

BLACKLIST (DAFTAR HITAM) TERHADAP KONSUMEN *ONLINE* YANG MELALAIKAN PENGAMBILAN PESANAN (*HIT AND RUN*) (ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM)

Nurul Annisa, Parman Komarudin, Umi Hani

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, 74234, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan
MAB Banjarmasin, NPM. 16500036

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, 74234, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan
MAB Banjarmasin, NIDN. 1103058201

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, 74234, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan
MAB Banjarmasin, NIDN. 1108117301

E-mail: nurul.annisa1631@gmail.com/082150439025

ABSTRAK

Salah satu aktivitas muamalah adalah jual beli baik secara langsung atau melalui media sosial. Jual beli dengan media sosial melalui *instagram* atau *whatsApp*. Penjual harus jujur dan ramah kepada konsumen karena dalam *instagram* atau *whatsApp* hanya melihat barang yang dibeli melewati foto dan keterangan. Konsumen *online* juga harus jujur dan bertanggung jawab, supaya tidak di *blacklist* oleh penjual. *Blacklist* diterapkan untuk melindungi *online shop* dari konsumen yang tidak bertanggung jawab. Hal tersebut menimbulkan pertanyaan mengenai penerapan *blacklist* pada konsumen oleh penjual dan pandangan etika bisnis Islam terhadap permasalahan tersebut. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana mekanisme penerapan *blacklist* (daftar hitam) yang dilakukan penjual di media sosial *instagram* kepada konsumen *online* yang melalaikan pengambilan pesanan (*hit and run*) dan bagaimana menurut etika bisnis Islam memandang permasalahan ini. Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang dilaksanakan pada akun media sosial *instagram* *olshop_bungas* di Jalan Pramuka Komplek Melati Indah Al Banjari Jalur 3 Nomor F30, Banjarmasin Timur. Sumber data penelitian adalah primer dan sekunder. Pendekatan yang dilakukan studi kasus. Metode pengumpulan data adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini penulis menyimpulkan: Pertama, penerapan *blacklist* dilakukan penjual bukan tanpa alasan, hal ini untuk melindungi *online shop*nya dari konsumen yang berbuat sewenang-wenang dan untuk memberikan efek jera. Kedua, menurut etika bisnis Islam, penerapan *blacklist* merupakan perilaku yang tidak mulia, karena menyebarkan foto seseorang di media sosial akibat kesalahannya akan mengurangi berkah dalam jual beli.

Kata Kunci: *Blacklist*, Konsumen *Online*, *Hit and Run*, Jual beli, Etika Bisnis Islam

ABSTRACT

One of muamalah activities is buying and selling, either directly or through social media. Buying and selling with social media via instagram and whatsApp. The seller must be honest and friendly to consumers because in instagram and whatsApp only see items purchased through photos and captions. Online consumers must also be honest and responsible, so that they are not blacklisted by the seller. Blacklist are applied to protect the online shops from irresponsible online consumers. This raises questions about the application of blacklists to consumers by sellers and Islamic business ethics views on these issues. Therefore, the authors are interested in examining how the mechanism of applying a blacklists (black list) by seller on instagram social media to online consumers who neglect taking orders (hit and run) and how according to Islamic business ethics view this problem. This research is a field research carried out on the social media account on instagram olshop_bungas on Jalan Pramuka Komplek Melati Indah Al Banjari Line 3 Number F30, East Banjarmasin. Research data sources are primary and secondary. The approach to do case studies. Data collection methods are observation, interviews and documentation. The results of this study the authors conclude: First, the implementations of the blacklists is done by the seller is not without reason, this is to protect the online shop from consumers who act arbitrarily and to provide a deterrent effect. Secondly, according to Islamic business ethics, the application of blacklist is dishonorable behavior, because spreading someone's photo on social media due to their mistakes will reduce the blessing in buying and selling.

Keywords: Blacklists, Online Consumers, Hit and Run, Buying and Selling, Islamic Business Ethics

1. PENDAHULUAN

a. Latar Belakang

Muamalah merupakan aktivitas ekonomi yang berkaitan dengan perilaku manusia untuk memenuhi keperluan hidup yang memiliki landasan dari prinsip-prinsip syariah dan mendatangkan manfaat untuk semua pihak yang bersangkutan. Menurut Hudhari Byk muamalah merupakan akad yang memperbolehkan manusia untuk saling tukar menukar dalam memperoleh suatu manfaat.

Dari banyaknya aktivitas muamalah saat ini ada salah satunya aturan dan prinsip Islam yang menggunakan aktivitas muamalah yaitu jual beli. Jual beli merupakan transaksi tukar menukar barang yang dilakukan secara sukarela atau tanpa adanya keterpaksaan antara penjual dan pembeli dan memiliki manfaat untuk kedua pihak yang bertransaksi.

Salah satu sosial media yang melakukan aktivitas muamalah dengan jual beli adalah melalui *instagram* dan *whatsApp* karena dengan menggunakan *instagram* dan *whatsApp* para penjual lebih mudah menampilkan iklan terhadap barang yang ditawarkan. Namun dibalik kemudahan ini tentu ada beberapa permasalahan. Oleh karena itu penerapan etika bisnis sangat diperlukan oleh pelaku usaha. Tetapi masih banyak perusahaan atau perseorangan yang tidak menerapkan etika dalam berbisnis, apalagi kita sebagai umat Islam harus menerapkan etika dalam berbisnis supaya bisnis yang kita kerjakan mendapat keridhaan dari Allah SWT.

