



PERKEMBANGAN SISTEM EKONOMI DAN MELI ONLINE
DALAM TRANSFORMASI STRUKTUR-URUTAN NEGARA 1 TAHUN 1995
TEKNIK DAN PERILAKU MANAJEMEN KONSUMEN DAN
KONSUMEN (MELI) EKONOMI (MELI) EKONOMI (MELI)

DISUSUN OLEH

Alvinus, Ulia, dan Nurul Huda, dan Nurul Huda
Penerjemah: Ulia, dan Nurul Huda (2017)
Dosen: Nurul Huda, dan Nurul Huda

Oleh

Ulfa Nurul Huda
NIM: 131010001

INSTRUKSI MANAJEMEN EKONOMI (MELI)

FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT AGRIKULTUR BELAKANG NEGARA (INAGRI)
PALANGKAHARAU

2017



**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN JUAL BELI *ONLINE*
DALAM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN
KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH (KHES)**

SKRIPSI

*Dijjukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Dalam Bidang Ilmu Hukum*
*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Dalam Bidang Ilmu Hukum*

Oleh

ELA PRATIWI
NIM. 13 240 0047

JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

PADANGSIDIMPUAN

2017



PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN JUAL BELI *ONLINE*
DALAM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN
KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH (KHES)

SKRIPSI

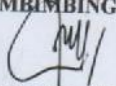
Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Dalam Bidang Ilmu Hukum

Oleh

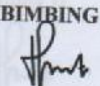
ELA PRATIWI
NIM. 13 240 0047

JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH

PEMBIMBING I


Ahmatnizar, M.Ag
NIP.19680202 2 000003 1 005

PEMBIMBING II


Dermina Dalimunthe, MH
NIP. 19710523 2 00003 2 005

FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2017

Hal : Skripsi
An. Ela Pratiwi

Padangsidempuan, Desember 2017
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum
IAIN Padangsidempuan
Di
Padangsidempuan

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi **an. Ela Pratiwi** yang berjudul *Perlindungan Hukum Konsumen Jual Beli Online dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)*, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Hukum (S.H) dalam bidang Ilmu Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum IAIN Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Ahmatnizar, M.Ag
NIP. 19680202 200003 1 005

Pembimbing II

Dermina Dalimunthe, MH
NIP. 19710528 200003 2 005

ELA PRATIWI
NIM. 13240047

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan Nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ELA PRATIWI

NIM : 13 240 0047

Fakultas/Jur : Syariah dan Ilmu Hukum/Hukum Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Konsumen Jual Beli *Online* dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali berupa kutipan-kutipan dari buku-buku bahan bacaan.

Seiring dengan hal tersebut, bila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini merupakan hasil jiplakan atau sepenuhnya dituliskan pada pihak lain, maka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan dapat menarik gelar kesarjanaan dan ijazah yang telah saya terima.

Padangsidimpuan, Desember 2017

Pembuat Pernyataan



Ela Pratiwi
NIM. 13 240 0047

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ELA PRATIWI
NIM : 13 240 0047
Jurusan : HukumEkonomiSyariah
Fakultas : SyariahdanIlmuHukum
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **"Perlindungan Hukum Konsumen Jual Beli Online dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)".** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : Desember 2017

Yang menyatakan,



ELA PRATIWI
NIM. 13 240 0047



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Silitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faksimile (0634) 24022

Website: <http://syariah.iaj-padangsidiupuan.ac.id> - email : fasih.141npsp@gmail.com

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Ela Pratiwi
NIM : 13 240 0047
Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Konsumen Jual Beli *Online* dalam
Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang
Perlindungan Konsumen dan Kompilasi Hukum Ekonomi
Syariah (KHES)

Ketua

Mudzakkir Khatib Siregar, M.A
NIP. 19721121 199903 1 002

Sekretaris

Dermina Dalimunthe, M.H
NIP. 19710528 200003 2 005

Anggota:

Mudzakkir Khatib Siregar, M.A
NIP. 19721121 199903 1 002

Dermina Dalimunthe, M.H
NIP. 19710528 200003 2 005

Mhd. Arsad Nasution, M.Ag
NIP. 19730311 200112 1 004

Nur Azizah, M.A
NIP. 197308021998032002

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah,

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis/ 15 Juni 2017
Pukul : 08.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : 76 (B)

Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) : 3,57 (Tiga Koma Lima Tujuh)
Predikat : Cukup/Baik/Amat Baik/Cumlaude



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faksimile (0634) 24022

Website: <http://syariah.iai-padangsidimpuan.ac.id> - email: fasih.141npsp@gmail.com

PENGESAHAN

Nomor : 1337 /In.14/D.4c/PP.00.9/12/2017

Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Konsumen Jual Beli *Online* dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)

Ditulis oleh : Ela Pratiwi

NIM : 13 240 0047

Telah diterima untuk memenuhi salah satu tugas

Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar

Sarjana Hukum (S.H)



Padangsidimpuan, 15 Desember 2017
Dekan

Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M. Ag
NIP 19720313 200312 1002

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Perlindungan Hukum Konsumen Jual Beli *Online* dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)”. Adapun permasalahan yang muncul dalam penelitian ini adalah bagaimana perlindungan hukum konsumen dalam jual beli online menurut menurut UUPK dan menurut KHES. Serta Bagaimana persamaan dan perbedaan perlindungan hukum konsumen dalam jual beli online menurut UUPK dan KHES.

Penelitian ini dilakukan mengingat penggunaan internet sebagai sarana berbelanja secara *online* semakin marak dilakukan oleh penikmat dunia maya. Tapi tidak jarang konsumen merasa dirugikan oleh pelaku usaha karena pelaku usaha sering memberikan informasi yang kurang jelas, sehingga sering terjadi ketidaksesuaian antara barang yang dipesan dengan gambar yang disediakan, sehingga menimbulkan kekecewaan konsumen.

Penelitian ini menggunakan *Library Research* (penelitian kepustakaan) yaitu mengumpulkan data-data dengan membaca sejumlah buku-buku yang berkaitan dengan masalah yang dibahas. Untuk pengumpulan data, penulis menggunakan metode pengumpulan data secara dokumentatif. Kemudian data yang diperoleh selanjutnya diolah secara deskriptif kualitatif dengan langkah-langkah melakukan kategorisasi data, pengorganisasian data, pendeskripsian data dan yang terakhir adalah menarik kesimpulan dari data-data yang telah dianalisa untuk mencapai tujuan penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian yang diungkapkan dalam skripsi ini dapat digambarkan bahwa persamaan jual beli *online* menurut UUPK dan KHES ialah persamaan di bidang informasi dalam transaksi. Informasi dalam jual beli *online* harus jelas mengenai kualitas, kuantitas, harga, jenis, ukuran, timbangan, dan lain-lain terkait dengan keadaan suatu produk barang atau jasa. Sedangkan perbedaan jual beli *online* menurut UUPK dan KHES ialah perbedaan di bidang sanksi hukum. Sanksi hukum dalam UUPK ada dua yaitu sanksi pidana dan sanksi administratif. Sedangkan sanksi hukum dalam KHES hanya berupa sanksi administratif.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Syukur alhamdulillah penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT atas curahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Kemudian shalawat dan salam peneliti haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW dimana kelahirannya menjadi anugerah bagi ummat manusia serta rahmat bagi seluruh alam, sehingga terciptanya kedamaian dan ketinggian makna ilmu pengetahuan di dunia ini.

Dalam penyelesaian skripsi ini peneliti banyak memperoleh bantuan dari berbagai pihak sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Perlindungan Hukum Konsumen Jual Beli *Online* dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)”**. Melalui kesempatan ini pula, dengan kerendahan hati peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Aswadi Lubis, SE., M.Si selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum IAIN Padangsidimpuan. Bapak Ahmatnizar, M.Ag selaku wakil dekan Bidang Akademik Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum. Bapak Mudzakkir Khotib Siregar, M.A selaku wakil dekan Bidang Administrasi

Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Arsad Nasution, M.Ag selaku wakil dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Bapak Putra Halomoan Hsb, M.H sebagai Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah dan Ibu Dermina Dalimunthe, M.H sebagai Sekretaris Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, serta seluruh civitas akademika IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak Ahmatnijar, M.Ag selaku Pembimbing I dan Ibu Dermina Dalimuthe, M.H selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Mudzakkir Khotib Siregar M.A selaku pembimbing akademik yang telah memberikan nasehat kepada saya mulai semester I sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Para Dosen/ Staf di Lingkungan IAIN Padangsidempuan yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan selama perkuliahan, penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini sampai dengan selesai.
7. Bapak Yusri Fahmi, M.A selaku Kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku selama proses perkuliahan dan penyelesaian penulisan skripsi ini.
8. Teristimewa saya haturkan kepada Ayahanda dan Ibunda yang telah banyak memberikan Bantuan Moril, Material, do'a, dorongan dan juga restu, serta jerih payah mereka jugalah penulis dapat mengikuti pendidikan di IAIN Padangsidempuan mulai dari proses belajar sampai penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Para sahabatku Fatimah Pulungan, Purnama Sari, Longga Sari, Herman Tohar, Idam Harahap, Irfan hasibuan, Partahanan Siregar, dan teman-teman HES-2 serta teman-teman angkatan 2013 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti selama proses perkuliahan dan penyusunan penulisan skripsi ini.

10. Sahabat-Sahabat satu kampung sekaligus satu kos Atika Wulandari, Hasni Ardilla, Ardika Oktosayanti, Asnida, Mariatul Ummah, Yusrah Marhammah, Ipta Gaun Siska, sepupu sekaligus kawan Metri Damayanti, dan kawan-kawan lainnya yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan bantuan berupa do'a dan juga jasa kalian yang telah bersedia menemani saya memprint ke foto copy dan juga sudah merecoki saya dalam proses pembuatan skripsi ini.
11. Keluargaku, yang telah memberikan bantuan berupa dukungan dan do'a sehingga penulis tetap bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Rekan-rekan Mahasiswa yang selalu memberikan bantuan dan sebagai teman dalam diskusi di kampus IAIN Padangsidempuan.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Sungguh telah sangat berarti pelajaran dan pengalaman yang peneliti temukan dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini hingga menuju tahap ujian akhir.

Akhirnya peneliti menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritikan yang sifatnya membangun sangat peneliti butuhkan demi kesempurnaan tulisan ini.

Padangsidempuan, Desember 2017

Peneliti,

ELA PRATIWI
NIM. 13 240 0030

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi adalah pengalihan tulisan dari satu bahasa ke dalam tulisan bahasa lain. Dalam skripsi ini transliterasi yang dimaksud adalah pengalihan tulisan bahasa ‘Arab ke bahasa latin.

Penulisan transliterasi ‘Arab-Latin di sini menggunakan transliterasi dari keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI no. 158 tahun 1987 dan no. 0543 b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta’	T	Te
ث	sa’	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di atas)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Komater balik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
--- َ ---	Fathah	a	a
--- ِ ---	Kasrah	i	i
-- ُ ---	Dammah	u	u

Contoh:

كتب	→	<i>kataba</i>	يذهب	→	<i>yadzhabu</i>
سئل	→	<i>su'ila</i>	كرذ	→	<i>kuridza</i>

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَـ َـ	Fathah dan ya	ai	a dan i
وَـ َـ	Fathah dan wawu	au	a dan u

Contoh:

كيف → *kaifa* هول → *hau*

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda:

a. *Fathah* + huruf *alif*, ditulis = a dengan garis di atas, seperti:

رَجَالٌ → *rijālun*

b. *Fathah* + huruf *alif layyinah*, ditulis = a dengan garis di atas, seperti:

مُوسَى → *mūsā*

c. *Kasrah* + huruf *ya' mati*, ditulis = i dengan garis di atas, seperti:

مُجِيبٌ → *mujībun*

d. *Dammah* + huruf *wawu* mati, ditulis = u dengan garis di atas, seperti:

قُلُوبُهُمْ → *qulūbuhum*

3. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua:

- Ta' Marbutah hidup atau yang mendapat harakah *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah "t".
- Ta' Marbutah mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h"

- b. Ta marbutahmati, yaitu Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberitanda *syaddah* itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah di transliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* di transliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa *alif*.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang di ikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING	
LEMBARAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI MUNAQSAH	
HALAMAN PENGESAHAN	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	
PEDOMAN TRANSLITERI ARAB-INDONESIA	
PERSETUJUAN PUBLIKASI	
DAFTAR ISI	
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Batasan Istilah.....	9
D. Penelitian Terdahulu	9
E. Tujuan dan Guna Penelitian.....	10
F. Batasan Istilah.....	11
G. Metode Penelitian	11
H. Sistematika Pembahasa.....	14
BAB II: TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN	15
A. Perlindungan Konsumen Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999	15
B. Pengertian perlindungan konsumen.....	23
C. Pengertian Jual Beli	29
BAB III: JUAL BELI <i>ONLINE</i> BERDASARKAN KONSEP KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH (KHES)	34

A. Pengertian Jual Beli <i>Online</i> Berdasarkan KHES	34
B. Sejarah Jual Beli <i>Online</i>	39
C. Pengertian Jual Beli <i>Online</i>	40
D. Hubungan Jual Beli <i>Online</i> dan Jual Beli Salam dalam KHES.....	53
BAB IV:HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
A. Analisis Tentang Perlindungan Hukum Dalam Jual Beli <i>Online</i> Menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah	62
B. Analisis Tentang Persamaan dan Perbedaan Perlindungan Hukum Konsumen dalam Jual Beli <i>Online</i> Menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.....	67
BAB V: PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran-Saran	75

DAFTAR PUSTAKA
RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dizaman yang sudah canggih ini manusia sudah dipermudah dengan teknologi-teknologi yang canggih untuk menunjang aktivitas sehari-hari. Internet merupakan salah satunya, manusia dapat dengan mudah melakukan komunikasi dengan kerabat meskipun ia berada diluar kota atau berada diluar negeri. Aktivitas lainnya yang sudah dipermudah dengan perkembangan teknologi internet adalah kegiatan berbelanja. Aktivitas berbelanja yang biasanya memakan waktu banyak karena konsumen harus datang ke toko, kini sudah dipermudah dengan adanya fasilitas belanja online.

Geliat penggunaan internet sebagai sarana belanja alternatifpun semakin meroket. Dan juga minat masyarakat yang begitu besar untuk transaksi jual beli online semakin menggiurkan bagi pelaku bisnis.¹Usaha belanja online atau toko online saat ini memang sedang menjamur dikalangan penikmat dunia maya. Beragam cerita toko online dan seputar testimoni toko online pun semakin banyak kita jumpai.²

Orang-orang berlomba untuk meraup keuntungan dan pendapatan yang lebih dengan memanfaatkan teknologi informasi. Tidak dapat dipungkiri lagi *online shop* menjadi salah satu alternatif yang paling menarik bagi konsumen untuk berbelanja. Bagi pelaku usaha, *online shop* dianggap menarik karena tidak memerlukan modal yang besar dan pasar yang besar karena internet dapat diakses

¹Shinta Dewi, *Cyber Law 1Praktik Negara-Negara Dalam Mengatur Privasi Dalam E-Commerce*, (Bandung: Widya Padjajaran, 2009), hlm. 7.

²*Ibid*, hlm. 8.

oleh para konsumen dari seluruh dunia. Sedangkan bagi para konsumen, berbelanja *online shop* dianggap lebih menarik karena barang yang ditawarkan biasanya lebih murah, terdapat berbagai pilihan, unik, serta harga yang relatif terjangkau.³

Transaksi *online* semakin menjadi pilihan masyarakat karena memiliki keunggulan antara lain lebih praktis serta dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun selama memiliki koneksi internet. Cara belanja melalui internet atau lebih dikenal dengan *online shop* menyediakan berbagai kelebihan dibandingkan dengan cara belanja biasa pada umumnya. Konsumen cukup melihat contoh barang melalui internet tanpa harus datang ke toko seperti jual beli pada umumnya. Keuntungan lainnya transaksi *online shop* cukup mempersingkat waktu pembelian dibandingkan dengan cara belanja biasa.⁴ Kekurangan transaksi *online shop* ialah dengan membeli barang secara *online* artinya kita tidak melihat barang secara langsung, hanya dalam bentuk tulisan dan gambar dan untuk melihat kualitasnya secara utuh menjadi terbatas. Banyak sekali penipuan, hal ini seringkali dilakukan oleh oknum penipu kepada para pembeli yang kurang waspada.⁵

Secara umum dikenal 4 (empat) hak dasar konsumen yaitu:

1. Hak untuk mendapat keamanan (*the right to safety*)
2. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*)
3. Hak untuk memilih (*the right to choose*)

³<http://Indonesialegalcertainty.wordpress.com/2014/12/07/aspek-hukum-dalam-perlindungan-konsumen-online-shop>, diunduh pada tanggal 25 februari 2017, pukul 10.15 WIB.

⁴www.Indotipstrik.net/2016/01/situs-jual-beli-online, diunduh pada tanggal 22 Februari 2017, pukul 15.00 WIB.

⁵<http://artikelterkait.com/situs-jual-beli-online-terpercaya-di-indonesia>, diunduh pada tanggal 22 Februari 2017, pukul 15.15 WIB.

4. Hak untuk di dengar (*the right to be heard*).⁶

Hak konsumen sebagaimana tertuang dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:

1. Hak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa.
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.⁷

Bisnis secara *online* memang mempermudah para pelaku kejahatan untuk melakukan aksinya, karena konsumen tidak bertemu secara langsung dengan pelaku usaha. Meskipun kejahatan jual beli *online* sudah banyak terjadi namun penindakan penegakan hukum terhadap tindakan tersebut banyak yang belum sampai ke ranah hukum. Ini disebabkan para korban kejahatan *online* enggan melaporkan kepada penegak hukum dikarenakan banyak faktor.⁸

Namun dibalik semua kemudahannya *online shop* masih menyisakan beberapa persoalan seperti pelaku usaha dalam melakukan jual beli online sering memberikan informasi yang kurang jelas, sehingga sering terjadi ketidaksesuaian antara barang yang dipesan dengan gambar yang disediakan, yang mengakibatkan

⁶Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), hlm 31.

⁷*Ibid.*, hlm. 32.

⁸Pieris, John & Wiwik Sri Widiarty, *Negara Hukum dan Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Pelangi Cendikia, 2007), hlm. 96.

timbulnya kekecewaan konsumen.⁹ Oleh karena itu, maka keperluan terhadap adanya perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi online sangat diperlukan karena di dalam UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, para konsumen memiliki hak yang sangat dilindungi.

Didalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) ada Pasal yang dapat digunakan sebagai pedoman terkait kasus kejahatan yang dialami oleh konsumen dalam jual beli *online* yaitu sebagai berikut:

1. Pasal 8 ayat (1) huruf d, e, dan f yang menyebutkan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan mutu, kondisi, maupun janji sebagaimana dinyatakan dalam label, keterangan, iklan, maupun promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.
2. Pasal 16 huruf a dan b yang menyebutkan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan serta dilarang untuk tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

Berdasarkan uraian diatas maka kepastian hukum terhadap perlindungan bagi konsumen yang melakukan transaksi *online* sangat diperlukan. Hal tersebut selain dikarenakan konsumen memiliki hak-hak yang penting untuk ditegakkan, tetapi juga demi menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya

⁹M.hukumonline.com/berita/baca/lt4fcf63b70d420/agar-tak-tersesat-dalam-jual-beli-online, diunduh pada tanggal 23 Februari 2017, pukul 19.00 WIB.

perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.¹⁰

Kejahatan dalam *online shop* terus merajalela karena tidak adanya kesadaran masyarakat dalam bidang pengetahuan tentang hak-hak konsumen yang sangat penting supaya konsumen dapat bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri.¹¹ Tujuannya, jika ditengarai adanya tindakan yang tidak adil konsumen secara spontan menyadari hal itu, konsumen kemudian dapat bertindak lebih jauh untuk memperjuangkan hak-haknya. Dengan kata lain, konsumen tidak tinggal diam ketika menyadari hak-haknya telah dilanggar oleh pelaku usaha.

Bisnis *online* dibolehkan dalam ekonomi syariah dengan sejumlah prinsip dasar dan kaidah akad yang mesti dipenuhi agar tidak mencederai aspek syariah dari jual beli itu sendiri. Islam sebagai suatu sistem nilai yang *kaffah* dan *universal* memiliki *roadmaps* yang jelas tentang tuntutan bagi manusia dalam melakukan jual beli (*al bai'*).¹²

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) pasal 20 bahwa *ba'i* adalah jual beli antara benda dengan benda atau pertukaran benda dengan uang.¹³ Pengertian jual beli menurut KHES tersebut dapat dimaknai bahwa jual-beli sebagai pertukaran harta atas dasar saling rela atau dapat diartikan juga memindahkan hak milik dengan ganti yang dapat dibenarkan menurut hukum Islam. Allah SWT sudah secara tegas menghalalkan jual beli dalam *QS. al-*

¹⁰Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Grasindo, 2000), hlm. 27.


¹¹Andi Sunarto, *Seluk Beluk E-Commerce*, (Yogyakarta:Gaya Ilmu, 2009), hlm. 99.

¹²Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Laskar Press 2011), hlm. 73.

¹³Tim Penyusun, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 7.

Baqarah ayat 275 dan *QS. An-Nisa* 'ayat 29 bahkan Nabi Muhammad SAW sudah memberikan model praktik jual beli yang sukses dan membawa mashlahah bagi para pihak yang terlibat didalamnya.

QS. al-Baqarah ayat 275 menyebutkan:

 وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

*Artinya: Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.*¹⁴

QS. an-Nisa 'ayat 29 menyebutkan:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
 تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*¹⁵

KHES Pasal 20 menjelaskan bahwa *al-bai' salam* adalah jasa pembiayaan yang berkaitan dengan jual-beli yang pembayarannya dilakukan bersamaan dengan pemesanan. *Bai' salam* dapat dimaknai juga sebagai akad jual beli barang pesanan diantara pembeli dengan penjual. Spesifikasi dan harga barang pesanan harus sudah disepakati diawal akad.¹⁶

Untuk mengetahui apakah jual beli *online* bertentangan atau tidak dengan hukum Islam, maka jual beli *online* dalam rukun dan syaratnya harus sesuai

¹⁴Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Cv. Penerbit Diponegoro, 2006), hlm 98.

¹⁵*Ibid.*, hlm. 115.

¹⁶Asnawi, *Op., Cit.*, hlm. 17.

dengan jual beli pada umumnya, karena jual beli *online* dan jual beli biasa tidak ada bedanya.¹⁷

Dalam Pasal 97 KHES disebutkan jual-beli yang belum menimbulkan hak dan kewajiban (*ghayr lazim*), penjual dan pembeli memiliki hak pilihan (*khiyar*) untuk membatalkan jual-beli. Hak *khiyar* disyariatkan untuk menjamin kebebasan, keadilan dan kemaslahatan bagi masing-masing pihak yang sedang melaksanakan transaksi. Sehingga hak *khiyar* merupakan ruang yang ditawarkan oleh fiqih muamalah untuk berfikir ulang, merenung dan saling mengkoreksi antara pihak terkait dengan obyek dan transaksi yang telah mereka lakukan. Dengan hak *khiyar* ini para pihak diharapkan terhindar dari munculnya rasa penyesalan setelah transaksi selesai dilakukan.¹⁸

Dalam jual beli *online* berlaku *khiyar* syarat dan *khiyar* 'aib. *Khiyar* syarat merupakan hak yang disyaratkan oleh seseorang atau kedua belah pihak untuk membatalkan suatu kontrak yang telah diikat. Dan biasanya dalam jual beli *online* tidak terdapat kesepakatan ini. Maka itulah yang dikawatirkan beberapa pihak jika ada kekecewaan dan kerugian yang dialami salah satu pihak. *Khiyar* 'aib yaitu suatu hak yang diberikan kepada pembeli dalam kontrak jual beli untuk membatalkan kontrak jika si pembeli menemukan cacat dalam barang yang telah dibelinya, sehingga menurunkan nilai barang tersebut.

Dalam jual beli *online* banyak sekali resiko kerugian yang akan berdampak pada kegiatan jual beli tersebut. Maka dari itu para ulama sangat mengkhawatirkan jual beli dengan cara ini. Tetapi bukan berarti jual beli *online*

¹⁷Gemala Dewi, *hukum Perikatan Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), hlm. 203.

¹⁸M. Yazid Afandi, *Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Logung Pustaka, 2009), hlm. 53

tidak diperbolehkan. Dalam kaidah fiqih dijelaskan bahwa “*pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya*” dan pada masalah ini tidak ada dalil yang mengharamkan kegiatan jual beli *online*. Jadi pada ungkapan diatas jual beli *online* diperbolehkan, asal ada kesepakatan dan ketentuan didalamnya.

Hukum perlindungan konsumen terkait transaksi jual beli *online* tidak berbeda dengan hukum yang berlaku dalam transaksi jual beli secara nyata. Pembedanya hanya pada penggunaan sarana internet atau sarana telekomunikasi lainnya. Akibatnya adalah dalam transaksi jual beli secara *online* sulit dilakukan eksekusi ataupun tindakan nyata apabila terjadi sengketa maupun tindak pidana penipuan. Sifat penipuan dalam transaksi secara elektronik memungkinkan setiap orang baik penjual maupun pembeli menyamarkan atau memalsukan identitas dalam setiap transaksi maupun perjanjian jual beli. Dalam hal pelaku usaha atau penjual yang menggunakan identitas palsu atau melakukan tipu muslihat dalam jual beli *online* tersebut, maka pelaku usaha dapat juga dipidana berdasarkan Pasal 378 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP).¹⁹

Transaksi jual beli *online* dengan memanfaatkan jejaring internet semakin marak dilakukan, bahkan menjadi *trend* yang paling *progresif* dibanding model bisnis lainnya. Tapi banyak konsumen yang tidak mengetahui perlindungan hukum terhadap dirinya, sehingga banyak terjadi kejahatan dalam bidang *online shop* ini. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk membahas, meneliti, dan mengangkatnya dalam sebuah tulisan ilmiah dalam bentuk skripsi dengan judul

¹⁹Atmasasmita, *Pengantar Hukum Kejahatan Bisnis (Business Crime)*, (Jakarta: Kencana, 2003), hlm. 98.

