

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam adalah agama yang komprehensif (rahmatan lil'alamin) yang mengatur semua aspek kehidupan manusia yang telah disampaikan oleh Rasulullah saw. Salah satu bidang yang diatur adalah masalah aturan atau hukum, baik yang berlaku secara individual maupun sosial, atau lebih tepatnya, Islam mengatur kehidupan bermasyarakat (Nawawi, 2012: 1).

Setiap manusia berusaha mencari kenikmatan yang sesuai dengan syariat Islam. Kehidupan manusia memang tidak akan pernah lepas dari peran serta manusia yang lain, oleh sebab itu manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup tanpa bantuan orang lain. Dalam hidupnya, manusia bersosialisasi (Muamalah) dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan kehidupannya, yang termasuk di dalamnya merupakan kegiatan ekonomi.

Dalam bermuamalah hendaknya dilakukan dengan lemah lembut sebagai mana di jelaskan Allah swt didalam firmanNya Q.S Ali 'Imran/3: 159:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ

وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya (Departemen Agama RI, 2002: 90).

Segala bentuk interaksi sosial guna memenuhi kebutuhan hidup manusia memerlukan ketentuan ketentuan yang membatasi dan mengatur kegiatan tersebut. Ajaran Islam telah mengatur tentang tata cara setiap penyedia barang dan jasa dalam

memenuhi kebutuhan hidupnya. Ketentuan ketentuan yang harus ada dalam kegiatan ekonomi sebaiknya juga harus didasarkan pada sumber-sumber hukum Islam, yaitu Alquran dan Hadis.

Di era globalisasi seperti saat ini berbagai aspek kehidupan masyarakat terutama pada bidang perdagangan banyak dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi internet untuk mempermudah komunikasi. Teknologi informasi internet telah memperluas jangkauan komunikasi yang dilakukan manusia, sehingga perkembangannya tidak hanya di perkotaan besar saja, akan tetapi sampai merambah ke pelosok-pelosok desa.

Internet merupakan hubungan komunikasi yang langsung, bebas tanpa hambatan dan tidak mengenal batas wilayah, dapat berlangsung kapan saja (Saydam, 2005: 359). Kegiatan bisnis yang pada umumnya dilakukan secara konvensional mulai beralih secara elektronik dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer network*) yaitu internet yang dikenal dengan istilah *Electronic-Commerce* atau disingkat *E-Commercz* (Prasetyo, 2005: 10).

Berbeda dengan model bisnis yang dilakukan secara konvensional, *e-commerce* menciptakan kegiatan bisnis yang lebih efektif karena transaksi bisnis antara pelaku usaha dan konsumen tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Keterbatasan waktu yang dimiliki konsumen untuk dapat berbelanja secara konvensional, karena banyaknya pekerjaan, kondisi jalan yang sangat ramai hingga terjadi kemacetan menyebabkan timbulnya keinginan konsumen untuk dapat berbelanja kebutuhannya dengan mudah dan cepat.

Berbelanja merupakan suatu kebutuhan manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup baik kaum wanita maupun pria adalah konsumennya, hal ini dipengaruhi oleh aspek eksternal dan internal yang mengarahkan perilaku seseorang dalam memilih dan mengkonsumsi barang atau jasa yang diinginkan.

Selain itu menjamurnya teknologi gadget atau gawai canggih yang hampir dimiliki semua orang mempermudah kegiatan sehari-hari tak terkecuali dalam hal bertransaksi jual beli. Aktivitas yang padat mulai dari bangun tidur sampai tidur kembali membuat beberapa orang kesulitan berbelanja untuk memenuhi kebutuhan dirinya khususnya dalam hal fashion. Dengan adanya ponsel pintar atau smartphone

dan sosial media memunculkan sebuah peluang bisnis baru dizaman serba mudah sekarang ini, peluang bisnis itu adalah sebuah layanan jasa untuk membelikan suatu barang yang diinginkan hanya dengan menitip.

Jasa titip adalah sebuah layanan jasa *online* yaitu membelikan barang pesanan yang diminta oleh pengguna jasa. Biasanya, Jasa titip memanfaatkan teknologi atau media sosial untuk menawarkan jasa pembelian barang, sebelumnya konsumen mentrasfer sejumlah uang yang sesuai dengan harga barang yang diinginkannya dengan ditambah *fee* (ongkos) untuk si pemberi jasa. Jasa titip juga dikenal dengan istilah *personal shopper*.

