, chat dan sejenisnya serta murahnya biaya koneksi jaringan *internet*.³

E-commerce yaitu *platform* yang menyederhanakan interaksi perdagangan atau bisnis, membuatnya lebih mudah, praktis, cepat, dan hemat biaya bagi masyarakat. Penggunaan *platform* ini seringkali mengurangi kebutuhan akan perdagangan

¹ Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*, Edisi I, (Jakarta: Kencana, 2019), 64

² Gemala Dewi dan Wirduyaningsih, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005), 208

³ M. Yasir Yusuf, Farid Fathony, dan Mulkan Fadhli, *Tata Niaga Islami Berbasis Digital*, (Banda Aceh: BAPPEDA Aceh, 2019), 1

tradisional yang memakan waktu, tenaga, dan biaya yang signifikan. Jika dilihat dari tujuannya maka *e-commerce* sejalan dengan nilai-nilai yang terkandung dalam surat al-Baqarah:185, yaitu:

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَىٰ وَالْفُرْقَانِ
فَمَن شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ ۖ وَمَن كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَىٰ سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ أُخَرَ
يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ
عَلَىٰ مَا هَدَيْتِكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

“(Beberapa hari yang ditentukan itu ialah) bulan Ramadhan, bulan yang di dalamnya diturunkan (permulaan) Al Quran sebagai petunjuk bagi manusia dan penjelasan-penjelasan mengenai petunjuk itu dan pembeda (antara yang hak dan yang bathil). karena itu, Barangsiapa di antara kamu hadir (di negeri tempat tinggalnya) di bulan itu, Maka hendaklah ia berpuasa pada bulan itu, dan Barangsiapa sakit atau dalam perjalanan (lalu ia berbuka), Maka (wajiblah baginya berpuasa), sebanyak hari yang ditinggalkannya itu, pada hari-hari yang lain. Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur.”⁴

Jual beli yang dilakukan di *internet* pada dasarnya tidak berbeda dengan perdagangan atau jual beli yang dilakukan menurut hukum perdata. Pada agama Islam, jual beli dasar hukumnya boleh atau mubah selama perbuatan tersebut tidak dilarang al-Qur’an dan Sunnah.⁵ Akad jual beli *online* haruslah jelas asal usul dan kegunaannya bermanfaat bagi manusia. Namun, jual beli juga mempunyai prinsip dalam akadnya, setiap akad yang dilakukan tidak hanya menempatkan sebuah kepercayaan namun harus mengedepankan kemaslahatan.⁶ Transaksi dalam jual beli *online* juga harus berdasarkan sukarela antara kedua belah pihak, yaitu tanpa adanya

⁴ M. Quraish Shihab, *Al-Qur’an dan Maknanya*, (Lentera Hati, 2020), 26

⁵ Gemala dan Wirnyaningsih, *Hukum Perikatan.....*, 218

⁶ Ridwan Nurdin, *Fiqh Muamalah (Sejarah, Hukum, dan Perkembangannya)*, Edisi III, (Banda Aceh: Yayasan Pena Banda Aceh, 2014), 25.

unsur paksaan dan dinyatakan sah secara hukum, seperti yang dijelaskan dalam al-Qur'an surat an-Nisa' ayat 29:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”⁷

Menurut hukum Islam, pelaksanaan transaksi jual beli *online* sama dengan transaksi *bai' al-salam* dalam hal pembayaran dan penyerahan barang. Selain dalam hukum Islam, menurut UU No. 11 tahun 2008 yang dimaksud dengan transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.⁸ Transaksi jual beli *online* juga termasuk dalam salah satu transaksi elektronik, karena transaksi ini dilakukan dengan menggunakan jaringan komputer yang mengakibatkan adanya suatu perbuatan hukum.

Platform aplikasi yang menyediakan fitur jual beli *online* meliputi Shopee, Lazada, dan Tokopedia. *Platform* jual beli *online* ini sangat populer di kehidupan masyarakat Indonesia. Hal ini dikarenakan *platform* tersebut memberikan banyak kemudahan di setiap sisi kehidupan masyarakat. Dalam implementasinya transaksi elektronik ini tentu menjadi sebuah hal yang harus diperhatikan dengan baik, terlebih saat ini banyak sekali aplikasi yang bermunculan karena melihat perkembangan

⁷ Shihab, *Al-Qur'an dan Maknanya*, 98

⁸ Pasal 1 angka (2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, <https://peraturan.bpk.go.id/Details/37589/uu-no-11-tahun-2008> (Diakses pada 08 Desember 2023, pukul 16.50 WIB).

teknologi yang semakin canggih. Dengan adanya perhatian khusus pada perkembangan *platform* aplikasi jual beli *online*, maka ini merupakan salah satu cara untuk menegakkan hukum yang telah diatur dalam peraturan perundang-undangan serta hukum islam yang berlaku di negara Indonesia.