“Perlindungan Hukum Konsumen Jual Beli Online Dalam Perspektif UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum konsumen dalam jual beli online menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan KHES
2. Bagaimana persamaan dan perbedaan perlindungan hukum konsumen dalam jual beli online menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan KHES.

C. Batasan Masalah/Fokus Masalah

Di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen terdiri dari beberapa bab yaitu pengertian perlindungan konsumen, asas dan tujuan perlindungan konsumen, hak dan kewajiban konsumen, hak dan kewajiban pelaku usaha, perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, pencantuman klausula baku, tanggung jawab pelaku usaha, pembinaan dan pengawasan, badan perlindungan konsumen nasional, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, penyelesaian sengketa, badan penyelesaian sengketa konsumen, penyidikan, sanksi, dan lain-lain. Supaya penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan, maka penulis membatasi masalah penelitian ini hanya pada hak dan kewajiban konsumen.

D. Kajian Terdahulu

Pada dasarnya telah ada sejumlah penelitian yang berkaitan dengan tema penelitian ini. Diantaranya adalah yang dilakukan oleh Jevi Cahya A.P Nim E000817 Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta 2014 dengan judul: Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Produk *Fashion* Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Jika penelitian yang dilakukan oleh Jevi Cahya A.P tentang perlindungan konsumen jual beli *online* produk *fashion* berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, maka perbedaannya dengan penelitian saya adalah perlindungan Hukum Kosumen jual beli *online* berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Skripsi tentang Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce* Ditinjau dari Hukum Perikatan, oleh Apriyanti Nim 111004800003 Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Skripsi tentang Perlindungan Hak-Hak Konsumen Transaksi Jual Beli *Online* Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif Di Indonesia oleh Solikhin, Nim 093600025 Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kali Jaga Yogyakarta.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah:

Secara umum tujuan penelitian adalah untuk mendalami tentang permasalahan-permasalahan yang telah dirumuskan dalam perumusan masalah. Secara khusus tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Untuk menjelaskan tentang perlindungan hukum konsumen dalam jual beli online dalam perspektif UUNo. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan KHES.
- b. Untuk mengetahui perbandingan perlindungan konsumen menurut UUPK dan KHES.

2. Manfaat penelitian:

Mengenai manfaat akan hasil penulisan skripsi ini terhadap rumusan permasalahan yang sudah diuraikan dapat dibagi menjadi dua jenis manfaat yaitu:

- a. Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan menambah wawasan ilmiah dalam khasanah ilmu hukum ekonomi yang secara khusus terletak pada perlindungan hukum konsumen dalam jual beli *online*.
- b. Manfaat praktis ditinjau dari permasalahan, penulisan skripsi ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli *online*.

F. Batasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman pembaca terhadap istilah yang ada pada judul ini, maka batasan istilahnya adalah sebagai berikut:

1. Perlindungan hukum konsumen adalah upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.²⁰
2. Jual beli *online* adalah suatu kegiatan jual beli di mana penjual dan pembelinya tidak harus bertemu untuk melakukan negosiasi dan transaksi dan komunikasi yang digunakan oleh penjual dan pembeli bisa melalui alat komunikasi seperti *chat*, telpon, sms, dan sebagainya.²¹

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan yang Dipakai

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan normatif, yaitu pendekatan terhadap masalah yang diteliti dengan mengkaji norma-norma yang ada dalam hukum kepailitan dan akibat yang akan ditimbulkannya, sehingga setelah adanya analisis akan tampak pemecahan masalah yang ada.

2. Sumber Data

Bahan atau data yang digunakan dalam penulisan skripsi penulis berupa data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari bahan hukum primer yang bersumber dari peraturan perundang-undangan dan dokumen hukum, dan data yang bersumber pada bahan hukum sekunder yang terdiri dari buku-buku ilmiah dan tulisan-tulisan hukum.²² Data sekunder itu terdiri dari:

²⁰Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 1, hlm. 2

²¹Artikel.icaltoys.com, dikutip tanggal 21 Maret 2017

²²*Ibid.*, hal. 43.

- a. Bahan hukum primer, yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.
- b. Bahan hukum sekunder, yang terdiri dari buku-buku ilmiah dan tulisan-tulisan hukum, artikel-artikel, dan sebagainya yang diperoleh baik melalui media cetak, maupun media elektronik.
- c. Bahan hukum tersier yaitu bahan hukum yang dapat memberikan petunjuk atau penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder seperti kamus, ensiklopedi, indeks, kumulatif, dan lain-lain.

3. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan pembahasan dari bahan bacaan di perpustakaan IAIN Padangsidimpuan, artikel terkait yang terdapat di internet, kemudian menganalisis dan mengelompokkan data yang diperoleh dari berbagai sumber kepustakaan. Kemudian data yang sudah dikelompokkan tersebut ditarik kesimpulannya untuk menjawab permasalahan yang ada.

4. Analisa Data

Pada penelitian hukum normatif, pengolahan data merupakan suatu kegiatan untuk mengadakan sistematisasi terhadap bahan-bahan hukum tertulis. Data yang diperoleh dalam penelitian ditelaah berdasarkan teori-teori yang menjadi landasan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah dalam Perlindungan Hukum Konsumen. Peneliti

memberikan gambaran atau pemaparan atas subjek dan objek penelitian, sehingga penelitian bersifat analisis deskriptif.²³

5. Jenis pendekatan/metode penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penyusunan proposal ini adalah penelitian hukum dilakukan dengan meneliti data sekunder.²⁴ Data sekunder yang menjadi bahan hukum primer yang diteliti berupa Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Jual Beli *Online* Berdasarkan Perspektif UU No. 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan Konsumen dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

H. Sistematika Pembahasan

Pembahasan dan penelitian suatu penelitian harus dapat keteraturan agar terciptanya karya ilmiah yang baik. Oleh karena itu, penulis membagi tulisan dalam beberapa bab yang saling berkaitan satu sama lain, karena isi dari skripsi ini bersifat berkesinambungan antara bab yang satu dengan bab yang lain. Adapun sistematika penulisan yang terdapat dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bab I adalah yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, kajian terdahulu, tujuan dan manfaat penelitian, batasan istilah, metode penelitian dan sistematika pembahasan.
2. Bab II menggambarkan tinjauan umum tentang perlindungan konsumen yang memuat tentang pengertian konsumen, hak dan kewajibannya, pengertian

²³Mukti Fajar Nur Dewata dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hal. 190.

²⁴Seorjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hal. 13.

pelaku usaha, hak dan kewajibannya, perlindungan konsumen, dan pengertian jual beli.

3. Bab III menggambarkan tentang jual beli *online* berdasarkan konsep KHES yang memuat tentang pengertian jual beli *online* berdasarkan KHES, searah jual beli *online*, pengertian jual beli *online*. Dan hubungan jual beli *online* dan jual beli salam dalam KHES.
4. Bab IV menggambarkan tentang perlindungan hukum konsumen berdasarkan UUPK dan KHES, persamaan dan perbedaan perlindungan hukum konsumen berdasarkan UUPK dan KHES.
5. Bab V merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan, selain itu juga memuat saran-saran

BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Perlindungan Konsumen Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

a. Pengertian Konsumen, Hak dan Kewajibannya

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Pengertian lain dari *consumer* atau *consument* itu tergantung dalam posisi mana ia berada. Secara harfiah arti kata *consumer* adalah setiap orang yang menggunakan barang. Begitu pula Kamus Bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.²⁵

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen didefinisikan sebagai “setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan.”²⁶ Pendapat lain merumuskan bahwa konsumen adalah setiap individu atau kelompok yang menjadi pembeli atau pemakai akhir dari kepemilikan khusus, produk, atau pelayanan dan kegiatan, tanpa memperhatikan apakah ia berasal dari pedagang, pemasok, produsen pribadi atau publik, atau apakah ia berbuat sendiri ataukah secara kolektif.²⁷

Az. Nasution menegaskan beberapa batasan tentang konsumen

1. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu

²⁵Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm. 235.

²⁶Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Bab II, Pasal 3 e.

²⁷Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2010), hlm. 3.

2. Konsumen antara setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang dan/atau jasa lain untuk diperdagangkan
3. Konsumen akhir adalah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali.²⁸

Bagi konsumen antara, barang atau jasa itu adalah barang atau jasa kapital, berupa bahan baku, bahan penolong atau komponen dari produk lain yang akan diproduksinya (produsen). Kalau ia distributor atau pedagang berupa barang setengah jadi atau barang jadi yang menjadi mata dagangannya. Konsumen antara ini mendapatkan barang atau jasa itu dipasar industri atau pasar produsen.

Bagi konsumen akhir, barang dan jasa itu adalah barang atau jasa konsumen, yaitu barang atau jasa yang biasanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga atau rumah tangganya (poduk konsumen). Barang atau jasa konsumen ini umumnya diperoleh di pasar-pasar konsumen, dan terdiri dari barang atau jasa yang umumnya digunakan di dalam rumah tangga masyarakat.

Dalam perkembangannya, organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *The International Organization of Consumers Union* (IOCU) menambahkan lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak untuk mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.

Namun, tidak semua organisasi konsumen menerima penambahan hak-hak tersebut. Mereka bebas untuk menerima semua atau sebagian. Yayasan Lembaga

²⁸Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis*, (Malang: PT LKiS Printing Cemerlang, 2009), hlm. 355.

Perlindungan Konsumen Indonesia (YLKI) misalnya, memutuskan untuk menambahkan satu hak lagi sebagai pelengkap empat dasar hak konsumen, yaitu hak mendapat lingkungan hidup yang baik dan sehat sehingga keseluruhannya dikenal sebagai panca hak konsumen.

Dalam Rancangan Akademik Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang disusun oleh Tim Fakultas Hukum Universitas Indonesia dan Departemen Perdagangan, hak-hak dasar konsumen ditambahkan lagi dengan hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar yang diberikan, dan hak untuk mendapatkan penyelesaian hukum.

Dalam hal ini ada dua pasal yang perlu diperhatikan, yaitu yang mengatur hak-hak konsumen, di samping kewajiban yang harus dilakukan.

1. Hak Konsumen (pasal 4)

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ atau jasa
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.

Akhirnya, jika semua hak-hak yang disebutkan itu disusun kembali secara sistematis (mulai dari yang diasumsikan yang paling mendasar), akan diperoleh urutan sebagai berikut.

a. Hak konsumen mendapatkan keamanan

Konsumen berhak mendapatkan keamanan atas barang dan jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk barang dan jasa itu tidak boleh membahayakan jika di konsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik secara jasmani atau rohani.

b. Hak untuk mendapatkan informasi yang benar

Setiap produk yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar. Informasi ini diperlukan agar konsumen tidak sampai mempunyai gambaran yang keliru atas produk barang dan jasa. Informasi ini dapat disampaikan dengan berbagai cara, seperti secara lisan kepada konsumen, melalui iklan diberbagai media, atau mencantumkan dalam kemasan produk (barang).

c. Hak untuk di dengar

Hak yang erat kaitannya dengan hak untuk mendapatkan informasi adalah hak untuk didengar. Ini disebabkan informasi yang diberikan pihak yang berkepentingan atau berkompeten sering tidak cukup memuaskan konsumen. Untuk itu, konsumen berhak mengajukan permintaan informasi lebih lanjut.

d. Hak untuk memilih

Dalam mengkonsumsi suatu produk, konsumen berhak menentukan pilihannya. Ia tidak boleh mendapat tekanan dari pihak luar sehingga ia tidak lagi bebas untuk membeli atau tidak membeli. Seandainya ia jadi membeli, ia juga bebas menentukan produk mana yang akan dibeli.

- e. Hak untuk mendapatkan produk barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar yang diberikan

Dengan hak ini berarti konsumen harus dilindungi dari permainan harga yang tidak wajar. Dengan kata lain, kuantitas dan kualitas barang dan/atau jasa yang dikonsumsi harus sesuai dengan nilai uang yang dibayar sebagai penggantinya.

- f. Hak untuk mendapatkan ganti kerugian

Jika konsumen merasakan, kuantitas dan kualitas barang dan/atau jasa yang dikonsumsinya tidak sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya, ia berhak mendapat ganti kerugian yang pantas. Jenis dan jumlah ganti kerugian itu tentu saja harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau atas kesepakatan masing-masing pihak.

- g. Hak untuk mendapatkan penyelesaian hukum

Hak untuk mendapatkan ganti kerugian harus ditempatkan lebih tinggi daripada hak pelaku usaha (produsen/penyalur produk) untuk membuat klausula eksonerasi secara sepihak. Jika permintaan yang diajukan konsumen dirasa tidak mendapat tanggapan yang layak dari pihak terkait dalam hubungan hukum dengannya, maka konsumen

berhak mendapatkan penyelesaian hukum termasuk advokasi. Dengan kata lain, konsumen berhak menuntut pertanggung jawaban hukum dari pihak yang dipandang merugikan karena mengkonsumsi produk itu

h. Hak untuk mendapat lingkungan hidup yang baik dan sehat

Hak konsumen atas lingkungan yang baik dan sehat merupakan hak yang diterima sebagai salah satu hak dasar konsumen oleh berbagai organisasi konsumen di dunia. Lingkungan hidup yang baik dan sehat berarti sangat luas, dan setiap makhluk hidup adalah konsumen atas lingkungan hidupnya. Lingkungan hidup meliputi lingkungan hidup dalam arti fisik dan lingkungan non fisik.

i. Hak untuk dilindungi dari akibat negatif persaingan curang

Persaingan curang atau dalam Undang-Undang No. 5 tahun 1999 disebut dengan persaingan usaha tidak sehat dapat terjadi jika seorang pengusaha berusaha menarik langganan atau klien pengusaha lain untuk memajukan usahanya atau sarana yang bertentangan dengan iktikad baik dan kejujuran dalam pergaulan perekonomian.

j. Hak untuk mendapatkan pendidikan konsumen

Masalah perlindungan konsumen di Indonesia termasuk masalah yang baru. Oleh karena itu, wajar bila masih banyak konsumen yang belum menyadari hak-haknya. Kesadaran akan hak tidak dapat dipungkiri sejalan dengan kesadaran hukum. Makin tinggi tingkat kesadaran hukum masyarakat, makin tinggi penghormatannya pada hak-hak

dirinya dan orang lain. Upaya pendidikan konsumen tidak selalu harus melewati jenjang pendidikan formal tetapi dapat melalui media massa dan kegiatan lembaga swadaya masyarakat.

2. Kewajiban Konsumen (Pasal 5)

- a. Membaca dan mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan jasa
- b. Beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan jasa
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

b. Pengertian Pelaku Usaha, Hak dan Kewajibannya

Dalam Pasal 1 angka 3 UU No. 8 Tahun 1999 disebutkan pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.²⁹

Dalam penjelasan undang-undang yang termasuk dalam pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importer, pedagang, distributor dan lain-lain.

Dalam Pasal 6 UU No. 8 Tahun 1999 Produsen disebut sebagai pelaku usaha yang mempunyai hak sebagai berikut:³⁰

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beriktikad tidak baik

²⁹Az. Nasution, *Op., Cit.*, hlm. 17.

³⁰Mariam Darius Badruzaman, *Op., Cit.*, hlm. 60.

- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan

Adapun dalam Pasal 7 diatur kewajiban pelaku usaha sebagai berikut:³¹

- a. Beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan
- f. Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.
- g. Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- h. Menerima pembayaran sesuai kesepakatan
- i. Mendapatkan perlindungan hukum dari perlakuan atau tindakan konsumen yang tidak beriktikad baik.
- j. Melakukan pembelaan.

Dalam UUPK pelaku usaha diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sedangkan bagi konsumen diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.

Dalam UUPK tampak bahwa iktikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beriktikad baik dimulai sejak barang dirancang/diproduksi sampai pada tahap penjualan,

³¹Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Pasal 7.

sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan oleh kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha), sedangkan bagi konsumen kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen.³²

B. Pengertian perlindungan konsumen

Jika melihat kemajuan perkembangan gerakan konsumen di Amerika Serikat, tentu Indonesia masih harus belajar banyak. Sebagaimana pernah disinyalir oleh ketua IOCU Erna Witoelar, perlindungan konsumen di Indonesia masih tertinggal. Ketertinggalan ini tidak hanya dibandingkan dengan Negara-negara maju, bahkan bila dibandingkan dengan Negara-negara sekitar Indonesia seperti Malaysia, Filipina, Thailand, dan Singapura.

Dilihat dari sejarahnya, gerakan perlindungan konsumen di Indonesia baru benar-benar dipopulerkan sekitar 20 tahun lalu, yakni dengan berdirinya suatu lembaga swadaya masyarakat yang bernama Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Setelah YLKI kemudian muncul beberapa organisasi serupa, antara lain Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang yang berdiri sejak Februari 1988 dan pada 1990 bergabung sebagai anggota *Consumers Indonesia* (CI). Di luar itu, dewasa ini cukup banyak lembaga swadaya masyarakat serupa yang berorientasi pada kepentingan pelayanan

³²Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), hlm. 76.

konsumen, seperti Yayasan Lembaga Bina Konsumen Indonesia (YLBKI) di Bandung dan perwakilan YLKI di berbagai provinsi di Tanah Air.

Kemajuan teknologi dan informasi dalam era globalisasi berdampak pada perkembangan bidang perindustrian dan perdagangan yang pada akhirnya menghasilkan berbagai variasi barang dan jasa yang dapat dikonsumsi. Begitu juga arus transaksi barang atau jasa antar Negara sangat bervariasi.

Kondisi seperti ini menimbulkan manfaat bagi konsumen karena dapat mengadakan pilihan barang atau jasa yang diinginkan dan sesuai dengan kemampuannya, akan tetapi dilain pihak kondisi dan fenomena seperti ini mengakibatkan kedudukan konsumen dan produsen menjadi tidak seimbang. Konsumen berada pada kedudukan yang lemah, konsumen menjadi objek aktifitas untuk meraup keuntungan yang tinggi oleh produsen melalui promosi, penjualan serta penerapan perjanjian standar yang merugikan.

Dalam kegiatan ekonomi perdagangan pada umumnya pihak konsumen mempunyai posisi tawar yang lebih lemah dibanding dengan produsen sehingga konsumen kadang-kadang tidak dapat berbuat banyak ketika menerima barang atau jasa yang kondisinya kurang sesuai dengan yang ditawarkan oleh produsen.

Melihat kondisi yang seperti ini maka konsumen harus mendapat perlindungan, para produsen harus memperlakukan konsumen dengan baik dan tidak boleh berkolusi dengan produsen lain.³³

Dalam pertimbangan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dinyatakan, bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata materiil dan

³³Edi Setiadi, *Hukum Pidana Ekonomi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 177.

spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Oleh karena itu, maka pembangunan perekonomian nasional harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/atau jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari pedagang tanpa mengakibatkan kerugian konsumen.

Untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemadirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuh kembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.

Berdasarkan pertimbangan di atas diperlukan perangkat perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat. Undang-Undang yang dimaksudkan adalah Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.³⁴

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. UUPK menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala

³⁴Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaanya di Indonesia*, (Jakarta: Rajawali Pers: 2014), hlm. 191.

upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.³⁵

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan terhadap konsumen, barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut. Dari defenisi yang ditegaskan dalam Pasal 1 angka 1 UUPK tersebut jelaslah bahwa keinginan yang hendak dicapai dalam hal memberikan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup.

Singkatnya, bahwa segala upaya yang dimaksudkan dalam perlindungan konsumen tersebut tidak saja terhadap tindakan preventif akan tetapi juga tindakan yang represif dalam semua bidang perlindungan yang diberikan kepada konsumen.

Pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan tujuan:³⁶

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses informasi, serta menjamin kepastian hukum
- b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa
- d. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktek usaha yang menipu dan menyesatkan
- e. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.

Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum. Di samping itu

³⁵Undang-undang Pelindungan Konsumen Pasal 1 Angka 1.

³⁶Gunawan Widjaja, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 94.

perlindungan konsumen diselenggarakan bersama lima asas yang sesuai dengan pembangunan nasional, yaitu:

- a. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b. Asas keadilan maksudnya agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh hak dan kewajibannya secara adil.
- c. Asas keseimbangan maksudnya perlindungan konsumen memberikan keseimbangan antara konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.
- d. Asas keselamatan dan keamanan konsumen, yaitu untuk memberikan jaminan keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan dan pemakaian, serta pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- e. Asas kepastian hukum maksudnya agar pelaku usaha dan konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum.³⁷

Untuk lebih terlindungnya konsumen, maka Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar, yaitu sanksi administratif dan sanksi pidana.

1. Sanksi Administratif (pasal 60)

- 1) Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25 dan Pasal 26.
- 2) Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 (duaratus juta rupiah).

³⁷Zaeni Asyhadie, *Op., Cit.*, hlm. 192.

- 3) Tata cara penetapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.

2. Sanksi Pidana

Pasal 61, berkaitan dengan sanksi pidana menegaskan bahwa peuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya. Selanjutnya dalam pasal 62 secara eksplisit dipertegas apa saja bentuk sanksi pidana tersebut.

- 1) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah).
- 2) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- 3) Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

Berikutnya, pasal 63 dikatakan:

Terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62, dapat dijatuhkan hukuman tambahan, berupa:

- a. perampasan barang tertentu
- b. pengumuman keputusan hakim
- c. pembayaran ganti rugi
- d. perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen
- e. kewajiban penarikan barang dari peredaranatau
- f. pencabutan izin usaha.

C. Pengertian Jual Beli

Jual beli secara etimologis artinya mengganti dan menukar sesuatu yang lain. Sedangkan secara terminologis, ulama hanafiah mendefenisikan dengan “saling menukar harta dengan harta melalui cara tertetu”, atau “tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat”.

Sayyid Sabiq mendefenisikan jual beli dengan “saling menukar harta dengan harta atas dasar suka sama suka”. Pendapat lain mendefenisikan “menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan”. Pendapat lain menyatakan, jual beli adalah saling tukar harta, saling menerima, dapat dikelola (*tasharruf*) dengan ijab qabul, dengan cara yang sesuai dengan syara’.³⁸

Soebekti mendefenisikan jual beli sebagai perjanjian timbal balik di mana pihak yang satu (si penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu

³⁸Suhendi Hendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 13.

barang, sedangkan pihak lain (si pembeli) berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut.³⁹

Dari beberapa defenisi di atas dapat dipahami bahwa perkataan jual beli menunjukkan adanya perbuatan (aktifitas) dari suatu pihak yang dinamakan “menjual”, sedangkan dari pihak lain dinamakan “membeli”. Adapun barang atau apa yang akan menjadi objek perjanjian jual beli dengan sendirinya harus tertentu (jelas), setidaknya-tidaknya dapat ditentukan wujud dan jumlahnya pada saat akan diserahkan kepada si pembeli. Termasuk juga jelas secara hukum kepemilikan atas barang yang akan diperjual belikan. Karena kalau tidak, jelas tidak sah secara hukum, dan jika hal ini dilanjutkan maka jelas berpotensi menimbulkan masalah hukum dikemudian hari. Penyebabnya adalah karena jual beli yang dilakukan itu dianggap cacat hukum, di mana penjual menjual barang yang bukan miliknya atau masih dalam status sengketa yang masih dalam proses hukum.

Perlu dipahami pula bahwa inti jual beli adalah suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai (manfaat) yang dilakukan atas dasar suka rela di antara kedua belah pihak, yang satu menyerahkan barang, sedangkan yang lain menerima sesuai perjanjian. Semuanya itu harus sesuai pula dengan ketentuan hukum yang berlaku, baik hukum syara’ maupun hukum positif yang berlaku.⁴⁰

³⁹R. Soebekti, *Aneka Perjanjian*, (Bandung: PT Citra Aditiya Bakti, 1995), hlm. 1.

⁴⁰Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), hlm. 7.

Jual beli pada dasarnya merupakan kegiatan saling bantu antara yang satu dengan yang lain dengan prinsip saling menguntungkan sesuai dengan ketentuan syariat dan peraturan perundangan yang berlaku.⁴¹

Agar jual beli dapat dilakukan secara sah dan memberi pengaruh yang tepat, harus direalisasikan beberapa rukunnya terlebih dahulu. Adapun rukun jual beli menurut jumhur ulama ada empat yaitu:

1. Penjual (*muslam ilaih*)
2. Pembeli (*muslam*)
3. Ijab qabul (*shighah*)
4. Benda atau barang yang akan diperjual belikan (*muslam fiih*).⁴²

Dari kesepakatan jual beli akan lahir kewajiban-kewajiban di mana si penjual dan si pembeli selaku pihak-pihak yang terlibat harus memenuhinya. Jika salah satu pihak tidak mau menunaikan kewajibannya, maka ia dianggap melakukan wanprestasi. Dengan sendirinya para pihak tidak saja hanya menuntut apa yang menjadi haknya, namun sebelumnya juga harus menunaikan kewajibannya sesuai kelaziman atau yang diperjanjikan. Hak dan kewajiban harus seimbang dan proporsional sehingga terciptalah keadilan yang diharapkan semua orang.