Personal shopper menggunakan mekanisme yang sangat sederhana, kedudukan seorang *personal shopper* adalah sebagai pihak ketiga atau lebih jelasnya adalah pihak yang menghubungkan antara pembeli dengan penjual, namun tugas seorang *personal shopeper* tidak hanya sebagai penghubung tetapi sebagai pembelanja bagi para penitip yang telah mempercayakan uang kepadanya (Elisa, 2018: 2).

Pekerjaan seorang *personal shopper* yaitu sebuah pekerjaan keluar masuk toko, *mall*, atau *merchant* (pedagang) besar dengan beberapa *brand* terkenal atau *brand* yang mempunyai kualitas dan kuantitas yang sudah teruji dipasaran sesuai dengan keinginan konsumen yang percaya pada jasa mereka. Barang yang dicari konsumen tidak hanya ditingkat lokal, tidak jarang ada permintaan untuk barang-barang dari luar negeri.

Setelah mendatangi toko-toko tersebut para pelaku jastip pada awalnya hanya memotret beberapa foto kemudian mempubikasinya ke akun media sosial mereka kemudian menunggu pesanan dari pelanggan lalu mereka membeli dan mengirimkannya adapun tarif yang ditawarkan beragam mulai dari Rp. 15.000 sampai dengan tahap nego antara pemesan yang nilainya cukup lumayan. Omset yang didapatkan dari bisnis ini bisa beragam mulai dari ratusan ribu sampai puluhan juta.

Menurut seorang *Brand Consultan*, Amalia E Maulana jasa titip ini atau jastip berawal dari titip pesanan ke teman yang pergi keluar negeri. Dari situlah, jasa ini semakin populer di Indonesia terutama di kota-kota besar (Maulida, 2019: 4).

Bisnis jasa titip ini memiliki keuntungan di kedua sisi, bagi sebagian orang yang tidak memiliki akses terhadap suatu pusat perbelanjaan tertentu, sebagai contoh pusat perbelanjaan di kota Banjarmasin tentu tidak selengkap pusat perbelanjaan di kota-kota besar seperti di Jakarta, jika adapun tentu harga yang di tawarkan akan lebih mahal dari pada harga yang ada di kota-kota besar. Kalaupun konsumen tersebut sudah tinggal di kota besar juga akan mendapat keuntungan yaitu tidak perlu mengantri untuk mendapatkan barang diskon.

Jasa titip juga memberikan kemudahan bagi konsumen yang ingin berbelanja barang-barang luar negeri akan tetapi memiliki keterbatasan pada biaya untuk datang langsung kesana dan tidak ingin repot berbelanja produk-produk yang berasal dari luar negeri.

Disini penulis jelaskan mengenai alur jasa titip *online (Personal Shopper)* seperti dibawah ini:

1. *Personal Shopper* memposting berbagai produk di akun media sosial miliknya.
2. *Followers/Buyer* yang tertarik akan memesan item yang inginkan dan dibantu oleh *Personal Shopper* untuk dibelikan.
3. Sebelum barang yang dititip dibelikan, konsumen mengirimkan uang kepada *Personal Shopper*, dengan total biaya sudah termasuk biaya kirim dan jasa membelikan item tersebut.
4. *Personal Shopper* membelikan barang dan mengirimkan ke alamat konsumen (Maulida, 2019: 5).

Praktek jasa titip hanya memasang upah sebagai jasa perantara. Dalam hal ini penjual tidak mengetahui bahwa barangnya dipublikasikan oleh pelaku jasa titip atau *personal shopper*. Pengambilan gambar yang dilakukan oleh si pelaku *personal shopper* dari barang tersebut juga tidak diketahui oleh penjual. Sedangkan dalam jual beli kejujuran dan kepercayaan adalah modal utama bagi seorang penjual dimana status kepemilikan barang yang dijual belikan haruslah jelas dimiliki sempurna oleh pelaku jasa titip, Jika memang hanya sebatas perantara setidaknya ada perjanjian atau kontrak yang mengikat yaitu antara *personal shopper* dan penjual.

Disini penulis melakukan wawancara awal kepada konsumen bernama ER yang sering menggunakan jasa titip. ER memiliki jasa titip langganannya sendiri. ER menjelaskan sistem jasa titipnya yaitu DH memakai sistem *Pre Order* atau yang biasa disebut dengan istilah PO. Menurut ER dia pernah membeli suatu brand fashion ternama yaitu Gosh lewat akun media sosialnya DH. Pada saat ER memesan barang, DH menjelaskan barang yang dipesan tidak bisa langsung dikirim karena DH harus mencapai target yang disepakati sebelumnya antara dia dengan pihak Gosh Indonesia.