Adapun ayat didalam Al-Qur'an yang menjelaskan tentang jual beli dengan cara berhutang terdapat pada Q.S. Al-Baqarah [2] ayat 282 sebagai berikut :

...يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِذَا تَدٰىتُمْ بِدِيْنٍ اِلَىٰ اٰجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوْهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ...

Artinya : “..Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu melakukan utang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar...”

Pada ayat diatas maka dapat diambil kesimpulan, dalam melakukan jual beli secara *online* termasuk dalam sistem berhutang karena konsumen hanya membayar setengah dari harga yang ditentukan tapi ada juga yang bayar setelah barang datang. Jadi, penjual diharuskan untuk menulis jumlah hutang yang dilakukan konsumen tersebut supaya tidak terjadi kesalahan setelah barang yang dibeli datang. Begipula dengan konsumen tersebut diharuskan untuk menulis jumlah sisa uang yang harus dibayarkan kepada penjual.

Dalam melakukan jual beli penjual diharuskan berlaku jujur kepada konsumen dan tidak menutupi apapun yang dijual dengan menjelaskan secara rinci karena konsumen hanya melihat melalui gambar yang ada diposting *instagram* dan *whatsApp*, begipula dengan melakukan pesanan dengan cara *order* di *instagram* dan *whatsApp*. Sebagai contoh disini adalah dengan adanya *blacklist* didalam menjalankan usaha khususnya usaha *online shop*. *Blacklist* merupakan daftar hitam yang diberikan kepada badan usaha atau perseorangan yang mempunyai masalah sehingga penjual tidak percaya lagi kepada konsumen tersebut apabila melakukan transaksi, apabila sudah memiliki daftar *blacklist* disebuah perusahaan atau toko *online shop* maka konsumen tersebut sudah tidak dapat bertransaksi lagi ditempat tersebut maupun ditempat lain. Penjual menerapkan *blacklist* karena tidak ingin ada konsumen yang tidak serius dalam melakukan pemesanan. Dengan adanya *blacklist* ini maka semua konsumen tidak akan lari dari tanggung jawabnya untuk mengambil barang yang dipesannya.

Dalam penelitian ini peneliti juga membahas mengenai melalaikan pengambilan pesanan, padahal konsumen tersebut sudah memesan barang dan mengetahui bahwa barang yang dipesan sudah siap untuk dikirim ketempat konsumen, tetapi konsumen bersifat tidak peduli terhadap pesannya bahkan apabila ditelepon oleh penjual untuk melakukan *transfer* konsumen ini lebih memilih membiarkan tanpa peduli dengan panggilan telepon tersebut. *Hit and run* sendiri memiliki arti perilaku konsumen yang melakukan pemesanan barang tetapi konsumen tersebut tidak melakukan *transfer* atau pembayaran tanpa memiliki penjelasan sebelumnya. Oleh sebab itu penjual tersebut menerapkan sistem *blacklist* pada *online shop*nya supaya tidak ada perbuatan seperti ini dan membuat efek jera kepada konsumen supaya lebih bertanggung jawab terhadap barang yang dipesannya.

Sistem *blacklist* yang digunakan penjual biasanya pada *online shop* yang melakukan sistem *PO (Pre Order)* tetapi ada juga bagi *online shop* yang sudah memiliki barang tersebut dirumahnya dan siap untuk dikirim kepada konsumen. Dari cara seperti ini diharuskan kepada konsumen untuk bersabar dalam melakukan pesanan karena barang yang dipesan tidak *ready* (siap) dirumah penjual tetapi harus pesan terlebih dahulu. Begitu pula dengan proses pemesanan di *instagram* *olshop_bungas* Banjarmasin mereka juga menerapkan sistem *blacklist* kepada konsumennya untuk konsumen yang *spam chat*, tidak sabar, *hit and run* dan mengatakan sesuatu yang kasar karena dengan menerapkan sistem ini akan membuat

konsumennya lebih bertanggung jawab dalam melakukan pesanan ditempat mereka. Proses pemesanan diolshop_bungas dilaksanakan pada hari Sabtu dan Minggu saja.

Melalui permasalahan ini, sehingga penulis tertarik dan ingin mengetahui lebih dalam dengan mengangkat judul **“BLACKLIST (DAFTAR HITAM) TERHADAP KONSUMEN ONLINE YANG MELALAIKAN PENGAMBILAN PESANAN (HIT AND RUN) (ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM)”**.

b. Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana mekanisme penerapan *blacklist* (daftar hitam) yang dilakukan penjual di media sosial *instagram* kepada konsumen *online* yang melalaikan pengambilan pesanan (*hit and run*)?
- 2) Bagaimana menurut etika bisnis Islam terhadap penerapan *blacklist* (daftar hitam) yang dilakukan penjual di media sosial *instagram* kepada konsumen *online* yang melalaikan pengambilan pesanan (*hit and run*)?

c. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui mekanisme penerapan *blacklist* (daftar hitam) yang dilakukan penjual di media sosial *instagram* kepada konsumen *online* yang melalaikan pengambilan pesanan (*hit and run*).
- 2) Untuk mengetahui menurut etika bisnis Islam terhadap penerapan *blacklist* (daftar hitam) yang dilakukan penjual di media sosial *instagram* kepada konsumen *online* yang melalaikan pengambilan pesanan (*hit and run*).

2. METODE PENELITIAN

a. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara yang digunakan dalam memperoleh data yang di perlukan dalam proses penelitian dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif atau metode *naturalistik*, karena dalam melakukan penelitian dalam keadaan yang natural atau alami dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan studi kasus merupakan penelitian yang dilaksanakan secara terperinci dan mendalam pada suatu individu atau lembaga pada wilayah tertentu. Dalam penelitian ini penulis memfokuskan pada *blacklist* (daftar hitam) terhadap konsumen *online* yang melalaikan pengambilan pesanan (*hit and run*) (analisis etika bisnis Islam).

b. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian merupakan orang yang memberikan informasi terhadap data yang diinginkan oleh penulis yang berkaitan dengan judul penelitian. Adapun subjek penelitian dalam penelitian ini adalah *owner* dan karyawan dari olshop_bungas Banjarmasin. Sedangkan objek penelitian merupakan permasalahan yang akan diteliti oleh penulis. Objek penelitian dalam penelitian ini mengenai *blacklist* (daftar hitam) terhadap konsumen online yang melalaikan pengambilan pesanan (*hit and run*) (analisis etika bisnis Islam).

c. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di *akun* media sosial olshop_bungas yang beralamat di Jalan Pramuka Komplek Melati Indah Al Banjari Jalur 3 Nomor F30, Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan.

Penelitian ini memerlukan waktu kurang lebih 2 bulan dari tanggal 16 Mei 2020 sampai 14 Juli 2020.

d. Sumber Data

Sumber data adalah sumber subyek untuk memperoleh data dalam penelitian. Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 kategori yaitu :

1) Sumber data primer

Sumber data primer yaitu sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama. Berdasarkan penelitian ini maka peneliti melakukan wawancara dengan *owner* atau pemilik dari *akun* media sosial olshop_bungas dan karyawan dari olshop_bungas Banjarmasin.

2) Sumber data sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh dengan cara tidak langsung atau melalui media perantara. Berdasarkan pengertian ini maka sumber data sekunder adalah data tertulis, meliputi buku, arsip, jurnal, dokumen, hasil penelitian sebelumnya dan sumber lainnya yang terkait dengan penelitian ini.

e. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu teknik yang dilakukan peneliti dalam mengumpulkan data untuk keperluan penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1) Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung berdasarkan kejadian-kejadian yang dilakukan saat penelitian. Penulis menggunakan metode observasi partisipatif yaitu peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang akan diamati atau sebagai sumber data dalam melakukan penelitian.

Menurut Susan Stainback (1998) *"In participant observation, the researcher observes what people do, listen to what they say, and participates in their activities"*. Dalam observasi partisipatif peneliti mengamati apa yang dikerjakan orang, mendengarkan apa yang mereka ucapkan, dan berpartisipasi dalam aktivitas mereka.

Observasi partisipatif dikategorikan menjadi empat, yaitu partisipasi pasif, partisipasi moderat, partisipasi aktif dan partisipasi lengkap. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan partisipasi pasif (passive participation) merupakan *means the research is present at the scene of action but does not interact or participate*. Jadi dalam penelitian ini peneliti datang ketempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.

2) Wawancara/interview

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data melalui percakapan secara langsung atau tidak langsung dengan tujuan tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (yang mengajukan pertanyaan) dan diwawancarai (yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu). Wawancara dapat dilaksanakan secara terstruktur atau tidak terstruktur dan dapat dilaksanakan dengan cara tatap muka (*face to face*) atau melalui *telepon/smartphone*. Dalam situasi seperti ini penulis melakukan wawancara dengan menggunakan *smartphone* dan menggunakan wawancara semi terstruktur dengan pemilik dan karyawan dari *akun* media sosial *olshop_bungas* Banjarmasin.

3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan peristiwa yang terjadi selama melakukan penelitian dengan menggunakan tulisan, gambar, bahan-bahan informasi yang berhubungan dengan judul penelitian yang penulis teliti.

f. Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan, "Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain".

Berdasarkan penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data model Miles and Huberman yaitu :

1) Reduksi Data

Reduksi data adalah cara yang dilakukan peneliti dengan merangkum dan memilih hal-hal pokok selama melakukan penelitian di lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti menulis kembali hasil wawancara dan observasi dengan cara disederhanakan berdasarkan data yang penulis perlukan.

2) Penyajian Data

Menurut Sugiyono, "Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya".

Adapun menurut Miles and Huberman penyajian data yang sering digunakan merupakan bentuk data dengan teks yang bersifat naratif. Karena penelitian ini adalah studi kasus, maka penyajian data yang digunakan berbentuk uraian.

3) Penarikan Kesimpulan

Menurut Sugiyono, "Penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan".

Kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan".

Kesimpulan pada penelitian ini merupakan hasil penelitian yang dilakukan penulis dalam bentuk pernyataan singkat dan mudah untuk dipahami, sehingga dapat membuat kesimpulan dari jawaban rumusan masalah dalam penelitian ini.

G. Pengujian Keabsahan Data

Uji keabsahan data meliputi uji *kredibilitas* data (*validitas internal*), *depenabilitas* (*reliabilitas*) data, *transferabilitas*, dan *konfirmasiabilitas* (*obyektivitas*). Tetapi dalam penelitian ini uji *kredibilitas* data yang digunakan peneliti yaitu :

1) Triangulasi

Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dari berbagai sumber yang ada dengan berbagai cara dan waktu. Berdasarkan hal tersebut maka dihasilkan triangulasi sumber, teknik, dan waktu. Adapun uraian dari ketiga triangulasi tersebut sebagai berikut :

a) Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan pengecekan data yang didapatkan dari berbagai sumber, tetapi dengan metode yang sama. Dalam penelitian ini sumber datanya adalah pemilik dan karyawan *olshop_bungas* Banjarmasin.

b) Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik merupakan pengecekan data dengan sumber yang sama tetapi menggunakan teknik yang berbeda dari cara sebelumnya. Dalam mendapatkan data sebelumnya menggunakan teknik wawancara, setelah itu dicek kembali menggunakan teknik kuesioner atau cara lainnya. Apabila melalui teknik tersebut terdapat hasil yang berbeda-beda, maka peneliti harus berdiskusi dengan sumber data agar dapat diperoleh kepastian data mana yang benar.

c) Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu merupakan pengecekan data dengan waktu yang berbeda dari waktu yang dilakukan sebelumnya. Dalam penelitian sebelumnya dilaksanakan pagi hari pada saat narasumber dalam keadaan segar maka data yang didapatkan akan lebih *valid*. Untuk itu dalam menguji *kredibilitas* data maka peneliti dapat menggunakan teknik lain untuk melakukan pengecekan data, tetapi dengan situasi yang berbeda. Apabila data yang dihasilkan berbeda-beda maka peneliti harus melakukannya secara berulang-ulang sampai ditemukan hasil yang sesuai.

3. PEMBAHASAN DAN HASIL ANALISIS

a. Profil Akun *Olshop_Bungas* Banjarmasin

Olshop_bungas merupakan nama akun *online shop* yang berada di *instagram* dan *whatsApp* dan telah didirikan oleh Kiki Anggraini pada bulan Agustus tahun 2017 sampai sekarang yang pada saat itu masih kuliah semester 7 di Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin. *Olshop_bungas* sendiri dibuat oleh Kiki Anggraini dengan harapan konsumen yang membeli produk ditempatnya menjadi cantik. *Bungas* merupakan sebuah kata dari bahasa Banjarmasin yang memiliki arti cantik. Produk yang diperjualbelikan oleh Kiki Anggraini tergolong produk yang murah dan kualitas sesuai dengan harga yang diberikan, karena disesuaikan oleh keadaan dan permintaan para konsumen. Pada saat ini *olshop_bungas* sudah mempunyai 2 karyawan yaitu Khairunnisa dan Nurani yang membantu pekerjaannya, karena banyak permintaan konsumen yang berbelanja di *online shop*nya, karena itu dia merekrut karyawan untuk membantu mengatasi solusi yang dihadapinya.

b. Cara Melakukan Pemesanan Pada *Instagram* Melalui *WhatsApp* di *Olshop_Bungas* Banjarmasin

Pada saat konsumen ingin melakukan pemesanan di *olshop_bungas* dapat melalui langkah-langkah sebagai berikut :

- 1) Membuka aplikasi *instagram* melalui *smartphone*, *laptop* atau *komputer*.
- 2) Masuk atau *login* melalui *instagram* dengan memasukkan *e-mail* dan *password*.
- 3) Setelah *login*, konsumen dapat langsung mencari nama *olshop_bungas* pada pencarian dengan mengetik "*olshop_bungas*".
- 4) Setelah menemukan akun "*olshop_bungas*", langkah selanjutnya konsumen dapat menghubungi nomor *whatsApp* yang ada pada *instagram* tersebut. Tetapi sebelumnya, konsumen dapat melihat dan memilih produk yang diinginkannya dulu dengan keterangan dan harga yang sudah terdapat pada setiap gambar.
- 5) Selanjutnya, konsumen dapat mengikuti *format* pemesanan yang sudah disediakan oleh pihak *olshop_bungas*, apabila konsumen tidak mengikuti *format* pemesanan maka, tidak akan di proses oleh pihak *olshop_bungas*. Berikut ini *format* pemesanan *olshop_bungas* yaitu :
 - a) Kirim foto produk, konsumen mengirimkan foto barang yang dipesannya dengan *menscreenshot* foto yang ada di *instagram*.
 - b) Nama produk, konsumen mengirimkan nama dari produk yang dipesannya, seperti hijab bergo Aisyah.
 - c) Warna yang dipilih, konsumen mengirimkan warna yang dipesannya seperti, hitam.
 - d) Banyak pembelian, konsumen mengirimkan seberapa banyak barang yang dibelinya seperti, 10 lembar.

- 6) Setelah mengikuti *format* yang disediakan oleh pihak *olshop_bungas*, maka pemesanan produk akan diproses dengan membayar uang muka setengah dari barang yang dipesan atau langsung lunas melalui *transfer* atau datang langsung ke rumah *owner* dari *olshop_bungas*.
- 7) Produk dikemas dengan rapi dan dikirim ke tempat konsumen berdasarkan alamat yang diberikan konsumen atau dapat diambil langsung ke tempat *owner* *olshop_bungas*.

c. Mekanisme Penerapan *Blacklist* (Daftar Hitam) yang dilakukan Penjual dimedia Sosial *Instagram* Kepada Konsumen *Online* yang Melalaikan Pengambilan Pesanan (*Hit and Run*)

Olshop_bungas melakukan penerapan *blacklist* kepada konsumen *onlinennya* bukan tanpa alasan. Menurut Kiki Anggraini konsumen yang *diblacklistnya* pada dasarnya melakukan kesalahan yang sudah tidak dapat ditoleransi lagi. Contohnya, ketika melakukan pemesanan, konsumen sudah diberikan *format* pemesanan yang disediakan oleh pihak *olshop_bungas*, konsumen menyetujui dengan apa yang sudah dikatakan oleh pihak *olshop_bungas* mulai dari memberikan uang muka sampai kedatangan barang yang mencapai 3-7 hari bahkan lebih sesuai kondisi saat ini, karena barang tidak *ready* ditempat penjual. Setelah barang datang pihak *olshop_bungas* akan memberikan informasi kepada konsumen dan harus melunasi sisa pembayaran untuk selanjutnya barang dikirim ke alamat konsumen atau diambil sendiri.

Tetapi, dalam proses pemesanan setelah konsumen melakukan pembayaran dari setengah harga produk yang dibelinya tersebut, konsumen merasa kedatangan produk yang dipesannya terlalu lama kedatangannya ke tempat konsumen. Oleh karena itu, konsumen terus-menerus menghubungi pihak *olshop_bungas* untuk menanyakan kapan barang yang dipesannya datang, hal ini membuat *owner* dari *olshop_bungas* merasa terganggu karena seakan *diteror* oleh konsumen dengan melakukan *spam chat* secara terus-menerus bahkan mengatakan pihak *olshop_bungas* tidak menjalankan kewajibannya serta mengeluarkan kalimat kasar kepada *owner* *olshop_bungas* yang membuatnya tidak nyaman.

Adapun yang membuat *olshop_bungas* kecewa, konsumen tersebut merupakan konsumen yang sudah berlangganan lama dengannya, seharusnya konsumen tersebut sudah mengerti mengenai cara pemesanan *dionline shopnya*. Selain mengatakan sesuatu yang tidak pantas, konsumen tersebut juga tidak melunasi sisa dari pembayaran dan memilih menghindar atau melalaikan pesannya (*hit and run*) dan tidak mengambil barang yang dipesannya, padahal sebelumnya konsumen selalu *spam chat* kepada *owner* untuk menanyakan keberadaan barangnya. Berdasarkan keterangan tersebut, maka *owner* dari *olshop_bungas* mengambil tindakan untuk melakukan *blacklist* kepada konsumen tersebut.

Selain kejadian diatas ada beberapa hal lain yang membuat *owner* dari *olshop_bungas* melakukan penerapan *blacklist* kepada konsumennya adalah :

1) Konsumen melakukan *spam chat*

Spam chat merupakan cara yang dilakukan seseorang kepada orang lain dalam mengirimkan pesan berbentuk teks secara terus-menerus sampai orang yang dikirimkan pesan menjadi jenuh bahkan merasa terganggu apabila mengganggu pekerjaan dan mengatakan hal yang kurang sopan.

2) Konsumen yang tidak sabar

Menurut Kiki Anggraini, konsumen yang tidak sabaran karena merasa produk yang dipesannya terlambat dikirim ketempatnya dan membuat *instanstory* mengenai *olshop_bungas* dengan kalimat yang kasar dan tidak mempunyai etika.

3) Konsumen yang tidak ingin melakukan pembayaran dan melalaikan pesannya (*hit and run*)

Konsumen yang tidak ingin melakukan pembayaran merupakan perbuatan yang membuat pihak dari *olshop_bungas* merasa dirugikan, karena sudah mengeluarkan uang untuk membayar produk yang dibeli oleh konsumen dan konsumen akan mengganti uang tersebut dengan membeli produk dari *olshop_bungas*, tetapi setelah barang tersebut datang, konsumen memilih untuk melalaikan pesannya tersebut (*hit and run*) dan tidak ingin melakukan pembayaran.

Berdasarkan beberapa kejadian tersebut, maka *owner* dari *olshop_bungas* menerapkan *blacklist*, tetapi sebelumnya melakukan *blacklist*, konsumen dihubungi terlebih dahulu untuk mendapat kejelasan yang lebih *detail* lagi, karena konsumen tidak ada *i'tikad* baik maka di berlakukannya *blacklist* kepadanya. Menurut karyawan *olshop_bungas* yang berhak memberikan *blacklist* hanyalah *owner* *olshop_bungas* dengan cara menyebarkan foto konsumen dimedia sosial *instagram* dan *whatsApp* dan diberi keterangan tentang kesalahannya sehingga dapat dilihat oleh orang banyak dan *memblokir* nomor konsumen, hal ini dilakukan untuk memberikan efek jera kepada konsumen dan berharap tidak ada kejadian seperti ini lagi dikemudian hari, tetapi apabila konsumen mempunyai alasan yang jelas dan logis dalam memberikan penjelasan mengenai pembatalan dan tidak melakukan pembayaran, maka pihak *olshop_bungas* dapat memberikan toleransi.

d. Analisis Menurut Etika Bisnis Islam Terhadap Penerapan *Blacklist* (Daftar Hitam) yang dilakukan Penjual dimedia Sosial *Instagram* Kepada Konsumen *Online* yang Melalaikan Pengambilan Pesanan (*Hit and Run*)

Dalam Islam seseorang melakukan aktivitas jual beli adalah boleh selama tidak melanggar ketentuan Allah SWT dan harus memiliki etika dalam menjalankan sebuah usaha khususnya umat muslim harus menggunakan etika bisnis Islam. Seseorang melaksanakan jual beli harus berdasarkan suka sama suka supaya tidak ada rasa saling dirugikan antara satu sama lain. Hal ini berdasarkan Q.S. An Nisa [4]: 29:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.

Selain atas dasar suka sama suka, penjual dan pembeli harus memegang teguh etika bisnis dan bagi muslim etika bisnis yang berlandaskan Islami dalam menjalankan usahanya. Etika diterapkan karena sangat penting untuk pemilik usaha, karyawan, konsumen sebagai pemakai untuk menjadikan usaha yang dijalankan jauh lebih baik tanpa membuat siapa pun dikecewakan.

Dalam melakukan usaha *online* maupun *offline* seorang penjual dan pembeli harus menepati janji yang telah disepakati pada saat melakukan transaksi jual beli, karena penjual harus jujur, *amanah* dan berlaku sopan kepada konsumen, hal ini juga harus dilakukan oleh konsumen dengan menepati janji yang telah disepakati pada saat melakukan transaksi jual beli, tidak memandang rendah penjual, tidak berbuat sewenang-wenang kepada penjual, memiliki sifat jujur dan perilaku yang menandakan sebagai konsumen yang bertanggung jawab.

Penerapan *blacklist* (daftar hitam) adalah suatu tindakan yang diberikan kepada konsumen yang melalaikan pesanan, tidak bertanggung jawab atas suatu yang diperbuatnya, hal ini mengakibatkan konsumen tersebut tidak dapat lagi bertransaksi ditempat tersebut dan *blacklist* (daftar hitam) merupakan sesuatu yang sudah *familiar* yang diterapkan oleh pemilik usaha yang menjalankan usahanya melalui media sosial baik itu melalui *instagram*, *whatsApp* dan lain-lain. Seorang *owner* atau pemilik usaha menerapkan *blacklist* bukan tanpa alasan, tetapi hal ini dilakukan untuk melindungi *online shop*nya dari konsumen-konsumen yang bertindak semaunya tanpa memikirkan dampak *negatif* yang diperoleh pemilik usaha akibat tindakannya.

Konsumen harus mempunyai sifat untuk menepati janji dalam melakukan transaksi jual beli, karena perbuatan tersebut merupakan titik dimana penjual memberikan kepercayaannya kepada konsumen. Oleh karena itu, konsumen harus memahami akad pada saat melakukan transaksi jual beli sebelum memberikan tanggapan setuju.

Berdasarkan kejadian yang dialami oleh *olshop_bungas* Banjarmasin, *owner* dari *online shop* tersebut melakukan tindakan *blacklist* kepada konsumennya bukan tanpa alasan, sebelum menerapkan *blacklist*, pihak *olshop_bungas* sudah memberikan *informasi* bahwa barang yang dipesannya bukan barang *ready* melainkan *PO* (*Pre Order*), hal ini membuat konsumen harus menunggu kedatangan barang yang dipesannya dalam jangka waktu yang telah ditentukan, untuk barang yang dipesan konsumen cukup membuka *instagram* atau *whatsApp* dari *akun* *olshop_bungas*, disana sudah diberikan keterangan yang lengkap untuk melakukan pemesanan. Apabila konsumen setuju ingin membeli, maka akan diberikan *format* pemesanan yang harus diisi untuk memudahkan dalam proses pemesanan dan konsumen diharuskan membayar setengah dari harga barang yang dibelinya, setelah itu baru di proses untuk pemesanan dan pihak *olshop_bungas* akan memberikan informasi apabila barang datang antara 3-7 hari bahkan sampai 2 minggu pada saat *pandemi* saat ini ataupun mendekati hari-hari besar seperti, Idul Fitri dan Adha.

Berdasarkan pernyataan tersebut maka konsumen sudah menyetujui dengan ketentuan yang diberikan oleh *olshop_bungas* Banjarmasin, tetapi dipertengahan jalan, konsumen sering mengirim pesan *via* *whatsApp* kepada pihak *olshop_bungas* untuk menanyakan kedatangan barang yang dipesannya sampai membuat konsumen mengatakan kata kasar bahwa pihak *online shop*nya tidak *amanah* dan perkataan lain yang tidak sepatasnya dikatakan.

Konsumen tersebut merupakan pelanggan lama yang seharusnya sudah mengerti akan keadaan dan ketentuan yang ditetapkan oleh *olshop_bungas* dan sudah mengetahui apabila barang datang akan langsung menghubunginya, tetapi konsumen tersebut terus-menerus menghubungi *owner* dari *olshop_bungas*, setelah barang yang dipesannya datang dan pihak *olshop_bungas* menghubunginya untuk melakukan pembayaran dan mengambil barang pesannya, yang dilakukan konsumen adalah *memblokir* nomor

owner olshop_bungas karena tidak ingin melakukan pembayaran serta melalaikan barang yang dipesannya (*hit and run*). Oleh karena itu, *owner* dari olshop_bungas segera memblacklist dengan menyebarkan foto dari konsumen serta kalimat yang menandakan kekecewaan karena merasa dirugikan baik secara *moril* dan *materil*.

Berdasarkan pernyataan tersebut apabila dihubungkan dalam etika bisnis Islam sebagai pemilik usaha *online* seharusnya memberikan *akhlak* yang baik (*mahmudah*) dan menghindari *akhlak* yang tercela (*mazmumah*), sehingga dalam menjalankan suatu usaha mendapatkan ridha dari Allah SWT dan usahanya menjadi berkah.

Namun, melihat kejadian seperti ini membuat pihak dari olshop_bungas harus memberikan *blacklist* kepada konsumen tersebut, bukan hanya kepada konsumen tersebut tetapi kepada seluruh konsumen yang melakukan hal yang sama. Penerapan *blacklist* dilakukan supaya konsumen tidak berbuat sewenang-wenang kepadanya, memberikan *efek* jera, memiliki tanggung jawab apabila melakukan sesuatu dan memiliki etika yang baik. Menurut etika bisnis Islam, tindakan *blacklist* merupakan perilaku yang tidak baik, tidak mencerminkan *akhlak* mulia karena, menyebarkan foto dan keterangan apalagi di media sosial atas kesalahan konsumen merupakan sesuatu yang tidak disukai oleh Allah SWT. tetapi seperti yang sudah dijelaskan, pihak olshop_bungas menerapkan *blacklist* bertujuan untuk melindungi *online shop*nya dari konsumen yang tidak jujur, berbuat sewenang-wenang, tidak bertanggung jawab terhadap perbuatannya yang merugikan olshop_bungas.

Dalam Islam seseorang yang tidak menepati janji termasuk dalam golongan *munafik*, seperti yang dijelaskan dalam Hadits yang termasuk golongan *munafik* yaitu :

- 1) Apabila seseorang tersebut berkata ia berdusta.
- 2) Apabila seseorang tersebut diberikan kepercayaan ia berkhianat.
- 3) Apabila seseorang tersebut melakukan perjanjian, maka ia ingkari. (H.R. Muslim).

Berdasarkan Hadits tersebut, perbuatan dari konsumen kepada olshop_bungas merupakan perbuatan yang dilarang oleh Allah SWT, karena termasuk ke dalam golongan orang yang *munafik*, tetapi sebagai pemilik usaha seharusnya menjunjung tinggi perilaku yang baik (*mahmudah*) dan meninggalkan perilaku yang tercela (*mazmumah*), hal ini seperti yang diajarkan oleh Rasulullah SAW. dalam berdagang harus berlaku jujur, adil dan ramah kepada pembeli supaya kegiatan yang dilakukan selalu mendapatkan ridha dari Allah SWT. dan menjadi pahala untuk hari akhir kelak. Dan perbuatan memblacklist seseorang untuk menghukum atas perbuatannya juga bukanlah perbuatan yang disukai dan diridhai oleh Allah SWT dan Rasulullah SAW, seharusnya penjual lebih sabar lagi dan mengedepankan etika dalam berbisnis dan memilih cara lain yang lebih diridhai oleh Allah SWT. Supaya apa yang dikerjakan oleh kedua belah pihak mendapatkan berkah dan pahala dari Allah SWT.

4. PENUTUP

a. Kesimpulan

Adapun yang dapat diambil kesimpulan dari hasil penelitian yang penulis teliti sesuai rumusan masalah sebagai berikut :

- 1) Penerapan *blacklist* (daftar hitam) yang dilakukan penjual di media sosial *instagram* melalui *whatsApp* kepada konsumen *online* yang melalaikan pengambilan pesanan (*hit and run*) bukan tanpa alasan, semua itu hanya memberikan *efek* jera kepada mereka dan pihak olshop_bungas memberikan *blacklist* kepada konsumen yang pada dasarnya yang melakukan kesalahan sudah tidak dapat diberikan toleransi lagi seperti konsumen yang *spam chat*, tidak sabar dalam menunggu pesanan datang, melakukan *hit and run* ketika pesanan datang dan konsumen yang mengatakan sesuatu yang tidak layak untuk dikatakan kepada pihak olshop_bungas. Sebelum melakukan *blacklist* pihak olshop_bungas sudah menghubungi konsumen untuk melakukan pembayaran, karena *respon* yang kurang baik dan nomor dari pihak olshop_bungas diblokir, maka pihak olshop_bungas memblacklist kepada konsumen tersebut dengan cara menyebarkan foto dan keterangan mengenai kekecewaan pihak olshop_bungas kepada konsumen tersebut.
- 2) Berdasarkan analisis etika bisnis Islam terhadap penerapan *blacklist* (daftar hitam) yang dilakukan penjual di media sosial *instagram* melalui *whatsApp* kepada konsumen *online* yang melalaikan pengambilan pesanan (*hit and run*) merupakan perilaku yang tidak baik dan tidak berakhlak mulia dengan menyebarkan foto dan keterangan atas kesalahan konsumen tidak dibenarkan Allah SWT dan Rasulullah SAW. sebagai pemilik usaha seharusnya menjunjung tinggi perilaku yang baik (*mahmudah*) dan meninggalkan perilaku yang buruk (*mazmumah*), hal ini seperti yang diajarkan oleh Rasulullah SAW dalam berdagang haruslah jujur, adil dan ramah kepada pembeli supaya kegiatan yang dilakukan selalu mendapatkan ridha Allah SWT. sedangkan menerapkan *blacklist* akan mengurangi berkah yang didapatkan dalam jual beli dan termasuk sifat tercela dan tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.

b. Saran

Beberapa saran dari penulis untuk pembaca sebagai berikut :

- 1) Bagi akademisi, khususnya akademisi Islam diharapkan lebih banyak lagi melakukan penelitian terhadap penerapan *blacklist* terhadap konsumen *online* yang *hit and run*, karena zaman sekarang pelaku usaha lebih memilih cara *online* daripada *offline*.
- 2) Bagi pelaku usaha yang menerapkan *blacklist* untuk melindungi usahanya dari tindakan konsumen yang berbuat sewenang-wenang, diharapkan dalam menjalankan usahanya tidak meninggalkan prinsip-prinsip Islam agar dalam melakukan transaksi jual beli selalu diridhai Allah SWT dan usahanya menjadi berkah.
- 3) Bagi pemerintah diharapkan lebih memperhatikan jual beli secara *online*, serta memberikan perlindungan hukum kepada pemilik *online shop*, karena lebih rentan terhadap penipuan yang dilakukan konsumen.
- 4) Bagi masyarakat diharapkan dalam melakukan transaksi jual beli secara *online* agar menjadi konsumen yang memiliki *akhlak* baik dan menjunjung tinggi kejujuran dan rasa tanggung jawab.

REFERENSI

Al-Qur'an

RI, Kementerian Agama. *Al-Qur'an Keluarga Terjemah*. Bandung : CV Media Fitrah Rabbani, 2009.

Buku 1 Penulis

Aedy, Hasan. (2011). *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*. Bandung : Alfabeta.

Aziz, Abdul. (2013). *Etika Bisnis Islam (Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha)*. Bandung : Alfabeta.

Bungin, Burhan. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana.

Buku 2 Penulis

Anggito, Aibi & Setiawan, Johan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.

Fitrah, Muh dan Luthfiyah. (2017). *Metode Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Jawa Barat: CV Jejak.

Rahman, Abdul dkk. (2010). *Fiqh Muamalat*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Buku Lebih Dari Satu Edisi

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Edisi ke-1, Cetakan 27, Maret 2018) Bandung : Alfabeta, cv.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Edisi ke-2, Cetakan ke-1, September 2019) Bandung : Alfabeta, cv.

Artikel Jurnal / Ensiklopedi

Ariyadi. (2018). Nilai-Nilai Qurani Dan Sunnah Nabi Dalam Praktik Jual Beli Pada Pasar Terapung Di Kalimantan Selatan. *Anterior Jurnal*. Vol. 17, No. 2. Juni, 2018.

Berata, Anandika Bama Made Bagus. Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Terkait Wanprestasi yang Dilakukan Konsumen dengan Cara Hit and Run. *Jurnal Ilmu Hukum*. Vol. 4. No. 3. Februari, 2016.

Malik, Roisul. (2019). Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Praktik Kerjasama Bank Sampah Di Desa Candi Mulyo Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun. *Jurnal Al Adabiya*. Vol. 14. No. 2, 2019.

Maulidiya, Nur. (2017). Analisis Proses Pengembangan Produk Baru (New Produk) Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol. 1. No. 1. Agustus, 2017.

Rijali, Ahmad. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Al Hadharah*. Vol. 17. No. 33. Januari – Juni, 2018.

Susiawati, Wati. (2017). Jual Beli Dalam Konteks Kekinian. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 8. No. 2. November, 2017.

Yunus, Muhammad dkk. (2018). Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Akad Jual Beli Dalam Transaksi Online Pada Aplikasi Go-Food. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*. Vol. 2. No. 1. Januari, 2018.

Zurohman, Achmad dan Rahayu, Eka. (2019). Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Iqtishodiyah*. Vol. 5. No. 1. Januari, 2019.

Skripsi/Tesis

Hamid, Abdul. (2016). *Praktek Jual Beli Sistem Online Ditinjau Dari Hukum Islam, Studi Kasus Mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar, Kabupaten Paliwali Mandar*.

Majalah Online

Arti Kata Bungas Menurut Kamus Banjar Indonesia, <http://www.maknaa.com/banjar-Indonesia/bungas>. Di akses pada 24 Juli 2020 pukul 11.05 WITA.

Cara Mengurangi Customer Hit & Run di Online Shop. Dikutip dari <http://www.halosis.asia/cara-mengurangi-hit-and-run-di-online-shop/>. Di akses pada 24 Juli 2020 pukul 11.15 WITA.

Dosen Pendidikan 2. Dikutip dari <http://www.dosenpendidikan.co.id/spam-adalah/>. Di akses pada 02 Juli 2020 pukul 11.06 WITA.

Jurnal Entrepreneur. *Pengertian, Tujuan, Contoh dan Manfaat Etika Bisnis*. Dikutip pada <http://www.jurnal.id/pengertian-tujuani-contoh-dan-manfaat-etika-bisnis-dalam-perusahaan/>. Di akses pada 24 Juli 2020 pukul 11.31 WITA.

Kamus Arti Singkatan dalam Jual Beli Di Online Shop. Dikutip dari <http://flipersshop.com>. Di akses pada 05 April 2020 08.15 WITA.

Tohir. (2020). *5 kelebihan dan Kekurangan Bisnis Online Menggunakan Media Sosial*. Dikutip dari <http://www.folderbisnis.com>. Di akses pada 26 Mei 2020 pukul 08.05 WITA.

Nia Aksara, (2020). *Kumpulan Hadits Nabi*. Dikutip dari <http://google.com>. Di akses pada 03 Juli 2020 pukul 21.05 WITA.

Yahya Syaifullah. (2017). *80+ Istilah dalam Online Shop Super Lengkap*. Dikutip dari <http://halloyahya.com>. Di akses pada 05 April 2020 pukul 07.02 WITA.