Kewajiban-kewajiban tersebut antara lain:

a. Kewajiban bagi si penjual

- 1) Menyerahkan hak milik atas barang yang diperjual belikan.

Kewajiban menyerahkan hak milik meliputi segala perbuatan yang menurut hukum diperlukan untuk mengalihkan hak milik

⁴¹Burhanuddin, *Hukum Kontrak Syariah*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2009), hlm. 41.

⁴²Abdullah Al-Mushlih, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, (Jakarta: Darul Haq, 2004), hlm. 89.

atas barang yang diperjual belikan itu dari penjual kepada pembeli.

- 2) Menanggung kenikmatan atas barang tersebut dan menanggung terhadap cacat-cacat yang tersembunyi. Kewajiban ini merupakan konsensus dari jaminan yang oleh penjual diberikan kepada pembeli bahwa barang yang dijual dan *deliver* itu adalah sungguh-sungguh miliknya sendiri yang bebas dari sesuatu beban atau tuntutan dari suatu pihak.

b. Kewajiban bagi si pembeli

Kewajiban utama si pembeli adalah membayar sejumlah harga pembelian pada waktu dan tempat sebagaimana ditetapkan menurut perjanjian disepakati. Dalam hal ini harga yang harus dibayar adalah sejumlah uang. Sekalipun hal ini tidak tercantum dalam pasal undang-undang, tetapi sudah termaktub dengan sendirinya di dalam pengertian jual beli.

Kewajiban si penjual dan pembeli tersebut sejalan dengan Pasal 63 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa penjual wajib menyerahkan objek jual beli sesuai dengan harga yang telah disepakati dan pembeli wajib menyerahkan uang atau benda yang setara nilainya dengan objek jual beli.

Apabila ditinjau dari aspek hak, maka si penjual berhak menerima sejumlah uang atau harga yang telah disepakati sebagai kompensasi atas berpindahnya barang miliknya kepada pihak lain. Sebaliknya, si pembeli berhak

menerima barang yang dibeli sebagai imbalan atas berpindahnya uang miliknya kepada pihak lain, yaitu penjual. Apabila semua proses ini berjalan dengan lancar, maka dapat dipastikan jual beli akan berjalan sebagaimana mestinya dan sebagai konsekuensinya akan menjamin rasa keadilan semua pihak yang terlibat.⁴³

Dalam segala macam bentuk jual beli sudahlah pasti berpotensi menimbulkan resiko, oleh karena berbagai sebab yang kadang kurang terpikirkan atau sulit diprediksi jauh sebelumnya. Resiko adalah kewajiban memikul kerugian yang disebabkan oleh suatu kejadian (peristiwa) diluar kesalahan salah satu pihak. Misalnya barang yang diperjual-belikan musnah diperjalanan akibat kecelakaan kendaraan yang dipergunakan untuk mengangkut barang tersebut.

Inilah yang di dalam hukum dinamakan resiko. Pihak yang menderita karena barang yang menjadi objek perjanjian ditimpa kejadian yang tidak disengaja dan diwajibkan memikul kerugian itu tanpa adanya keharusan bagi pihak lawannya untuk mengganti kerugian itu.⁴⁴

⁴³Abdullah Al-Mushlih, *Ibid.*, hlm. 91.

⁴⁴Asep Saefudin, *Hukum Keluarga, Pidana dan Bisnis*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), hlm. 148.

BAB III
JUAL BELI *ONLINE* BERDASARKAN KONSEP
KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH

A. Pengertian Jual Beli Berdasarkan KHES

Dilihat dari Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah pengertian jual beli (*al-bai'*) paling tidak harus memenuhi tiga unsur, yakni pihak-pihak, objek, dan kesepakatan (pasal 56).⁴⁵ Pihak-pihak yang terikat dalam perjanjian jual beli terdiri atas penjual, pembeli dan pihak lain yang terlibat di dalam perjanjian tersebut. Obyek jual beli terdiri atas benda yang berwujud maupun tidak berwujud, yang bergerak maupun tidak bergerak, dan yang terdaftar maupun tidak terdaftar. Sedangkan kesepakatan dapat dilakukan dengan tulisan, lisan dan isyarat yang mana semuanya memiliki makna hukum yang sama.

Unsur ini nampaknya secara substantif tidak berbeda dengan unsur yang terangkum dalam pengertian KUHPerdara. Unsur inilah yang disebut rukun dalam istilah syariah (muamalah). Dalam suatu perbuatan jual beli, ketiga rukun itu hendaklah dipenuhi, sebab apabila salah satu rukun tidak terpenuhi maka perbuatan tersebut tidak dapat dikategorikan sebagai perbuatan jual beli.

1. Tentang pihak-pihak (subyek)

Kedua belah pihak yang hendak melakukan perjanjian jual beli hendaklah:

- a) Berakal, orang gila atau bodoh tidak sah jual belinya.

Maksudnya dapat membedakan atau memilih mana yang terbaik baginya. Apabila salah satu pihak tidak berakal maka jual beli yang diadakan tidak sah.

⁴⁵Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), Pasal 56.

- b) Dengan kehendaknya sendiri (bukan dipaksa). Maksudnya, dalam melakukan perbuatan jual beli salah satu pihak tidak melakukan tekanan atau paksaan atas pihak lain.
- c) Keduanya tidak mubazir. Maksudnya, pihak yang mengikatkan diri dalam perjanjian jual beli bukanlah manusia yang boros (mubazir), sebab orang yang boros dalam hukum dikategorikan sebagai orang yang tidak cakap bertindak.
- d) Baligh. Baligh atau dewasa dalam hukum Islam adalah apabila telah berumur 15 (lima belas) tahun atau telah bermimpi (bagi anak laki-laki) dan haid (bagi anak perempuan). Dengan demikian jual beli yang dilakukan anak kecil tidak sah.

2. Tentang benda (obyek)

Yang dimaksud obyek jual beli adalah benda yang menjadi sebab terjadinya jual beli. benda yang dijadikan sebagai obyek jual beli haruslah memenuhi syarat-syarat berikut:

- a) Bersih barangnya. Maksudnya, barang yang diperjual belikan bukanlah benda najis atau benda yang digolongkan sebagai benda haram.
- b) Dapat dimanfaatkan. Yang dimaksudkan dengan barang yang bermanfaat adalah kemanfaatan barang tersebut sesuai dengan ketentuan hukum agama (syariat Islam). Maksudnya pemanfaatan barang tersebut tidak bertentangan dengan norma-norma agama. Misalnya, kalau sesuatu barang dibeli, yang

tujuan pemanfaatannya untuk berbuat yang bertentangan dengan syariat Islam, maka barang tersebut dikatakan tidak bermanfaat.

- c) Milik orang yang melakukan akad. Maksudnya, bahwa orang yang melakukan perjanjian jual beli atau sesuatu barang adalah pemilik sah barang tersebut dan/atau telah mendapat izin dari pemilik sah barang tersebut. Dengan demikian, jual beli barang yang dilakukan oleh orang yang bukan pemilik atau yang berhak berdasarkan kuasa pemilik, dipandang sebagai perjanjian jual beli yang batal.
- d) Mampu menyerahkannya. Maksudnya ialah, penjual (baik sebagai pemilik maupun sebagai kuasa) dapat menyerahkan barang yang dijadikannya sebagai obyek jual beli sesuai dengan bentuk dan jumlah yang diperjanjikan pada waktu penyerahan barang kepada pembeli.
- e) Barang yang diakadkan di tangan. Menyangkut perjanjian jual beli atas sesuatu barang yang belum di tangan (tidak berada dalam penguasaan penjual) dilarang, sebab bisa jadi barang tersebut rusak atau tidak dapat diserahkan sebagaimana telah diperjanjikan.⁴⁶

Adapun dalam syariat Islam dasar hukum jual beli dapat ditemukan di dalam banyak ayat al-Qur'an antara lain:

⁴⁶Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), hlm. 161.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا^{٤٧}

Artinya: Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ

Artinya: tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu.

إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

Artinya: kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.⁴⁷

Dari beberapa dasar yuridis jual beli dalam syariat yang diperkenankan dalam Islam dapat dipahami bahwa aktifitas jual beli guna memenuhi kebutuhan hidup diperkenankan dalam syariat. Demikian pula dalam perundangan yang lain sebagaimana yang tercantum dalam KUHPdt. Islam mengharamkan riba dan menekankan agar dalam aktivitas jual beli perlu dilakukan suka sama suka, dalam arti tidak ada paksaan diantara pihak.⁴⁸

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah menyatakan bahwa kewajiban memikul kerugian yang tidak disebabkan kesalahan salah satu pihak dinyatakan sebagai resiko (pasal 42). Selanjutnya pasal 43 menjelaskan siapa yang wajib menanggung resiko. Pada ayat (1) dinyatakan bahwa kewajiban menanggung kerugian yang disebabkan oleh kejadian di luar kesalahan salah satu pihak dalam akad, dalam perjanjian sepihak dipikul oleh pihak peminjam. Sedangkan dalam ayat (2) dinyatakan bahwa kewajiban menanggung kerugian yang disebabkan

⁴⁷Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2006), hlm. 117.

⁴⁸Muhammad Djakfar, *Op., Cit.*, hlm. 175.

oleh kejadian di luar kesalahan salah satu pihak dalam perjanjian timbal balik, dipikul oleh pihak yang meminjamkan.

Berkaitan dengan masalah resiko dalam jual beli, dalam KUHPerdata ada tiga ketentuan yaitu:⁴⁹

1. Mengenai barang tertentu.

Mengenai barang tertentu ditetapkan oleh pasal 1460 KUHPerdata bahwa barang itu sejak saat pembelian (saat ditutupnya perjanjian) adalah atas tanggungan si pembeli, meskipun penyerahannya belum dilakukan dan si penjual berhak menuntut harganya.

2. Mengenai barang yang dijual menurut berat, jumlah atau ukuran

Menurut KUHPerdata barang yang diperjualbelikan berdasarkan berat, jumlah atau ukuran, maka resiko atas barang yang dijual dibebankan pada si penjual hingga barang-barang tersebut sudah ditimbang, dihitung atau diukur.

3. Mengenai barang-barang yang dijual menurut tumpukan

Barang yang dijual menurut tumpukan hukumnya sama dengan barang yang dijual berdasarkan berat, jumlah atau ukuran. Karena sebetulnya barang yang dijual berdasarkan tumpukan merupakan kumpulan dari barang-barang tertentu.

B. Sejarah Jual Beli *Online*

Belanja *online* pertama kali dilakukan di Inggris pada tahun 1979 oleh Michael Aldrich dari Redifon Computer. Ia menyambungkan televisi berwarna dengan computer yang mampu memproses transaksi secara *realtime* melalui

⁴⁹Muhammad Djakfar, *Op., Cit.*, hlm. 150.

sarana kabel telepon. Sejak tahun 1980, ia menjual sistem belanja yang ia temukan diberbagai penjuru Inggris. Pada tahun 1980, belanja *online* secara luas digunakan di Inggris dan beberapa Negara di daratan Eropa seperti Perancis yang menggunakan fitur belanja *online* untuk memasarkan Peugeot, Nissan, dan General Motors.

Pada tahun 1992, Charles Stack membuat toko buku pertamanya yang bernama *Book Stuck Unlimited* yang berkembang menjadi Book.com yang kemudian diikuti oleh Jeff Bezos dalam membuat situs web Amazon.com dua tahun kemudian. Selain itu, Pizza Hut juga menggunakan media belanja *online* untuk memperkenalkan pembukaan toko pizza *online*.

Pada tahun 1994, Netscape memperkenalkan SSL Encryption of Data Transferred *Online* karena dianggap hal yang paling penting dari belanja adalah media untuk transaksinya yang aman dan bebas dari penipuan.⁵⁰

Di Indonesia sendiri baru mulai populer di tahun 2006 dan pada akhir tahun 2008 jumlah toko *online* di Indonesia meningkat puluhan hingga ratusan persen dari tahun sebelumnya. Faktor pendukungnya adalah makin banyaknya pengguna internet di Indonesia. Yang tadinya hanya sekitar 2.000.000 orang pada tahun 2000 menjadi 25.000.000 pada tahun 2008.⁵¹ Faktor kedua yang menyebabkan hal tersebut karena semakin mudah dan murahya koneksi internet di Indonesia.

⁵⁰<http://tustiya.blogspot.com/sejarah-jual-beli-online-di-dunia>, *download* tanggal 02 April 2017, pukul 14.30 WIB.

⁵¹Internetworldstats.com, data hingga Juni 2008, di *download* tanggal 29 Mei, pukul 10.45 WIB.

Semakin banyak *e-commerce* (layanan untuk sarana jual beli *online*) yang berkembang di Indonesia membuat banyak perubahan pola belanja masyarakat yang awalnya bersifat konvensional kini berbelanja cukup dengan memilih produk yang ada di web/blog. Website depkominformasi telah mempunyai halaman sistem informasi pemetaan *e-commerce* Indonesia, namun sistem tersebut belum berjalan sebagaimana mestinya. Beberapa toko *online* memiliki data web yang selalu terupdate dan memiliki informasi kontak yang jelas.

Saat ini diperkirakan jumlah toko *online* di Indonesia telah berjumlah ratusan, menurut data statistik jumlah masyarakat *online* diseluruh dunia adalah 1,2 milyar dan diperkirakan bertambah menjadi 1,9 milyar pada tahun 2011 (data tahun 2007). Pertumbuhan pengguna internet yang amat pesat nampak diseluruh benua, dan benua Asia tertinggi dari benua-benua lainnya. Para pebisnis kecil yang menggunakan internet marketing bertumbuh 46 persen lebih cepat dibanding mereka yang belum menggunakan internet marketing.

C. Pengertian Jual Beli *Online*

Era globalisasi seluruh dunia maya dimulai dengan era revolusi informasi, dimana berkembangnya teknologi informatika yang semakin memudahkan setiap orang dalam bertukar informasi teknologi. Salah satu pertukaran informasi teknologi yang menjadi topik di dunia internet adalah bisnis *online*. Bisnis *online* adalah pemasaran barang dan jasa yang dilakukan melalui media internet

Internet hanya sebagai media menyampaikan para pelaku bisnis kepada konsumen. Biasanya media website, blog, *facebook*, *instagram*, dan lain-lain. Untuk melakukan bisnis *online* ini dituntut untuk melakukan dan mengoperasikan

berbagai media. Media di sini antara lain adalah Laptop, Netebook, Telepon Seluler, dan lain sebagainya. Guna dari perangkat media disini adalah sebagai jalur untuk melakukan browsing melalui internet.

Tidak mengherankan bahwa internet menjadi alat untuk melakukan dan mengelola bisnis, karena internet dianggap sebagai pasar yang potensial. Bisnis *online* dapat dijalankan oleh perorangan, organisasi/perusahaan baik secara paruh waktu atau *fulltime*, tergantung bagaimana seseorang akan menjalankan bisnis *online* tersebut.

Bisnis *online* ini dikenal dengan istilah *e-commerce* atau *Electronic Commerce* yaitu perdagangan yang dilakukan dengan menggunakan fasilitas elektronik (internet). Untuk membangun bisnis dengan *e-commerce* dapat dilakukan dengan cara berbisnis *online*, dan barang dagangan yang diperjual belikan dapat berupa barang jadi dan jasa, seperti: toko *online*, *home industry online*, *agency online*, dan lain sebagainya.

Jual beli *online* atau familiar disebut *online shop* merupakan perdagangan yang mengikuti perkembangan zaman, dimana hampir seluruh lapisan masyarakat mengalami modifikasi sedemikian rupa.⁵² Pada mulanya sistem penukaran barang hanya bisa dilakukan secara manual (barter) dengan mengharuskan kehadiran antara penjual dan pembeli di suatu tempat dengan adanya barang disertai dengan transaksi (ijab dan qabul). Namun dengan kemudahan fasilitas dan semakin canggihnya teknologi, proses jual beli yang tadinya mengharuskan cara manual bisa saja dilakukan via internet.

⁵²Suhartono, *Perniagaan Online Syariah: suatu kajian dalam perspektif hukum perikatan islam*, (Jakarta: Bina Cipta, 2010), hlm. 85.

Adapun jual beli *online* merupakan transaksi pesanan dalam model bisnis era global yang *non fece*, dengan hanya melakukan transfer data lewat jaringan internet (*data interchange*), yang mana kedua belah pihak antara penjual dan pembeli, atau menembus batas sistem pemasaran dan bisnis *online* dengan menggunakan *central shop*. Perkembangan teknologi inilah yang bisa memudahkan transaksi jarak jauh, dimana manusia bisa dapat berinteraksi secara singkat walaupun tanpa *fece to face*, akan tetapi di dalam bisnis yang terpenting adalah memberi informasi dan memberi keuntungan. *E-commerce* secara umumnya merujuk pada semua bentuk transaksi komersial, yang menyangkut organisasi dan transmisi data yang digeneralisasikan dalam bentuk teks, suara dan gambar secara lengkap.⁵³

Jual beli *online* yaitu sebuah akad jual beli yang dilakukan dengan menggunakan sarana elektronik (internet) baik berupa barang maupun berupa jasa. Atau akad yang disepakati dengan menentukan ciri-ciri tertentu dengan membayar harganya terlebih dahulu sedangkan barangnya diserahkan kemudian.

Bisnis *online* sebenarnya tidak jauh berbeda dengan bisnis jual beli biasa. Hanya saja area pemasarannya yang berbeda. Pemasaran di internet jauh lebih luas dan terbuka. Dalam perkembangannya, bisnis *online* tidak lagi hanya sebatas menjual dan membeli. Tapi juga merambah sistem periklanan, sistem *makelar/afliasi*, dan sistem jaringan/network. Hal itu menyebabkan semakin banyaknya peluang yang terbuka untuk ikut menuai penghasilan melalui internet. Sudah banyak orang-orang sukses yang bertebaran di bisnis *online*. Hebatnya lagi,

⁵³[Http://wordpress.com/transaksi-jual-beli-secara-online](http://wordpress.com/transaksi-jual-beli-secara-online), diunduh tanggal 02 april 2017, pukul 19.15 WIB.

sebagian besar mereka bukanlah pemilik atau pembuat produk/jasa, tapi hanya sebagai tukang promosikan barang/jasa milik orang atau perusahaan yang bersedia memberikan komisi atas tiap-tiap barang/jasa yang berhasil terjual.

Dalam membangun bisnis *online* juga dibutuhkan persiapan yang memadai seperti halnya bisnis jual beli biasa. Baik dari faktor modal, ketersediaan barang, pasar, dan lain sebagainya. Meskipun demikian, persiapan dalam bisnis *online* lebih sederhana dibandingkan dengan bisnis jual beli biasa. Selain itu, modal yang dibutuhkan juga tidak terlalu besar seperti pada bisnis *offline*.

Dalam bisnis *online* pelaku usaha harus memiliki barang yang menjadi obyek transaksi atau barang yang diperjual belikan. Untuk menyediakan barang pastilah dibutuhkan modal, meskipun demikian modal yang dibutuhkan lebih kecil, karna pelaku usaha tidak memerlukan barang dalam jumlah massal. Selain itu pelaku usaha juga tidak perlu menyewa ruangan sebagai toko untuk memajang barang dagangan. Bahkan apabila pelaku usaha mampu menjalin kerjasama dengan *vendor* lain, maka modal yang dibutuhkan untuk memulai bisnis *online* ini dapat lebih diminimalkan. *Vendor* yang dimaksudkan dalam hal ini adalah toko atau distributor barang yang menjadi obyek transaksi dalam bisnis *online* yang akan dijalankan.

Satu hal yang harus diperhatikan dalam menekuni bisnis *online* adalah kejujuran. Bisnis ini dijalankan dengan berlandaskan asas kejujuran dan iktikad baik dari masing-masing pihak yang bertransaksi. Oleh sebab itu, pastikan pelaku usaha memberikan informasi yang jujur dan *valid* seputar barang yang dijual. Jika barang siap jual, maka berikan keterangan *ready stock*. Namun, apabila barang

yang dijual tidak *ready stock* dan membutuhkan waktu untuk membuatnya, maka berilah keterangan yang jelas. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi salah paham antara pelaku usaha sebagai *seller* dengan calon konsumen sebagai *buyer* yang berminat untuk bertransaksi.⁵⁴

Mekanisme transaksi dalam bisnis *online* dimulai dengan men-*display* foto produk oleh *seller* pada *blogstore* atau *webstore*. Selain foto produk, *seller* juga menampilkan alamat email dan nomor telepon (ponsel). Selanjutnya bagi *buyer* yang berminat dengan produk yang dipajang oleh *seller* bisa langsung menghubungi *seller* via email, telepon, ataupun SMS (*Short Message Service*). Jika produk yang diminatai *buyer* masih tersedia stocknya, maka *seller* mengkonfirmasi ketersediaan produk tersebut kepada *buyer* serta memberikan informasi mengenai total biaya yang harus dibayarkan mencakup harga produk dan ongkos kirim ke alamat *buyer*. Selain itu, *seller* juga mengirimkan informasi nomor rekening bank tujuan transfer kepada *buyer*. Apabila *buyer* sudah mentransfer sejumlah uang yang sudah ditetapkan, maka *buyer* memberikan konfirmasi balik kepada *seller* dengan cara mengirimkan foto bukti transfer kepada *seller* bahwa pembelian atas produk yang diinginkan *buyer* telah dibayarkan via transfer. Meskipun *buyer* sudah memberikan konfirmasi pembayaran, sebaiknya *seller* mengecek ke rekening bank yang dimiliki. Jika pembayaran telah diterima *seller*, maka barang siap dikirimkan ke alamat *buyer*.

Transaksi dalam bisnis *online* tidak ada pertemuan antara *seller* dengan *buyer*, sehingga *buyer* tidak bisa membawa langsung barang yang diinginkannya.

⁵⁴Munir Fuady, *Hukum Bisnis dalam Teori dan Praktik*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1994), hlm. 165.

Oleh sebab itu, bisnis ini membutuhkan jasa pengiriman atau ekspedisi untuk mengirimkan barang pesanan kepada *buyer*. Penggunaan jasa pengiriman tersebut pastilah membutuhkan biaya kirim dan sudah menjadi ketentuan tidak tertulis bahwa biaya kirim ditanggung oleh *buyer*. Ada banyak jasa pengiriman yang bisa digunakan misalnya TIKI, JNE, Pos Indonesia, ESL Express, MEX Berlian, dan lain sebagainya.

Ekosistem toko dan bisnis *online* atau yang lebih populer dengan nama *e-commerce* di Indonesia pelan-pelan menunjukkan geliatnya. Menurut data yang dirilis biro riset Frost & Sullivan, bersama China, Indonesia menjadi Negara dengan pertumbuhan pasar *e-commerce* terbesar di dunia dengan rata-rata pertumbuhan 17 persen setiap tahun.

Bila melihat potensi tersebut, tidak heran jika kegiatan berbelanja *online* kini telah menjadi gaya hidup yang digandrungi oleh orang banyak. Hal ini juga mendorong munculnya berbagai toko *online* baru yang hadir untuk bersaing di industri pasar *online* Indonesia. Ada beberapa pelaku industri *e-commerce* yang saat ini ditengarai mendominasi pasar *online* Indonesia yaitu:⁵⁵

1. Tokopedia

PT Tokopedia didirikan pada 6 Februari 2009, sedangkan Tokopedia.com secara resmi diperkenalkan ke publik pada 17 Agustus 2009. Seperti yang sudah diketahui Tokopedia.com merupakan salah satu mall *online* di Indonesia yang mengusung model bisnis *marketplace*. Sejak diluncurkan hingga akhir 2015, layanan dasar

⁵⁵<http://carisinyal.com/aplikas-jual-beli-online>, didownload tanggal 03 April 2017, pukul 09.35 WIB.

Tokopedia bisa digunakan oleh semua orang secara gratis. Tokopedia memudahkan setiap orang untuk berjualan secara *online*. Aplikasi jual beli *online* terpopuler ini banyak dipakai oleh masyarakat Indonesia karena metode pembayaran yang aman. Pembeli akan mentransfer pembayaran ke rekening Tokopedia, sedangkan pihak tokopedia akan memberi konfirmasi kepada penjual untuk mengirim barang kepada pembeli. Setelah pemberi menerima barang tersebut, Tokopedia akan menruskan pembayaran ke penjual.

2. Lazada.

Lazada merupakan situs belanja *online* yang menawarkan berbagai macam jenis produk, mulai dari elektronik, buku, mainan anak, perlengkapan bayi, alat kesehatan, produk kecantikan, peralatan rumah tangga, perlengkapan traveling dan olahraga. Didirikan sejak 2012 lalu, Lazada merupakan salah satu cabang dari jaringan retail *online* LAZADA Asia Tenggara. Lazada pernah memperoleh penghargaan di Indonesia Celuller Award 2015 dalam kategori *Best Online Shop App*. Aplikasi ini menawarkan metode pembayaran yang aman dan garansi uang kembali jika tidak puas dengan produk yang dibeli di sini.

3. OLX

OLX yang mempopulerkan yang namanya COD (*Cash On Delivery*). OLX Indonesia adalah tempat untuk mencari barang baru atau bekas berkualitas seperti produk elektronik, otomotif, peralatan rumah tangga, aneka jasa, dan juga lowongan kerja. Dahulu sebelum menjadi

OLX, nama dari situs ini adalah Tokobagus.com. Setelah tahun 2014, Berniaga.com resmi bergabung dan nama dari situs jual beli *online* ini menjadi OLX.