DH mendapatkan harga miring dari Gosh Indonesia apabila dia mampu menjual banyak barang dalam sekali transaksi, tetapi untuk menjual banyak barang dalam satu kali transaksi, DH membutuhkan waktu beberapa hari sebelum barang pesanan tersebut diproses. Disinilah daya tarik jasa titip yang dimiliki DH, dia menjual barang dengan harga dibawah harga resmi toko namun disisi lain, perlu waktu ekstra untuk mendapatkan barang tersebut. DH juga tidak menjelaskan berapa besar diskon yang dia dapat apabila berhasil menjual banyak barang dalam sekali transaksi.

Sedangkan bagi konsumen selain membayar harga barang konsumen juga harus membayar fee (ongkos), hal itu membuat selisih harga toko dengan harga barang yang dijual DH tidak terlalu jauh ditambah pengiriman barang sedikit lebih lambat dibandingkan membeli barang ditoko resmi Gosh.

Untuk melakukan penelitian ini demi menggali informasi yang penulis butuhkan maka penulis menentukan kriteria jasa titip yang mencakup:

1. Akun jasa titip tersebut diikuti banyak pengguna sosial media (*followers*).
2. Terdapat testimoni pada akun jasa titip tersebut.
3. Aktifitas pada akun jasa titip tersebut terlihat konsisten dengan seringnya mengupload/mengupdate barang yang dpromosikannya.

Sebagai contoh jasa titip yang memenuhi kriteria diatas yaitu *@Gosh_bjm*, *@nitip.dongsis*, *@jastipbanjarmurah*, *@jastipbytermurah*.

Dari fenomena yang telah diuraikan pada latar belakang sebagaimana dikemukakan oleh penulis sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan

penelitian dengan mengangkat judul “Praktik Jasa Titip Di Kota Banjarmasin (Tinjauan Etika Bisnis Islam)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan maka penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran praktik bisnis jasa titip di kota Banjarmasin.
2. Bagaimana praktik bisnis jasa titip di kota Banjarmasin tinjauan etika bisnis Islam.

C. Tujuan Penelitian

Untuk menjawab rumusan masalah tersebut, maka yang menjadi tujuan penelitian ini berarah pada upaya hasil penelitian yang bertujuan:

1. Untuk mengetahui gambaran praktik bisnis jasa titip di kota Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui praktik bisnis jasa titip di kota Banjarmasin tinjauan etika bisnis Islam.

D. Signifikansi Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat berguna baik sekarang atau dimasa yang akan datang antara lain:

1. Sebagai bahan informasi bagi peneliti lain yang mempunyai keinginan meneliti masalah ini dari aspek yang berbeda.
2. Memperkaya kajian ilmiah untuk menambah khazanah keilmuan masyarakat luas khususnya pengembangan keilmuan pada perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalah pahaman penafsiran dari penelitian ini dan agar lebih mempermudah pemahaman maka disini perlu diberikan penjelasan sebagai berikut:

1. Praktik adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara nyata dalam kehidupan. Praktik yaitu implementasi atau pelaksanaan secara nyata apa yang disebut didalam teori. Disini praktik yang penulis maksud adalah mengetahui bagaimana para pelaku bisnis jasa titip menjalankan bisnisnya.
2. Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan perorangan, sekelompok orang, atau bahkan organisasi (perusahaan) dalam memperjual belikan suatu produk bisa berupa jasa atau barang kepada konsumen (masyarakat) dengan tujuan utamanya ialah untuk memperoleh profit, keuntungan, atau laba. Bisnis yang dimaksud penulis disini ialah bisnis jasa titip.
3. Jasa titip adalah gabungan dari dua suku kata yakni Jasa dan Titip. Jasa adalah perbuatan yang baik atau berguna dan bernilai bagi orang lain. Jasa menurut ilmu ekonomi suatu barang yang tidak berwujud tetapi dapat memberikan kepuasan dan dapat memenuhi kebutuhan hidup. Jasa atau layanan juga adalah suatu aktivitas ekonomi yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen tetapi tidak menghasilkan pemindahan kepemilikan. Sedangkan titip adalah menyerahkan, menyampaikan atau menaruh (barang dan sebagainya) kepada orang lain supaya disimpan, dirawat, atau dipelihara untuk sementara. Jadi gabungan dua kata yakni jasa titip yang penulis maksud disini adalah sebuah layanan jasa *online* yakni membelikan suatu barang yang sebelumnya telah dipesan oleh konsumen lewat akun media sosial. Biasanya, Jasa titip memanfaatkan teknologi atau media sosial untuk menawarkan jasa pembelian barang.
4. Etika Bisnis Islam terdiri dari tiga suku kata yakni Etika, Bisnis, dan Islam. Etika (moral, akhlak, atau perilaku) adalah cabang ilmu filosofi yang berkaitan dengan pemikiran tentang benar dan salah dalam bertingkah laku. secara etimologis etika adalah disiplin ilmu yang menjelaskan sesuatu yang baik dan yang buruk, mana tugas atau kewajiban moral, atau bisa juga mengenai kumpulan prinsip atau nilai moral (Harahap, 2011: 15). Sedangkan Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan perorangan, sekelompok orang, atau bahkan organisasi (perusahaan) dalam memperjual belikan suatu produk bisa berupa jasa atau barang kepada