Di tengah persaingan yang semakin ketat di dunia *e-commerce*, pembangunan branding toko menjadi elemen kunci untuk menciptakan identitas yang kuat dan dikenal oleh konsumen. *Branded experience* dan nilai tambah lainnya seperti ulasan pelanggan dan jumlah produk terjual di dalam bisnis *e-commerce* seringkali menjadi penentu utama kesuksesan sebuah toko dalam menarik perhatian dan mempertahankan pelanggan. Akan tetapi, seiring dengan kemajuan teknologi juga, penjualan produk dan ulasan pelanggan bisa dipalsukan. Dengan adanya sewa jasa *check out* barang dan ulasan pelanggan, para pelaku usaha dapat menambah nilai branding pada produk-produk yang dijual.

Sewa jasa sendiri dalam hukum ekonomi syariah dinamakan dengan *ijarah*, yang mana *ijarah* memiliki arti yakni upah, sewa menyewa, jasa atau imbalan. Selain itu, menurut bahasa *ijarah* diartikan sebagai jual beli manfaat sedangkan menurut istilah *ijarah* merupakan transaksi atau memberikan suatu manfaat dengan adanya ganti atau upah atas manfaat yang telah diberikan. Dalam fiqh muamalah, *ijarah* memiliki dua pengertian yakni perjanjian sewa menyewa dan perjanjian sewa jasa atau tenaga. *Ijarah* yang berkaitan dengan sewa jasa yaitu memperkerjakan jasa seseorang dengan adanya upah sebagai imbalan atas jasa yang telah diberikan.⁹ Di masa sekarang ini, sewa jasa bukan hanya meliputi ketrampilan yang dimiliki oleh orang lain seperti arsitek, kuli maupun tukang bangunan. Akan tetapi sewa jasa juga dapat berupa jasa

⁹ Yadi Janwari, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), hal. 88

check out barang maupun pemberian ulasan pada *platform* aplikasi jual beli *online*. Karena tidak dapat dipungkiri bahwa jasa ini sangat berpengaruh pada peningkatan kualitas branding toko yang dimiliki oleh seseorang.

Perlu diketahui bahwa *check out* barang yaitu tahap akhir untuk melakukan pemesanan suatu produk. Sedangkan ulasan pelanggan atau *online customer review* merupakan ulasan yang diberikan oleh konsumen berkaitan dengan informasi dari evaluasi atau penilaian suatu produk tentang berbagai macam aspek. Dengan tersedianya informasi ini, para konsumen bisa mengetahui kualitas dari produk yang akan dibeli.¹⁰ *Online customer review* ini dapat berisi hal-hal yang bersifat positif maupun yang bersifat negatif tentang suatu produk.

Pada umumnya, ulasan dari pelanggan atau *online customer review* sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian oleh Eliska Sri Putri Ningsih, diketahui bahwa *online customer review* lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian daripada rating dari sebuah produk.¹¹ Begitu juga dengan hasil penelitian oleh Rizka Sri Damayanti, bahwasanya *online customer review* dan rating berpengaruh positif terhadap minat beli di Shopee.¹² Dengan ini, banyak pelaku usaha yang membeli jasa *review* produk untuk menarik minat pembeli.

Aplikasi *Fastwork* adalah *platform freelance* profesional nomor 1 terbesar di Asia Tenggara, berasal dari Thailand dan kini mengembangkan sayap ke Indonesia, *platform* penyedia layanan teknologi yang menyediakan layanan sebagai *platform* untuk pengguna atau menyediakan layanan perekrutan *Freelancer* untuk berbagai

¹⁰ Eliska Sri Putri Ningsih, "Pengaruh *Rating* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada *Marketplace* Shopee" (*Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makassar*, 2019), 26.

¹¹ *Ibid.*, 77.

¹² Riska Sri Damayanti, "Pengaruh *Online Customer Review* and rating, E-Service Quality, dan Price Terhadap Minat Beli Pada *Online Marketplace* Shopee", (*Skripsi: Universitas Muhammadiyah Magelang*, 2019), 50.

proyek. Perusahaan berfungsi sebagai perantara bagi pemberi kerja untuk mencari layanan yang disediakan oleh pihak ketiga selain Perusahaan.¹³

Aplikasi *Fastwork* memungkinkan pengguna untuk mencari *freelancer* dengan keahlian tertentu atau menawarkan jasa mereka sebagai *freelancer* untuk proyek-proyek tertentu. Beberapa kategori jasa yang tersedia pada aplikasi *Fastwork* yaitu grafis & desain, penulisan & penerjemahan, web & pemrograman, jasa konsultasi, dan memberi *review*. Pada kategori memberi *review*, tersedia jasa pemberian ulasan bintang 5 pada *marketplace*. Aplikasi penyedia jasa ini bisa diunduh melalui *Playstore* dan *Appstore*.