4. Elevenia

Elevenia menerapkan konsep *open marketplace* nomor satu di Indonesia yang memberikan kemudahan dan keamanan berbelanja. Tercatat bahwa Elevenia menawarkan lebih dari dua juta produk dari 16.000 *seller* yang terbagi dalam 8 kategori. Dan Februari lalu elevenia telah berhasil menambah *sellernya* hingga lebih dari 23.000 *seller* dan *live listing* 2 juta produk.

5. Shopee

Sebagian orang mungkin belum mengetahui apa itu Shopee. Karena berbeda dengan aplikasi *online* yang lain, iklan komersial Shopee memang tidak menjangkau layar kaca. Shopee merupakan aplikasi *download* gratis untuk mempermudah proses jual beli secara *online*. Aplikasi ini menyediakan fitur *chat* yang memudahkan komunikasi *real time* antara penjual dan pembeli.

6. Bukalapak

Sama seperti Tokopedia, Bukalapak juga menyediakan metode pembayaran yang aman dan variatif. Sebagai penjual, dana akan diterima ke dalam dompet Bukalapak, lalu dana tersebut segera dicairkan di rekening pribadi.

7. Blibli.com

Blibli adalah produk pertama PT Global Digital Niaga yang merupakan anak perusahaan Djarum dibidang digital yang didirikan pada tahun 2010. Kantor pusat Blibli bermarkas di Jakarta Barat. Sama seperti Lazada, Blibli.com juga memeberikan garansi untuk pembeli yang kurang puas dengan barang yang sudah diterima. Sistem pembayaran di Blibli.com juga terbilang aman karena udah terverifikasi dengan *VeriSign* dan *Credit Card Fraud Detection System*.

8. Sale Stock Indonesia

Sale Stock Indonesia menawarkan metode pembayaran *cash on delivery* atau membayar pada saat pembeli menerima barang tersebut. Di dalam aplikasi ini ada pula tips dan trik seputar *fashion* yang sangat bermanfaat

9. Zalora

Zalora Indonesia didirikan pada tahun 2012 oleh Catherine Sutjahyo yang merupakan bagian dari Zalora Grup di Asia. Zalora merupakan anak perusahaan dari situs belanja *online* Zalando. Zalora adalah toko *fashion online* terbesar dan ternama di Indonesia. Karena ini adalah toko *fashion online* jadi semua barang yang dijual di sini berhubungan dengan pakaian, sepatu dan aksesoris. Ketika baru mengunduh dan mendaftarkan diri di Zalora, pembeli akan memperoleh *voucher* khusus yang bisa dipakai untuk berbelanja di aplikasi Zalora ini.

10. MatahariMall.com

Walaupun masih terbilang baru, MatahariMall.com siap bersaing dengan aplikasi sejenis lainnya untuk menawarkan kemudahan berbelanja *online* yang aman. Aplikasi *E-commerce* yang ditawarkan oleh MatahariMall.com memang memiliki *interface* yang sederhana sehingga lebih mudah dipakai.

Dengan makin berkembangnya *trend* jual beli *online* saat ini, tentunya membawa semakin banyak orang yang ingin mencoba berjual beli *online*, entah sebagai pembeli ataupun sebagai penjual. Tentunya para pelaku jual beli *online* menginginkan proses transaksi yang aman dan nyaman bagi kedua belah pihak. Pelaku jual beli *online* dituntut untuk mengetahui lebih dalam mengenai proses, resiko serta keamanan dari sebuah transaksi *online*. Oleh karena itu, pelaku jual beli *online* terutama yang masih awam mengenai transaksi berjual beli *online* dituntut untuk mengetahui 3 (tiga) jenis transaksi berjual beli *online* yang umum dilakukan di Indonesia yaitu:⁵⁶

1. Transfer Antar Bank

Transaksi dengan cara ini merupakan jenis yang paling umum dan populer digunakan oleh para pelaku jual beli *online*. Selain cukup *simple*, jenis transaksi ini juga memudahkan proses karena dana bisa dengan cepat di cek oleh penjual. Prosesnya adalah pembeli mengirim dana yang telah disepakati lalu setelah dana masuk, maka penjual akan mengirimkan barang yang dijanjikan.

⁵⁶<http://www.maxmanroe.com/3-jenis-jual-beli-online-terpopuler-di-indonesi>, dikutip 1 April 2017, pukul 09.45 WIB.

Kekurangan transaksi ini adalah diperlukannya kepercayaan yang tinggi dari para pembeli sebelum memutuskan mengirim dana. Disini tidak jarang terjadi penipuan, setelah dana terkirim ternyata barang tidak kunjung diterima.

2. COD (Cash On Delivery)

Pada sistem COD sebenarnya masih menganut cara lama yaitu bertemu antara penjual dan pembeli. Biasanya sistem transaksi ini dilakukan dalam jual beli barang *second* karena pembeli harus memeriksa dengan baik keadaan barang tersebut. Keuntungan dari sistem ini adalah antara penjual dan pembeli lebih leluasa dalam proses transaksi. Pembeli bisa melihat dengan detail barang yang akan dibeli, dan juga memungkinkan tawar menawar. Transaksi ini dipopulerkan oleh website jual beli seperti Tokobagus, Berniaga, dll

Kekurangan dari sistem ini adalah keamanan baik penjual maupun pembeli. Karena mungkin saja pihak yang akan kita temui adalah orang yang berniat jahat. Oleh karena itu, hal yang bisa dilakukan adalah dengan menentukan tempat transaksi yang aman bisa ditempat keramaian atau pergi bersama orang yang dapat dipercaya.

3. Rekening Bersama (Rekber)

Pada transaksi ini cara pembayarannya sedikit berbeda dengan proses pembayaran melalui transfer bank. Jika dalam transfer bank, pihak ketiganya adalah bank, sedangkan dalam sistem rekber yang menjadi pihak ketiga adalah lembaga pembayaran yang telah dipercaya baik oleh pihak penjual maupun pembeli. Prosesnya yaitu pertama pembeli mentransfer dana ke pihak

lembaga Rekber. Setelah dana dikonfirmasi masuk, lalu pihak rekber meminta penjual mengirim barang yang sudah disepakati

Dengan sistem ini dana yang diberikan oleh pembeli bisa lebih terjamin keamanannya. Karena dananya hanya akan dilepas jika barang benar-benar sudah ditangan. Sistem ini banyak digunakan pada proses jual beli antara member forum Kaskus, Tokopedia, dll.

Setiap perubahan pasti membawa pengaruh bagi kehidupan sehari-hari. Berikut ini dampak positif dan negatif dari jual beli *online*:⁵⁷

Dampak positif jual beli online bagi kalangan pengusaha

1. Dapat memperluas pasar sampai dengan tingkat internasional dengan modal kecil karena melalui internet para pengusaha dengan mudah bisa mendapatkan lebih banyak konsumen
2. Memungkinkan pengusaha untuk menurunkan jumlah persediaan barang dan kelebihan persediaan barang karena penyimpanan barang akan tergantung pada pemesanan konsumen
3. Dapat meningkatkan citra perusahaan dengan semakin baiknya pelayanan pada konsumen, ditemukannya mitra-mitra bisnis baru

Bagi konsumen

1. Belanja lebih praktis

⁵⁷<http://www.dampak-jual-beli-online>, di *download* tanggal 09 April 2017, pukul 15.00 WIB.

2. Bisa membandingkan harga dengan mudah dari satu toko online ke toko online yang lain dan memberikan banyak pilihan bagi para konsumen
3. Cakupan berbelanja lebih luas, bahkan konsumen bisa membeli barang dari luar kota atau luar negeri
4. Harga barang-barang yang dijual di *online shop* biasanya lebih murah dibandingkan dengan barang-barang yang dijual di toko-toko. Hal ini dikarenakan toko online tidak membutuhkan biaya sewa toko
5. Memungkinkan para konsumen untuk berbelanja atau melakukan transaksi selama 24 jam untuk seluruh lokasi diseluruh dunia

Selain dampak positif, ternyata jual beli online juga memiliki dampak negatif di antaranya adalah :

Secara teknis:

1. Dapat mudah terjadi kesalahan pengiriman barang yang dapat memperlama dalam memperoleh barang tersebut
2. Model barang yang diinginkan kadang-kadang berbeda dengan yang tercantum diwebsite
3. Rentan aksi penipuan, dimana banyak kasus ketika pembeli telah mengirimkan sejumlah uang yang telah disepakati, barang yang dibeli tidak dikirim
4. Rentan rusak atau pecah karena media pengiriman adalah pos

Secara hukum:

1. Masih adanya beberapa permasalahan hukum yang belum terpecahkan, sedangkan peraturan perundangan-undangan yang dibuat oleh pemerintah Negara-negara cenderung belum sempurna untuk dapat menjangkau beberapa permasalahan hukum seperti masalah terjadinya sengketa dalam perdagangan elektronik yang sifatnya lintas batas
2. Keamanan dan privasi dalam perdagangan elektronik dapat merugikan pihak konsumen terutama dalam akses informasi pribadi konsumen.⁵⁸

D. Hubungan Jual Beli *Online* dan Jual Beli Salam dalam KHES

Dewasa ini kegiatan bisnis dengan memanfaatkan jejaring internet semakin marak, bahkan menjadi *trend* yang paling progresif dibanding model bisnis lainnya. Jaringan internet yang kian luas dan pengguna internet yang semakin banyak menjadikan konektivitas kian terbuka, fleksibel, mudah, dan cepat. Menurut data yang dilansir Kemenkominfo, saat ini jumlah pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 57 % penduduk atau sekitar mencapai hampir 137 juta pengguna, hal tersebut ditangkap sebagai *opportunity* yang menjanjikan oleh para *entrepreneur* untuk menjalankan model bisnis berbasis internet. Aktivitas bisnis yang mereka lakukan dengan memanfaatkan jejaring internet umumnya dikenal dengan istilah *electronic business* atau *e-business* atau populer juga dengan sebutan bisnis *online*.

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) pasal 20 menjelaskan bahwa bai' salam adalah jasa pembiayaan yang berkaitan dengan jual beli yang pembayarannya dilakukan bersamaan dengan pemesanan. Bai' salam dapat

⁵⁸Sinta Dewi, *Perlindungan Privasi atas Informasi Pribadi dalam E-Commerce Menurut Hukum Internasional*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 60.

dimaknai juga sebagai akad jual beli barang pesanan diantara penjual dan pembeli. Spesifikasi dan harga barang pesanan harus sudah disepakati di awal akad. Ulama Syafi'iyah dan Hanabalah menjelaskan salam adalah akad atas barang pesanan dengan spesifikasi tertentu yang ditangguhkan penyerahannya pada waktu tertentu, dimana pembayaran dilakukan secara tunai di majlis akad. Sedangkan, ulama Malikiyyah menyatakan salam adalah akad jual beli dimana modal (pembayaran) dilakukan secara tunai (di muka) dan obyek pesanan diserahkan kemudian dengan jangka waktu tertentu.

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah pengaturan mengenai bai' salam terdapat dalam bagian ketiga KHES.

Pasal 100

- (1) Akad bai' salam terikat dengan adanya ijab dan kabul seperti dalam penjualan biasa.
- (2) Akad bai' salam sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan sesuai kebiasaan dan kepatutan.

Pasal 101

- (1) Jual beli salam dapat dilakukan dengan syarat kuantitas dan kualitas barang sudah jelas
- (2) Kuantitas barang dapat diukur dengan takaran atau timbangan dan atau meteran
- (3) Spesifikasi barang yang dipesan harus diketahui secara sempurna oleh para pihak

Pasal 102

Bai' salam harus memenuhi syarat bahwa barang yang dijual, waktu, dan tempat penyerahan dinyatakan dengan jelas.

Pasal 103

Pembayaran barang dalam bai' salam dapat dilakukan pada waktu dan tempat yang disepakati.

Jual beli secara *online* sejenis dengan jual beli salam. Dalam istilah hukum Islam *as-salam* atau dinamai juga *as-salaf* disebut dengan pembayaran yang didahulukan. Yang dimaksud dengan pembayaran yang didahulukan adalah penjualan suatu barang yang masih berada di tanggungan penjual, namun pembayaran terhadap barang tersebut telah dilakukan oleh pembeli terlebih dahulu.

Untuk hal itu, para *fuqaha* (ahli Hukum Islam) menamainya dengan *al-mahawi'ij*, yang dalam istilah Indonesianya diartikan sebagai barang mendesak. Sebab, dalam jual beli barang yang menjadi obyek perjanjian jual beli tidak ada di tempat. Sementara itu, kedua belah pihak (penjual dan pembeli) telah sepakat untuk melakukan pembayaran terlebih dahulu.

Adapun rukun dari akad bai' salam yang harus dipenuhi dalam transaksi jual beli *online* adalah:

1. *muslam* (pembeli) adalah pihak yang membutuhkan atau memesan barang
2. *muslam ilaih* (penjual) adalah pihak yang memasok atau memproduksi barang pesanan
3. barang atau hasil produksi (*muslam fiih*) dengan spesifikasinya dan harga
4. ijab dan qabul (*sighah*)⁵⁹

⁵⁹*Op., Cit.*, Suhrawardi K. Lubis, hlm. 153.

adapun syarat-syarat operasional yang harus dipenuhi dalam bai' salam antara lain:

1. pembeli harus membayar penuh barang yang dipesan pada saat akad salam disepakati.
2. Bai' salam hanya boleh digunakan untuk jual beli komoditas yang kualitas dan kuantitasnya dapat ditentukan dengan tepat
3. Kualitas dari komoditas yang akan dijual dengan akad salam perlu mempunyai spesifikasi yang jelas tanpa keraguan yang dapat menimbulkan perselisihan
4. Ukuran kuantitas dari komoditas perlu disepakati dengan tegas
5. Tanggal dan tempat penyerahan barang yang pasti harus ditetapkan dalam kontrak akad.

Secara operasional, rujukan yuridis yang dapat dijadikan pijakan oleh para pelaku bisnis *online* agar dapat menjalankan model bai' salam adalah Fatwa DSN No. 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Salam

Menetapkan: FATWA TENTANG JUAL BELI SALAM

Pertama: **ketentuan tentang pembayaran**

- 1) Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang atau manfaat.
- 2) Pembayaran harus dilakukan pada saat kontrak disepakati.
- 3) Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan Hutang

Kedua: **ketentuan tentang barang**

- 1) Harus jelas ciri-cirinya dan dapat diakui sebagai hutang
- 2) Harus dapat dijelaskan spesifikasinya
- 3) Penyerahannya dilakukan kemudian
- 4) Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan
- 5) Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya

- 6) Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan

Ketiga: **ketentuan tentang *salam paralel***

Dibolehkan melakukan melakukan salam parallel dengan syarat:

- 1) Akad kedua terpisah dari akad pertama
- 2) Akad kedua dilakukan setelah akad pertama sah

Keempat: **penyerahan barang sebelum atau pada waktunya**

- 1) Penjual harus menyerahkan barang tepat pada waktunya dengan kualitas dan jumlah yang telah disepakati
- 2) Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih tinggi, penjual tidak boleh meminta tambahan harga
- 3) Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih rendah, dan pembeli rela menerimanya, maka ia tidak boleh menuntut pengurangan harga (diskon)
- 4) Penjual dapat menyerahkan barang lebih cepat dari waktu yang disepakati dengan syarat kualitas dan jumlah barang sesuai dengan kesepakatan, dan ia tidak boleh menuntut tambahan harga.
- 5) Jika semua atau sebagian barang tidak tersedia pada waktu penyerahan atau kualitasnya lebih rendah dan pembeli tidak rela menerimanya, maka ia memiliki dua pilihan:
 - a) Membatalkan kontrak dan meminta kembali uangnya
 - b) Menunggu sampai barang tersedia

Kelima: pembatalan kontrak

Pada dasarnya pembatalan salam boleh dilakukan, selama tidak merugikan kedua belah pihak

Keenam: perselisihan

Jika terjadi perelisihan diantara kedua belah pihak, maka persoalannya diselesaikan melalui Badan Arbitrase Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

Menurut kebiasaan para pedagang, salam untuk jual beli yang tidak tunai (kontan), salam pada awalnya berarti meminjamkan barang atau sesuatu yang seimbang dengan harga tertentu, maksudnya ialah perjanjian yang penyerahan barang-barangnya ditangguhkan hingga masa tertentu, sebagai imbalan harga yang telah ditetapkan ketika akad.

Akad salam ini pada hakikatnya adalah jual beli dengan hutang. Tapi bedanya, yang dihutang bukan uang pembayarannya, melainkan barangnya. Sedangkan pembayarannya justru diserahkan tunai. Akad salam ditetapkan kebolehnya di dalam Al-Qur'an, As-Sunnah dan Ijma'. Dalil Al-Qur'an yang memperbolehkan akad salam terdapat dalam surah Al-Baqarah ayat 282 yaitu:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.⁶⁰

Adapun dalil As-Sunnah, dalil salam ini disebutkan dalam hadist riwayat Ibnu Abbas RA. Bahwa ketika Nabi Muhammad SAW baru tiba di Madinah,

⁶⁰Op., Cit., Al-Qur'an dan terjemahannya, hlm. 245

orang-orang Madinah biasa meminjamkan buah kurma satu tahun dan dua tahun. Maka Nabi Muhammad SAW bersabda: “*siapa yang meminjamkan buah kurma maka harus meminjamkan dengan timbangan yang tertentu dan sampai pada masa yang tertentu*” (HR. Bukhari dan Muslim). Hadist lain tentang bai’ salam: “*barang siapa yang melakukan salam pada sesuatu hendaklah ia melakukan salam dalam takaran tertentu, dan waktu tertentu*” (HR. Muslim).

Karakteristik bisnis *online* yaitu:

1. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak
2. Adanya pertukaran barang, jasa, dan informasi
3. Internet merupakan media utama dalam proses atau mekanisme akad tersebut.

Dari karakteristik di atas, bisa di lihat bahwa yang membedakan bisnis *online* dengan bisnis *offline* yaitu proses transaksi (akad) dan media utama utama dalam proses tersebut. Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis dalam Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu, dan inilah yang dinamakan transaksi bai’ as-salam.

Bisnis *online* dinyatakan haram apabila:

1. Sistemnya haram, seperti *money gambling*. Sebab judi itu haram baik di darat maupun di udara (*online*)

2. Barang/jasa yang menjadi obyek transaksi adalah barang yang diharamkan seperti narkoba, video porno, *online sex*, pelanggaran hak cipta, situs-situs yang bisa membawa pengunjung ke dalam perzinaan
3. Karena melanggar perjanjian (TOS) atau mengandung unsur penipuan
4. Dan hal lainnya yang tidak membawa kemanfaatan tapi justru mengakibatkan kemudharatan.

Selanjutnya hak untuk memilih barang yang di dalam Islam dikenal dengan istilah *khiyar*, di sini dimaksudkan agar konsumen diberi kebebasan mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan selera (keinginannya). Selain itu ia juga perlu mendapat kualitas barang sesuai dengan harga yang ditetapkan dan disepakati. Perlu dihindari adanya penipuan oleh pelaku bisnis terhadap konsumen karena bisa jadi barang yang telah diperoleh tidak sesuai dengan harga yang dibayar. Contoh sederhana misalnya dalam hal timbangan (ukuran), Islam melarang dengan ancaman keras sebagaimana firman Allah swt:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ تَخْسِرُونَ ﴿٣﴾

*Artinya: kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi dan apabila menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.*⁶¹

Ayat di atas menggambarkan perilaku pelaku bisnis yang seringkali dalam setiap praktik perdagangan penjual melakukan penipuan terhadap kosumen (pembeli) dalam hal takaran. Dalam hal ini, penjual sengaja mengurangi bobot

⁶¹*Op., Cit., Al-Qur'an. Hlm. 365*

barang yang dijual dari ukuran seharusnya diterima oleh pembeli sesuai dengan harga yang telah disepakati.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Tentang Perlindungan Hukum Dalam Jual Beli *Online* Menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Kemajuan zaman yang diiringi dengan semakin canggihnya teknologi, membuka peluang baru dalam sektor ekonomi pembangunan secara nasional. Hal ini dapat dilihat dengan meningkatnya berbagai peluang usaha *online shop* di masyarakat.⁶² Secara positif, peluang usaha ini diharapkan dapat mendorong sektor ekonomi. Namun, transaksi *online shop* membuka peluang kepada munculnya kemungkinan kerugian yang dialami oleh konsumen sebagai bagian dari kecurangan, kelalaian, ataupun kesengajaan pihak pelaku usaha. Kondisi ini memunculkan pemahaman pada perlunya perlindungan terhadap konsumen sebagai pihak yang seringkali dirugikan oleh ulah pelaku usaha yang “nakal”.⁶³

Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen antara lain dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen yang membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa baginya, dan penumbuh kembangan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab.

⁶²<http://artikelterkait.com/perlindungan-konsumen-dalam-transaksi-e-commerce>, diunduh tanggal 20 April 2017, pukul 10.30 WIB.

⁶³Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: PT Grasindo, 2006), hlm. 49.

Tujuan yang ingin dicapai dalam perlindungan konsumen ada 6 (enam) yaitu:⁶⁴

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif dari pemakaian barang dan/atau jasa.
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan akses untuk mendapat informasi.
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Perlindungan konsumen yang dijamin oleh undang-undang ini terarah kepada adanya kepastian hukum terhadap segala perolehan kebutuhan konsumen, yang bermula dari “benih hidup dalam rahim ibu sampai dengan tempat pemakaman dan segala kebutuhan di antara keduanya”. Kepastian hukum itu meliputi segala upaya berdasarkan hukum untuk memberdayakan konsumen

⁶⁴Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Pasal 3.

memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan/atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh perilaku pelaku usaha.

Pemberdayaan konsumen itu adalah dengan meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandiriannya melindungi diri sendiri sehingga mampu mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan menghindari berbagai akses negatif pemakaian, penggunaan dan pemanfaatan barang dan/atau jasa kebutuhannya. Di samping itu, juga kemudahan dalam proses menjalankan sengketa konsumen yang timbul karena kerugian yang harta bendanya, keselamatan serta kesehatan tubuhnya, penggunaan dan/atau pemanfaatan produk konsumen.⁶⁵

Ada dua jenis perlindungan yang diberikan kepada konsumen yaitu:⁶⁶

1. Perlindungan Preventif

Perlindungan yang diberikan kepada konsumen pada saat konsumen tersebut akan membeli atau menggunakan atau memanfaatkan suatu barang atau jasa tertentu, mulai melakukan proses pemilihan serangkaian atau sejumlah barang dan atau jasa tersebut dan selanjutnya memutuskan untuk membeli atau menggunakan atau memanfaatkan barang dan jasa dengan spesifikasi tertentu dan merek tertentu tersebut.

⁶⁵Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000), hlm. 87.

⁶⁶*Ibid.*, hlm. 98.

2. Perlindungan Kuratif

Perlindungan yang diberikan kepada konsumen sebagai akibat dari penggunaan atau pemanfaatan barang atau jasa tertentu oleh konsumen. Dalam hal ini perlu diperhatikan bahwa konsumen belum tentu dan tidak perlu, serta tidak boleh dipersamakan dengan pembeli barang dan/atau jasa, meskipun pada umumnya konsumen adalah mereka yang membeli suatu barang atau jasa. Dalam hal ini seseorang dikatakan konsumen, cukup jika orang tersebut adalah pengguna atau pemanfaat atau penikmat dari suatu barang atau jasa, tidak peduli ia mendapatkannya melalui pembelian dan pemberian.

Perlindungan konsumen menurut UUPK diatur dalam pasal 18 tentang ketentuan pencantuman klausula baku. Pasal 18 poin b mengatakan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen.

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah perlindungan konsumen diberinya hak *khiyar* (membatalkan atau melanjutkan akad). Disebutkan dalam Pasal 69 bahwa penjual dan pembeli mempunyai hak *khiyar* selama berada di tempat jual beli, sejak ijab dilakukan hingga berakhirnya pertemuan tersebut. *Khiyar* adalah hak memilih antara dua alternatif yaitu meneruskan atau mengurungkan jual beli. Gunanya *khiyar* oleh syara' supaya kedua belah pihak

tidak menyesal atas apa yang telah dijual atau yang dibeli. Menurut KHES *khiyar* ada lima macam yaitu:⁶⁷

1. *Khiyar syarth* (Pasal 227) yaitu penjual dan pembeli dapat bersepakat untuk mempertimbangkan melanjutkan atau membatalkan akad dengan tenggang waktu tiga hari. Rasulullah bersabda:
Artinya: kamu boleh khiyar pada setiap benda yang telah dibeli selama tiga hari tiga malam” (Riwayat Baihaqi)
2. *Khiyar naqdi* (Pasal 231) (1) penjual dan pembeli dapat melakukan akad dengan pembayaran yang ditangguhkan. (2) Jual beli sebagaimana ditetapkan pada ayat (1) batal jika pembeli tidak membayar benda yang dibelinya pada waktu yang dijanjikan. (3) Jual beli sebagaimana ditetapkan pada ayat (1) batal jika pembeli meninggal pada tenggang waktu *khiyar* sebelum melakukan pembayaran.
3. *Khiyar ru'yah* (Pasal 232) (1) pembeli berhak memeriksa contoh benda yang dibelinya. (2) pembeli berhak untuk meneruskan atau membatalkan akad jual beli yang telah diperiksanya. (3) pembeli berhak meneruskan atau membatalkan akad jual beli jika benda yang dibelinya tidak sesuai dengan contoh. (4) hak untuk memeriksa benda yang akan dibeli, dapat diwakilkan kepada pihak lain.
4. *Khiyar ‘aib* (Pasal 235) benda yang diperjual belikan harus terbebas dari ‘aib, kecuali telah dijelaskan sebelumnya. (Pasal 236) pembeli

⁶⁷Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, hlm. 63.

berhak meneruskan atau membatalkan akad jual beli yang obyeknya ‘aib tanpa penjelasan sebelumnya dari pihak penjual.

