

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Sebagai masyarakat milenial banyak Muslim yang kurang memperhatikan lagi konsep transaksi jual beli yang di syariatkan dalam Islam. Mereka sering terjebak oleh sebuah transaksi yang dimana menjuruskan mereka pada perilaku bertransaksi yang kurang tepat bahkan cenderung salah menurut syariat. Perilaku tersebut seperti transaksi yang mengandung ghoror, maisir dan riba. Padahal telah jelas sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an ayat 275:

﴿الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ﴾

Artinya: *Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.*

Ayat tersebut menjelaskan tentang sebuah penolakan terhadap apa yang mereka (bangsa Jahiliyah) katakan sebelumnya (transaksi Jual beli), padahal mereka telah mengetahui perbedaan hukum antara jual beli

dengan riba, dimana jual beli halal sedangkan riba perkara yang haram (Dep. Agama, 1997).

Pada dasarnya Islam tidak mengharamkan perdagangan kecuali perdagangan itu mengandung unsur kezhaliman, penipuan, eksploitasi, atau mempromosikan barang-barang yang dilarang. Seperti perdagangan Khamr, ganja, babi, patung, dan barang-barang haram lainnya, baik pengkonsumsian, pendistribusi, ataupun pemanfaatannya yang diharamkan. Padahal telah jelas dalam Islam bahwa Setiap daging yang tumbuh dari hal yang haram, balasannya adalah neraka (Azzam, 2010).

Aspek yang sering dirasakan masyarakat modern adalah ketika teknologi semakin berkembang maka akan semakin mempengaruhi perubahan gaya hidup sosial termasuk dalam kehidupan masyarakat muslim modern. Berkembangnya pemanfaatan media internet sebagai sarana interaksi sosial telah mengantarkan banyak kemudahan komunikasi maupun informasi dalam segala bidang terutama pada dunia bisnis yang menghadapi persaingan global yang sangat ketat. Saat ini, internet menjadi unggulan dalam usaha memenangkan persaingan bisnis. Ini didasari oleh meningkatnya pengguna internet di dunia sehingga memudahkan para pebisnis untuk memasarkan dan mengembangkan lahan bisnisnya lebih luas dan global.

Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia kini telah bergabung ke internet. Survei yang dilakukan sepanjang 2023 menemukan bahwa 132,7 juta orang Indonesia telah bergabung ke internet dan total penduduk Indonesia sendiri sebanyak 256,2 juta orang. Menurut mereka terjadi kenaikan 51,8 persen dibandingkan jumlah pengguna internet pada 2014 lalu. Survei yang dilakukan APJII pada 2014 hanya ada 88 juta pengguna internet. Sebagian besar pengguna internet Indonesia tinggal di Pulau Jawa tepatnya 86,3 juta orang atau tepatnya 65%. Peringkat kedua berada di Pulau Sumatra dengan 20,75 juta (15,7%) dan Pulau Sulawesi berada di posisi ketiga dengan 8,45 juta (6,3%). Berikutnya Kalimantan (5,8%).

Bali-Nusa (4,7%), dan Maluku-Papua (2,5%). Dari sisi usia, pengguna internet terbanyak datang dari kelompok usia 25-39 tahun (APJII. Edisi-05. 2023. hal 1). Selain itu, pengguna aplikasi akulaku sudah mencapai jutaan, hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1
Pengguna Aplikasi Akulaku

Kategori	Jumlah (Juta)
Pengguna aktif bulanan	8
Pengguna Terdaftar	32
Transaksi Flatform	295

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII)

Sebagai pengguna internet yang bijak, hendaknya selalu memanfaatkan situs Web, Aplikasi, dll yang dirasa menguntungkan, misalnya sebagai ladang berbisnis atau e-commerce. Menurut Wikipedia yang diakses pada tanggal 6 November 2017, *Electronic Commerce (e-commerce)* adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. e-commerce dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Industri teknologi informasi melihat kegiatan e-commerce ini sebagai aplikasi dan penerapan dari e-bisnis (e-business) yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti: transfer dana secara elektronik, SCM (supply chain management), pemasaran elektronik (e-marketing), atau pemasaran online (online marketing), pemrosesan transaksi online (online transaction processing), pertukaran data elektronik (electronic data interchange /EDI), dll.