Praktik sewa jasa *check out* barang dan ulasan pelanggan pada aplikasi *Fastwork* menawarkan pemberian ulasan dengan bintang lima dan melakukan pesanan barang palsu. Pesanan barang palsu merupakan praktik di mana penjual atau pembeli membuat pesanan palsu dengan tujuan meningkatkan reputasi atau penjualan dengan pemberian *review* setelahnya. Praktik ini melibatkan manipulasi ulasan dan penilaian produk.¹⁴ Dalam kerangka hukum ekonomi syariah, praktik-praktik yang melibatkan penipuan, manipulasi, dan ketidakjelasan dalam transaksi bisnis dianggap melanggar prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah. Sehingga dalam hal ini seharusnya praktik sewa jasa *check out* barang dan ulasan pelanggan pada aplikasi *Fastwork* tidak diperbolehkan. Hal ini didasarkan pada prinsip hukum ekonomi syariah yang secara tegas melarang adanya jual beli atau transaksi yang didalamnya terdapat praktik penipuan, manipulasi dan ketidakjelasan terhadap barang yang dijual.

¹³ <https://static.Fastwork.id/contents/terms#:~:text=Fastwork%20adalah%20penyedia%20layanan%20teknologi,oleh%20pihak%20ketiga%20selain%20Perusahaan.> (diakses pada 18 Desember 2023, pukul 17.51 WIB)

¹⁴ Adijaya Dera, 'Hati-Hati Fake Order Shopee Saat Ini, Rawan Banned' <https://retizen.republika.co.id/posts/106520/hati-hati-fake-ordershopee-saat-ini-rawan-banned> (diakses 28 Maret 2024 pukul 10.12 WIB)

Hukum ekonomi syariah sendiri merupakan cabang hukum Islam yang mengatur aktivitas ekonomi dan keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip-prinsip ini meliputi larangan riba (bunga), keadilan dalam transaksi, dan transparansi dalam bisnis. Prinsip-prinsip ini menekankan pentingnya transaksi yang jujur, adil, dan berdasarkan kepentingan bersama. Sehingga dalam hal ini sudah sangat jelas bahwa sewa jasa *check out* barang dan ulasan pelanggan pada aplikasi *Fastwork* telah melanggar prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah. Karena perbuatan tersebut dapat menimbulkan adanya kerugian serta kemadharatan bagi pembeli karena tidak adanya kejujuran dalam pembelian dan pemberian ulasan oleh para pengguna sewa jasa *check out* barang dan ulasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang mendalam mengenai sewa fiktif jasa *check out* dan pemberian ulasan, dengan judul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Sewa Jasa *Check out* Barang dan Pemberian Ulasan di Aplikasi *Fastwork*.”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian berikut ini dengan tujuan untuk menjadikan pembahasan lebih terarah dan sistematis:

1. Bagaimana praktik sewa jasa *Check out* Barang dan Pemberian Ulasan di aplikasi *Fastwork*?
2. Bagaimana tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap sewa jasa *Check out* Barang dan Pemberian Ulasan di aplikasi *Fastwork*?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan fokus penelitian adalah:

1. Untuk menjelaskan praktik sewa jasa *Check out* Barang dan Pemberian Ulasan di aplikasi *Fastwork*.
2. Untuk menjelaskan tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap sewa jasa *Check out* Barang dan Pemberian Ulasan di aplikasi *Fastwork*.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian ini dapat dilihat dari dua aspek, yaitu:

1. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat berperan secara teoritis dalam pemahaman tentang praktik sewa jasa, terutama dalam proses *check out* barang dan pemberian ulasan di *platform* Shopee, serta dalam konteks perlindungan hukum yang terkait dengan sewa jasa melalui aplikasi *Fastwork*.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi semua pelaku usaha dalam menjalankan transaksi jual beli melalui media elektronik. Sekaligus, diharapkan juga dapat memberikan panduan bagi konsumen untuk lebih berhati-hati saat bertransaksi menggunakan media elektronik.