5. *Khiyar ghabn* dan *taghrib* (Pasal 243) penjual berhak untuk meneruskan atau membatalkan akad karena penjual memberi keterangan yang salah mengenai kualitas benda yang dijualnya.

B. Analisis Tentang Persamaan dan Perbedaan Perlindungan Hukum Konsumen dalam Jual Beli *Online* Menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

1. Persamaan Perlindungan Hukum Konsumen dalam Jual Beli *Online* menurut UUPK dan KHES

Pembangunan perekonomian dibidang industri telah menghasilkan berbagai *online shop* yang menyediakan berbagai variasi barang dan/atau jasa. Kondisi yang demikian memberi manfaat bagi konsumen karena semakin lebar kebebasan konsumen untuk memilih berbagai barang dan/atau jasa. Di sisi lain, kondisi seperti ini dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, serta cara penjualan, yang merugikan konsumen. Untuk itu konsumen harus mendapat informasi yang benar dalam transaksi jual beli *online*.⁶⁸

Persamaan di bidang perlindungan hukum. Dalam Pasal 18 dinyatakan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan

⁶⁸Janus Sidabalok, “Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia,” dalam *Jurnal Hukum tentang Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, didownload tanggal 22 April 2017, hlm.45.

untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen (Pasal 18 poin b). Sedangkan perlindungan konsumen jual beli *online* menurut KHES yaitu diberi hak pilihan bagi penjual dan pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan akad jual beli yang dilakukan (hak *khiyar*).

Persamaan dibidang informasi dalam transaksi. Dalam UUPK Pasal 4 poin c dijelaskan bahwa informasi harus benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.⁶⁹ Sebab mendapatkan informasi yang benar dan jujur itu merupakan hak konsumen yang harus dilindungi. Sedangkan dalam KHES, pada Pasal 101 disebutkan bahwa informasi kuantitas barang dapat diukur dengan takaran atau timbangan dan atau meteran, spesifikasi barang yang dipesan harus diketahui secara sempurna oleh para pihak. Dalam Pasal 77 disebutkan lagi barang harus terukur menurut porsi, jumlah, berat, atau panjang, baik berupa satuan atau keseluruhan dan barang yang ditakar atau ditimbang sesuai jumlah yang telah ditentukan, sekalipun kapasitas dari takaran dan timbangan tidak diketahui.⁷⁰

Persamaan dibidang pelayanan konsumen. Dalam UUPK pasal 4 poin g menyebutkan konsumen mendapatkan hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Sedangkan dalam KHES konsumen harus mendapatkan pelayanan sesuai dengan syariat Islam yaitu

⁶⁹UUPK, Pasal 4.

⁷⁰KHESPasal 77.

tidak mengandung unsur khilaf (*ghalath*), tidak dilakukan di bawah paksaan (*ikrah*), tidak ada tipuan (*taghrir*), dan tidak ada penyamaran (*ghubn*).

Persamaan dibidang keamanan dalam memproduksi barang dan/atau jasa. Produk atau barang yang diperjualbelikan harus mengutamakan keselamatan konsumen dalam mengkonsumsi barang, selain itu juga mengutamakan label halal seperti Pasal 8 poin poin h yaitu pelaku usaha dilarang memproduksi barang dan/atau jasa yang tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label. Dalam KHES Pasal 76 tentang obyek bai’ poin d menyebutkan barang yang dijual belikan harus halal.

Persamaan dibidang penyelesaian sengketa. Penyelesaian sengketa dalam UUPK Pasal 45 ayat (1) menyebutkan setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. Ayat (2) menyebutkan penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.⁷¹ Sedangkan menurut KHES menggunakan *shulh* (perdamaian). Pasal 537 menyebutkan jika seseorang melaksanakan suatu perdamaian dengan orang lain tentang sebagian dari tuntutananya kepada orang itu dianggap telah menerima pembayaran sebagian dari tuntutananya dan telah melepaskan haknya terhadap sisanya. Pada dasarnya perdamaian (*shulh*) sangat baik dan bahkan dianjurkan oleh hukum Islam, selama perdamaian itu tidak

⁷¹UUPK, Pasal 45

menghalalkan sesuatu yang haram atau mengharamkan sesuatu yang halal.⁷² Namun karena posisi konsumen posisi yang tidak kuat, maka cara penyelesaian perdamaian termasuk padanya sistem penyelesaian *al-tahkim* (arbitrase) tidakakan banyak menguntungkan konsumen.

Persamaan dibidang wanprestasi. Konsumen yang mengalami kerugian atas barang yang telah dibeli melalui *online* maka perlu mendapat perlindungan hukum, yaitu dengan mendapat ganti rugi dari pelaku usaha, seperti yang dijelaskan pada pasal 19 ayat 2 UUPK yaitu ganti rugi dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sedangkan dalam KHES penggantian atas kerugian dibayarkan oleh pihak yang melakukan ingkar janji. Pasal 89 (1) jika penjual jatuh pailit setelah menerima pembayaran tetapi belum menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli, barang tersebut dianggap barang titipan kepunyaan pembeli yang ada di tangan penjual.

2. Perbedaan Perlindungan Hukum Konsumen dalam Jual Beli *Online* menurut UUPK dan KHES

Salah satu prinsip dibidang ekonomi adalah mencari keuntungan sebanyak mungkin dengan pengeluaran sekecil mungkin. Beberapa pelaku usaha sangat menjunjung tinggi prinsip ini, sehingga demi memperoleh keuntungan yang besar, mereka akan melakukan perbuatan yang merugikan konsumen. Keinginan pelaku usaha untuk meraup keuntungan yang sebanyak-banyaknya

⁷²KHES, Pasal 537

dapat mendorong pelaku usaha untuk berbuat curang yang menjadikan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan menempatkan konsumen dalam posisi yang paling lemah. Dan untuk itu konsumen harus mendapatkan perlindungan hukum.⁷³

Perbedaan dibidang penyelesaian sengketa. Penyelesaian sengketa berguna untuk melindungi konsumen dari pelaku usaha yang curang. Penyelesaiannya dapat dilakukan di luar dan di dalam pengadilan. KHES lebih mengutamakan jalur perdamaian (*shulh*). Pasal 537 jika seseorang melaksanakan suatu perdamaian dengan orang lain tentang sebagian dari tuntutananya kepada orang itu, maka orang yang melaksanakan perdamaian itu dianggap telah menerima pembayaran sebagian dari tuntutananya dan telah melepaskan haknya terhadap sisanya.

Perbedaan dibidang sanksi hukum. Di dalam UUPK Pasal 60 ayat (2) sanksi administratif berupa ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah). Serta sanksi pidana Pasal 62 diberikan kepada pelaku usaha jika melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat 2, Pasal 15, Pasal 1 ayat 1 huruf a, huruf b, huruf c, ayat 2, dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Serta pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal13 ayat 1, Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat 1 huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua)

⁷³Munir Fuady, *Hukum Bisnis dalam Teori dan Praktek*, (Bandung: Citra Aditya Bakri, 1994), hlm. 34.

tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah). Dalam KHES Pasal 38 pihak dalam akad yang melakukan ingkar janji dapat dijatuhi sanksi membayar ganti rugi, pembatalan akad, peralihan resiko, denda dan membayar biaya perkara. Dalam Pasal 39 disebutkan lagi sanksi pembayaran ganti rugi dapat dijatuhkan apabila: (a) pihak yang melakukan ingkar janji setelah dinyatakan ingkar janji, tetap melakukan ingkar janji. (b) sesuatu yang harus diberikan atau dibuatnya, hanya dapat diberikan atau dibuat dalam tenggang waktu yang telah dilampaukannya. (c) pihak yang melakukan ingkar janji tidak dapat membuktikan bahwa perbuatan ingkar janji yang dilakukannya tidak di bawah paksaan

Perbedaan dibidang batas waktu pemberian ganti rugi. Dalam UUPK pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah inkra. Pasal 56 ayat (1) menyebutkan dalam waktu paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sejak menerima putusan badan penyelesaian sengketa konsumen pelaku usaha wajib melaksanakan putusan tersebut.⁷⁴ Sedangkan dalam KHES perbuatan yang dapat merugikan satu pihak tidak dibatasi pertanggung jawabannya dengan adanya jangka waktu.

Tabel persamaan jual beli *online* berdasarkan UUPK dan KHES.

No	Aspek	UUPK	KHES
1	Bidang perlindungan konsumen	dilarang membuat klausula baku pada dokumen yang menyatakan bahwa pelaku usaha menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen	Diberi hak <i>khiyar</i> (membatalkan atau melanjutkan akad)
2	Bidang transaksi	Informasi harus benar,	informasi kuantitas

⁷⁴*Op., Cit.,* UUPK, Pasal 56.

	dalam informasi	jasas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa	barang dapat diukur dengan takaran atau timbangan dan atau meteran, spesifikasi barang yang dipesan harus diketahui secara sempurna oleh para pihak.
3	Bidang pelayanan konsumen	konsumen mendapatkan hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.	tidak mengandung unsur khilaf, tidak dilakukan di bawah paksaan, tidak ada tipuan, dan tidak ada penyamaran.
4	Bidang keamanan dalam memproduksi barang dan jasa	harus mengutamakan keselamatan konsumen dalam mengkonsumsi barang, selain itu juga mengutamakan label "halal"	menyebutkan barang yang dijual belikan harus halal.
5	Bidang penyelesaian sengketa	Dapat diselesaikan melalui jalur non litigasi atau luar pengadilan	Dapat di selesaikan melalui jalur <i>shulh</i> (perdamaian).
6	Bidang wanprestasi	Konsumen yang mengalami kerugian mendapat ganti rugi dari pelaku usaha	Jika pelaku usaha jatuh pailit maka pembeli mendapatkan ganti rugi

Tabel perbedaan jual beli *online* menurut UUPK dan KHES:

No	Aspek	UUPK	KHES
1	Bidang penyelesaian sengketa	Dapat diselesaikan melalui peradilan yang berada dilingkungan peradilan umum	Hanya dapat diselesaikan melalui cara <i>shulh</i> (perdamaian)
2	Bidang sanksi hukum	Sanksi hukum di UUPK berupa sanksi pidana dan sanksi administrative	Di dalam KHES hanya berupa sanksi administratif saja
3	Bidang batas waktu pemberian ganti rugi	Dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari kerja setelah menerima putusan	Tidak ada batas waktu

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Kondisi yang demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi dan konsumen dapat memilih aneka jenis barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan konsumen. Disisi lain, kondisi dan fenomena tersebut dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah.

Berdasarkan penjelasan pada bagian sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Perlindungan hukum dalam jual beli *online* menurut UUPK terletak pada pasal 18 poin b yaitu pelaku usaha dilarang membuat klausula baku yang menyatakan bahwa pelaku usaha menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen. Sedangkan perlindungan hukum dalam jual beli *online* menurut KHES ialah diberikannya hak *khiyar* (membatalkan atau melanjutkan akad). Di dalam KHES dikenal 5 (lima) macam *khiyar* yaitu *khiyar syarth* (Pasal 227), *Khiyar naqdi* (Pasal 231), *Khiyar ru'yah* (Pasal 232), *Khiyar 'aib* (Pasal 235), *Khiyar ghabn* dan *taghrib* (Pasal 243)
2. Persamaan dan perbedaan perlindungan hukum konsumen dalam jual beli *online* menurut UUPK dan KHES

Persamaannya diantara lain ialah di bidang perlindungan hukum yaitu pelaku usaha dilarang membuat klausula baku yang menyatakan bahwa pelaku usaha menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen, hal ini sejalan dengan hak *khiyar* yang terdapat dalam KHES. Persamaan dibidang informasi dalam transaksi, yaitu informasi yang didapatkan oleh konsumen dalam jual beli *online* harus sesuai dengan keadaan produk, harga, jenis, ukuran, timbangan dan keterangan lain terkait keadaan produk. Persamaan di bidang pelayanan konsumen, yaitu konsumen harus diperlakukan secara benar, jujur, dan tidak diskriminatif berdasarkan suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya, miskin, dan status sosial lainnya. Persamaan di bidang keamanan dalam memproduksi barang dan/atau jasa, yaitu produk yang yang diperjual belikan harus mengutamakan keselamatan konsumen dan harus mencantumkan label “halal”. Persamaan di bidang penyelesaian sengketa, yaitu konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha dapat menggugat pelaku usaha. Penyelesaiannya dapat ditempuh melalui pengadilan dan luar pengadilan. Tergantung pilihan sukarela para pihak yang bersengketa. Persamaan di bidang wanprestasi atau ingkar janji, yaitu konsumen yang mengalami kerugian akan mendapat ganti rugi dari pelaku usaha seperti pengembalian uang atau penggantian barang sejenis atau setara nilainya.

Perbedaannya diantara lain ialah perbedaan di bidang penyelesaian sengketa yaitu jika menurut UUPK penyelesaian sengketa dilakukan melalui jalur pengadilan atau litigasi maka menurut KHES penyelesaian

sengketa hanya dapat dilakukan melalui luar pengadilan yaitu dengan cara perdamaian. Perbedaan di bidang sanksi hukum, di dalam UUPK sanksi hukum ada dua yaitu sanksi administratif dan sanksi pidana. Kedua sanksi ini telah ditetapkan aturan mengenai sanksi denda dan penjaranya. Sedangkan menurut KHES sanksi dapat berupa pembayaran ganti rugi, pembatalan akad, peralihan resiko, denda dan membayar biaya perkara. Dan terakhir perbedaan di bidang batas waktu pemberian ganti rugi, menurut UUPK batas waktu pemberian ganti rugi ialah 7 (tujuh) hari kerja setelah menerima keputusan dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sedangkan dalam KHES tidak ada batas waktu dalam pemberian ganti rugi.

B. Saran

Berpijak dari hasil pembahasan dan kesimpulan seperti yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. bagi konsumen hendaklah lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi jual beli *online*, bagi pelaku usaha hendaklah bersikap jujur, sebagaimana yang telah dipraktekkan Nabi Muhammad SAW, sedangkan bagi pemerintah terkait hendaklah menegakkan hukum sebagaimana yang tertuang dalam UUPK dan KHES
2. bagi peneliti sendiri, penelitian ini hanya sebatas teori, sehingga peneliti membutuhkan penelitian lanjutan mengenai bagaimana penerapan transaksi jual beli *online* agar terhindar dari kecurangan pihak lain.

BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Perlindungan Konsumen Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

a. Pengertian Konsumen, Hak dan Kewajibannya

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Pengertian lain dari *consumer* atau *consument* itu tergantung dalam posisi mana ia berada. Secara harfiah arti kata *consumer* adalah setiap orang yang menggunakan barang. Begitu pula Kamus Bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.¹

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen didefinisikan sebagai “setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan.”² Pendapat lain merumuskan bahwa konsumen adalah setiap individu atau kelompok yang menjadi pembeli atau pemakai akhir dari kepemilikan khusus, produk, atau pelayanan dan kegiatan, tanpa memperhatikan apakah ia berasal dari pedagang, pemasok, produsen pribadi atau publik, atau apakah ia berbuat sendiri ataukah secara kolektif.³

Az. Nasution menegaskan beberapa batasan tentang konsumen

1. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu

¹Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm. 235.

²Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Bab II, Pasal 3 e.

³Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2010), hlm. 3.

2. Konsumen antara setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang dan/atau jasa lain untuk diperdagangkan
3. Konsumen akhir adalah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali.⁴

Bagi konsumen antara, barang atau jasa itu adalah barang atau jasa kapital, berupa bahan baku, bahan penolong atau komponen dari produk lain yang akan diproduksinya (produsen). Kalau ia distributor atau pedagang berupa barang setengah jadi atau barang jadi yang menjadi mata dagangannya. Konsumen antara ini mendapatkan barang atau jasa itu dipasar industri atau pasar produsen.

Bagi konsumen akhir, barang dan jasa itu adalah barang atau jasa konsumen, yaitu barang atau jasa yang biasanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga atau rumah tangganya (poduk konsumen).Barang atau jasa konsumen ini umumnya diperoleh di pasar-pasar konsumen, dan terdiri dari barang atau jasa yang umumnya digunakan di dalam rumah tangga masyarakat.

Dalam sejarahnya, pada tahun 1962 hak-hak konsumen telah dicetuskan oleh Presiden Amerika Serikat John F. Kennedy, yang disampaikan dalam Kongres Gabungan Negara-negara Bagian di Amerika Serikat, di mana hak-hak konsumen itu meliputi:⁵

1. Hak untuk memperoleh keamanan
2. Hak memilih
3. Hak mendapat informasi
4. Hak untuk didengar

Empat hak dasar ini diakui secara internasional.Dalam perkembangannya, organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *The International Organization of Consumers Union* (IOCU) menambahkan lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan

⁴Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis*, (Malang: PT LKiS Printing Cemerlang, 2009), hlm. 355.

⁵ Mariam Darus Badruzaman, mengutip pendapat John F. Kennedyruuuuuuuuuuyoo

pendidikan konsumen, hak untuk mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.

Namun, tidak semua organisasi konsumen menerima penambahan hak-hak tersebut. Mereka bebas untuk menerima semua atau sebagian. Yayasan Lembaga Perlindungan Konsumen Indonesia (YLKI) misalnya, memutuskan untuk menambahkan satu hak lagi sebagai pelengkap empat dasar hak konsumen, yaitu hak mendapat lingkungan hidup yang baik dan sehat sehingga keseluruhannya dikenal sebagai panca hak konsumen.

Dalam Rancangan Akademik Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang disusun oleh Tim Fakultas Hukum Universitas Indonesia dan Departemen Perdagangan, hak-hak dasar konsumen ditambahkan lagi dengan hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar yang diberikan, dan hak untuk mendapatkan penyelesaian hukum.

Dalam hal ini ada dua pasal yang perlu diperhatikan, yaitu yang mengatur hak-hak konsumen, di samping kewajiban yang harus dilakukan.

1. Hak Konsumen (pasal 4)

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ atau jasa
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya

- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.

Akhirnya, jika semua hak-hak yang disebutkan itu disusun kembali secara sistematis (mulai dari yang diasumsikan yang paling mendasar), akan diperoleh urutan sebagai berikut.

- a. Hak konsumen mendapatkan keamanan

Konsumen berhak mendapatkan keamanan atas barang dan jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk barang dan jasa itu tidak boleh membahayakan jika di konsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik secara jasmani atau rohani.

- b. Hak untuk mendapatkan informasi yang benar

Setiap produk yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar. Informasi ini diperlukan agar konsumen tidak sampai mempunyai gambaran yang keliru atas produk barang dan jasa. Informasi ini dapat disampaikan dengan berbagai cara, seperti secara lisan kepada konsumen, melalui iklan diberbagai media, atau mencantumkan dalam kemasan produk (barang).

- c. Hak untuk di dengar

Hak yang erat kaitannya dengan hak untuk mendapatkan informasi adalah hak untuk didengar. Ini disebabkan informasi yang diberikan pihak yang berkepentingan atau berkompeten sering tidak cukup memuaskan konsumen. Untuk itu, konsumen berhak mengajukan permintaan informasi lebih lanjut.

d. Hak untuk memilih

Dalam mengkonsumsi suatu produk, konsumen berhak menentukan pilihannya. Ia tidak boleh mendapat tekanan dari pihak luar sehingga ia tidak lagi bebas untuk membeli atau tidak membeli. Seandainya ia jadi membeli, ia juga bebas menentukan produk mana yang akan dibeli.

e. Hak untuk mendapatkan produk barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar yang diberikan

Dengan hak ini berarti konsumen harus dilindungi dari permainan harga yang tidak wajar. Dengan kata lain, kuantitas dan kualitas barang dan/atau jasa yang dikonsumsi harus sesuai dengan nilai uang yang dibayar sebagai pengantinya.

f. Hak untuk mendapatkan ganti kerugian

Jika konsumen merasakan, kuantitas dan kualitas barang dan/atau jasa yang dikonsumsi tidak sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya, ia berhak mendapat ganti kerugian yang pantas. Jenis dan jumlah ganti kerugian itu tentu saja harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau atas kesepakatan masing-masing pihak.

g. Hak untuk mendapatkan penyelesaian hukum

Hak untuk mendapatkan ganti kerugian harus ditempatkan lebih tinggi daripada hak pelaku usaha (produsen/penyalur produk) untuk membuat klausula eksonerasi secara sepihak. Jika permintaan yang diajukan konsumen dirasa tidak mendapat tanggapan yang layak dari pihak terkait dalam

hubungan hukum dengannya, maka konsumen berhak mendapatkan penyelesaian hukum termasuk advokasi. Dengan kata lain, konsumen berhak menuntut pertanggung jawaban hukum dari pihak yang dipandang merugikan karena mengkonsumsi produk itu

h. Hak untuk mendapat lingkungan hidup yang baik dan sehat

Hak konsumen atas lingkungan yang baik dan sehat merupakan hak yang diterima sebagai salah satu hak dasar konsumen oleh berbagai organisasi konsumen di dunia. Lingkungan hidup yang baik dan sehat berarti sangat luas, dan setiap makhluk hidup adalah konsumen atas lingkungan hidupnya. Lingkungan hidup meliputi lingkungan hidup dalam arti fisik dan lingkungan non fisik.

i. Hak untuk dilindungi dari akibat negatif persaingan curang

Persaingan curang atau dalam Undang-Undang No. 5 tahun 1999 disebut dengan persaingan usaha tidak sehat dapat terjadi jika seorang pengusaha berusaha menarik langganan atau klien pengusaha lain untuk memajukan usahanya atau sarana yang bertentangan dengan iktikad baik dan kejujuran dalam pergaulan perekonomian.

j. Hak untuk mendapatkan pendidikan konsumen

Masalah perlindungan konsumen di Indonesia termasuk masalah yang baru. Oleh karena itu, wajar bila masih banyak konsumen yang belum menyadari hak-haknya. Kesadaran akan hak tidak dapat dipungkiri sejalan dengan kesadaran hukum. Makin tinggi tingkat kesadaran hukum masyarakat, makin tinggi penghormatannya pada hak-hak dirinya dan orang lain. Upaya

pendidikan konsumen tidak selalu harus melewati jenjang pendidikan formal tetapi dapat melalui media massa dan kegiatan lembaga swadaya masyarakat.

2. Kewajiban Konsumen (Pasal 5)

- a. Membaca dan mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan jasa
- b. Beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan jasa
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

b. Pengertian Pelaku Usaha, Hak dan Kewajibannya

Dalam Pasal 1 angka 3 UU No. 8 Tahun 1999 disebutkan pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.⁶

Dalam penjelasan undang-undang yang termasuk dalam pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importer, pedagang, distributor dan lain-lain.

Dalam Pasal 6 UU No. 8 Tahun 1999 Produsen disebut sebagai pelaku usaha yang mempunyai hak sebagai berikut:⁷

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beriktikad tidak baik
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan

⁶Az. Nasution, *Op., Cit.*, hlm. 17.

⁷Mariam Darius Badruzaman, *Op., Cit.*, hlm. 60.

Adapun dalam Pasal 7 diatur kewajiban pelaku usaha sebagai berikut:⁸

- a. Beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garasi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan
- f. Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.
- g. Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- h. Menerima pembayaran sesuai kesepakatan
- i. Mendapatkan perlindungan hukum dari perlakuan atau tindakan konsumen yang tidak beriktikad baik.
- j. Melakukan pembelaan.

Dalam UUPK pelaku usaha diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sedangkan bagi konsumen diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.

Dalam UUPK tampak bahwa iktikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beriktikad baik dimulai sejak barang dirancang/diproduksi sampai pada tahap penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan oleh kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha), sedangkan bagi

⁸Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Pasal 7.

konsumen kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen.⁹

B. Pengertian perlindungan konsumen

Jika melihat kemajuan perkembangan gerakan konsumen di Amerika Serikat, tentu Indonesia masih harus belajar banyak. Sebagaimana pernah disinyalir oleh ketua IOCU Erna Witoelar, perlindungan konsumen di Indonesia masih tertinggal. Ketertinggalan ini tidak hanya dibandingkan dengan Negara-negara maju, bahkan bila dibandingkan dengan Negara-negara sekitar Indonesia seperti Malaysia, Filipina, Thailand, dan Singapura.

Dilihat dari sejarahnya, gerakan perlindungan konsumen di Indonesia baru benar-benar dipopulerkan sekitar 20 tahun lalu, yakni dengan berdirinya suatu lembaga swadaya masyarakat yang bernama Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Setelah YLKI kemudian muncul beberapa organisasi serupa, antara lain Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang yang berdiri sejak Februari 1988 dan pada 1990 bergabung sebagai anggota *Consumers Indonesia* (CI). Di luar itu, dewasa ini cukup banyak lembaga swadaya masyarakat serupa yang berorientasi pada kepentingan pelayanan konsumen, seperti Yayasan Lembaga Bina Konsumen Indonesia (YLBKI) di Bandung dan perwakilan YLKI di berbagai provinsi di Tanah Air.

Kemajuan teknologi dan informasi dalam era globalisasi berdampak pada perkembangan bidang perindustrian dan perdagangan yang pada akhirnya menghasilkan berbagai variasi barang dan jasa yang dapat dikonsumsi. Begitu juga arus transaksi barang atau jasa antar Negara sangat bervariasi.

⁹Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), hlm. 76.