Dampak positif *e-commerce* sanggup menciptakan kedekatan dengan konsumen lewat komunikasi yang lebih bagus. Komunikasi penjual dan konsumen tidak dipengaruhi oleh faktor geografis. Penjual bisa langsung membidik pangsa pasar yang diinginkan tanpa harus menggunakan jasa perantara lagi. Selain memberikan dampak positif, berbelanja di *e-commerce* juga memberikan dampak negatif yaitu adanya risiko karena tidak dapat melihat produk secara langsung. Seperti barang

yang dibeli tidak sesuai dengan harapan dan penyalahgunaan informasi mengenai produk yang diberikan pihak konsumen pada saat memberikan ulasan.

Banyak jasa-jasa yang ditawarkan untuk mempermudah proses bertransaksi melalui internet mulai dari *e-Banking*, *Smartbisnis*, pembayaran tagihan, pemesanan tiket baik pesawat ataupun bioskop, pinjaman online, bahkan kredit online.

Kata kredit memang rasanya sudah tak asing lagi didengar. Kredit tidak hanya dikenal oleh masyarakat perkotaan saja, namun sudah dikenal akrab sampai di pedesaan sekalipun. Mengapa masyarakat banyak yang melakukan kredit? Manusia adalah *Homo Economicus* yang sejatinya selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan primer, sekunder, dan tersier yang dimana memiliki prioritas tersendiri untuk memenuhinya. Namun, pada dasarnya Manusia juga merupakan makhluk yang tidak pernah puas akan sesuatu. Sedangkan kemampuan untuk memenuhi hasrat tersebut sangatlah terbatas. Sehingga hal ini menyebabkan manusia membutuhkan bantuan untuk memenuhi hasrat dan cita-citanya salah satunya melalui kredit atau cicilan. Banyak jasa yang menawarkan pembelian secara cicilan ini yakni mulai dari kartu kredit bahkan kredit yang dilakukan secara online.

Kredit Online muncul dikarenakan semakin luasnya e-commerce dikalangan masyarakat kita. Maka tak heran jika saat ini sistem pembelian barang melalui e-commerce dengan cara kredit banyak diperbincangkan oleh masyarakat luas. sebab fitur ini menawarkan pemberian jasa kredit tanpa menggunakan kartu kredit. Salah satu diantaranya adalah Aplikasi Akulaku. “Aplikasi AKULAKU” adalah aplikasi mobile pencarian toko dan barang yang dijual oleh penjual terdaftar (market place), yang memberikan layanan fasilitas tertentu bagi penjual terdaftar untuk menawarkan fitur pembayaran cicilan melalui Pembiayaan Multiguna untuk pembelian barang yang dijual oleh penjual melalui Aplikasi AKULAKU.

Melalui Aplikasi ini para pecinta belanja online akan disuguhkan berbagai produk dan metode pembayaran cicilan sesuai dengan panduan yang tertera dalam aplikasi. Aplikasi Akulaku serupa dengan Kartu kredit yang dimana terdapat data diri yang harus diisi oleh debitur atau pemohon secara lengkap. “Pemohon” sendiri adalah Pembeli yang mengajukan permohonan penggunaan fasilitas Program Cicilan di Aplikasi AKULAKU yang akan ditindak lanjuti sepenuhnya oleh PT. Akulaku Finance Indonesia melalui Pembiayaan Multiguna dalam membeli Produk yang dijual Merchant, serta bersedia memenuhi dan setuju atas seluruh syarat dan ketentuan Program Cicilan yang ditetapkan oleh PT. Akulaku Finance Indonesia. Selain itu, dalam aplikasi ini juga terdapat penetapan batas maksimal kredit atau yang biasa disebut “limit kredit”.

