

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan yang cepat di bidang teknologi informasi dan komunikasi dalam era digital telah mengubah secara mendasar cara manusia melakukan aktivitas ekonomi. Saat ini, dunia beralih ke sistem ekonomi yang berbasis digital, di mana hampir semua aspek kehidupan manusia, termasuk perdagangan, berpindah ke *platform* online. Fenomena ini tidak hanya menghasilkan efisiensi baru dalam transaksi ekonomi, tetapi juga mendorong munculnya berbagai inovasi bisnis yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat modern. Perubahan ini menunjukkan bahwa kemajuan teknologi berfungsi sebagai penggerak untuk transformasi perilaku konsumsi serta pola interaksi antara produsen dan konsumen (Setiawan, 2018)

Salah satu manifestasi dari kemajuan tersebut adalah munculnya *e-commerce* atau perdagangan elektronik. *E-commerce* memungkinkan kegiatan jual beli tanpa perlu bertemu secara fisik antara penjual dan pembeli, cukup menggunakan perangkat digital yang terhubung dengan internet. Model bisnis ini menghapus batasan ruang dan waktu, memberikan kemudahan untuk melakukan transaksi antar daerah bahkan antar negara. Dengan demikian, *e-commerce* telah menjadi lambang modernisasi dalam ekonomi global yang memerlukan kecepatan, efisiensi, dan kenyamanan (Barkatullah, 2019).

Munculnya *e-commerce* juga menunjukkan pergeseran paradigma dari sistem perdagangan tradisional ke sistem digital yang lebih terbuka dan kompetitif. Bila sebelumnya transaksi diadakan melalui interaksi fisik antara pelaku usaha dan konsumen, kini keterhubungan tersebut digantikan oleh interaksi secara virtual yang diatur oleh algoritma dan digitalisasi data. Hal ini membuka peluang besar bagi pertumbuhan ekonomi, namun juga menghadirkan tantangan hukum dan etika baru dalam pengaturan hubungan antara pihak-pihak yang terlibat. Oleh karena itu, kajian hukum mengenai

praktik *e-commerce* semakin penting dalam konteks saat ini (Wulandari & Tumanggor 2024, 53).

Dalam praktiknya, *e-commerce* muncul dalam berbagai bentuk, dari toko online independen hingga *marketplace* yang menghubungkan banyak penjual dan pembeli dalam satu *platform* digital. *Marketplace* memiliki keunggulan tertentu karena menawarkan sistem yang lebih terintegrasi, aman, dan efisien untuk semua penggunanya. Konsumen dapat dengan mudah membandingkan harga, produk, dan reputasi penjual hanya dengan satu aplikasi. Model bisnis ini menjadi dominan dalam industri perdagangan online di Indonesia (Juhana et al. 2024, 2).

Indonesia sendiri kini menjadi salah satu pasar *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara. Pertumbuhan pengguna internet yang pesat dan meningkatnya penggunaan *smartphone* telah mendorong masyarakat untuk beralih ke sistem belanja online. *Marketplace* besar seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak dan Blibli. Di antara semuanya, Shopee berhasil meraih posisi teratas karena kemampuannya memahami kebutuhan, budaya, dan kebiasaan belanja masyarakat Indonesia (Lusa et al. 2024, 46).

Shopee tidak hanya berfungsi sebagai *platform* jual beli, tetapi juga sebagai ekosistem digital yang kompleks. *Platform* ini mengintegrasikan teknologi pembayaran, logistik, promosi, dan layanan pelanggan dalam satu sistem yang menyatu. Strategi ini menjadikan Shopee bukan sekadar tempat untuk transaksi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun loyalitas konsumen. Salah satu inovasi strategis yang muncul dari pendekatan ini adalah peluncuran program Shopee VIP, sebuah layanan langganan eksklusif bagi setiap pengguna.

Program Shopee VIP dibuat sebagai bentuk penghargaan untuk pengguna yang rutin melakukan transaksi di *platform* tersebut. Dalam program ini, Shopee memberikan beragam manfaat khusus seperti *voucher* gratis ongkir tanpa syarat pembelian minimum, diskon harian, serta promosi unik yang tidak ditawarkan kepada pengguna umum. Pengguna

memiliki pilihan untuk memilih paket berlangganan yang sesuai dengan waktu dan biaya tertentu, sesuai kebutuhannya. Dari sudut pandang konseptual, layanan ini mengandung elemen perjanjian elektronik yang mengikat secara hukum antara kedua pihak (Nariswari 2024, 248).