Kondisi seperti ini menimbulkan manfaat bagi konsumen karena dapat mengadakan pilihan barang atau jasa yang diinginkan dan sesuai dengan kemampuannya, akan tetapi dilain pihak kondisi dan fenomena seperti ini mengakibatkan kedudukan konsumen dan produsen menjadi tidak seimbang. Konsumen berada pada kedudukan yang lemah, konsumen menjadi objek aktifitas untuk meraup keuntungan yang tinggi oleh produsen melalui promosi, penjualan serta penerapan perjanjian standar yang merugikan.

Dalam kegiatan ekonomi perdagangan pada umumnya pihak konsumen mempunyai posisi tawar yang lebih lemah dibanding dengan produsen sehingga konsumen kadang-kadang tidak dapat berbuat banyak ketika menerima barang atau jasa yang kondisinya kurang sesuai dengan yang ditawarkan oleh produsen.

Melihat kondisi yang seperti ini maka konsumen harus mendapat perlindungan, para produsen harus memperlakukan konsumen dengan baik dan tidak boleh berkolusi dengan produsen lain.¹⁰

Dalam pertimbangan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dinyatakan, bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata materiil dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Oleh karena itu, maka pembangunan perekonomian nasional harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/atau jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari pedagang tanpa mengakibatkan kerugian konsumen.

¹⁰Edi Setiadi, *Hukum Pidana Ekonomi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 177.

Untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemadirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuh kembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.

Berdasarkan pertimbangan di atas diperlukan perangkat perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat. Undang-Undang yang dimaksudkan adalah Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.¹¹

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. UUPK menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.¹²

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan terhadap konsumen, barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut. Dari definisi yang ditegaskan dalam Pasal 1 angka 1 UUPK tersebut jelaslah bahwa keinginan yang hendak dicapai dalam hal memberikan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup.

Singkatnya, bahwa segala upaya yang dimaksudkan dalam perlindungan konsumen tersebut tidak saja terhadap tindakan preventif akan tetapi juga tindakan yang represif dalam semua bidang perlindungan yang diberikan kepada konsumen.

¹¹Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaanya di Indonesia*, (Jakarta: Rajawali Pers: 2014), hlm. 191.

¹²Undang-undang Pelindungan Konsumen Pasal 1 Angka 1.

Pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan tujuan:¹³

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses informasi, serta menjamin kepastian hukum
- b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa
- d. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktek usaha yang menipu dan menyesatkan
- e. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.

Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum. Di samping itu perlindungan konsumen diselenggarakan bersama lima asas yang sesuai dengan pembangunan nasional, yaitu:

- a. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b. Asas keadilan maksudnya agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh hak dan kewajibannya secara adil.
- c. Asas keseimbangan maksudnya perlindungan konsumen memberikan keseimbangan antara konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.
- d. Asas keselamatan dan keamanan konsumen, yaitu untuk memberikan jaminan keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan dan pemakaian, serta pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- e. Asas kepastian hukum maksudnya agar pelaku usaha dan konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum.¹⁴

Untuk lebih terlindungnya konsumen, maka Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar, yaitu sanksi administratif dan sanksi pidana.

¹³Gunawan Widjaja, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 94.

¹⁴Zaeni Asyhadie, Op.,Cit., hlm. 192.

1. Sanksi Administratif (pasal 60)

- 1) Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25 dan Pasal 26.
- 2) Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 (duaratus juta rupiah).
- 3) Tata cara penetapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.

2. Sanksi Pidana

Pasal 61, berkaitan dengan sanksi pidanamenegaskan bahwa tuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya.

Selanjutnya dalam pasal 62 secara eksplisit dipertegas apa saja bentuk sanksi pidana tersebut.

- 1) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah).
- 2) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana penjara paling lama 2

(dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00
(lima ratus juta rupiah).

- 3) Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

Berikutnya, pasal 63 dikatakan:

Terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62, dapat dijatuhkan hukuman tambahan, berupa:

- a. perampasan barang tertentu
- b. pengumuman keputusan hakim
- c. pembayaran ganti rugi
- d. perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen
- e. kewajiban penarikan barang dari peredaran atau
- f. pencabutan izin usaha.

C. Pengertian Jual Beli

Jual beli secara etimologis artinya mengganti dan menukar sesuatu yang lain. Sedangkan secara terminologis, ulama hanafiah mendefinisikan dengan “saling menukar harta dengan harta melalui cara tertentu”, atau “tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat”.

Sayyid Sabiq mendefinisikan jual beli dengan “saling menukar harta dengan harta atas dasar suka sama suka”. Pendapat lain mendefinisikan “menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan”. Pendapat lain menyatakan, jual beli

adalah saling tukar harta, saling menerima, dapat dikelola (*tasharruf*) dengan ijab qabul, dengan cara yang sesuai dengan syara'.¹⁵

Soebekti mendefenisikan jual beli sebagai perjanjian timbal balik di mana pihak yang satu (si penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedangkan pihak lain (si pembeli) berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut.¹⁶

Dari beberapa defenisi di atas dapat dipahami bahwa perkataan jual beli menunjukkan adanya perbuatan (aktifitas) dari suatu pihak yang dinamakan “menjual”, sedangkan dari pihak lain dinamakan “membeli”. Adapun barang atau apa yang akan menjadi objek perjanjian jual beli dengan sendirinya harus tertentu (jelas), setidaknya dapat ditentukan wujud dan jumlahnya pada saat akan diserahkan kepada si pembeli. Termasuk juga jelas secara hukum kepemilikan atas barang yang akan diperjual belikan. Karena kalau tidak, jelas tidak sah secara hukum, dan jika hal ini dilanjutkan maka jelas berpotensi menimbulkan masalah hukum dikemudian hari. Penyebabnya adalah karena jual beli yang dilakukan itu dianggap cacat hukum, di mana penjual menjual barang yang bukan miliknya atau masih dalam status sengketa yang masih dalam proses hukum.

Perlu dipahami pula bahwa inti jual beli adalah suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai (manfaat) yang dilakukan atas dasar suka rela di antara kedua belah pihak, yang satu menyerahkan barang, sedangkan yang lain

¹⁵Suhendi Hendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 13.

¹⁶R. Soebekti, *Aneka Perjanjian*, (Bandung: PT Citra Aditiya Bakti, 1995), hlm. 1.

menerima sesuai perjanjian. Semuanya itu harus sesuai pula dengan ketentuan hukum yang berlaku, baik hukum syara' maupun hukum positif yang berlaku.¹⁷

Jual beli pada dasarnya merupakan kegiatan saling bantu antara yang satu dengan yang lain dengan prinsip saling menguntungkan sesuai dengan ketentuan syariat dan peraturan perundangan yang berlaku.¹⁸

Agar jual beli dapat dilakukan secara sah dan memberi pengaruh yang tepat, harus direalisasikan beberapa rukunnya terlebih dahulu. Adapun rukun jual beli menurut jumhur ulama ada empat yaitu:

1. Penjual (*muslam ilaih*)
2. Pembeli (*muslam*)
3. Ijab qabul (*shighah*)
4. Benda atau barang yang akan diperjual belikan (*muslam fiih*).¹⁹

Dari kesepakatan jual beli akan lahir kewajiban-kewajiban di mana si penjual dan si pembeli selaku pihak-pihak yang terlibat harus memenuhinya. Jika salah satu pihak tidak mau menunaikan kewajibannya, maka ia dianggap melakukan wanprestasi. Dengan sendirinya para pihak tidak saja hanya menuntut apa yang menjadi haknya, namun sebelumnya juga harus menunaikan kewajibannya sesuai kelaziman atau yang diperjanjikan. Hak dan kewajiban harus seimbang dan proporsional sehingga terciptalah keadilan yang diharapkan semua orang.

Kewajiban-kewajiban tersebut antara lain:

a. Kewajiban bagi si penjual

- 1) Menyerahkan hak milik atas barang yang diperjual belikan. Kewajiban menyerahkan hak milik meliputi segala perbuatan yang menurut

¹⁷Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), hlm. 7.

¹⁸Burhanuddin, *Hukum Kontrak Syariah*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2009), hlm. 41.

¹⁹Abdullah Al-Mushlih, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, (Jakarta: Darul Haq, 2004), hlm. 89.

hukum diperlukan untuk mengalihkan hak milik atas barang yang diperjual belikan itu dari penjual kepada pembeli.

- 2) Menanggung kenikmatan atas barang tersebut dan menanggung terhadap cacat-cacat yang tersembunyi. Kewajiban ini merupakan konsensus dari jaminan yang oleh penjual diberikan kepada pembeli bahwa barang yang dijual dan *delivered* adalah sungguh-sungguh miliknya sendiri yang bebas dari sesuatu beban atau tuntutan dari suatu pihak.

b. Kewajiban bagi si pembeli

Kewajiban utama si pembeli adalah membayar sejumlah harga pembelian pada waktu dan tempat sebagaimana ditetapkan menurut perjanjian disepakati. Dalam hal ini harga yang harus dibayar adalah sejumlah uang. Sekalipun hal ini tidak tercantum dalam pasal undang-undang, tetapi sudah termaktub dengan sendirinya di dalam pengertian jual beli.

Kewajiban si penjual dan pembeli tersebut sejalan dengan Pasal 63 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa penjual wajib menyerahkan objek jual beli sesuai dengan harga yang telah disepakati dan pembeli wajib menyerahkan uang atau benda yang setara nilainya dengan objek jual beli.

Apabila ditinjau dari aspek hak, maka si penjual berhak menerima sejumlah uang atau harga yang telah disepakati sebagai kompensasi atas berpindahnya barang miliknya kepada pihak lain. Sebaliknya, si pembeli berhak menerima barang yang dibeli sebagai imbalan atas berpindahnya uang miliknya kepada pihak lain, yaitu penjual. Apabila semua proses ini berjalan dengan lancar, maka dapat dipastikan jual beli akan berjalan

sebagaimana mestinya dan sebagai konsekuensinya akan menjamin rasa keadilan semua pihak yang terlibat.²⁰

Dalam segala macam bentuk jual beli sudahlah pasti berpotensi menimbulkan resiko, oleh karena berbagai sebab yang kadang kurang terpikirkan atau sulit diprediksi jauh sebelumnya. Resiko adalah kewajiban memikul kerugian yang disebabkan oleh suatu kejadian (peristiwa) diluar kesalahan salah satu pihak. Misalnya barang yang diperjualbelikan musnah diperjalanan akibat kecelakaan kendaraan yang dipergunakan untuk mengangkut barang tersebut.

Inilah yang di dalam hukum dinamakan resiko. Pihak yang menderita karena barang yang menjadi objek perjanjian ditimpa kejadian yang tidak disengaja dan diwajibkan memikul kerugian itu tanpa adanya keharusan bagi pihak lawannya untuk mengganti kerugian itu.²¹

²⁰Abdullah Al-Mushlih, *Ibid.*, hlm. 91.

²¹Asep Saefudin, *Hukum Keluarga, Pidana dan Bisnis*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), hlm. 148.

BAB III

JUAL BELI *ONLINE* BERDASARKAN KONSEP

KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH

A. Pengertian Jual Beli Berdasarkan KHES

Dilihat dari Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah pengertian jual beli (*al-bai'*) paling tidak harus memenuhi tiga unsur, yakni pihak-pihak, objek, dan kesepakatan (pasal 56).²² Pihak-pihak yang terikat dalam perjanjian jual beli terdiri atas penjual, pembeli dan pihak lain yang terlibat di dalam perjanjian tersebut. Obyek jual beli terdiri atas benda yang berwujud maupun tidak berwujud, yang bergerak maupun tidak bergerak, dan yang terdaftar maupun tidak terdaftar. Sedangkan kesepakatan dapat dilakukan dengan tulisan, lisan dan isyarat yang mana semunyanya memiliki makna hukum yang sama.

Unsur ini nampaknya secara substantif tidak berbeda dengan unsur yang terangkum dalam pengertian KUHPerdato. Unsur inilah yang disebut rukun dalam istilah syariah (muamalah). Dalam suatu perbuatan jual beli, ketiga rukun itu hendaklah dipenuhi, sebab apabila salah satu rukun tidak terpenuhi maka perbuatan tersebut tidak dapat dikategorikan sebagai perbuatan jual beli.

1. Tentang pihak-pihak (subyek)

Kedua belah pihak yang hendak melakukan perjanjian jual beli hendaklah:

²²Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), Pasal 56.

- a) Berakal, orang gila atau bodoh tidak sah jual belinya. Maksudnya dapat membedakan atau memilih mana yang terbaik baginya. Apabila salah satu pihak tidak berakal maka jual beli yang diadakan tidak sah.
- b) Dengan kehendaknya sendiri (bukan dipaksa). Maksudnya, dalam melakukan perbuatan jual beli salah satu pihak tidak melakukan tekanan atau paksaan atas pihak lain.
- c) Keduanya tidak mubazir. Maksudnya, pihak yang mengikatkan diri dalam perjanjian jual beli bukanlah manusia yang boros (mubazir), sebab orang yang boros dalam hukum dikategorikan sebagai orang yang tidak caap bertindak.
- d) Baligh. Baligh atau dewasa dalam hukum Islam adalah apabila telah berumur 15 (lima belas) tahun atau telah bermimpi (bagi anak laki-laki) dan haid (bagi anak perempuan). Dengan demikian jual beli yang dilakukan anak kecil tidak sah.

2. Tentang benda (obyek)

Yang dimaksud obyek jual beli adalah benda yang menjadi sebab terjadinya jual beli. benda yang dijadikan sebagai obyek jual beli haruslah memenuhi syarat-syarat berikut:

- a) Bersih barangnya. Maksudnya, barang yang diperjual belikan bukanlah benda najis atau benda yang digolongkan sebagai benda haram.
- b) Dapat dimanfaatkan. Yang dimaksudkan dengan barang yang bermanfaat adalah kemanfaatan barang tersebut sesuai dengan

ketentuan hukum agama (syariat Islam). Maksudnya pemanfaatan barang tersebut tidak bertentangan dengan norma-norma agama. Misalnya, kalau sesuatu barang dibeli, yang tujuan pemanfaatannya untuk berbuat yang bertentangan dengan syariat Islam, maka barang tersebut dikatakan tidak bermanfaat.

- c) Milik orang yang melakukan akad. Maksudnya, bahwa orang yang melakukan perjanjian jual beli atau sesuatu barang adalah pemilik sah barang tersebut dan/atau telah mendapat izin dari pemilik sah barang tersebut. Dengan demikian, jual beli barang yang dilakukan oleh orang yang bukan pemilik atau yang berhak berdasarkan kuasa pemilik, dipandang sebagai perjanjian jual beli yang batal.
- d) Mampu menyerahkannya. Maksudnya ialah, penjual (baik sebagai pemilik maupun sebagai kuasa) dapat menyerahkan barang yang dijadkannya sebagai obyek jual beli sesuai dengan bentuk dan jumlah yang diperjanjikan pada waktu penyerahan barang kepada pembeli.
- e) Barang yang diakadkan di tangan. Menyangkut perjanjian jual beli atas sesuatu barang yang belum di tangan (tidak berada dalam penguasaan penjual) dilarang, sebab bisa jadi barang tersebut rusak atau tidak dapat diserahkan sebagaimana telah diperjanjikan.²³

Adapun dalam syariat Islam dasar hukum jual beli dapat ditemukan di dalam banyak ayat al-Qur'an antara lain:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

²³Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), hlm. 161.

Artinya: Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ

Artinya: tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu.

إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ

Artinya: kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.²⁴

Dari beberapa dasar yuridis jual beli dalam syariat yang diperkenankan dalam Islam dapat dipahami bahwa aktifitas jual beli guna memenuhi kebutuhan hidup diperkenankan dalam syariat. Demikian pula dalam perundangan yang lain sebagaimana yang tercantum dalam KUHPdt. Islam mengharamkan riba dan menekankan agar dalam aktivitas jual beli perlu dilakukan suka sama suka, dalam arti tidak ada paksaan di antara pihak.²⁵

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah menyatakan bahwa kewajiban memikul kerugian yang tidak disebabkan kesalahan salah satu pihak dinyatakan sebagai resiko (pasal 42). Selanjutnya pasal 43 menjelaskan siapa yang wajib menanggung resiko. Pada ayat (1) dinyatakan bahwa kewajiban menanggung kerugian yang disebabkan oleh kejadian di luar kesalahan salah satu pihak dalam akad, dalam perjanjian sepihak dipikul oleh pihak peminjam. Sedangkan dalam ayat (2) dinyatakan bahwa kewajiban menanggung kerugian yang disebabkan oleh kejadian di luar kesalahan salah satu pihak dalam perjanjian timbal balik, dipikul oleh pihak yang meminjamkan.²⁶

²⁴Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2006), hlm. 117.

²⁵Muhammad Djakfar, *Op., Cit.*, hlm. 175.

²⁶KHES, *Op., Cit.*, hlm. 21.

Berkaitan dengan masalah resiko dalam jual beli, dalam KUHPerdara ada tiga ketentuan yaitu:²⁷

1. Mengenai barang tertentu.

Mengenai barang tertentu ditetapkan oleh pasal 1460 KUHPerdara bahwa barang itu sejak saat pembelian (saat ditutupnya perjanjian) adalah atas tanggungan si pembeli, meskipun penyerahannya belum dilakukan dan si penjual berhak menuntut harganya.

2. Mengenai barang yang dijual menurut berat, jumlah atau ukuran

Menurut KUHPerdara barang yang diperjualbelikan berdasarkan berat, jumlah atau ukuran, maka resiko atas barang yang dijual dibebankan pada si penjual hingga barang-barang tersebut sudah ditimbang, dihitung atau diukur.

3. Mengenai barang-barang yang dijual menurut tumpukan

Barang yang dijual menurut tumpukan hukumnya sama dengan barang yang dijual berdasarkan berat, jumlah atau ukuran. Karena sebetulnya barang yang dijual berdasarkan tumpukan merupakan kumpulan dari barang-barang tertentu.

B. Sejarah Jual Beli *Online*

Belanja *online* pertama kali dilakukan di Inggris pada tahun 1979 oleh Michael Aldrich dari Redifon Computer. Ia menyambungkan televisi berwarna dengan computer yang mampu memproses transaksi secara *realtime* melalui sarana kabel telepon. Sejak tahun 1980, ia menjual sistem belanja yang ia temukan diberbagai penjuru Inggris. Pada tahun 1980, belanja *online* secara luas digunakan di Inggris dan beberapa Negara di

²⁷Muhammad Djakfar, *Op., Cit.*, hlm. 150.

daratan Eropa seperti Perancis yang menggunakan fitur belanja *online* untuk memasarkan Peugeot, Nissan, dan General Motors.

Pada tahun 1992, Charles Stack membuat toko buku pertamanya yang bernama *Book Stuck Unlimited* yang berkembang menjadi Book.com yang kemudian diikuti oleh Jeff Bezos dalam membuat situs web Amazon.com dua tahun kemudian. Selain itu, Pizza Hut juga menggunakan media belanja *online* untuk memperkenalkan pembukaan toko *pizza online*.

Pada tahun 1994, Netscape memperkenalkan SSL Encryption of Data Transferred *Online* karena dianggap hal yang paling penting dari belanja adalah media untuk transaksinya yang aman dan bebas dari penipuan.²⁸

Di Indonesia sendiri baru mulai populer di tahun 2006 dan pada akhir tahun 2008 jumlah toko *online* di Indonesiameningkat puluhan hingga ratusan persen dari tahun sebelumnya. Faktor pendukungnya adalah makin banyaknya pengguna internet di Indonesia. Yang tadinya hanya sekitar 2.000.000 orang pada tahun 2000 menjadi 25.000.000 pada tahun 2008.²⁹ Faktor kedua yang menyebabkan hal tersebut karena semakin mudah dan murah nya koneksi internet di Indonesia.

Semakin banyak *e-commerce* (layanan untuk sarana jual beli *online*) yang berkembang di Indonesia membuat banyak perubahan pola belanja masyarakat yang awalnya bersifat konvensional kini berbelanja cukup dengan memilih produk yang ada di web/blog. Website depkominfo telah mempunyai halaman sistem informasi pemetaan *e-commerce* Indonesia, namun sistem tersebut belum berjalan sebagaimana mestinya.

²⁸<http://tustiya.blogspot.com/sejarah-jual-beli-online-di-dunia>, di *download* tanggal 02 April 2017, pukul 14.30 WIB.

²⁹Internetworldstats.com, data hingga Juni 2008, di *download* tanggal 29 Mei, pukul 10.45 WIB.

Beberapa toko *online* memiliki data web yang selalu terupdate dan memiliki informasi kontak yang jelas.

Saat ini diperkirakan jumlah toko *online* di Indonesia telah berjumlah ratusan, menurut data statistik jumlah masyarakat *online* diseluruh dunia adalah 1,2 milyar dan diperkirakan bertambah menjadi 1,9 milyar pada tahun 2011 (data tahun 2007). Pertumbuhan pengguna internet yang amat pesat nampak diseluruh benua, dan benua Asia tertinggi dari benua-benua lainnya. Para pebisnis kecil yang menggunakan internet marketing bertumbuh 46 persen lebih cepat dibanding mereka yang belum menggunakan internet marketing.

C. Pengertian Jual Beli *Online*

Era globalisasi seluruh dunia maya dimulai dengan era revolusi informasi, dimana berkembangnya teknologi informatika yang semakin memudahkan setiap orang dalam bertukar informasi teknologi. Salah satu pertukaran informasi teknologi yang menjadi topik di dunia internet adalah bisnis *online*. Bisnis *online* adalah pemasaran barang dan jasa yang dilakukan melalui media internet

Internet hanya sebagai media menyampaikan para pelaku bisnis kepada konsumen. Biasanya media website, blog, *facebook*, *instagram*, dan lain-lain. Untuk melakukan bisnis *online* ini dituntut untuk melakukan dan mengoperasikan berbagai media. Media di sini antara lain adalah Laptop, Netebook, Telepon Seluler, dan lain sebagainya. Guna dari perangkat media disini adalah sebagai jalur untuk melakukan browsing melalui internet.

Tidak mengherankan bahwa internet menjadi alat untuk melakukan dan mengelola bisnis, karena internet dianggap sebagai pasar yang potensial. Bisnia *online*

dapat dijalankan oleh perorangan, organisasi/perusahaan baik secara paruh waktu atau *fulltime*, tergantung bagaimana seseorang akan menjalankan bisnis *online* tersebut.

Bisnis *online* ini dikenal dengan istilah *e-commerce* atau *Electronic Commerce* yaitu perdagangan yang dilakukan dengan menggunakan fasilitas elektronik (internet). Untuk membangun bisnis dengan *e-commerce* dapat dilakukan dengan cara berbisnis *online*, dan barang dagangan yang diperjual belikan dapat berupa barang jadi dan jasa, seperti: toko *online*, *home industry online*, *agency online*, dan lain sebagainya.

Jual beli *online* atau familiar disebut *online shop* merupakan perdagangan yang mengikuti perkembangan zaman, dimana hampir seluruh lapisan masyarakat mengalami modifikasi sedemikian rupa.³⁰ Pada mulanya sistem penukaran barang hanya bisa dilakukan secara manual (*barter*) dengan mengharuskan kehadiran antara penjual dan pembeli di suatu tempat dengan adanya barang disertai dengan transaksi (*ijab dan qabul*). Namun dengan kemudahan fasilitas dan semakin canggihnya teknologi, proses jual beli yang tadinya mengharuskan cara manual bisa saja dilakukan via internet.

Adapun jual beli *online* merupakan transaksi pesanan dalam model bisnis era global yang *non fece*, dengan hanya melakukan transfer data lewat jaringan internet (*data interchange*), yang mana kedua belah pihak antara penjual dan pembeli, atau menembus batas sistem pemasaran dan bisnis *online* dengan menggunakan sentral shop. Perkembangan teknologi inilah yang bisa memudahkan transaksi jarak jauh, dimana manusia bisa dapat berinteraksi secara singkat walaupun tanpa *fece to face*, akan tetapi di dalam bisnis yang terpenting adalah memberi informasi dan memberi keuntungan. *E-commerce* secara umumnya merujuk pada semua bentuk transaksi komersial, yang

³⁰Suhartono, *Perniagaan Online Syariah: suatu kajian dalam perspektif hukum perikatan islam*, (Jakarta: Bina Cipta, 2010), hlm. 85.

menyangkut organisasi dan transmisi data yang digeneralisasikan dalam bentuk teks, suara dan gambar secara lengkap.³¹

Jual beli *online* yaitu sebuah akad jual beli yang dilakukan dengan menggunakan sarana elektronik (internet) baik berupa barang maupun berupa jasa. Atau akad yang disepakati dengan menentukan ciri-ciri tertentu dengan membayar harganya terlebih dahulu sedangkan barangnya diserahkan kemudian.

Bisnis *online* sebenarnya tidak jauh berbeda dengan bisnis *offline*. Hanya saja area pemasarannya yang berbeda. Pemasaran di internet jauh lebih luas dan terbuka. Dalam perkembangannya, bisnis *online* tidak lagi hanya sebatas menjual dan membeli. Tapi juga merambah sistem periklanan, sistem makelar/afiliasi, dan sistem jaringan/network. Hal itu menyebabkan semakin banyaknya peluang yang terbuka untuk ikut menuai penghasilan melalui internet. Sudah banyak orang-orang sukses yang bertebaran di bisnis *online*. Hebatnya lagi, sebagian besar mereka bukanlah pemilik atau pembuat produk/jasa, tapi hanya sebagai tukang promosikan barang/jasa milik orang atau perusahaan yang bersedia memberikan komisi atas tiap-tiap barang/jasa yang berhasil terjual.

Dalam membangun bisnis *online* juga dibutuhkan persiapan yang memadai seperti halnya bisnis *offline*. Baik dari faktor modal, ketersediaan barang, pasar, dan lain sebagainya. Meskipun demikian, persiapan dalam bisnis *online* lebih sederhana dibandingkan dengan bisnis *offline*. Selain itu, modal yang dibutuhkan juga tidak terlalu besar seperti pada bisnis *offline*.