Jual beli kredit dan kartu kredit memang terasa umum dikalangan masyarakat namun, berbeda dengan jual beli kredit dengan sistem online yang baru-baru ini muncul dan menyuguhkan berbagai macam kemudahan dalam bertransaksi. Banyak Ulama yang memperdebatkan jual beli dengan sistem kredit ini dikarenakan terdapat penambahan pembayaran di dalamnya. Sebagai umat Islam haruslah berhati-hati dalam bertransaksi dikarenakan bisa saja kita terkena jebakan riba yang sesungguhnya telah dilarang keras oleh Allah SWT.

Dari pemaparan data tersebut. Dan timbulnya fenomena-fenomena baru yang dirasa belum diteliti. Maka peneliti berinisiatif untuk meneliti tentang **Praktik Kredit Dengan Menggunakan Aplikasi Akulaku Pada *Electronic Commerce* Dalam Perspektif Ekonomi Islam.**

B. Permasalahan Penelitian

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti mengidentifikasi bahwa praktik kredit di *e-commerce* khususnya di Indonesia belum semua memenuhi rukun serta syarat jual beli menurut ekonomi Islam. Oleh sebab itu, penulis memerikan gambaran contoh pada salah satu *e-commerce* yaitu aplikasi Akulaku terkait praktik kredit dalam perpektif ekonomi Islam.

2. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan lebih fokus dan mendalam, maka peneliti membatasi penelitian ini hanya pada kalangan masyarakat menengah kebawah yang sering menggunakan praktik kredit, sehingga peneliti lebih mudah untuk mendapatkan data dalam kegiatan praktik kredit di aplikasi Akulaku

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme praktik kredit dengan menggunakan aplikasi Akulaku pada *electronic commerce* ?
2. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam mengenai praktik kredit di aplikasi Akulaku ?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengkaji mekanisme praktik kredit dengan menggunakan aplikasi Akulaku .
2. Menganalisis praktik kredit di aplikasi Akulaku terhadap prinsip-prinsip Islam

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memperkaya referensi ilmiah pada Ekonomi Islam mengenai praktik kredit di *E-Commerce*.

2. Kegunaan Praktis

- a. Peneliti

Hasil dari penelitian ini bermanfaat bagi peneliti sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) serta dapat menjadi bahan penelitian bagi peneliti selanjutnya.

- b. Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat, khususnya masyarakat menengah ke bawah agar bisa mengenal praktik kredit di e-commerce, serta lebih memilih bertransaksi/kredit di *e-commerce* yang lebih maslahat sesuai syarat dan rukun Islam

c. IAIN Syekhnujati Cirebon

Penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan pustaka bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Cirebon

F. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian ini dilakukan oleh Kamaruddin Tone (2020) dengan judul “*A Digital E-commerce Approach For Optimizing Economic Equality In Indonesia*” dalam *International Journal of Advanced Science and Technology* Vol. 29, No. 6s (2020), pp.532-537 ISSN:2005-4238 *Department of Information Technology, Faculty of Science and Technology, Alauddin State Islamic University*. Penelitian ini menjelaskan tentang memahami fenomena ekonomi dengan meneliti peran *e-commerce* digital dalam mengoptimalkan pemerataan ekonomi di Indonesia. Bisnis online dan aktivitas bisnis telah menarik minat publik yang signifikan, sehubungan dengan penelitian yang akan dilakukan maka perusahaan *e-commerce* harus mampu mengoptimalkan teknologi agar dapat menarik konsumen sehingga memudahkan konsumen melakukan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena ekonomi dengan mengkaji peran digital *e-commerce* dalam mengoptimalkan pemerataan ekonomi di Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis statistik. Data tentang *e-commerce*, konten komersial, dan penggunaan media sosial memberikan gambaran tentang kondisi ekonomi Indonesia. Hal ini menunjukkan 64% pengguna internet di Indonesia – sekitar 85,2 juta orang - telah melakukan berbelanja online. Hasil dari penelitian ini adalah *e-commerce* tidak hanya memenuhi kebutuhan masyarakat, tetapi juga meningkatkan kondisi keuangan mereka. Jadi dapat disimpulkan bahwa hal ini harus didukung dengan kemajuan teknologi informasi untuk memberi peluang yang lebih

besar bagi usaha kecil dan menengah untuk mengembangkan usahanya secara kompetitif.