konsumen (masyarakat) dengan tujuan utamanya ialah untuk memperoleh profit, keuntungan, atau laba. Selanjutnya Islam, Islam adalah agama yang menyembah, mempercayai, mentauhidkan, dan menyembah Allah SWT sebagai tuhan yang Maha Esa. Islam turun kebumi melalui wahyu yang dibawa malaikat Jibril kemudian disampaikan dan diajarkan Nabi Muhammad SAW kepada seluruh manusia. Jadi yang penulis maksud dengan Etika Bisnis Islam disini ialah etika pelaku bisnis jasa titip dalam menjalankan usahanya yang kemudian dianalisis apakah sesuai atau tidak dengan etika bisnis Islam yang diajarkan Nabi Muhammad SAW.

F. Penelitian Terdahulu

Penulis menemukan beberapa referensi atau rujukan yang pernah disusun oleh mahasiswa-mahasiswa lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian yang penulis ingin teliti. Ternyata setelah penulis pahami skripsi tersebut terdapat perbedaan pembahasan dengan judul yang penulis ingin teliti.

1. Skripsi terdahulu yang berjudul “Persepsi Praktisi *Online Shop* Terhadap Akad *Personal Shopper* (Jasa Titip *Online*) yang disusun oleh Emelia Rizki Maulida pada tahun 2018 di Universitas Islam Negeri Antasai Banjarmasin, Fakultas Syariah. Dipenelitian tersebut sipenulis melakukan wawancara dengan 10 informan, yaitu 5 *personal shopper* dan 5 praktisi *online shop* yang memenuhi kriteria penelitian ini. Pada analisis terdapat 3 variasi kasus yang berbeda, sehingga terdapat 3 hukum yang berbeda dari setiap variasi *personal shopper*, variasi 1 (kasus III,IV dan V) praktik ini tidak dibenarkan dalam Islam karena unsur penggabungan dua akad dalam satu transaksi, pada variasi 2 (kasus II) praktik ini dibolehkan karena sesuai dengan akad salam maupun *ija>rah* , dan pada variasi 3 (kasus I) praktik yang dilakukan *personal shopper* tidak sah karena adanya unsur ketidak jujuran dan gharar. Dari kesimpulan diatas penulis mendapati kesamaan subjek dengan yang penulis ingin teliti, yaitu pihak-pihak yang menjalankan bisnis atau pelaku bisnis jasa titip (*personal shopper*). Perbedaannya terletak pada objek yang ingin penulis teliti, dalam

pembahasan tersebut yang menjadi objek adalah Persepsi Praktisi *Online Shop* Terhadap Akad *Personal Shopper* (Jasa Titip *Online*) yang kemudian ditinjau menurut perspektif fiqh muamalah, sedangkan objek yang penulis ingin teliti ada pada pelaksanaan praktik bisnis jasa titip di kota Banjarmasin tinjauan etika bisnis Islam. (Maulida, 2019).