Hubungan hukum yang terbentuk antara Shopee sebagai penyedia layanan dan pengguna sebagai konsumen dalam Program Shopee VIP merupakan contoh nyata dari kontrak digital yang modern. Kontrak ini disebut perjanjian elektronik yang disepakati secara daring tanpa kehadiran fisik para pihak. Sesuai dengan hukum perdata, perjanjian seperti ini tetap valid selama memenuhi syarat perjanjian yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata, yaitu kesepakatan, kecakapan, objek yang spesifik, dan alasan yang sah. Namun dalam praktiknya, terdapat isu terkait keadilan dan keseimbangan posisi antara pelaku usaha dan konsumen. Hal ini disebabkan karna perjanjian yang bersifat baku di mana Shopee sebagai penyedia memiliki posisi yang kuat dalam menyiapkan seluruh klausul sedangkan pengguna hanya memiliki pilihan untuk menerima atau menolaknya (Fernanda 2024, 32).

Berdasarkan data yang diperoleh melalui laman Shopee, perjanjian dalam program Shopee VIP dituangkan dalam bentuk perjanjian baku yang disiapkan secara sepihak oleh pihak Shopee. Menurut Sutan Remy Sjahdeni perjanjian baku adalah perjanjian yang hampir seluruh klausul klausul yang dibakukan oleh pemakainya dan pihak lainnya pada dasarnya tidak mempunyai peluang untuk merundingkan atau meminta perubahan (Noholo et al., 2023, 408). Dalam perjanjian baku ini pengguna tidak diberikan kesempatan untuk merubah isi perjanjian, melainkan hanya dapat menerima atau menolak semua ketentuannya. Pola ini menciptakan ketidaksetaraan dalam posisi tawar yang berpotensi merugikan konsumen. Dalam konteks perlindungan hukum konsumen, klausul seperti ini harus diawasi agar tidak menghasilkan praktik yang bertentangan dengan prinsip keadilan dan transparansi (Shopee,

Selain dari segi hukum positif, program Shopee VIP juga menarik untuk dianalisis dari sudut pandang etika bisnis Islam, yang menekankan nilai-nilai keadilan, kejujuran, dan keterbukaan dalam setiap transaksi. Dalam Islam, semua jenis akad harus terhindar dari penipuan, ketidakjelasan, dan pemaksaan. Akad yang mengandung ketidakjelasan dianggap tidak sah karena dapat menimbulkan ketidakpastian terkait hak dan kewajiban para pihak. Oleh karena itu, ketidakjelasan dalam penawaran manfaat berlangganan Shopee VIP dapat menjadi aspek kritis dalam evaluasi etika bisnisnya (Imron 2022, 54).

Shopee VIP ini adalah layanan langganan eksklusif bagi pengguna yang ingin mendapatkan berbagai keuntungan tambahan saat berbelanja di *platform* Shopee. Dalam Shopee VIP terdapat paket berlangganan pada Shopee VIP dan keuntungan yang didapatkan. Tersedia tiga pilihan paket berlangganan yaitu paket 1 bulan seharga Rp. 14.900, paket 3 bulan seharga Rp. 28.900, dan paket 6 bulan seharga Rp. 29.900. Dengan berlangganan, pengguna dapat memperoleh fasilitas yang eksklusif seperti *voucher* gratis ongkir tanpa minimal belanja, diskon setiap harinya, serta promo khusus yang hanya bisa didapatkan oleh anggota VIP. Jika pengguna membeli paket Shopee VIP maka dianggap telah menyetujui syarat dan ketentuan yang berlaku.

Munculnya keluhan dari pengguna mengenai layanan Shopee VIP menunjukkan adanya kendala dalam pelaksanaan perjanjian. Adanya konsumen merasa bahwa keuntungan yang dijanjikan tidak sesuai dengan kenyataan, seperti diskon yang hanya berlaku untuk produk tertentu atau biaya pengiriman yang masih ada meskipun sudah berlangganan. Situasi ini menciptakan ketidakpastian hukum dan menimbulkan keraguan terhadap keaslian sistem perjanjian digital dalam kajian Etika Bisnis Islam.

Berdasarkan wawancara dari pengguna Shopee VIP, Putri mengatakan bahwa selama ia menggunakan Shopee VIP ia mendapatkan gratis ongkir dan diskon 20% tetapi untuk mendapatkan hal itu ternyata ada persyaratan lain untuk memperoleh keuntungan tersebut seperti diskon 20% pada produk

tertentu mempunyai minimal pembelanjaan, lalu yang dipotong hanya Rp. 4.000,- bukan 20% dari harga barang tersebut. Kemudian ia juga mengatakan pernah mencoba keuntungan lainnya seperti pembelian pulsa yang ada potongan harga, tetapi tidak didapatinya, sehingga ia merasa bingung terhadap diskon tersebut. (Putri, 2025)

Penulis juga mewawancarai Sari yang menggunakan Shopee VIP, ia mengatakan bahwa ia berlangganan Program Shopee VIP untuk lebih banyak mendapatkan gratis ongkir karna disaat ia berbelanja kadang ia dikenakan biaya ongkir apalagi kalau mesan barang ke daerah kampungnya. Pada saat ia telah berlangganan ia mendapatkan gratis ongkir tersebut tetapi terkadang masih ada juga biaya ongkirnya. (Sari, 2025)

Kurangnya keterbukaan informasi dalam suatu transaksi sering kali memunculkan ketidakpercayaan konsumen terhadap apa yang seharusnya diperoleh. Hal ini menjadi permasalahan dalam Etika Bisnis Islam yaitu pada prinsip-prinsip seperti ketidakjelasan dan kurangnya transparansi. Dalam berbisnis tidak boleh adanya unsur *gharar* (ketidakpastiaan) dan harus memastikan hak kedua belah pihak terpenuhi secara adil. Ini selaras dengan firman Allah dalam Surah An-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Wahai 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. (Surah An-Nisa' : 29)

Makna ayat ini menurut Tafsir Al-Muyassar / Kementerian Agama Saudi Arabia Wahai orang-orang yang beriman kepada Allah dan rasulnya serta melaksanakan syariatnya, tidak halal bagi kalian untuk memakan harta sebagian kalian kepada sebagian yang lainnya tanpa didasari Haq, kecuali telah sejalan dengan syariat dan penghasilan yang dihalalkan yang bertolak dari adanya saling ridho dari kalian. Dan janganlah sebagian kalian membunuh

sebagian yang lain, akibatnya kalian akan membinasakan diri kalian dengan melanggar larangan-larangan Allah dan maksiat-maksiat kepadanya. Sesungguhnya Allah Maha penyayang kepada kalian dalam setiap perkara yang Allah memerintahkan kalian untuk mengerjakannya dan perkara yang Allah melarang kalian melakukannya (Gunawan 2017, 157).

Berdasarkan ayat dan tafsiran di atas ini menekankan bahwa setiap transaksi ekonomi harus didasarkan pada kesepakatan bersama dan tidak boleh ada unsur yang merugikan satu pihak. Jika pelanggan dalam Program Shopee VIP tidak menerima haknya seperti yang dijanjikan, maka ada hal bahwa perjanjian tersebut bertentangan dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, ketidakjelasan dalam kontrak digital seperti ini harus mendapatkan perhatian serius dalam studi Hukum Ekonomi Syariah.

Prinsip ini mengandung arti bahwa setiap pihak yang terlibat dalam suatu transaksi harus memahami secara jelas hak dan kewajiban mereka. Jika konsumen tidak menerima penjelasan yang memadai tentang keuntungan yang dijanjikan dalam langganan, hal ini dapat melanggar prinsip persetujuan dan keadilan yang menjadi landasan syariah. Oleh karena itu, transparansi merupakan suatu hal penting untuk memastikan keabsahan dan kesesuaian akad (Yulia 2024, 29).

Selain melarang *gharar*, Islam juga menekankan prinsip kemaslahatan (*al-maslahah*) dalam setiap transaksi ekonomi. Hal ini berarti bahwa setiap akad harus memberikan keuntungan nyata dan menghindari kerugian bagi semua pihak yang terlibat. Dalam konteks Shopee VIP, capaian kemaslahatan dapat terwujud jika konsumen benar-benar merasakan manfaat dari layanan yang ditawarkan dengan cara yang jelas dan jujur. Namun, jika kenyataan manfaatnya tidak sesuai, maka tujuan kemaslahatan akan hilang dan akad dapat dinilai cacat dari segi moral dan hukum syariah (Kholis & Mu'allim 2018, 79).

Dengan demikian, pertumbuhan *e-commerce* tidak hanya menciptakan kesempatan ekonomi baru, tetapi juga menghadirkan tantangan etika dan

hukum yang kompleks. Hubungan antara pelaku bisnis dan konsumen dalam ekosistem digital memerlukan aturan dan pengawasan yang ketat agar prinsip keadilan serta perlindungan konsumen tidak dilanggar. Dari perspektif Islam, nilai kejujuran, keterbukaan, dan keseimbangan adalah fondasi fundamental dalam menciptakan sistem bisnis yang adil. Tanpa nilai-nilai tersebut, digitalisasi ekonomi dapat menjadi alat eksploitasi di era modern.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan, maka penulis berkeinginan untuk membahas lebih mendalam mengenai permasalahan ini yang akan ditulis dalam bentuk karya ilmiah dengan judul **Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Perjanjian Berlangganan dalam Program Shopee VIP**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang masalah yang telah dibahas di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana perjanjian berlangganan dalam Program Shopee VIP ditinjau dari Etika Bisnis Islam?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Adapun yang menjadi pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana bentuk pelaksanaan perjanjian berlangganan dalam Program Shopee VIP?
2. Bagaimana tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap perjanjian berlangganan dalam Program Shopee VIP?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan bentuk pelaksanaan perjanjian berlangganan dalam Program Shopee VIP
2. Untuk menganalisis Etika Bisnis Islam terhadap perjanjian berlangganan dalam Program Shopee VIP