2. Penelitian ini dilakukan oleh Lili Winda Sari dan Manshur Ali Suyanto (2020) dengan judul “*Analysis of Consumer Preference On Chosing E-commerce In Indonesia*” dalam Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 4 No. 1/April 2020 ISSN: 2579-4892 print/ISSN: 2655-8327 Universitas Telkom, Indonesia. Penelitian ini berbicara tentang mengapa konsumen lebih memilih *e-commerce* dalam berbelanja, apa saja yang menjadi pendorong konsumen agar lebih menginginkan melakukan transaksi online. Dalam penelitian yang akan dilakukan, ini berhubungan agar dapat mengetahui alasan apa yg menjadikan kosumen dalam memilih *e-commerce* sehingga perusahaan pada *e-commerce* meningkatkan kinerja pada perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen dalam memilih *e-commerce* di Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan pengumpulan data dengan kuisisioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 451 orang menggunakan metode *non probability sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai utilitas tertinggi pada transfer rate sebesar 0,170 atribut dan kecepatan pengiriman sebesar 20.253, sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen mengasumsikan bahwa metode pembayaran menjadi preferensi konsumen dalam memilih *e-commerce*.
3. Penelitian ini dilakukan oleh Abdul Khoir (2020) dengan judul “*The Effect Of Quality Of Service And Corporate Image On Purchasing Decisions*” dalam Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 4 No.2/Agustus 2020 ISSN: 2579-4892, print/ISSN: 2655-8327 Universitas Pamulang. Penelitian ini berbicara tentang bagaimana perusahaan dituntut untuk kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan pembeli setia. Peningkatan intensitas persaingan dari pesaing membuat perusahaan untuk selalu meperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, hal ini juga akan dijadikan pembelajaran pada penelitian yang akan dilakukan bagaimana memberikan layanan dan berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan

keinginan konsumen sehingga terjadinya proses keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan tentang keputusan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik dengan regresi pengujian, korelasi, determinasi dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 40,3%, hipotesis Hasil uji $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(7,967 > 1,986)$. Citra perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 37,2%, uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(7,466 > 1,986)$. Kualitas layanan dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 11,931 + 0,380X_1 + 0,332X_2$ dan kontribusi pengaruhnya sebesar 48,7%, maka uji hipotesis diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(44,091 > 2,700)$. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan pada keputusan pembelian.

4. Penelitian berikutnya dilakukan oleh Vera Agustina Rotua Sinurat dan Mochammad Mukti Ali (2020) dengan judul "*Analysis of E-Service Quality and Quality Information on Trust and Impact on Purchase Decision on Customer Tokopedia*" dalam International Journal of Innovative Science and Research Technology Vol. 5, Issue 3, March-2020 ISSN: 2452-2165 Universitas Mercu Buana. Penelitian ini berbicara bagaimana teknologi berkembang pesat yang menyebabkan perubahan budaya ekonomi Indonesia terutama perkembangan bisnis online. Indikator apa yang mempengaruhi e-service quality sehingga konsumen mau melakukan keputusan pembelian khususnya pada Tokopedia. Sehubungan dengan penelitian yang akan dilakukan, hal ini menjadi tolak ukur bagaimana kualitas layanan bisa memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis pengaruh kualitas layanan elektronik dan informasi kualitas pada kepercayaan dan dampaknya pada keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan desain penelitian eksplanatori menggunakan

metode survei. Penelitian ini diuji menggunakan pemodelan persamaan struktural untuk menguji pengaruh signifikansi secara keseluruhan model dan jalur yang telah ditentukan. Temuan menunjukkan bahwa variabel *E-Service Quality* bertanda positif dan berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan, Kualitas Informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust*, *E-Service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Kualitas Informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini disarankan agar perusahaan dapat meningkatkan pelayanan yang dapat memudahkan konsumen untuk belanja online secara efektif dan efisien.

5. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Melkianus Teddison Bulan dan Dr. Sukei, MM (2020) dengan judul "*Analysis Of The Effect Of Service Quality, Price And Perceptions Of Risk Online Shopping Against Purchase Interest In E- commerce Customers Pt. Matahari Department Store Tbk Kupang Branch*" dalam Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 4 No. 1, Hal. 45-64 ISSN: 2549-3604, p-ISSN: 2549-6972 Dr. Soetomo University. Penelitian ini menjelaskan bagaimana era revolusi 4.0 membawa banyak kemudahan dibidang pemasaran, baik bagi produsen maupun konsumen. Oleh sebab itu banyak toko online yang beroperasi karena kemudahan ini khususnya pada *Matahari Departemen Store*, sehubungan dengan penelitian yang akan dilakukan maka ini akan menjadi tolak ukur bagaimana caranya agar perusahaan tetap melakukan kinerja yang baik sehingga menimbulkan keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi kualitas layanan, harga dan persepsi risiko secara simultan apakah mempengaruhi terhadap minat beli konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah accidental sampling dengan jumlah sampel 100 responden. Sedangkan teknik analisis datanya menggunakan analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, uji variabel dominan dan uji koefisien

korelasi dan determinasi ganda (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel Persepsi Risiko (X_3) lebih dominan terhadap minat beli online (Y) dibandingkan dengan layanan variabel kualitas (X_1) dan harga (X_2), variabel kualitas pelayanan terbukti (X_1), dengan thitung - 4,080 atau - 40,80% dan nilai sumbangan efektif (SE) -42,61% dan nilai sumbangan relatif (SR) $-71,02\% \leq$ harga variabel (X_2), dengan thitung 3,188 atau 31,88, serta nilai sumbangan efektif (SE) sebesar 14,96% dan nilai sumbangan relatif (SR) sebesar $24,93\% \geq$ variabel persepsi risiko (X_3), dengan thitung 7.793 atau 77.93% dan nilai sumbangan efektif (SE) sebesar 87,60% dan nilai sumbangan relatif (SR) sebesar 146,01%. Kesimpulan dari penelitian ini variabel yang paling dominan mempengaruhi minat beli online (Y) adalah persepsi risiko (X_3).

G. Metode Penelitian

Metode penelitian pada umumnya adalah metode ilmiah untuk memperoleh data untuk digunakan dalam kasus tertentu. Dalam metode penelitian ini dijelaskan jenis metode penelitian dan pendekatannya, lokasi dan waktu penelitian, penentuan informan, unit analisis, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau sosial dengan menggambarkan secara menyeluruh dan kompleks yang dapat disajikan dengan kata-kata apa yang telah diperoleh peneliti dari sumber informan yang dilakukan secara alamiah atau nyata. Dalam penelitian kualitatif ini ditekankan proses dan maknanya, dan rasionalitas yang dijadikan sebagai pedoman, sehingga fokus penelitian selaras dengan fakta di lapangan.

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif bertujuan untuk memahami objek yang diteliti secara mendalam dengan pertanyaan terbuka untuk mendapat tujuan tersebut, juga berguna untuk menyelidiki, menggambarkan, menemukan, serta menjelaskan kekhasan dari pengaruh

sosial yang tidak dapat dijelaskan, maupun diukur oleh pendekatan kuantitatif (Mulyana, 2002).

Pada penelitian ini penulis menggunakan penelitian yang cenderung deskriptif dan menggunakan jenis analisis studi kasus. Studi kasus adalah jenis penelitian yang dilakukan secara intensif, terinci, dan mendalam mengenai suatu hal yang diteliti baik berupa program, peristiwa, aktivitas, dan lainnya yang bertujuan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang kegiatan tersebut. Fenomena yang dipilih biasanya disebut dengan kasus, artinya hal yang sedang berlangsung bukan suatu yang terlewat atau kegiatan yang sedang dilakukan dalam pengaturan kohesi sosial tertentu, baik oleh individu atau kelompok masyarakat (Fadli, M. R. 2021).

Pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif dengan jenis study kasus, yang mana penelitian ini didasari oleh fokus penelitian yang akan diteliti, yaitu praktik kredit dengan menggunakan aplikasi akulaku pada electronic commerce dalam perspektif ekonom Islam. Dalam hal itu, peneliti fokus menganalisis bagaimana mekanisme aplikasi akulaku yang digunakan oleh masyarakat apakah memberikan kemudahan dan kemaslahatan bagi penggunanya serta apakah sesuai dengan syariat Islam.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya untuk diamati dan dicatat yang merupakan data pertama yang diperoleh dalam penelitian (Marzuki, 2002). Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti dari sumber data atau informan yang dihasilkan peneliti. Data primer ini diperoleh dari hasil wawancara secara mendalam terhadap informan atau narasumber.

Data primer yang didapatkan peneliti diperoleh secara langsung dari informan, yaitu masyarakat dari berbagai kalangan, pekerja swasta, buruh pabrik, IRT, dsb. sebagai subjek yang menggunakan Aplikasi tersebut.

Peneliti akan mengamati lima orang dari latar belakang pekerjaan yang berbeda-beda, yang mana mereka memilih menggunakan aplikasi tersebut sebagai upaya meringankan dalam memenuhi kebutuhannya dengan cara kredit. Lima orang tersebut sebagai data primer atau sebagai informan dalam penelitian ini.

Tabel 1.2
Data Informan Penelitian

No	Nama	Usia	Pekerjaan
1.	Siti Maulida	24 th	Pegawai Swasta
2	RahmatHidayat	30 th	Pegawai Swasta
3	Gina Yasmin	22 th	Pelajar
4	Titin Suhartini	40 th	Ibu Rumah Tangga
5	Hafid Anshori	28 th	Buruh Pabrik

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian seperti, buku, jurnal, artikel, literatur, yang didapatkan melalui website mengenai penelitian ini sehingga dapat untuk dipertanggung jawabkan (Mardalis, 1999).

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari penelitian sebelumnya sebagai referensi penelitian. Data sekunder bisa didapatkan dari berbagai sumber, seperti buku, artikel, jurnal, dan lain sebagainya (Mardialis, 1999).

Sumber data dalam penelitian ini diambil dari subjek dan objek penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah beberapa masyarakat menengah kebawah sebagai pengguna aplikasi Akulaku. Informan menanggapi pertanyaan lisan dan tertulis dari peneliti. Dari sini peneliti dapat memperoleh informasi secara langsung dai informan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Bagian terpenting dari kegiatan penelitian adalah pengumpulan data. Pengumpulan data ini adalah cara untuk mendapatkan data nyata dan

lengkap. Teknik pengumpulan data dalam penelitian yang dilakukan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

a. Observasi

Teknik observasi adalah sebuah metode pengumpulan data atau informasi tentang objek atau peristiwa yang terlihat atau dapat dirasakan oleh panca indera. Observasi merupakan dasar ilmu pengetahuan yang dapat bekerja berdasarkan fakta nyata yang didapatkan melalui observasi atau keadaan sebenarnya yang ada di lapangan. Data tersebut dikumpulkan dan disusun dengan berbagai alat sehingga dapat diobservasi dengan jelas (Sugiono, 2014).

Bagian informasi yang diperoleh dengan observasi lebih akurat dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi terlebih dahulu dengan melihat situasi dan kondisi keadaan ekonomi dari setiap subjek, untuk menilai seberapa penting dan membantu aplikasi Akulaku dalam peran memenuhi kebutuhan sehari-hari para subjek. Peneliti melakukan pendekatan terhadap subjek yang menginstals aplikasi Akulaku di phonselnya dalam praktiknya untuk melakukan kegiatan transaksi/kredit di Aplikasi tersebut. Peneliti juga mencatat data yang harus dikumpulkan saat melakukan pengamatan secara langsung terhadap subjek tentang mekanisme aplikasi Akulaku.

b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Wawancara adalah suatu proses interaksi antara peneliti dan informan melalui komunikasi langsung. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui secara mendalam dari informan (Makbul, 2021).