³¹<http://wordpress.com/transaksi-jual-beli-secara-online>, di *download* tanggal 02 april 2017, pukul 19.15 WIB.

Dalam bisnis *online* pelaku usaha harus memiliki barang yang menjadi obyek transaksi atau barang yang diperjualbelikan. Untuk menyediakan barang pastilah dibutuhkan modal, meskipun demikian modal yang dibutuhkan lebih kecil, karna pelaku usaha tidak memerlukan barang dalam jumlah missal. Selain itu pelaku usaha juga tidak perlu menyewa ruangan sebagai toko untuk memajang barang dagangan. Bahkan apabila pelaku usaha mampu menjalin kerjasama dengan vendor lain, maka modal yang dibutuhkan untuk memulai bisnis *online* ini dapat lebih diminimalkan. Vendor yang dimaksudkan dalam hal ini adalah toko atau distributor barang yang menjadi obyek transaksi dalam bisnis *online* yang akan dijalankan.

Satu hal yang harus diperhatikan dalam menekuni bisnis *online* adalah kejujuran. Bisnis ini dijalankan dengan berlandaskan asas kejujuran dan iktikad baik dari masing-masing pihak yang bertransaksi. Oleh sebab itu, pastikan pelaku usaha memberikan informasi yang jujur dan valid seputar barang yang dijual. Jika barang siap jual, maka berikan keterangan *ready stock*. Namun, apabila barang yang dijual tidak *ready stock* dan membutuhkan waktu untuk membuatnya, maka berilah keterangan yang jelas. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi salah paham antara pelaku usaha sebagai *seller* dengan calon konsumen sebagai *buyer* yang berminat untuk bertransaksi.³²

Mekanisme transaksi dalam bisnis *online* dimulai dengan men-*display* foto produk oleh *seller* pada *blogstore* atau *webstore*. Selain foto produk, *seller* juga menampilkan alamat email dan nomor telepon (ponsel). Selanjutnya bagi *buyer* yang berminat dengan produk yang dipajang oleh *seller* bisa langsung menghubungi *seller* via email, telepon, ataupun SMS (*Short Message Service*). Jika produk yang diminatai *buyer*

³²Munir Fuady, *Hukum Bisnis dalam Teori dan Praktik*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1994), hlm. 165.

masih tersedia stocknya, maka *seller* mengkonfirmasi ketersediaan produk tersebut kepada *buyer* serta memberikan informasi mengenai total biaya yang harus dibayarkan mencakup harga produk dan ongkos kirim ke alamat *buyer*. Selain itu, *seller* juga mengirimkan informasi nomor rekening bank tujuan transfer kepada *buyer*. Apabila *buyer* sudah mentransfer sejumlah uang yang sudah ditetapkan, maka *buyer* memberikan konfirmasi balik kepada *seller* dengan cara mengirimkan foto bukti transfer kepada *seller* bahwa pembelian atas produk yang diinginkan *buyer* telah dibayarkan via transfer. Meskipun *buyer* sudah memberikan konfirmasi pembayaran, sebaiknya *seller* mengecek ke rekening bank yang dimiliki. Jika pembayaran telah diterima *seller*, maka barang siap dikirimkan ke alamat *buyer*.

Transaksi dalam bisnis *online* tidak ada pertemuan antara *seller* dengan *buyer*, sehingga *buyer* tidak bisa membawa langsung barang yang diinginkannya. Oleh sebab itu, bisnis ini membutuhkan jasa pengiriman atau ekspedisi untuk mengirimkan barang pesanan kepada *buyer*. Penggunaan jasa pengiriman tersebut pastilah membutuhkan biaya kirim dan sudah menjadi ketentuan tidak tertulis bahwa biaya kirim ditanggung oleh *buyer*. Ada banyak jasa pengiriman yang bisa digunakan misalnya TIKI, JNE, Pos Indonesia, ESL Express, MEX Berlian, dan lain sebagainya.

Ekosistem toko dan bisnis *online* atau yang lebih populer dengan nama *e-commerce* di Indonesia pelan-pelan menunjukkan geliatnya. Menurut data yang dirilis biro riset Frost & Sullivan, bersama China, Indonesia menjadi Negara dengan pertumbuhan pasar *e-commerce* terbesar di dunia dengan rata-rata pertumbuhan 17 persen setiap tahun.

Bila melihat potensi tersebut, tidak heran jika kegiatan berbelanja *online* kini telah menjadi gaya hidup yang digandrungi oleh orang banyak. Hal ini juga mendorong munculnya berbagai toko *online* baru yang hadir untuk bersaing di industri pasar *online* Indonesia. Ada beberapa pelaku industri *e-commerce* yang saat ini ditengarai mendominasi pasar *online* Indonesia yaitu:³³

1. Tokopedia

PT Tokopedia didirikan pada 6 Februari 2009, sedangkan Tokopedia.com secara resmi diperkenalkan ke publik pada 17 Agustus 2009. Seperti yang sudah diketahui Tokopedia.com merupakan salah satu mall *online* di Indonesia yang mengusung model bisnis marketplace. Sejak diluncurkan hingga akhir 2015, layanan dasar Tokopedia bisa digunakan oleh semua orang secara gratis. Tokopedia memudahkan setiap orang untuk berjualan secara *online*. Aplikasi jual beli *online* terpopuler ini banyak dipakai oleh masyarakat Indonesia karena metode pembayaran yang aman. Pembeli akan menstransfer pembayaran ke rekening Tokopedia, sedangkan pihak tokopedia akan memberi konfirmasi kepada penjual untuk mengirim barang kepada pembeli. Setelah pemberi menerima barang tersebut, Tokopedia akan menruskan pembayaran ke penjual.

2. Lazada

Lazada merupakan situs belanja *online* yang menawarkan berbagai macam jenis produk, mulai dari elektronik, buku, mainan anak, perlengkapan bayi, alat kesehatan, produk kecantikan, peralatan rumah tangga, perlengkapan

³³<http://carisinyal.com/aplikas-jual-beli-online>, didownload tanggal 03 April 2017, pukul 09.35 WIB.

traveling dan olahraga. Didirikan sejak 2012 lalu, Lazada merupakan salah satu cabang dari jaringan retail *online* LAZADA Asia Tenggara. Lazada pernah memperoleh penghargaan di Indonesia Celuller Award 2015 dalam kategori *Best Online Shop App*. Aplikasi ini menawarkan metode pembayaran yang aman dan garansi uang kembali jika tidak puas dengan produk yang dibeli di sini.

3. OLX

OLX yang mempopulerkan yang namanya COD (*Cash On Delivery*). OLX Indonesia adalah tempat untuk mencari barang baru atau bekas berkualitas seperti produk elektronik, otomotif, peralatan rumah tangga, aneka jasa, dan juga lowongan kerja. Dahulu sebelum menjadi OLX, nama dari situs ini adalah Tokobagus.com. setelah tahun 2014, Berniaga.com resmi bergabung dan nama dari situs jual beli *online* ini menjadi OLX.

4. Elevenia

Elevenia menerapkan konsep open marketplace nomor satu di Indonesia yang memberikan kemudahan dan keamanan berbelanja. Tercatat bahwa elevenia menawarkan lebih dari dua juta produk dari 16.000 seller yang terbagi dalam 8 kategori. Dan Februari lalu elevenia telah berhasil menambah sellernya hingga lebih dari 23.000 seller dan *live listing* 2 juta produk.

5. Shopee

Sebagian orang mungkin belum mengetahui apa itu Shopee. Karena berbeda dengan aplikasi *online* yang lain, iklan komersial Shopee memang tidak menjangkau layar kaca. Shopee merupakan aplikasi didownload gratis untuk

mempermudah proses jual beli secara *online*. Aplikasi ini menyediakan fitur *chat* yang memudahkan komunikasi *real time* antara penjual dan pembeli.

6. Bukalapak

Sama seperti Tokopedia, Bukalapak juga menyediakan metode pembayaran yang aman dan variatif. Sebagai penjual, dana akan diterima ke dalam dompet Bukalapak, lalu dana tersebut segera dicairkan di rekening pribadi.

7. Blibli.com

Blibli adalah produk pertama PT Global Digital Niaga yang merupakan anak perusahaan Djarum dibidang digital yang didirikan pada tahun 2010. Kantor pusat Blibli bermarkas di Jakarta Barat. Sama seperti Lazada, Blibli.com juga memeberikan garansi untuk pembeli yang kurang puas dengan barang yang sudah diterima. Sistem pembayaran di Blibli.com juga terbilang aman karena udah terverifikasi dengan *VeriSign* dan *Credit Card Fraud Detection System*.

8. Sale Stock Indonesia

Sale Stock Indonesia menawarkan metode pembayaran *cash on delivery* atau membayar pada saat pembeli menerima barang tersebut. Di dalam aplikasi ini adapula tips dan trik seputar *fashion* yang sangat bermanfaat

9. Zalora

Zalora Indonesia didirikan pada tahun 2012 oleh Catherine Sutjahyo yang merupakan bagian dari Zalora Grup di Asia. Zalora merupakan anak perusahaan dari situs belanja *online* Zalando. Zalora adalah toko *fashion online* terbesar dan ternama di Indonesia. Karena ini adalah toko *fashion online* jadi semua barang yang dijual di sini berhubungan dengan pakaian,

sepatu dan aksesoris. Ketika baru mengunduh dan mendaftarkan diri di Zalora, pembeli akan memperoleh voucher khusus yang bisa dipakai untuk berbelanja di aplikasi Zalora ini.

10. matahariMall.com

Walaupun masih terbilang baru, MatahariMall.com siap bersaing dengan aplikasi sejenis lainnya untuk menawarkan kemudahan berbelanja *online* yang aman. Aplikasi *E-commerce* yang ditawarkan oleh MatahariMall.com memang memiliki *interface* yang sederhana sehingga lebih mudah dipakai.

Dengan makin berkembangnya *trend* jual beli *online* saat ini, tentunya membawa semakin banyak orang yang ingin mencoba berjual beli *online*, entah sebagai pembeli ataupun sebagai penjual. Tentunya para pelaku jual beli *online* mengiginkan proses transaksi yang aman dan nyaman bagi kedua belah pihak. Pelaku jual beli *online* dituntut untuk mengetahui lebih dalam mengenai proses, resiko serta keamanan dari sebuah transaksi *online*. Oleh karena itu, pelaku jual beli *online* terutama yang masih awam mengenai transaksi berjual beli *online* dituntut untuk mengetahui 3 (tiga) jenis transaksi berjual beli *online* yang umum dilakukan di Indonesia yaitu:³⁴

1. Transfer Antar Bank

Transaksi dengan cara ini merupakan jenis yang paling umum dan populer digunakan oleh para pelaku jual beli *online*. Selain cukup *simple*, jenis transaksi ini juga memudahkan proses karena dana bisa dengan cepat di cek oleh penjual. Prosesnya adalah pembeli mengirim dana yang telah disepakati lalu setelah dana masuk, maka penjual akan mengirimkan barang yang dijanjikan.

³⁴<http://www.maxmanroe.com/3-jenis-jual-beli-online-terpopuler-di-indonesi>, dikutip 1 April 2017, pukul 09.45 WIB.

Kekurangan transaksi ini adalah diperlukannya kepercayaan yang tinggi dari para pembeli sebelum memutuskan mengirim dana. Disini tidak jarang terjadi penipuan, setelah dana terkirim ternyata barang tidak kunjung diterima.

2. COD (Cash On Delivery)

Pada sistem COD sebenarnya masih menganut cara lama yaitu bertemu antara penjual dan pembeli. Biasanya sistem transaksi ini dilakukan dalam jual beli barang *second* karena pembeli harus memeriksa dengan baik keadaan barang tersebut. Keuntungan dari sistem ini adalah antara penjual dan pembeli lebih leluasa dalam proses transaksi. Pembeli bisa melihat dengan detail barang yang akan dibeli, dan juga memungkinkan tawar menawar. Transaksi ini dipopulerkan oleh website jual beli seperti Tokobagus, Berniaga, dll

Kekurangan dari sistem ini adalah keamanan baik penjual maupun pembeli. Karena mungkin saja pihak yang akan kita temui adalah orang yang berniat jahat. Oleh karena itu, hal yang bisa dilakukan adalah dengan menentukan tempat transaksi yang aman bisa ditempat keramaian atau pergi bersama orang yang dapat dipercaya.

3. Rekening Bersama (Rekber)

Pada transaksi ini cara pembayarannya sedikit berbeda dengan proses pembayaran melalui transfer bank. Jika dalam transfer bank, pihak ketiganya adalah bank, sedangkan dalam sistem rekber yang menjadi pihak ketiga adalah lembaga pembayaran yang telah dipercaya baik oleh pihak penjual maupun pembeli. Prosesnya yaitu pertama pembeli mentransfer dana ke pihak lembaga Rekber. Setelah dana dikonfirmasi masuk, lalu pihak rekber meminta penjual mengirim barang yang sudah disepakati

Dengan sistem ini dana yang diberikan oleh pembeli bisa lebih terjamin keamanannya. Karena dananya hanya akan dilepas jika barang benar-benar sudah ditangan. Sistem ini banyak digunakan pada proses jual beli antara member forum Kaskus, Tokopedia, dll.

Setiap perubahan pasti membawa pengaruh bagi kehidupan sehari. Berikut ini dampak positif dan negatif dari jual beli *online*:³⁵

Dampak positif jual beli online bagi kalangan pengusaha

1. Dapat memperluas pasar sampai dengan tingkat internasional dengan modal kecil karena melalui internet para pengusaha dengan mudah bisa mendapatkan lebih banyak konsumen
2. Memungkinkan pengusaha untuk menurunkan jumlah persediaan barang dan kelebihan persediaan barang karena penyimpanan barang akan tergantung pada pemesanan konsumen
3. Dapat meningkatkan citra perusahaan dengan semakin baiknya pelayanan pada konsumen, ditemukannya mitra-mitra bisnis baru

Bagi konsumen

1. Belanja lebih praktis
2. Bisa membandingkan harga dengan mudah dari satu toko online ke toko online yang lain dan memberikan banyak pilihan bagi para konsumen
3. Cakupan berbelanja lebih luas, bahkan konsumen bisa membeli barang dari luar kota atau luar negeri

³⁵<http://www.dampak-jual-beli-online>, di *download* tanggal 09 April 2017, pukul 15.00 WIB.

4. Harga barang-barang yang dijual di online shop biasanya lebih murah dibandingkan dengan barang-barang yang dijual di toko-toko. Hal ini dikarenakan toko online tidak membutuhkan biaya sewa toko
5. Memungkinkan para konsumen untuk berbelanja atau melakukan transaksi selama 24 jam untuk seluruh lokasi diseluruh dunia

Selain dampak positif, ternyata jual beli online juga memiliki dampak negatif di antaranya adalah :

Secara teknis:

1. Dapat mudah terjadi kesalahan pengiriman barang yang dapat memperlama dalam memperoleh barang tersebut
2. Model barang yang diinginkan kadang-kadang berbeda dengan yang tercantum di website
3. Rentan aksi penipuan, dimana banyak kasus ketika pembeli telah mengirimkan sejumlah uang yang telah disepakati, barang yang dibeli tidak dikirim
4. Rentan rusak atau pecah karena media pengiriman adalah pos

Secara hukum:

1. Masih adanya beberapa permasalahan hukum yang belum terpecahkan, sedangkan peraturan perundangan-undangan yang dibuat oleh pemerintah Negara-negara cenderung belum sempurna untuk dapat menjangkau beberapa permasalahan hukum seperti masalah terjadinya sengketa dalam perdagangan elektronik yang sifatnya lintas batas

2. Keamanan dan privasi dalam perdagangan elektronik dapat merugikan pihak konsumen terutama dalam akses informasi pribadi konsumen.³⁶

D. Hubungan Jual Beli *Online* dan Jual Beli Salam dalam KHES

Dewasa ini kegiatan bisnis dengan memanfaatkan jejaring internet semakin marak, bahkan menjadi *trend* yang paling progresif dibanding model bisnis lainnya. Jaringan internet yang kian luas dan pengguna internet yang semakin banyak menjadikan konektivitas kian terbuka, fleksibel, mudah, dan cepat. Menurut data yang dilansir Kemenkominfo, saat ini jumlah pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 57 % penduduk atau sekitar mencapai hampir 137 juta pengguna, hal tersebut ditangkap sebagai *opportunity* yang menjanjikan oleh para *entrepreneur* untuk menjalankan model bisnis berbasis internet. Aktivitas bisnis yang mereka lakukan dengan memanfaatkan jejaring internet umumnya dikenal dengan istilah *electronic business* atau *e-business* atau populer juga dengan sebutan bisnis *online*.

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) pasal 20 menjelaskan bahwa bai' salam adalah jasa pembiayaan yang berkaitan dengan jual beli yang pembayarannya dilakukan bersamaan dengan pemesanan. Bai' salam dapat dimaknai juga sebagai akad jual beli barang pesanan diantara penjual dan pembeli. Spesifikasi dan harga barang pesanan harus sudah disepakati di awal akad. Ulama Syafi'iyah dan Hanabalah menjelaskan salam adalah akad atas barang pesanan dengan spesifikasi tertentu yang ditangguhkan penyerahannya pada waktu tertentu, dimana pembayaran dilakukan secara tunai di majlis akad. Sedangkan, ulama Malikiyyah menyatakan salam adalah akad jual

³⁶Sinta Dewi, *Perlindungan Privasi atas Informasi Pribadi dalam E-Commerce Menurut Hukum Internasional*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 60.

beli dimana modal (pembayaran) dilakukan secara tunai (di muka) dan obyek pesanan diserahkan kemudian dengan jangka waktu tertentu.

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah pengaturan mengenai bai' salam terdapat dalam bagian ketiga KHES.

Pasal 100

- (1) Akad bai' salam terikat dengan adanya ijab dan kabul seperti dalam penjualan biasa.
- (2) Akad bai' salam sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan sesuai kebiasaan dan kepatutan.

Pasal 101

- (1) Jual beli salam dapat dilakukan dengan syarat kuantitas dan kualitas barang sudah jelas
- (2) Kuantitas barang dapat diukur dengan takaran atau timbangan dan atau meteran
- (3) Spesifikasi barang yang dipesan harus diketahui secara sempurna oleh para pihak

Pasal 102

Bai' salam harus memenuhi syarat bahwa barang yang dijual, waktu, dan tempat penyerahan dinyatakan dengan jelas.

Pasal 103

Pembayaran barang dalam bai' salam dapat dilakukan pada waktu dan tempat yang disepakati.

Jual beli secara *online* sejenis dengan jual beli salam. Dalam istilah hukum Islam as-salam atau dinamai juga as-salaf disebut dengan pembayaran yang didahulukan. Yang dimaksud dengan pembayaran yang didahulukan adalah penjualan suatu barang yang masih berada di tanggungan penjual, namun pembayaran terhadap barang tersebut telah dilakukan oleh pembeli terlebih dahulu.

Untuk hal itu, para *fuqaha* (ahli Hukum Islam) menamainya dengan *al-mahawi'ij*, yang dalam istilah Indonesiannya diartikan sebagai barang mendesak. Sebab, dalam jual beli barang yang menjadi obyek perjanjian jual beli tidak ada di tempat. Sementara itu, kedua belah pihak (penjual dan pembeli) telah sepakat untuk melakukan pembayaran terlebih dahulu.

Adapun rukun dari akad bai' salam yang harus dipenuhi dalam transaksi jual beli *online* adalah:

1. *muslam* (pembeli) adalah pihak yang membutuhkan atau memesan barang
2. *muslam ilaih* (penjual) adalah pihak yang memasok atau memproduksi barang pesanan
3. barang atau hasil produksi (*muslam fiih*) dengan spesifikasinya dan harga
4. ijab dan qabul (*sighah*)³⁷

adapun syarat-syarat operasional yang harus dipenuhi dalam bai' salam antara lain:

1. pembeli harus membayar penuh barang yang dipesan pada saat akad salam disepakati.
2. Bai' salam hanya boleh digunakan untuk jual beli komoditas yang kualitas dan kuantitasnya dapat ditentukan dengan tepat

³⁷*Op., Cit.,* Suhrawardi K. Lubis, hlm. 153.

3. Kualitas dari komoditas yang akan dijual dengan akad salam perlu mempunyai spesifikasi yang jelas tanpa keraguan yang dapat menimbulkan perselisihan
4. Ukuran kuantitas dari komoditas perlu disepakati dengan tegas
5. Tanggal dan tempat penyerahan barang yang pasti harus ditetapkan dalam kontrak akad.

Secara operasional, rujukan yuridis yang dapat dijadikan pijakan oleh para pelaku bisnis *online* agar dapat menjalankan model bai' salam adalah Fatwa DSN No. 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Salam

Menetapkan: FATWA TENTANG JUAL BELI SALAM

Pertama: **ketentuan tentang pembayaran**

- 1) Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang atau manfaat.
- 2) Pembayaran harus dilakukan pada saat kontrak disepakati.
- 3) Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan Hutang

Kedua: **ketentuan tentang barang**

- 1) Harus jelas ciri-cirinya dan dapat diakui sebagai hutang
- 2) Harus dapat dijelaskan spesifikasinya
- 3) Penyerahannya dilakukan kemudian
- 4) Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan
- 5) Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya

- 6) Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan

Ketiga: **ketentuan tentang *salam paralel***

Dibolehkan melakukan melakukan salam parallel dengan syarat:

- 1) Akad kedua terpisah dari akad pertama
- 2) Akad kedua dilakukan setelah akad pertama sah

Keempat: **penyerahan barang sebelum atau pada waktunya**

- 1) Penjual harus menyerahkan barang tepat pada waktunya dengan kualitas dan jumlah yang telah disepakati
- 2) Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih tinggi, penjual tidak boleh meminta tambahan harga
- 3) Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih rendah, dan pembeli rela menerimanya, maka ia tidak boleh menuntut pengurangan harga (diskon)
- 4) Penjual dapat menyerahkan barang lebih cepat dari waktu yang disepakati dengan syarat kualitas dan jumlah barang sesuai dengan kesepakatan, dan ia tidak boleh menuntut tambahan harga.
- 5) Jika semua atau sebagian barang tidak tersedia pada waktu penyerahan atau kualitasnya lebih rendah dan pembeli tidak rela menerimanya, maka ia memiliki dua pilihan:
 - a) Membatalkan kontrak dan meminta kembali uangnya
 - b) Menunggu sampai barang tersedia

Kelima: **pembatalan kontrak**

Pada dasarnya pembatalan salam boleh dilakukan, selama tidak merugikan kedua belah pihak

Keenam: **perselisihan**

Juka terjadi perelisihan diantara kedua belah pihak, maka persoalannya diselesaikan melalui Badan Arbitrase Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

Menurut kebiasaan para pedagang, salam untuk jual beli yang tidak tunai (kontan), salam pada awalnya berarti meminjamkan barang atau sesuatu yang seimbang dengan harga tertentu, maksudnya ialah perjanjian yang penyerahan barang-barangnya ditangguhkan hingga masa tertentu, sebagai imbalan harga yang telah ditetapkan ketika akad.

Akad salam ini pada hakikatnya adalah jual beli dengan hutang. Tapi bedanya, yang dihutang bukan uang pembayarannya, melainkan barangnya. Sedangkan pembayarannya justru diserahkan tunai. Akad salam ditetapkan kebolehnya di dalam Al-Qur'an, As-Sunnah dan Ijma'. Dalil Al-Qur'an yang memperbolehkan akad salam terdapat dalam surah Al-Baqarah ayat 282 yaitu:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.*³⁸

Adapun dalil As-Sunnah, dalil salam ini disebutkan dalam hadist riwayat Ibnu Abbas RA. Bahwa ketika Nabi Muhammad SAW baru tiba di Madinah, orang-orang Madinah biasa meminjamkan buah kurma satu tahun dan dua tahun. Maka Nabi

³⁸*Op., Cit., Al-Qur'an dan terjemahannya, hlm. 245*

Muhammad SAW bersabda: “*siapa yang meminjamkan buah kurma maka harus meminjamkan dengan timbangan yang tertentu dan sampai pada masa yang tertentu*” (HR. Bukhari dan Muslim). Hadist lain tentang bai’ salam: “*barang siapa yang melakukan salam pada sesuatu hendaklah ia melakukan salam dalam takaran tertentu, dan waktu tertentu*” (HR. Muslim).

Karakteristik bisnis *online* yaitu:

1. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak
2. Adanya pertukaran barang, jasa, dan informasi
3. Internet merupakan media utama dalam proses atau mekanisme akad tersebut.

Dari karakteristik di atas, bisa di lihat bahwa yang membedakan bisnis *online* dengan bisnis *offline* yaitu proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis dalam Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu, dan inilah yang dinamakan transaksi bai’ as-salam.

Bisnis *online* dinyatakan haram apabila:

1. Sistemnya haram, seperti *money gambling*. Sebab judi itu haram baik di darat maupun di udara (*online*)
2. Barang/jasa yang menjadi obyek transaksi adalah barang yang diharamkan seperti narkoba, video porno, *online sex*, pelanggaran hak cipta, situs-situs yang bisa membawa pengunjung ke dalam perzinaan

3. Karena melanggar perjanjian (TOS) atau mengandung unsur penipuan
4. Dan hal lainnya yang tidak membawa kemanfaatan tapi justru mengakibatkan kemudharatan.