1.5 Signifikansi Penelitian

Signifikansi penelitian merupakan dampak dari tercapainya tujuan penelitian. Secara garis besar, signifikansi penelitian terdiri atas signifikansi

ilmiah yang diarahkan pada pengembangan ilmu atau kegunaan teoritis; dan signifikansi praktis, yaitu membantu memecahkan dan mengantisipasi masalah yang ada pada obyek yang diteliti (Riswanto et al. 2023,).

Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya kajian akademik dengan mengkaji kesesuaian terhadap perjanjian dari Program Shopee VIP terhadap prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam yang bersumber dari Al-qur'an dan Hadis seperti prinsip keadilan (*adl*), tanggungjawab (*responsibility*), kebajikan (*ihsan*) dan kehendak bebas.

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi pelaku *e-commers* dalam menyusun kontrak perjanjian yang sesuai dengan prinsip Hukum Islam sehingga kontrak di *platform* Shopee VIP tersebut dapat diterima secara syariat.

1.6 Studi Literatur

Dalam menulis karya ilmiah ini, penulis juga melakukan tinjauan kepustakaan dengan cara penulis meneliti dan menelaah karya ilmiah yang sudah pernah ditulis orang lain, sehingga peneliti bisa membedakan permasalahan yang diteliti, yaitu:

1. Skripsi yang ditulis oleh Dina Laylla Faddly Nim: 18103080057 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2022 "Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif Indonesia Terhadap Aturan-Aturan Khusus Pada Kontrak *Platform* Shopee Food". Hasil penelitian menunjukkan bahwa, klausula-klausula yang terdapat dalam perjanjian baku antara Shopee Food dengan *Merchant* jika ditinjau berdasarkan hukum Islam bertentangan dengan prinsip-prinsip akad. Salah satu klausul yang bertentangan dengan prinsip akad adalah adanya kemungkinan perubahan perjanjian yang dilakukan oleh Shopee Food dikemudian hari. Selain itu, Shopee Food dalam perjanjian dapat melanggar prinsip keseimbangan prestasi dalam Islam, karena pihak Shopee dapat menanggukuhkan layanan kepada pihak *merchant* tanpa pemberitahuan terlebih dahulu. Selain itu menurut hukum positif Indonesia, klausula baku yang diterapkan Shopee Food dalam perjanjian

baku terdapat satu klausula yang menyatakan pengalihan tanggung jawab, hal ini bisa disebut dengan klausula eksonerasi. Klausula eksonerasi menurut Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dilarang untuk dicantumkan dalam perjanjian baku, tetapi klausula eksonerasi dapat didasarkan pada Pasal 1320 KUHPerdata dan prinsip kebebasan berkontrak sebagaimana terdapat dalam Pasal 1338 KUPerdata. Persamaan dari penelitian Dina dengan penelitian penulis yaitu sama-sama menganalisis tentang aturan atau kontrak dalam *platform* Shopee. Perbedaannya adalah penelitian Dina fokus pada perjanjian (kontrak) kerjasama antara Shopee Food dengan *merchant* yang dilihat dari dua sudut pandang hukum Islam dan hukum positif Indonesia, sedangkan penulis fokus pada perjanjian (kontrak) Shopee VIP kepada penggunaanya dilihat dari hukum Islam saja. Selain itu, penelitian Dina membahas mengenai Shopee Food yang berhubungan dengan penjualan makanan, sementara penulis membahas tentang keanggotaan dalam Shopee VIP hubungan antara *platform* dengan konsumen loyal.

2. Skripsi yang ditulis oleh Khanifa Indah Pratiwi Nim: 1851040057 Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2022 “Analisis Penerapan Etika Bisnis *E-Commerce* pada *Markerplace* Shopee dalam Transaksi Jual Beli Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam”. Berdasarkan hasil kuesioner yang diperoleh dari pelaku usaha dan pembeli pada *Markerplace* Shopee apabila dilihat dari ke-empat indikator etika bisnis yaitu indikator etika bisnis menurut ekonomi, menurut ajaran agama, menurut masing-masing individu, dan menurut peraturan khusus yang berlaku yang telah dijadikan tolak ukur penerapan etika bisnis sudah diterapkan. Lalu dari hasil kuesioner dan wawancara dapat disimpulkan bahwa baik pelaku usaha maupun pembeli telah menerapkan etika bisnis menurut perspektif Islam, dan sudah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis islam yang menjadi dasar adalah sifat-sifat Rosulullah SAW yang terdiri dari *siddiq, amanah,*

tabligh, fathonah. Persamaan penelitian Khanifa dengan penelitian penulis yaitu sama sama ditinjau dari Etika Bisnis Islam. Perbedaannya penelitian Khanifah berfokus pada jual beli sedangkan penelitian penulis berfokus pada perjanjian berlangganan program Shopee VIP.