Wawancara dilakukan dengan baik untuk mendapatkan hasil data yang mendalam dengan jawaban yang diberikan informan kepada peneliti saat wawancara dilakukan. Wawancara dilakukan peneliti untuk menilai keadaan seseorang, seperti untuk mencari data latar belakang,

kegiatan sehari-hari, pendidikan, dan sikap terhadap sesuatu yang informan lakukan.

Sebelum peneliti melakukan wawancara kepada informan, peneliti melakukan wawancara kepada salah seorang pengguna lama aplikasi Akulaku, dengan melakukan wawancara tidak terstruktur atau tidak dengan menggunakan format atau urutan pertanyaan secara sistematis.

Sugiono membagi jenis wawancara menjadi dua, yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur yang bisa dilakukan secara tatap muka oleh masing-masing jenisnya.

1) Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur merupakan teknik pengumpulan data yang telah diketahui peneliti tentang informasi apa saja yang akan diperoleh (Sugiono, 2014). Oleh karena itu, dalam proses wawancara peneliti telah menyiapkan beberapa pertanyaan secara tertulis untuk mengumpulkan data berupa jawaban dari informan.

Wawancara terstruktur atau terencana merupakan suatu bentuk wawancara dimana peneliti menyusun secara terperinci dan sistematis rencana atau telah menyiapkan pedoman pertanyaan menurut pola tertentu dengan menggunakan format baku atau formal. Dengan menggunakan wawancara terstruktur ini, peneliti dapat mengetahui informasi apa yang akan diperoleh di lapangan.

2) Wawancara Tidak Terstruktur

Wawancara tidak terstruktur digunakan peneliti secara terbuka atau bebas, dimana peneliti tidak menggunakan format atau pedoman wawancara secara formal atau baku. Wawancara tidak terstruktur dilakukan dalam penelitian pendahuluan yang bertujuan untuk mengetahui lebih dalam tentang informan. Maksudnya, adalah peneliti berusaha mendapatkan informasi awal tentang permasalahan yang ada pada objek penelitian sehingga peneliti dapat melakukan variabel yang akan diteliti (Makbul, 2021).

Pada saat ini peneliti melakukan wawancara tidak terstruktur kepada salah satu masyarakat menengah ke bawah untuk menjadi pendahulu informasi data yang diperoleh dari masyarakat tersebut, sehingga peneliti bisa memahami dan menyusun pertanyaan untuk informan selanjutnya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengumpulkan materi dan menyediakan dokumen untuk memperoleh informasi sebagai bukti. Dokumentasi merupakan sumber data yang dipakai untuk melengkapi penelitian yang berupa gambar dan sumber tertulis yang mana dokumentasi yang didapatkan bisa memberi informasi untuk peneliti dalam proses penelitian (Sugiyono, 2014).

Dalam penelitian ini dokumentasi berupa foto atau gambar hasil terapi menulis ekspresif informan saat melakukan praktek dan wawancara dengan pengamatan terhadap informan, sehingga dapat sebagai bukti untuk diteliti dan dideskripsikan.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah upaya untuk menguraikan secara parsial masalah dan fokus kajian sehingga penempatannya jelas dan maknanya mudah dipahami. Analisis data bertujuan untuk mendeskripsikan data dengan cara yang mudah dipahami dan dipahami, serta menarik kesimpulan berdasarkan data yang diperoleh (Halaluddin & Wijaya, 2019).

Miles dan Huberman (1992) mengusulkan tiga fase analisis data:

- a. Atur data, rangkum hal-hal penting, dan cari tema dan pola untuk memperjelas gambaran besarnya.
- b. Menyajikan data, penyajian data dapat dilakukan dengan menggunakan tabel, grafik, deskripsi, piktogram, dll.
- c. Menarik kesimpulan, dalam penelitian kualitatif, kesimpulan adalah pengetahuan baru yang belum pernah ada sebelumnya, dan dapat berupa deskripsi atau gambaran tentang suatu objek yang sebelumnya tidak diketahui, sehingga menjadi jelas setelah penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah analisis deskriptif kualitatif, yaitu analisis deskripsi, rangkuman dan narasi dari data yang terkumpul dalam bentuk wawancara dan observasi yang relevan dengan fokus penelitian di lapangan.

5. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian merupakan tempat dimana penelitian akan dilaksanakan. Dengan adanya tempat penelitian artinya objek dan tujuan yang akan diteliti sudah ditetapkan sehingga penulis mudah ketika dalam melaksanakan penelitian.

Dalam penelitian ini tempat yang menjadi penelitian, yaitu di Desa Leuwikujang Kecamatan Leuwimunding Kabupaten Majalengka.

Waktu penelitian dilaksanakan mulai dari bulan Januari 2023 sampai dengan bulan Maret 2023. Penelitian ini dilakukan dengan observasi pendahuluan di bulan Desember terlebih dahulu dan di bulan selanjutnya wawancara kepada informan untuk mengumpulkan data..

Tabel 1.3
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Waktu															
		November				Desember				Januari							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Seminar Proposal	✓															
2	Assesment		✓	✓													
3	Observasi				✓	✓											
4	Pendekatan						✓	✓									
5	Wawancara dengan Informan								✓	✓	✓	✓					
6	Follow Up																✓

H. Kerangka Pemikiran/Kerangka Teori

1. Kredit

Istilah kredit berasal dari Bahasa Yunani (*Credere*) yang berarti kepercayaan (*truth/faith*) oleh karena itu, dasar dari kredit ialah kepercayaan seorang atau suatu badan yang memberikan kredit (kreditur) percaya bahwa penerima kredit (debitur) dimasa mendatang akan sanggup

memenuhi segala sesuatu yang telah dijanjikan, yakni dapat berupa barang, uang/jasa (Suyanto, 1995:5).

2. Aplikasi Akulaku

Aplikasi AKULAKU adalah aplikasi mobile pencarian toko dan barang yang dijual oleh penjual terdaftar (market place), yang memberikan layanan fasilitas tertentu bagi penjual terdaftar untuk menawarkan fitur pembayaran cicilan melalui Pembiayaan Multiguna untuk pembelian barang yang dijual oleh penjual melalui Aplikasi AKULAKU.

3. Perdagangan Elektronik (*E-commerce*)

Menurut Wikipedia yang diakses pada tanggal 16 Februari 2023 Perdagangan elektronik (bahasa Inggris: *electronic commerce* atau *E-commerce*) adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, *www*, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Industri teknologi informasi melihat kegiatan *E-commerce* ini sebagai aplikasi dan penerapan dari *e-bisnis* (*e-business*) yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti: transfer dana secara elektronik, SCM (*supply chain management*), pemasaran elektronik (*e-marketing*), atau pemasaran *online* (*online marketing*), pemrosesan transaksi *online* (*online transaction processing*), pertukaran data elektronik (*electronic data interchange /EDI*), dll.

I. Sistematika Penelitian

1. Bagian Awal

Bagian awal penelitian terdiri dari halaman judul, lembar persetujuan dan daftar isi.

2. Bagian Isi

Bagian isi terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I :Pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, landasan teori, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II :Memuat landasan teori yang berisi pembahasan mengenai, pengertian akad dan jual beli, dasar hukum jual beli, jual beli online (E-Commerce), pengertian kredit, jual beli kredit dalam Islam. Kartu kredit dan hukum kartu kredit.

BAB III :Mekanisme aplikasi Akulaku yang berisi tentang gambaran umum aplikasi Akulaku, Pengguna Akulaku, Syarat dan ketentuan, cara bergabung sebagai penjual atau merchant, cara bergabung sebagai pemohon atau user.

BAB IV : Analisis hukum Islam terhadap kredit online dengan aplikasi Akulaku berisi tentang mekanisme kredit di Akulaku dan tinjauan hukum Islam terhadap Aplikasi Akulaku.

BAB V :Penutup berisi tentang kesimpulan dari seluruh hasil penelitian dan pada bab ini juga disertai saran agar dapat menyempurnakan penelitian ini.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir penelitian ini terdiri dari daftar pustaka, lampiran serta surat izin pelaksanaan penelitian.