E. Penelitian Terdahulu

1. Skripsi oleh Eliska Sri Putri Ningsih Universitas Muhammadiyah Makassar dengan judul “Pengaruh *Rating* Dan *Online Costumer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada *Marketplace* Shopee.”¹⁵

¹⁵ Eliska Sri Putri Ningsih, “Pengaruh *Rating* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada *Marketplace* Shopee” (Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019)

Penelitian tersebut menjelaskan tentang gejala yang ada pada *marketplace shopee* dimana produk dengan harga serupa, produk sama, tetapi memiliki perbedaan jumlah *rating*, *review*, serta jumlah barang terjual yang sangat signifikan. Penelitian ini mempunyai hubungan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan dimana sama-sama mempunyai pembahasan sebuah *rating* dan ulasan dari konsumen. Namun, penelitian yang dilakukan Eliska Sri Putri Ningsih dan yang akan peneliti lakukan memiliki perbedaan dimana penelitian terdahulu ini lebih mengedepankan pengaruh *rating* dan *review costumers*, perbedaannya penelitian yang akan peneliti lakukan lebih fokus pada bagaimanakah tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap sewa jasa *check out* dan ulasan pelanggan.

2. Skripsi dari Umami Safitri Universitas Islam Negeri Jakarta dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Jasa Pengisian Kuesioner Melalui *Marketplace Shopee*.”¹⁶

Penelitian tersebut menjelaskan tentang mekanisme jual beli jasa pengisian kuesioner ditinjau dari hukum Islam dimana jual beli ini objeknya tidak berbentuk barang, tetapi jasa yang diperjual belikan. Penelitian ini mempunyai kesamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan dimana sama-sama mencari jawaban terkait jual beli jasa yang di dalamnya ada ketidakjelasan. Namun, penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan berbeda pada tinjauan hukumnya dan objek penelitian, objek penelitian ini jual beli jasa isi kuesioner di *Shopee* dan objek penelitian yang akan dilakukan yaitu jual beli jasa *review* dan *rating*.

¹⁶ Umami Safitri, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Jasa Pengisian Kuesioner Melalui *Marketplace Shopee*.”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023).

3. Skripsi dari Fauzi Permana Sari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan judul. “Pengaruh *Online Costumer Review* dan *Online Costumer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* di *E-commerce* Pada Mahasiswa Umsu.”¹⁷

Penelitian tersebut menjelaskan tentang pengaruh dari belanja *online*, pengaruh dari *rating* jelek bagi *e-commerce*. Kedua penelitian ini sama-sama mempunyai pembahasan sebuah *rating* dan ulasan dari konsumen, namun terdapat perbedaan dalam penelitian yang sudah dilakukan Fauzi Permana Sari dengan penelitian yang akan peneliti lakukan dimana penelitian terdahulu membahas terkait akibat dari *rating* buruk bagi toko *online* sedangkan perbedaannya dengan penelitian yang akan peneliti lakukan lebih diutamakan dari segi akad jual beli dan hukum yang terdapat dalam akad sewa jasa.

4. Skripsi dari Riska Sri Damayanti, Universitas Muhammadiyah Magelang dengan judul “Pengaruh *Online Costumer Review* and *rating*, *E-Service Quality*, dan *Price* terhadap Minat Beli Pada *Online Marketplace Shopee*”¹⁸

Penelitian ini membahas pengaruh *rating* dan *costumer review* terhadap minat beli pada aplikasi Shopee. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada bagaimana *rating* dan *costumer review* sangat membantu dalam branding toko. Perbedaannya terletak pada penelitian ini hanya berfokus pada pengaruh *rating* dan *costumer review*, sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas sewa jasa *rating* dan *costumer review*, yang mana dapat mengelabui konsumen.

¹⁷ Fauzi Permana Sari, “Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* di *E-commerce* Pada Mahasiswa Umsu”, (Skripsi: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2021).

¹⁸ Riska Sri Damayanti, “Pengaruh *Online Costumer Review* dan *Rating*, *E-Service Quality*, dan *Price* Terhadap Minat Beli pada *Online Marketplace Shopee*”, (Skripsi: Universitas Muhammadiyah Magelang, 2019)

5. Jurnal penelitian oleh Intan Ratu Servanda, Putri Reno Kemala Sari, dan Nova Adhitya Ananda, Universitas Teknologi Sumbawa dengan judul “Peran Ulasan Produk Dan Foto Produk Yang Ditampilkan Penjual Pada *Marketplace* Shopee Terhadap Minat Beli Pria Dan Wanita”¹⁹

Penelitian ini membahas pengaruh ulasan dan foto produk terhadap minat beli mahasiswa dan mahasiswi aktif Universitas Teknologi Sumbawa. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada peran ulasan sangat membantu dalam menarik minat pembeli. Perbedaannya terletak pada penelitian ini berfokus pada pengaruh ulasan dan foto produk, sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas sewa jasa *rating* dan *costumer review*.

¹⁹ Intan Ratu Servanda Servanda, Putri Reno Kemala Sari, dan Nova Adhitya Ananda, “Peran Ulasan Produk Dan Fot Produk Yang Ditampilkan Penjual Pada *Marketplace* Shopee Terhadap Minat Beli Pria Dan Wanita,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2, no. 2 (December 20, 2019): 69–79, <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i2.526>.