3. Skripsi yang ditulis oleh Muhamad Gelby Bahalwan Nim: 11210490000127 Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2025 “Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Transaksi Jual Beli *Voucher* Shopee VIP di Aplikasi Shopee”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun *voucher* Shopee VIP pada dasarnya memenuhi rukun dan syarat jual beli secara umum, terdapat potensi ketidakjelasan informasi terkait batasan diskon dan syarat penggunaannya. Hal ini menimbulkan unsur *gharar* ringan (*gharar yasir*) yang tidak membatalkan akad namun perlu diantisipasi oleh pihak penyedia layanan. Transaksi pembelian *voucher* Shopee VIP melalui aplikasi Shopee pada dasarnya telah memenuhi rukun dan syarat sah jual beli dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah, sebagaimana yang telah diatur dalam Fatwa DSN-MUI No. 100/DSN-MUI/XII/2015 tentang Pedoman Transaksi *Voucher* Multi Manfaat Syariah. Oleh karena itu, transparansi dan kepastian hukum perlu ditingkatkan guna menjamin keadilan bagi konsumen dan kesesuaian transaksi dengan prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah. Persamaan dari penelitian Gelby dengan penulis sama sama meneliti mengenai Shopee VIP, perbedaannya adalah penelitian Gelby berfokus pada potensi ketidakjelasan informasi terkait batasan diskon dan syarat penggunaannya *voucher* Shoope VIP, sedangkan penelitian penulis berfokus pada potensi ketidaksesuaian manfaat yang didapat pengguna dengan isi perjanjian dan ketentuan khusus dalam menjadi member Shopee VIP. Perbedaan lainnya penelitian gelby ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah sementara penelitian penulis ditinjau dari Etika Bisnis Islam.
4. Skripsi yang ditulis oleh Amelia Anisatul Khoiriyah Nim: 1902036110 Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2023 “Tinjauan Hukum

Islam Terhadap Perjanjian Klausula Baku antara ShopeeFood dan Shopee Merchant". ShopeeFood memberikan perjanjian baku berupa syarat klausul eksensorasi yang harus disetujui oleh *Merchant*. ShopeeFood tidak memberi kesempatan kepada *Merchant* untuk bernegosiasi terhadap perjanjian dan ShopeeFood sering kali melakukan perubahan kepada *Merchant*. Ditinjau dari KUHPdata tidak memenuhi asas kebebasan berkontrak dalam pasal 1338 KUHPdata. Sedangkan dalam UU ITE menjadi kelemahan UU ITE berkaitan dengan keabsahan kontrak yang belum diaturnya. Keabsahan perjanjian UU ITE masih mengacu pada KUH Perdata yang terdapat dalam pasal 1320 KUHPdata tentang syarat sah perjanjian, seluruh perjanjian ShopeeFood sudah sesuai pasal tersebut. Menurut pandangan Hukum Ekonomi Syariah perjanjian kerjasama Shopee Food sudah memenuhi rukun *syirkah* namun tidak memenuhi syarat *syirkah* terkait pembagian keuntungan. Keuntungan diperoleh dari hubungan kerjasama tersebut belum sesuai dengan prinsip bagi hasil. Perjanjian kerja sama tersebut juga masih banyak yang bertentangan dengan prinsip perjanjian Islam, yaitu keadilan, kebebasan berkontrak, dan kerelaan. Persamaan dari penelitian Amelia dengan penelitian penulis yaitu sama-sama menganalisis tentang perjanjian dalam *platform* Shopee. Perbedaannya adalah penelitian Amelia lebih berfokus pada perjanjian baku terhadap Shopee Food dan Shopee *Merchant*. Sedangkan penelitian penulis fokus kepada perjanjian berlangganan dalam Shopee VIP.

5. Skripsi yang ditulis oleh Ericha Oktavia Arlitania Nim: 200202110125 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang 2024 "Jual Beli Online Dengan *Live Streaming* di Shopee Perspektif Etika Bisnis Islam". Hasil dari penelitian ini adalah jual beli online yang dilakukan dengan sistem *live streaming* diperbolehkan dengan syarat dapat mematuhi aturan dari ketentuan resmi Shopee dan telah menyesuaikan dengan Pasal 9 Ayat (1) UU ITE. Pada ketiga online shop tersebut telah membuat kebijakan terkait proses dalam jual beli online yang menggunakan fitur *live streaming*.

Dalam hukum Islam jual beli online *live streaming* hukumnya boleh selama dalam praktiknya tidak menentang aturan syariah, selain itu dalam praktiknya terkait kerja sama yang dijalankan pihak official dan reseller sudah memenuhi dari kelima prinsip-prinsip yang terkandung dalam etika bisnis Islam. Persamaan dari penelitian Ericha dengan penelitian penulis yaitu sama sama ditinjau dari Etika Bisnis Islam. Perbedaannya adalah penelitian Ericha berfokus pada jual beli di *live* di Shopee sedangkan, penelitian penulis berfokus pada perjanjian berlangganan dalam program Shopee VIP.

1.7 Kerangka Teori

1.7.1 Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah. Selain itu etika bisnis Islam juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja. Jadi dapat dipahami bahwa etika bisnis Islam merupakan seperangkat prinsip atau norma yang diterapkan oleh para pelaku bisnis dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat (Astuti 2022, 1)

Prinsip dasar dalam etika bisnis Islam antara lain (Astuti 2022, 19-21):

1. Prinsip kesatuan (*Tauhid*)

Prinsip kesatuan (*Tauhid*) merupakan pondasi awal dalam agama Islam. Bagi orang yang beriman pertama harus mengucapkan kalimat syahadat sebagai tanda adanya hubungan antara manusia dengan Tuhannya. Hubungan ini menyebabkan konsekuensi penyerahan diri kepada Tuhan berupa penyerahan hati, akal pikiran, ucapan dan perbuatan. Dengan penyerahan diri tersebut, maka setiap aktivitas yang dilakukan manusia akan seirama dengan nilai syariah. *Tauhid* dapat menjaga

keselarasan konsep ekonomi, sosial, dan politik, serta keagamaan yang dilandaskan pada keagamaan.

2. Prinsip keseimbangan (*adl*)

Prinsip keseimbangan (*adl*) dipahami bahwa keseimbangan atau keadilan (*adl*) merupakan dimensi horizontal ajaran Islam yang harmoni dengan alam semesta. Bersikap adil dan baik harus senantiasa dilakukan dalam ajaran Islam. Bahkan bersikap adil harus diutamakan daripada melakukan sebuah kebajikan. Pada perdagangan, yang menjadi syarat utama agar tercapai keadilan adalah adanya mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) suatu produk ketika ditimbang. Oleh karena itu, sikap adil dapat mendekatkan kepada takwa, karena dalam perdagangan Islam melarang aktivitas yang dapat merugikan orang lain.

3. Prinsip kehendak bebas (*ikhtiyār*)

Prinsip kehendak bebas (*ikhtiyār*) dimaksudkan bahwa manusia diberikan keleluasaan untuk membimbing arah kehidupannya. Berdasarkan prinsip ini, dalam perdagangan manusia diperbolehkan untuk membuat suatu perjanjian, baik perjanjian itu dilaksanakan atau diingkarinya. Seorang Muslim yang mempunyai keimanan kepada Allah akan selalu menepati janjinya. Dengan begitu prinsip kebebasan kehendak saling berkaitan dengan prinsip ketauhidan dan prinsip keadilan.

4. Prinsip tanggung jawab (*farḍ*)

Prinsip tanggung jawab (*farḍ*) mempunyai kaitan dengan prinsip kehendak bebas. Kebebasan dengan tidak adanya batasan adalah sesuatu yang bertentangan karena didalamnya tidak ada rasa pertanggungjawaban. Agar terpenuhinya rasa keadilan dan kesatuan, setiap perbuatan manusia memiliki pertanggungjawaban. Hal ini dapat dipahami bahwa prinsip pertanggung jawaban saling berkaitan dengan prinsip kehendak bebas. Prinsip kehendak bebas membatasi perbuatan yang dilakukan manusia dengan bertanggung jawab atas semua perbuatannya.

5. Prinsip kebajikan (*ihsan*)

Prinsip kebajikan (*ihsan*) diartikan sebagai perbuatan terpuji yang dilakukan agar memberikan manfaat kepada orang lain, walaupun tidak ada paksaan padanya untuk melakukan perbuatan tersebut. *Ihsan* juga digambarkan dalam bentuk perilaku, seperti beradab, berbuat baik, memberikan maaf dan suka membantu orang lain yang mengalami kesulitan. Dengan prinsip kebajikan ini, maka etika Islam sangat memperhatikan agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan ketika melakukan aktivitas dalam perdagangan. Perdagangan yang baik harus dilakukan dengan kesadaran tinggi dan kerelaan.

1.7.2 Perjanjian dalam Islam

Perjanjian adalah mengikat seseorang dengan oranglain karna adanya suatu kesepakatan antara kedua belah pihak yang mengikat dirinya. Dalam Islam perjanjian disebut juga dengan akad. Menurut bahasa akad berasal dari kata *al-'aqd* yang memiliki arti mengikat (*al-rabt*)), sambungan (*al-'uqdah*), dan janji (*al-'ahd*). Sedangkan menurut istilah akad adalah suatu perikatan antara ijab dan kabul dengan cara yang dibenarkan syarak yang menetapkan adanya akibat-akibat hukum pada obyeknya. Ijab adalah pernyataan pihak pertama mengenai isi perikatan yang diinginkan, sementara kabul adalah pernyataan pihak kedua untuk menerimanya (Aziz 2022, 7).

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Pasal 20, akad adalah kesepakatan dalam suatu perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk melakukan dan atau tidak melakukan perbuatan hukum tertentu. Pengertian akad syariah adalah sesuatu yang mengikat kedua belah pihak yang saling bersepakat dalam akad syariah, yakni masing-masing pihak terikat untuk melaksanakan kewajiban mereka masing-masing yang telah disepakati terlebih dahulu (Amalia 2022, 70). Tujuan akad adalah untuk melahirkan suatu akibat hukum, yakni maksud bersama yang dituju dan yang hendak diwujudkan oleh para pihak melalui pembuatan akad. Dalam hukum Islam akibat hukum disebut dengan hukum akad (*hukm al-'aqd*).

Terdapat beberapa asas-asas perjanjian(akad) dalam Islam sebagai dasar dalam menegakkan hukum perjanjian Islam. Berikut Penjelasannya (Damaitu 2014, 62-63).

1. Kebebasan (*Al-Hurriyyah*)

Pihak-pihak yang melakukan kontrak mempunyai kebebasan untuk melakukan suatu perjanjian, baik tentang obyek perjanjian maupun syarat-syaratnya, termasuk menetapkan cara-cara penyelesaian sengketa apabila terjadi dikemudian hari. Kebebasan menentukan syarat-syarat ini dibenarkan selama tidak bertentangan dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh hukum Islam.

2. Persamaan dan Kesetaraan (*Al-Musawah*)

Asas ini memberikan landasan bahwa kedua belah pihak yang melakukan kontrak mempunyai kedudukan yang sama atau setara antara satu dengan yang lain. Asas ini penting untuk dilaksanakan oleh para pihak yang melakukan kontrak terhadap suatu perjanjian karena sangat erat hubungannya dengan penentuan hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh kedua belah pihak untuk pemenuhan prestasi dalam kontrak yang dibuatnya.

3. Keadilan (*Al-'Adalah*)

Pelaksanaan asas ini dalam kontrak dituntut untuk berlaku benar dalam mengungkapkan kehendak dan keadaan, memenuhi perjanjian yang telah disepakati bersama dan memenuhi segala hak dan kewajiban, tidak saling menzalimi dan dilakukannya secara berimbang tanpa merugikan pihak lain yang teriibat dalam kontrak tersebut.

4. Kerelaan (*Al-Ridha*)

Asas ini menyatakan bahwa semua kontrak yang dilakukan oleh para pihak harus didasarkan kepada kerelaan semua pihak yang membuatnya. Kerelaan para pihak yang berkontrak adalah jiwa setiap kontrak yang Islami dan dianggap sebagai syarat terwujudnya semua transaksi. Jika dalam suatu kontrak asas ini tidak terpenuhi maka kontrak

yang dibuatnya telah dilakukan dengan cara yang batil. Kontrak yang dilakukan itu tidak dapat dikatakan telah mencapai sebuah bentuk usaha yang dilandasi saling rela antara pelakunya jika didalamnya terdapat unsur tekanan, paksaan, penipuan atau ketidakjujuran dalam pernyataan.

5. *Ash-Shidq* (Kejujuran dan Kebenaran)

Kejujuran adalah salah satu nilai etika yang paling tinggi dalam islam. Islam mengajarkan umatnya untuk jujur dalam segala hal dan melarang dengan tegas kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Nilai kebenaran ini memberikan pengaruh pada pihak-pihak yang melakukan perjanjian untuk tidak berdusta, menipu dan melakukan penipuan. Pada saat asas ini tidak terpenuhi, legalitas akad yang dibuat bisa menjadi rusak. Pihak yang merasa dirugikan akibat ketidakjujuran yang dilakukan salah satu pihak, dapat menghentikan proses akad tersebut.