2. Skripsi terdahulu yang berjudul “Perspektif Hukum Islam Tentang *Ijarah* Pada Jasa Simpan Barang Jaminan Di Pegadaian Syari’ah Cabang Kota Bumi Lampung Utara” yang disusun oleh Rani Rahmawati pada tahun 2016 di Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, Fakultas Syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan penerapan prinsip *ijarah* pada praktik tarif jasa simpan sudah sesuai dengan fatwa DSN, yaitu tidak berdasarkan jumlah pinjaman melainkan berdasarkan pada jumlah taksiran barang yang digadaikan. Kemudian pegadaian syari’ah mempunyai kebijakan diskon yang diterapkan pada tarif jasa simpan, sebagai bentuk penghargaan atas kepercayaan yang telah diberikan nasabah terhadap pegadaian syari’ah. Sedangkan dalam pelaksanaan *ijarah* pada jasa simpan sudah sesuai dengan hukum Islam yang didasarkan pada prinsip muamalah yaitu mubah, sukarela, keadilan yang membawa kemaslahatan. Dari penelitian tersebut terdapat kesamaan akad yaitu memakai akad *Ijarah* sedangkan perbedaannya terletak pada subjek yang penulis ingin teliti (Rahmawati, 2016).
3. Skripsi terdahulu yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik *Dropship Online* (Studi Kasus *Ariana Shop*)” yang disusun oleh Desi Fatmawati pada tahun 2017 di Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, Fakultas Syariah. Dari hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa dalam praktik *dropship online* di *Ariana Shop* ini, penjual/*dropshipper* tidak memiliki atau menyediakan barang yang akan dijual, ia hanya bermodalkan foto yang diposting di toko *onlinenya*. Ditinjau dari hukum Islam dari segi kepemilikan barang yang dijual di *Ariana Shop* ini adalah hukumnya sah, dikarenakan barang yang diperjual belikan adalah hasil kerja sama antara penjual/*dropshipper* dengan *supplier* selaku pemilik

barang asli. Dan untuk akad yang digunakan dalam transaksi jual beli ini merupakan akad salam dan itu diperbolehkan. Dari paparan hasil penelitian tersebut diketahui terdapat perbedaan objek yang ingin diteliti, dalam pembahasan tersebut yang menjadi objek adalah Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik *Dropship Online*, sedangkan objek yang penulis ingin teliti ada pada pelaksanaan praktik bisnis jasa titip di kota Banjarmasin tinjauan etika bisnis Islam. Persamaannya terletak pada bisnis yang sama yaitu *Online Shop* (Fatmawati, 2017).

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca untuk memahami skripsi ini, maka peneliti membaginya kedalam lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan yang memuat tentang latar belakang masalah. Agar penelitian ini terarah perlu adanya rumusan masalah dan tujuan penelitian, untuk dapat diketahui manfaat penelitian dirumuskan dalam definisi operasional dan signifikansi penelitian, batasan istilah dan untuk memudahkan penulis dan pembaca keseluruhan isi penulisan ini, maka disusunlah sistematika penulisan

BAB II *Waka>lah* dan Etika Bisnis Islam, yakni memaparkan secara khusus tentang *Waka>lah* yang didalamnya terdapat unsur pengertian, dasar hukum, rukun dan syarat, mewakili untuk berjual beli, dan berakhir *Waka>lah*. Sedangkan Etika Bisnis Islam berisi pengertian, prinsip-prinsip, dan ruang lingkup Etika Bisnis Islam.

BAB III Metode penelitian, yakni makna yang teratur dan sistematis untuk melaksanakan suatu penelitian. Pada sub bab memuat jenis, sifat dan lokasi penelitian, setelah itu diterangkan pihak-pihak yang menjadi subyek dalam penelitian yang dimuat dalam sub bab subyek dan objek penelitian. Kemudian akan diterangkan pula tentang data yang digali dari mana sumbernya, yang dimuat dalam data dan sumber data. Selanjutnya dikemukakan pula tentang teknik-teknik yang digunakan dalam kegiatan pengumpulan data. Pada sub bab tahapan penelitian dimuat tentang tahapan penelitian dari awal permohonan persetujuan judul skripsi sampai siap dimunaqasahkan.

BAB IV Laporan hasil penelitian yakni, meliputi uraian tentang identitas responden yang memuat data diri responden yang menjadi sumber data, dan diskripsi kasus perkasus berupa uraian tentang permasalahan yang diteliti sesuai dengan kondisi di lokasi penelitian dalam bentuk uraian kasus. Kemudian uraian kasus dianalisis dengan perspektif etika bisnis Islam dan *Waka>lah* sebagaimana yang terdapat pada bab II.

BAB V Penutup, dalam bab ini berisikan kesimpulan-kesimpulan dari penelitian yang telah di teliti oleh penulis ditambah dengan saran-saran yang disampaikan penulis untuk menjadi masukan bagi pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini.