

Tinjauan Etika Bisnis Islam pada Sanksi *Blacklist* (Daftar Hitam) terhadap Konsumen

Nia Wulansari*, Titin Suprihatin

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*niawulansr@gmail.com, titinsuprihatin62@gmail.com

Abstract. A businessman must apply the principles of truth by reflecting a spirit of generosity, a good motive for service, and an attitude toward god's begetting. From principles of righteousness a business automatically gives birth to brotherhood. Business in the online shop Quenney.id carries a penalty for the consumer which is blacklist sanctions. The purpose of this study is to find a review of the Islamic business ethics regarding the application of blacklist sanctions mechanisms for online shop Queneey.id. These research methods are qualitative. The result of this study is the blacklist sanctioned mechanism given not on the basis of the damage but only for the benefit of the online shop. Which has left consumers unable to communicate and communicate again. This is not in accordance with the ethical principles indicator of the Islamic business's loose generosity and the building of good relations and the ethical concept of the Islamic business. This led to the failure of ethics toward consumers And consumer rights are unfulfilled.

Keywords: Ethics, Blacklist, Konsumer.

Abstrak. Seorang pembisnis harus menerapkan prinsip kebenaran dengan mencerminkan sikap kemurahan hati, motif pelayanan yang baik, dan sikap akan adanya Allah SWT. Bisnis dalam *Online Shop* Queneey.id menerapkan sanksi bagi konsumen yaitu sanksi *blacklist*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap mekanisme penerapan sanksi blacklist (daftar hitam) terhadap konsumen pada *online shop* Queneey.id. Metode penelitian ini adalah kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah mekanisme pemberian sanksi *blacklist* ini diberikan tidak atas dasar adanya kerugian melainkan hanya untuk kepentingan *online shop*. Yang mengakibatkan konsumen tidak dapat bertransaksi dan berkomunikasi lagi. Hal ini tidak sesuai dengan indikator prinsip etika bisnis Islam longgar bermurah hati dan membangun hubungan baik serta konsep etika bisnis Islam. Hal ini mengakibatkan etika kepada konsumen tidak terlaksana dan hak konsumen tidak terpenuhi .

Kata Kunci: Etika, Blacklist, Konsumen.

A. Pendahuluan

Islam dijadikan sumber nilai, karena hanya Allah SWT yang memiliki otoritas tertinggi dalam menentukan nilai-nilai yang baik dan benar. Teori etika yang bersumber dari agama, merupakan sumber yang dapat dijadikan pedoman untuk mengetahui atau membedakan hal yang benar dari yang salah. (Setiatin 2017)

Sebagaimana firman Allah dalam Qs. Al- Nisa [4] ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu.” (D. A. RI 2010)

Dalam menjalankan kegiatan ekonomi seperti bisnis untuk meningkatkan taraf hidupnya maka lahirlah etika bisnis Islam untuk mengatur dan menuntut kaum muslimin untuk melakukan tindakannya sesuai dengan apa yang dibolehkan dan dilarang oleh Allah SWT. Maka dalam menjalankan bisnis baik itu dilakukan dengan adanya pertemuan langsung atau secara *online* antara penjual dan pembeli harus menerapkan etika dikarenakan berpengaruh terhadap para pelaku bisnis, diantaranya dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya. prinsip kebenaran dengan mencerminkan sikap kemurahan hati, motif pelayanan yang baik, dan sikap akan adanya Allah SWT ini sangat dianjurkan dalam berbisnis. (Prasetyoningrum 2019)

Sikap ramah dianjurkan oleh agama Islam untuk siapa saja dan kepada siapa saja khususnya dalam bisnis antara penjual dan pembeli. Karena sebagai pembisnis harus mencerminkan ketulusan niat dalam melakukan bisnisnya. Karena ramah merupakan bentuk perwujudan dari kerendahan hati seseorang dan dengan sikap ramah, maka banyak orang yang suka dan senang terhadap bisnis yang dijalani. (R 2002) Jujur dalam takaran, menjual barang yang baik mutunya, dilarang menggunakan sumpah, longgar dan bermurah hati, membangun hubungan baik antara kolega, tertib administrasi, menetapkan harga dengan transparan merupakan berbagai prinsip etika bisnis Islam menurut Muhammad Djakfar.

Untuk membangun, mempertahankan dan menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen dapat dilakukan dengan cara memberikan pelayanan sebaik-baiknya. Tentunya penting melakukan itu walaupun bisnis sudah besar dan sudah memiliki konsumen yang banyak (Haryono 2015)

Hal ini diterangkan dalam hadist:

عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ قَالَ : رَجِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا وَأَدَا اشْتَرَى وَأَدَا اقْتَصَى . - رواه البخاري

Dari Jabir bin Abdullah r.a, sesungguhnya Rasulullah SAW bersabda : “Allah pasti memberi rahmat kepada seseorang yang senantiasa berbuat mudah ketika ia menjual, ketika ia membeli dan ketika ia menagih” (Shahih Bukhari No 2076)

Dunia bisnis semakin berkembang dengan kondisi seperti ini memaksakan tidak adanya pertemuan antara penjual dan pembeli atau disebut bisnis secara *online*. Banyak kisah dalam dunia bisnis, dimana sebuah *online shop* yaitu Queeney.id yang sudah berjalan sekitar 1 tahun yang menjual macam macam pakaian secara *online*, tentunya jual beli dan komunikasi dilakukan menggunakan media sosial seperti *whatsapp*, *Instagram*, *shopee*. Tetapi dalam praktik bisnis yang dilakukan secara *online* Queeney.id menerapkan sanksi *blacklist* terhadap konsumen. Tindakan *blacklist* ini dilakukan penjual dengan cara memblokir kontak atau akun pembeli sehingga pembeli tidak dapat berkomunikasi kembali dan pembeli tidak dapat bertransaksi kembali dengan *online shop* tersebut. Jumlah konsumen Queneey.id yang telah mendapatkan sanksi *blacklist* sejak diberlakukannya sanksi tersebut yaitu kurang lebih 176 akun konsumen dan sanksi *blacklist* ini perlu diketahui secara mendalam dan dikaji dengan teori etika bisnis Islam.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Etika Bisnis Islam tentang sanksi *Blacklist* kepada konsumen?
2. Bagaimana mekanisme penerapan sanksi *blacklist* (daftar hitam) terhadap konsumen pada *online shop* Queeney.id ?

3. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam pada penerapan sanksi *blacklist* (daftar hitam) terhadap konsumen pada *online shop* Queeney.id ?

B. Metodologi

Metodologi penelitian adalah cara atau jalan untuk memperoleh kembali pemecahan terhadap segala permasalahan. Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya adalah metode kualitatif deskriptif agar peneliti dapat mengobservasi secara mendalam dan menyeluruh untuk mengetahui fakta-fakta yang ada mengenai adanya sanksi *blacklist* (daftar hitam) yang diterapkan oleh *online shop* Queeney.id. Maka diperlukannya pendekatan penelitian empiri sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan untuk mengamati dan mengetahui fakta-fakta atau permasalahan yang sebenarnya terjadi. Sehingga jenis penelitian adalah penelitian lapangan (*Field Research*) karena peneliti turun langsung ke lapangan yaitu *online shop* Queeney.id. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan dan teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

C. Hasil dan Pembahasan

Etika bisnis Islam tentang sanksi *blacklist* kepada konsumen

Islam memperbolehkan adanya sanksi terhadap konsumen apabila ada unsur penipuan yang dilakukan oleh konsumen sehingga boleh adanya sanksi *blacklist* tersebut. Tetapi apabila sanksi tersebut hanya untuk kepentingan bisnis dan menghilangkan hak-hak konsumen, maka sanksi *onli* tidak benar dan tidak sesuai diberikan kepada konsumen. Perilaku bisnis harus mengedepankan nilai, etika, moral, agama, norma yang dijadikan tuntunan untuk membuat keputusan dan menyelesaikan masalah. Jika tindakan yang dihasilkan pelaku usaha baik menurut tuntunan etika dalam Islam maka tindakan tersebut akhlak yang baik (akhlakul karimah) dan sebaliknya jika tindakan itu tidak sesuai atau buruk maka tindakan tersebut akhlak yang tidak baik (akhlak mazmumah).

Melihat bahwa sanksi *blacklist* mengakibatkan terputusnya hubungan dengan konsumen karena konsumen tidak diizinkan untuk berkomunikasi dan bertransaksi lagi maka seharusnya sebagai pelaku usaha harus mengedepankan etika dalam berbisnis dengan bermurah hati, membangun hubungan baik, mencerminkan sikap rendah diri, dan memperluas jaringan silaturahmi terhadap para pihak yang terlibat dalam bisnis kita terutama konsumen bukan mengedepankan sanksi atau aturan yang akan memberatkan konsumen.

Untuk mengedepankan nilai-nilai etika yang sesuai dengan Islam dan mencerminkan sikap akhlakul karimah. Maka dari itu sanksi *blacklist* seharusnya tidak menjadi acuan dalam menghadapi konsumen karena sebagai pembisnis harus

Mekanisme Penerapan Sanksi *Blacklist* (daftar hitam) terhadap Konsumen pada Online Shop Queeney.id

Setiap pelaku usaha dalam menjalankan suatu bisnisnya pasti menerapkan sebuah aturan baik untuk para pelaku yang menjalankan bisnis tersebut atau untuk pihak lain seperti konsumen. Seperti halnya *Online shop* Queeney.id dalam menjalankan kegiatan bisnisnya memiliki aturan yang diterapkan kepada konsumen yaitu adanya aturan sanksi *blacklist*.

Sanksi *blacklist* diterapkan dimulai sekitar satu minggu setelah berjalannya promosi melalui live shopee. Latar belakang adanya penerapan sanksi *blacklist* ini adalah keinginan penjual untuk melindungi *online shop*, menjaga ketertiban saat proses live hingga proses akhir yaitu agar konsumen memberikan penilaian yang bagus. Tujuan dari sanksi *blacklist* ini adalah untuk membuat tertib konsumen yang mengikuti *live* dan memberikan efek jera kepada konsumen yang menyepelekan peraturan dari Queeney.id.

Mekanisme sanksi *blacklist* pada *online shop* Queeney.id adalah memberitahukan kepada konsumen secara gamblang bahwa adanya sanksi *blacklist* yang berlaku dan memaksa konsumen untuk mengikuti aturan tersebut apabila ingin tetap bertransaksi dan adanya sanksi

blacklist bukan hanya kepada konsumen yang merugikan karena faktanya *online shop* Queneey.id tidak pernah mengalami kerugian. Hal tersebut dikarenakan untuk membatasi konsumen, membuat tertib konsumen yang mengikuti live dan memberikan efek jera kepada konsumen yang menyepelekan peraturan Queneey.id sehingga *online shop* selalu terjaga, berkembang dengan baik, tertib dengan memiliki penilaian yang bagus.

Tinjauan Etika Bisnis Islam pada Penerapan Sanksi Blacklist (daftar hitam) terhadap Konsumen pada Online Shop Queneey.id

Dapat diketahui bahwa mekanisme penerapan sanksi *blacklist* pada *online shop* Queneey.id kepada konsumen, bukan karena berlandaskan akan adanya unsur kerugian tetapi karena untuk kepentingan *online shop* yaitu untuk melindungi Queneey.id dengan membatasi hak serta keinginan konsumen.

Mekanisme pemberian sanksi *blacklist* ini tidak sesuai dengan prinsip longgar dan bermurah hati karena dengan adanya sanksi *blacklist* tidak mencerminkan penjual melayani secara lembut dan bermurah hati terhadap keinginan konsumen karena bersikap keras dengan tetap mengancam bahwa konsumen harus tetap mengikuti aturan. Dan tidak sesuai dengan prinsip menjaga hubungan baik karena melihat bahwa penjual lebih mendominasi dan konsumen merasa tertekan karena dipaksa tunduk akan sebuah aturan, maka tidak tergambarannya ada jalinan kerjasama yang baik.

Sanksi tersebut juga tidak sesuai dengan konsep etika bisnis Islam yaitu berbisnislah dengan murah hati dan rendah diri karena dengan adanya sanksi *blacklist* yang diterapkan kepada beberapa kriteria konsumen yang tidak merugikan menggambarkan penjual tidak murah hati dengan bersikap judes, tidak toleran dengan membatasi keinginan konsumen. Dan konsep memperluas jaringan silaturahmi karena sanksi *blacklist* yang diberikan menyebabkan terputusnya tali silaturahmi padahal secara materi Queneey.id tidak mengalami kerugian yang harus dilakukannya pemutusan hubungan. Dampak untuk Queneey.id juga akan kehilangan konsumen karena tidak dapat melakukan pelayanan yang baik.

Dengan terbatasnya keinginan serta hak konsumen membuat etika pedagang dalam Islam yaitu sikap kepada konsumen tidak terpenuhi karena penjual tidak menghormati pembeli, tidak berlaku adil kepada pembeli dan tidak menganggap pembeli layaknya saudara karena tidak menjaga hubungan yang baik. Maka dapat disimpulkan bahwa penerapan sanksi *blacklist* terhadap konsumen pada *online shop* Queneey.id tidak sesuai dengan hukum Islam dikarenakan Islam memperbolehkan adanya sanksi terhadap konsumen apabila ada unsur penipuan yang dilakukan oleh konsumen sehingga boleh adanya sanksi *blacklist* tersebut. Bukan untuk melindungi toko Queneey.id dan memaksa konsumen untuk mengikuti aturan demi penilaian yang akan diterima oleh *online shop* agar memiliki penilaian yang bagus. Seharusnya kita sebagai penjual menjaga hubungan yang baik dan melakukan kegiatan muamalah untuk kebaikan, hal ini dijelaskan dalam Alquran surah An- Nahl (16) : 90 :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَائِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ﴿٩٠﴾
يَعْظُمُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾

Artinya : “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”

Maka pemberian sanksi *blacklist* ini tidak sesuai karena tidak mencerminkan kebaikan dan keadilan dengan memaksa konsumen untuk mengikuti aturan dan menghilangkan hak konsumen serta menimbulkan permusuhan karena terputusnya hubungan.

Pemberian sanksi *blacklist* tidak berdasarkan pada kebajikan hanya karena keegoisan untuk melindungi bisnisnya dan mematikan hak serta keinginan konsumen dan berdampak rusaknya hubungan antara keduanya dikarenakan sanksi *blacklist* yang menyebabkan konsumen tidak dapat lagi bertransaksi dan berkomunikasi sehingga tidak sesuai dengan Fatwa yang mengatur muamalah dalam media sosial yang mengharuskan bermuamalah dalam kebajikan dan meningkatkan persaudaraan.

Berdasarkan adanya sanksi *blacklist* yang diberikan kepada konsumen dalam online

shop Queneey.id dan dampak yang dirasakan oleh konsumen ada beberapa hak konsumen yang tidak terpenuhi diantaranya hak kenyamanan, hak untuk didengarkan, hak atas informasi yang jujur, dan hak untuk diperlakukan secara benar dan tidak diskriminatif.

Berdasarkan semua uraian dan pemaparan diatas mekanisme pemberian sanksi blacklist terhadap konsumen pada online shop Queneey.id dikategorikan bukan sanksi yang diberikan karena mengalami kerugian tetapi hanya untuk mengatur dan membatasi kegiatan konsumen agar online shop selalu memiliki penilaian rating yang bagus sehingga membatasi hak dan keinginan konsumen. Maka tidak seharusnya diterapkan karena tidak sesuai dengan teori etika bisnis Islam, tidak sesuai dengan blacklist hukum Islam dan sumber hukum dalam berbisnis.

D. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Islam memperbolehkan adanya sanksi terhadap konsumen apabila ada unsur penipuan yang dilakukan oleh konsumen sehingga boleh adanya sanksi *blacklist* tersebut apabila konsumen terbukti melakukan tindakan kerugian. Tetapi apabila sanksi tersebut hanya untuk kepentingan bisnis dan menghilangkan hak-hak konsumen, maka sanksi *blacklist* tidak benar dan tidak sesuai diberikan kepada konsumen.
2. *Online Shop* Queneey.id dalam memberikan sanksi *blacklist* bertujuan untuk melindungi *online shop*, menjaga ketertiban saat proses live hingga proses akhir yaitu agar konsumen memberikan penilaian yang bagus. Lima kriteria konsumen yang akan mendapatkan sanksi *blacklist* yaitu spam chat, pembatalan order, memberikan penilaian rating 1-3, negosiasi dan meminta pengembalian barang. Mekanisme pemberian sanksi *blacklist* ini yaitu memberitahukan terlebih dahulu mengenai adanya sanksi saat promosi penjualan dan apabila konsumen melanggar akan diberitahukan kesalahannya dan langsung dikenakan sanksi *blacklist* tanpa mendengarkan pendapat dan memberikan kesempatan terlebih dahulu dan hal ini juga berlaku untuk semua konsumen tanpa terkecuali.
3. Ditinjau dari indikator prinsip etika bisnis Islam sanksi *blacklist* ini tidak sesuai dengan prinsip longgar dan bermurah hati dan membangun hubungan baik serta tidak sesuai dengan konsep etika bisnis Islam yaitu berbisnis dengan murah hati dan rendah diri serta memperluas jaringan silaturahmi. Sehingga konsumen juga tidak merasa etika seorang penjual yaitu merasa dihormati dan diperlakukan adil layaknya konsumen adalah seorang saudara. Hak konsumen juga tidak dipenuhi diantaranya hak kenyamanan, hak untuk didengarkan, hak atas informasi yang jujur, dan hak untuk diperlakukan secara benar dan tidak diskriminatif.

Daftar Pustaka

- [1] A.Zakaria. Etika Bisnis dalam Islam. Garut: IBN AZKA, 2012.
- [2] Djakfar, Muhammad. Etika Bisnis Islam Menangkan Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi. Bogor: Penebar Plus, 2012.
- [3] Haryono, Tulus. "Pentingnya Menjaga dan Meningkatkan Hubungan Baik dengan Konsumen dalam Masa Krisis." *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan*, 2015: 82.
- [4] Prasetyoningrum, Ari Kristin, Abu Lubaba. "Etika Bisnis Islam : Implementasi Pada UMKM Wirusahaan." *Ekonomi dan Bisnis*, 2019: 30.
- [5] R, Muhammad Luqman Fauroni. *Visi Al-Quran tentang Tentang Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Salemba Diniyah, 2002.
- [6] RI, Departemen Agama. *Al-Quran dan Terjemahan*. Bandung: CV Dipenogoro, 2010.
- [7] Setiatin, Tuti. "Dasar Nilai Etika Syariah Dalam Akutansi Dan Bisnis." *Jurnal Ekonomak*, 2017: 54.
- [8] Shahih Bukhari. No 2076.