6. Asas tertulis (*Kitabah*)

Dari Q.S Al-Baqarah ayat 282, yang artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya. Hendaklah seorang pencatat di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah pencatat menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkan kepadanya....”. Maka dalam melakukan sebuah kontrak maupun perjanjian hendaknya dilakukan secara tertulis, agar dapat dijadikan sebagai alat bukti untuk hari kemudian apabila menemukan masalah. Namun, apabila dengan cara tertulis dianggap menyulitkan maka, dapat menggunakan alata tau benda atau sesuatu yang dapat digunakan sebagai jaminan.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif, yang pada prinsipnya ingin memberikan, menerangkan,

mendeskrripsikan secara kritis, atau menggambarkan suatu fenomena (Yusuf 2017, 328). Disebut sebagai penelitian *field research* atau lapangan karena metode penelitian yang digunakan secara langsung dengan wawancara terhadap mahasiswa Fakultas Syariah. Alasan memilih Lokasi di Fakultas Syariah karena mahasiswa Fakultas Syariah telah dibekali ilmu-ilmu agama yang sehendaknya ilmu tersebut sudah tercermin dalam kegiatannya sehari-hari.

1.8.2 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk deskriptif berupa susunan kata atau kalimat, bukan dalam bentuk angka. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis data yang digunakan, yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan observasi atau pengamatan langsung di lapangan (Sugiyono 2016, 92). Sumber data primer dari penelitian ini adalah wawancara mendalam dengan para informan yaitu mahasiswa Fakultas Syariah, toko di *platfrom* Shopee dan pihak Shopee terkait penggunaan dan pemahaman perjanjian berlangganan Shopee VIP.

2. Data Sekunder

Sumber sekunder merupakan data yang diperoleh oleh peneliti dengan menggunakan sumber-sumber yang sudah ada. Sumber sekunder ialah sumber yang sudah tersedia dalam berbagai bentuk. Sumber sekunder biasanya berbentuk catatan, bukti atau laporan yang sudah tersusun dalam bentuk dokumen atau arsip yang sudah dipublikasikan maupun tidak (Daniel 2002, 113). Sumber yang penulis peroleh untuk penelitian ini melalui ayat-ayat al-Qur'an dan buku-buku, jurnal, artikel, skripsi, website

yang berkaitan dengan topik perjanjian berlangganan dalam program Shopee VIP.

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan yang digunakan untuk memperoleh data yang relevan yaitu:

1. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tersebut (Sugiyono 2018, 231). Teknik wawancara ini dilakukan dengan wawancara terbuka dalam bentuk instrument penelitian berupa daftar pertanyaan wawancara. Informan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Syariah, toko di *platform* Shopee dan pihak Shopee. Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai Shopee VIP.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini dokumentasi digunakan untuk menelusuri dokumen dari Shopee VIP, syarat dan ketentuan dari Shopee VIP.

1.8.4 Informan Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan sample penelitian. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan sesuatu (Sugiyono 2016, 85). Informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Syariah, yang telah membeli keanggotaan Shopee VIP.

1.8.5 Teknis Analisis Data

Analisis terhadap data yang diperoleh menggunakan analisis kualitatif yaitu upaya yang dilakukan dengan jalan memeriksa semua data yang ada.

Mengklasifikasikan, menginterpretasikan, menganalisis dan menarik kesimpulan dari data tersebut. Kesimpulan diambil dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu memaparkan data tanpa menggunakan hitungan, melainkan hanya berupa wawancara yang diperoleh terkait Shopee VIP dan analisis dari buku, artikel, skripsi atau website sebagai pendukung dalam menganalisis data (Muhajir 1998, 30-31).

1. Reduksi data

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting yang sesuai dengan topik penelitian, mencari tema dan polanya, pada akhirnya memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya (Sugiyono 2018, 247). Pada Teknik reduksi ini dilakukan dengan memilih hal-hal yang penting mengenai permasalahan dalam penelitian dan membuang data yang sekiranya tidak penting. Data dalam penelitian ini mengenai peraturan hukum Islam serta isi perjanjian dan syarat ketentuan dari program Shopee VIP. Lalu mewawancarai terkait pengguna Shopee VIP. Data yang tidak relevan dan dianggap tidak penting dibuang. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas sehingga peneliti lebih mudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari bila dibutuhkan kembali.

2. Penyajian data

Pada penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, *flowchart*, *pictogram* dan sejenisnya. Selain itu dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya namun yang sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif (Sugiyono 2018, 249). Data yang sudah dipilih dan dikelompokkan lalu Penelitian ini peneliti melakukan interpretasi dan penetapan makna dari data yang tersaji. Kegiatan ini dilakukan dengan cara komparasi dan pengelompokan.

3. Menarik Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah -yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan (Sugiyono 2018, 249). Setelah mendapatkan semua data dan bukti-bukti yang valid saat berada dilapangan maka dilakukan analisis data atau gabungan data untuk bisa peneliti menarik kesimpulan terkait pada masalah penelitian mengenai penerapan perjanjian berlangganan dalam program Shopee VIP.