Selanjutnya hak untuk memilih barang yang di dalam Islam dikenal dengan istilah *khiyar*, di sini dimaksudkan agar konsumen diberi kebebasan mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan selera (keinginannya). Selain itu ia juga perlu mendapat kualitas barang sesuai dengan harga yang ditetapkan dan disepakati. Perlu dihindari adanya penipuan oleh pelaku bisnis terhadap konsumen karena bisa jadi barang yang telah diperoleh tidak sesuai dengan harga yang dibayar. Contoh sederhana misalnya dalam hal timbangan (ukuran), Islam melarang dengan ancaman keras sebagaimana firman Allah swt:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١٠١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿١٠٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ
مُخْسِرُونَ ﴿١٠٣﴾

*Artinya:kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.*³⁹

Ayat di atas menggambarkan perilaku pelaku bisnis yang seringkali dalam setiap praktik perdangan penjual melakukan penipuan terhadap kosumen (pembeli) dalam hal takaran. Dalam hal ini, penjual sengaja mengurangi bobot barang yang dijual dari ukuran seharusnya diterima oleh pembeli sesuai dengan harga yang telah disepakati.

³⁹*Op., Cit., Al-Qur'an dan terjemahannya, hlm. 543.*

BAB III

JUAL BELI *ONLINE* BERDASARKAN KONSEP

KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH

A. Pengertian Jual Beli Berdasarkan KHES

Dilihat dari Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah pengertian jual beli (*al-bai'*) paling tidak harus memenuhi tiga unsur, yakni pihak-pihak, objek, dan kesepakatan (pasal 56).¹ Pihak-pihak yang terikat dalam perjanjian jual beli terdiri atas penjual, pembeli dan pihak lain yang terlibat di dalam perjanjian tersebut. Obyek jual beli terdiri atas benda yang berwujud maupun tidak berwujud, yang bergerak maupun tidak bergerak, dan yang terdaftar maupun tidak terdaftar. Sedangkan kesepakatan dapat dilakukan dengan tulisan, lisan dan isyarat yang mana semunyanya memiliki makna hukum yang sama.

Unsur ini nampaknya secara substantif tidak berbeda dengan unsur yang terangkum dalam pengertian KUHPerdato. Unsur inilah yang disebut rukun dalam istilah syariah (muamalah). Dalam suatu perbuatan jual beli, ketiga rukun itu hendaklah dipenuhi, sebab apabila salah satu rukun tidak terpenuhi maka perbuatan tersebut tidak dapat dikategorikan sebagai perbuatan jual beli.

1. Tentang pihak-pihak (subyek)

Kedua belah pihak yang hendak melakukan perjanjian jual beli hendaklah:

¹Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), Pasal 56.

- a) Berakal, orang gila atau bodoh tidak sah jual belinya. Maksudnya dapat membedakan atau memilih mana yang terbaik baginya. Apabila salah satu pihak tidak berakal maka jual beli yang diadakan tidak sah.
- b) Dengan kehendaknya sendiri (bukan dipaksa). Maksudnya, dalam melakukan perbuatan jual beli salah satu pihak tidak melakukan tekanan atau paksaan atas pihak lain.
- c) Keduanya tidak mubazir. Maksudnya, pihak yang mengikatkan diri dalam perjanjian jual beli bukanlah manusia yang boros (mubazir), sebab orang yang boros dalam hukum dikategorikan sebagai orang yang tidak caap bertindak.
- d) Baligh. Baligh atau dewasa dalam hukum Islam adalah apabila telah berumur 15 (lima belas) tahun atau telah bermimpi (bagi anak laki-laki) dan haid (bagi anak perempuan). Dengan demikian jual beli yang dilakukan anak kecil tidak sah.

2. Tentang benda (obyek)

Yang dimaksud obyek jual beli adalah benda yang menjadi sebab terjadinya jual beli. Benda yang dijadikan sebagai obyek jual beli haruslah memenuhi syarat-syarat berikut:

- a) Bersih barangnya. Maksudnya, barang yang diperjual belikan bukanlah benda najis atau benda yang digolongkan sebagai benda haram.
- b) Dapat dimanfaatkan. Yang dimaksudkan dengan barang yang bermanfaat adalah kemanfaatan barang tersebut sesuai dengan

ketentuan hukum agama (syariat Islam). Maksudnya pemanfaatan barang tersebut tidak bertentangan dengan norma-norma agama. Misalnya, kalau sesuatu barang dibeli, yang tujuan pemanfaatannya untuk berbuat yang bertentangan dengan syariat Islam, maka barang tersebut dikatakan tidak bermanfaat.

- c) Milik orang yang melakukan akad. Maksudnya, bahwa orang yang melakukan perjanjian jual beli atau sesuatu barang adalah pemilik sah barang tersebut dan/atau telah mendapat izin dari pemilik sah barang tersebut. Dengan demikian, jual beli barang yang dilakukan oleh orang yang bukan pemilik atau yang berhak berdasarkan kuasa pemilik, dipandang sebagai perjanjian jual beli yang batal.
- d) Mampu menyerahkannya. Maksudnya ialah, penjual (baik sebagai pemilik maupun sebagai kuasa) dapat menyerahkan barang yang dijadkannya sebagai obyek jual beli sesuai dengan bentuk dan jumlah yang diperjanjikan pada waktu penyerahan barang kepada pembeli.
- e) Barang yang diakadkan di tangan. Menyangkut perjanjian jual beli atas sesuatu barang yang belum di tangan (tidak berada dalam penguasaan penjual) dilarang, sebab bisa jadi barang tersebut rusak atau tidak dapat diserahkan sebagaimana telah diperjanjikan.²

Adapun dalam syariat Islam dasar hukum jual beli dapat ditemukan di dalam banyak ayat al-Qur'an antara lain:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

²Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), hlm. 161.

Artinya: Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ

Artinya: tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu.

إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

Artinya: kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.³

Dari beberapa dasar yuridis jual beli dalam syariat yang diperkenankan dalam Islam dapat dipahami bahwa aktifitas jual beli guna memenuhi kebutuhan hidup diperkenankan dalam syariat. Demikian pula dalam perundangan yang lain sebagaimana yang tercantum dalam KUHPdt. Islam mengharamkan riba dan menekankan agar dalam aktivitas jual beli perlu dilakukan suka sama suka, dalam arti tidak ada paksaan di antara pihak.⁴

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah menyatakan bahwa kewajiban memikul kerugian yang tidak disebabkan kesalahan salah satu pihak dinyatakan sebagai resiko (pasal 42). Selanjutnya pasal 43 menjelaskan siapa yang wajib menanggung resiko. Pada ayat (1) dinyatakan bahwa kewajiban menanggung kerugian yang disebabkan oleh kejadian di luar kesalahan salah satu pihak dalam akad, dalam perjanjian sepihak dipikul oleh pihak peminjam. Sedangkan dalam ayat (2) dinyatakan bahwa kewajiban menanggung kerugian yang disebabkan oleh kejadian di luar kesalahan salah satu pihak dalam perjanjian timbal balik, dipikul oleh pihak yang meminjamkan.⁵

³Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2006), hlm. 117.

⁴ Muhammad Djakfar, *Op., Cit.*, hlm. 175.

⁵KHES, *Op., Cit.*, hlm. 21.

Berkaitan dengan masalah resiko dalam jual beli, dalam KUHPerdata ada tiga ketentuan yaitu:⁶

1. Mengenai barang tertentu.

Mengenai barang tertentu ditetapkan oleh pasal 1460 KUHPerdata bahwa barang itu sejak saat pembelian (saat ditutupnya perjanjian) adalah atas tanggungan si pembeli, meskipun penyerahannya belum dilakukan dan si penjual berhak menuntut harganya.

2. Mengenai barang yang dijual menurut berat, jumlah atau ukuran

Menurut KUHPerdata barang yang diperjualbelikan berdasarkan berat, jumlah atau ukuran, maka resiko atas barang yang dijual dibebankan pada si penjual hingga barang-barang tersebut sudah ditimbang, dihitung atau diukur.

3. Mengenai barang-barang yang dijual menurut tumpukan

Barang yang dijual menurut tumpukan hukumnya sama dengan barang yang dijual berdasarkan berat, jumlah atau ukuran. Karena sebetulnya barang yang dijual berdasarkan tumpukan merupakan kumpulan dari barang-barang tertentu.

B. Sejarah Jual Beli *Online*

Belanja *online* pertama kali dilakukan di Inggris pada tahun 1979 oleh Michael Aldrich dari Redifon Computer. Ia menyambungkan televisi berwarna dengan computer yang mampu memproses transaksi secara *realtime* melalui sarana kabel telepon. Sejak tahun 1980, ia menjual sistem belanja yang ia temukan diberbagai penjuru Inggris. Pada tahun 1980, belanja *online* secara luas digunakan di Inggris dan beberapa Negara di

⁶Muhammad Djakfar, *Op., Cit.*, hlm. 150.

daratan Eropa seperti Perancis yang menggunakan fitur belanja *online* untuk memasarkan Peugeot, Nissan, dan General Motors.

Pada tahun 1992, Charles Stack membuat toko buku pertamanya yang bernama *Book Stuck Unlimited* yang berkembang menjadi Book.com yang kemudian diikuti oleh Jeff Bezos dalam membuat situs web Amazon.com dua tahun kemudian. Selain itu, Pizza Hut juga menggunakan media belanja *online* untuk memperkenalkan pembukaan toko *pizza online*.

Pada tahun 1994, Netscape memperkenalkan SSL Encryption of Data Transferred *Online* karena dianggap hal yang paling penting dari belanja adalah media untuk transaksinya yang aman dan bebas dari penipuan.⁷

Di Indonesia sendiri baru mulai populer di tahun 2006 dan pada akhir tahun 2008 jumlah toko *online* di Indonesiameningkat puluhan hingga ratusan persen dari tahun sebelumnya. Faktor pendukungnya adalah makin banyaknya pengguna internet di Indonesia. Yang tadinya hanya sekitar 2.000.000 orang pada tahun 2000 menjadi 25.000.000 pada tahun 2008.⁸ Faktor kedua yang menyebabkan hal tersebut karena semakin mudah dan murah nya koneksi internet di Indonesia.

Semakin banyak *e-commerce* (layanan untuk sarana jual beli *online*) yang berkembang di Indonesia membuat banyak perubahan pola belanja masyarakat yang awalnya bersifat konvensional kini berbelanja cukup dengan memilih produk yang ada di web/blog. Website depkominfo telah mempunyai halaman sistem informasi pemetaan *e-commerce* Indonesia, namun sistem tersebut belum berjalan sebagaimana mestinya.

⁷<http://tustiya.blogspot.com/sejarah-jual-beli-online-di-dunia>, di *download* tanggal 02 April 2017, pukul 14.30 WIB.

⁸Internetworldstats.com, data hingga Juni 2008, di *download* tanggal 29 Mei, pukul 10.45 WIB.

Beberapa toko *online* memiliki data web yang selalu terupdate dan memiliki informasi kontak yang jelas.

Saat ini diperkirakan jumlah toko *online* di Indonesia telah berjumlah ratusan, menurut data statistik jumlah masyarakat *online* diseluruh dunia adalah 1,2 milyar dan diperkirakan bertambah menjadi 1,9 milyar pada tahun 2011 (data tahun 2007). Pertumbuhan pengguna internet yang amat pesat nampak diseluruh benua, dan benua Asia tertinggi dari benua-benua lainnya. Para pebisnis kecil yang menggunakan internet marketing bertumbuh 46 persen lebih cepat dibanding mereka yang belum menggunakan internet marketing.

C. Pengertian Jual Beli *Online*

Era globalisasi seluruh dunia maya dimulai dengan era revolusi informasi, dimana berkembangnya teknologi informatika yang semakin memudahkan setiap orang dalam bertukar informasi teknologi. Salah satu pertukaran informasi teknologi yang menjadi topik di dunia internet adalah bisnis *online*. Bisnis *online* adalah pemasaran barang dan jasa yang dilakukan melalui media internet

Internet hanya sebagai media menyampaikan para pelaku bisnis kepada konsumen. Biasanya media website, blog, *facebook*, *instagram*, dan lain-lain. Untuk melakukan bisnis *online* ini dituntut untuk melakukan dan mengoperasikan berbagai media. Media di sini antara lain adalah Laptop, Netebook, Telepon Seluler, dan lain sebagainya. Guna dari perangkat media disini adalah sebagai jalur untuk melakukan browsing melalui internet.

Tidak mengherankan bahwa internet menjadi alat untuk melakukan dan mengelola bisnis, karena internet dianggap sebagai pasar yang potensial. Bisnia *online*

dapat dijalankan oleh perorangan, organisasi/perusahaan baik secara paruh waktu atau *fulltime*, tergantung bagaimana seseorang akan menjalankan bisnis *online* tersebut.

Bisnis *online* ini dikenal dengan istilah *e-commerce* atau *Electronic Commerce* yaitu perdagangan yang dilakukan dengan menggunakan fasilitas elektronik (internet). Untuk membangun bisnis dengan *e-commerce* dapat dilakukan dengan cara berbisnis *online*, dan barang dagangan yang diperjual belikan dapat berupa barang jadi dan jasa, seperti: toko *online*, *home industry online*, *agency online*, dan lain sebagainya.

Jual beli *online* atau familiar disebut *online shop* merupakan perdagangan yang mengikuti perkembangan zaman, dimana hampir seluruh lapisan masyarakat mengalami modifikasi sedemikian rupa.⁹ Pada mulanya sistem penukaran barang hanya bisa dilakukan secara manual (*barter*) dengan mengharuskan kehadiran antara penjual dan pembeli di suatu tempat dengan adanya barang disertai dengan transaksi (*ijab dan qabul*). Namun dengan kemudahan fasilitas dan semakin canggihnya teknologi, proses jual beli yang tadinya mengharuskan cara manual bisa saja dilakukan via internet.

Adapun jual beli *online* merupakan transaksi pesanan dalam model bisnis era global yang *non fece*, dengan hanya melakukan transfer data lewat jaringan internet (*data interchange*), yang mana kedua belah pihak antara penjual dan pembeli, atau menembus batas sistem pemasaran dan bisnis *online* dengan menggunakan sentral shop. Perkembangan teknologi inilah yang bisa memudahkan transaksi jarak jauh, dimana manusia bisa dapat berinteraksi secara singkat walaupun tanpa *fece to face*, akan tetapi di dalam bisnis yang terpenting adalah memberi informasi dan memberi keuntungan. *E-commerce* secara umumnya merujuk pada semua bentuk transaksi komersial, yang

⁹Suhartono, *Perniagaan Online Syariah: suatu kajian dalam perspektif hukum perikatan islam*, (Jakarta: Bina Cipta, 2010), hlm. 85.

menyangkut organisasi dan transmisi data yang digeneralisasikan dalam bentuk teks, suara dan gambar secara lengkap.¹⁰

Jual beli *online* yaitu sebuah akad jual beli yang dilakukan dengan menggunakan sarana elektronik (internet) baik berupa barang maupun berupa jasa. Atau akad yang disepakati dengan menentukan ciri-ciri tertentu dengan membayar harganya terlebih dahulu sedangkan barangnya diserahkan kemudian.

Bisnis *online* sebenarnya tidak jauh berbeda dengan bisnis *offline*. Hanya saja area pemasarannya yang berbeda. Pemasaran di internet jauh lebih luas dan terbuka. Dalam perkembangannya, bisnis *online* tidak lagi hanya sebatas menjual dan membeli. Tapi juga merambah sistem periklanan, sistem makelar/afiliasi, dan sistem jaringan/network. Hal itu menyebabkan semakin banyaknya peluang yang terbuka untuk ikut menuai penghasilan melalui internet. Sudah banyak orang-orang sukses yang bertebaran di bisnis *online*. Hebatnya lagi, sebagian besar mereka bukanlah pemilik atau pembuat produk/jasa, tapi hanya sebagai tukang promosikan barang/jasa milik orang atau perusahaan yang bersedia memberikan komisi atas tiap-tiap barang/jasa yang berhasil terjual.

Dalam membangun bisnis *online* juga dibutuhkan persiapan yang memadai seperti halnya bisnis *offline*. Baik dari faktor modal, ketersediaan barang, pasar, dan lain sebagainya. Meskipun demikian, persiapan dalam bisnis *online* lebih sederhana dibandingkan dengan bisnis *offline*. Selain itu, modal yang dibutuhkan juga tidak terlalu besar seperti pada bisnis *offline*.

¹⁰[Http://wordpress.com/transaksi-jual-beli-secara-online](http://wordpress.com/transaksi-jual-beli-secara-online), di *download* tanggal 02 april 2017, pukul 19.15 WIB.

Dalam bisnis *online* pelaku usaha harus memiliki barang yang menjadi obyek transaksi atau barang yang diperjualbelikan. Untuk menyediakan barang pastilah dibutuhkan modal, meskipun demikian modal yang dibutuhkan lebih kecil, karna pelaku usaha tidak memerlukan barang dalam jumlah missal. Selain itu pelaku usaha juga tidak perlu menyewa ruangan sebagai toko untuk memajang barang dagangan. Bahkan apabila pelaku usaha mampu menjalin kerjasama dengan vendor lain, maka modal yang dibutuhkan untuk memulai bisnis *online* ini dapat lebih diminimalkan. Vendor yang dimaksudkan dalam hal ini adalah toko atau distributor barang yang menjadi obyek transaksi dalam bisnis *online* yang akan dijalankan.

Satu hal yang harus diperhatikan dalam menekuni bisnis *online* adalah kejujuran. Bisnis ini dijalankan dengan berlandaskan asas kejujuran dan iktikad baik dari masing-masing pihak yang bertransaksi. Oleh sebab itu, pastikan pelaku usaha memberikan informasi yang jujur dan valid seputar barang yang dijual. Jika barang siap jual, maka berikan keterangan *ready stock*. Namun, apabila barang yang dijual tidak *ready stock* dan membutuhkan waktu untuk membuatnya, maka berilah keterangan yang jelas. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi salah paham antara pelaku usaha sebagai *seller* dengan calon konsumen sebagai *buyer* yang berminat untuk bertransaksi.¹¹

Mekanisme transaksi dalam bisnis *online* dimulai dengan men-*display* foto produk oleh *seller* pada *blogstore* atau *webstore*. Selain foto produk, *seller* juga menampilkan alamat email dan nomor telepon (ponsel). Selanjutnya bagi *buyer* yang berminat dengan produk yang dipajang oleh *seller* bisa langsung menghubungi *seller* via email, telepon, ataupun SMS (*Short Message Service*). Jika produk yang diminatai *buyer*

¹¹Munir Fuady, *Hukum Bisnis dalam Teori dan Praktik*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1994), hlm. 165.

masih tersedia stocknya, maka *seller* mengkonfirmasi ketersediaan produk tersebut kepada *buyer* serta memberikan informasi mengenai total biaya yang harus dibayarkan mencakup harga produk dan ongkos kirim ke alamat *buyer*. Selain itu, *seller* juga mengirimkan informasi nomor rekening bank tujuan transfer kepada *buyer*. Apabila *buyer* sudah mentransfer sejumlah uang yang sudah ditetapkan, maka *buyer* memberikan konfirmasi balik kepada *seller* dengan cara mengirimkan foto bukti transfer kepada *seller* bahwa pembelian atas produk yang diinginkan *buyer* telah dibayarkan via transfer. Meskipun *buyer* sudah memberikan konfirmasi pembayaran, sebaiknya *seller* mengecek ke rekening bank yang dimiliki. Jika pembayaran telah diterima *seller*, maka barang siap dikirimkan ke alamat *buyer*.

Transaksi dalam bisnis *online* tidak ada pertemuan antara *seller* dengan *buyer*, sehingga *buyer* tidak bisa membawa langsung barang yang diinginkannya. Oleh sebab itu, bisnis ini membutuhkan jasa pengiriman atau ekspedisi untuk mengirimkan barang pesanan kepada *buyer*. Penggunaan jasa pengiriman tersebut pastilah membutuhkan biaya kirim dan sudah menjadi ketentuan tidak tertulis bahwa biaya kirim ditanggung oleh *buyer*. Ada banyak jasa pengiriman yang bisa digunakan misalnya TIKI, JNE, Pos Indonesia, ESL Express, MEX Berlian, dan lain sebagainya.

Ekosistem toko dan bisnis *online* atau yang lebih populer dengan nama *e-commerce* di Indonesia pelan-pelan menunjukkan geliatnya. Menurut data yang dirilis biro riset Frost & Sullivan, bersama China, Indonesia menjadi Negara dengan pertumbuhan pasar *e-commerce* terbesar di dunia dengan rata-rata pertumbuhan 17 persen setiap tahun.

Bila melihat potensi tersebut, tidak heran jika kegiatan berbelanja *online* kini telah menjadi gaya hidup yang digandrungi oleh orang banyak. Hal ini juga mendorong munculnya berbagai toko *online* baru yang hadir untuk bersaing di industri pasar *online* Indonesia. Ada beberapa pelaku industri *e-commerce* yang saat ini ditengarai mendominasi pasar *online* Indonesia yaitu:¹²

1. Tokopedia

PT Tokopedia didirikan pada 6 Februari 2009, sedangkan Tokopedia.com secara resmi diperkenalkan ke publik pada 17 Agustus 2009. Seperti yang sudah diketahui Tokopedia.com merupakan salah satu mall *online* di Indonesia yang mengusung model bisnis marketplace. Sejak diluncurkan hingga akhir 2015, layanan dasar Tokopedia bisa digunakan oleh semua orang secara gratis. Tokopedia memudahkan setiap orang untuk berjualan secara *online*. Aplikasi jual beli *online* terpopuler ini banyak dipakai oleh masyarakat Indonesia karena metode pembayaran yang aman. Pembeli akan menstransfer pembayaran ke rekening Tokopedia, sedangkan pihak tokopedia akan memberi konfirmasi kepada penjual untuk mengirim barang kepada pembeli. Setelah pemberi menerima barang tersebut, Tokopedia akan menruskan pembayaran ke penjual.

2. Lazada

Lazada merupakan situs belanja *online* yang menawarkan berbagai macam jenis produk, mulai dari elektronik, buku, mainan anak, perlengkapan bayi, alat kesehatan, produk kecantikan, peralatan rumah tangga, perlengkapan

¹²<http://carisinyal.com/aplikas-jual-beli-online>, didownload tanggal 03 April 2017, pukul 09.35 WIB.

traveling dan olahraga. Didirikan sejak 2012 lalu, Lazada merupakan salah satu cabang dari jaringan retail *online* LAZADA Asia Tenggara. Lazada pernah memperoleh penghargaan di Indonesia Celuller Award 2015 dalam kategori *Best Online Shop App*. Aplikasi ini menawarkan metode pembayaran yang aman dan garansi uang kembali jika tidak puas dengan produk yang dibeli di sini.

3. OLX

OLX yang mempopulerkan yang namanya COD (*Cash On Delivery*). OLX Indonesia adalah tempat untuk mencari barang baru atau bekas berkualitas seperti produk elektronik, otomotif, peralatan rumah tangga, aneka jasa, dan juga lowongan kerja. Dahulu sebelum menjadi OLX, nama dari situs ini adalah Tokobagus.com. setelah tahun 2014, Berniaga.com resmi bergabung dan nama dari situs jual beli *online* ini menjadi OLX.

4. Elevenia

Elevenia menerapkan konsep open marketplace nomor satu di Indonesia yang memberikan kemudahan dan keamanan berbelanja. Tercatat bahwa elevenia menawarkan lebih dari dua juta produk dari 16.000 seller yang terbagi dalam 8 kategori. Dan Februari lalu elevenia telah berhasil menambah sellernya hingga lebih dari 23.000 seller dan *live listing* 2 juta produk.

5. Shopee

Sebagian orang mungkin belum mengetahui apa itu Shopee. Karena berbeda dengan aplikasi *online* yang lain, iklan komersial Shopee memang tidak menjangkau layar kaca. Shopee merupakan aplikasi didownload gratis untuk

mempermudah proses jual beli secara *online*. Aplikasi ini menyediakan fitur *chat* yang memudahkan komunikasi *real time* antara penjual dan pembeli.

6. Bukalapak

Sama seperti Tokopedia, Bukalapak juga menyediakan metode pembayaran yang aman dan variatif. Sebagai penjual, dana akan diterima ke dalam dompet Bukalapak, lalu dana tersebut segera dicairkan di rekening pribadi.

7. Blibli.com

Blibli adalah produk pertama PT Global Digital Niaga yang merupakan anak perusahaan Djarum dibidang digital yang didirikan pada tahun 2010. Kantor pusat Blibli bermarkas di Jakarta Barat. Sama seperti Lazada, Blibli.com juga memeberikan garansi untuk pembeli yang kurang puas dengan barang yang sudah diterima. Sistem pembayaran di Blibli.com juga terbilang aman karena udah terverifikasi dengan *VeriSign* dan *Credit Card Fraud Detection System*.

8. Sale Stock Indonesia

Sale Stock Indonesia menawarkan metode pembayaran *cash on delivery* atau membayar pada saat pembeli menerima barang tersebut. Di dalam aplikasi ini adapula tips dan trik seputar *fashion* yang sangat bermanfaat

9. Zalora

Zalora Indonesia didirikan pada tahun 2012 oleh Catherine Sutjahyo yang merupakan bagian dari Zalora Grup di Asia. Zalora merupakan anak perusahaan dari situs belanja *online* Zalando. Zalora adalah toko *fashion online* terbesar dan ternama di Indonesia. Karena ini adalah toko *fashion online* jadi semua barang yang dijual di sini berhubungan dengan pakaian,

sepatu dan aksesoris. Ketika baru mengunduh dan mendaftarkan diri di Zalora, pembeli akan memperoleh voucher khusus yang bisa dipakai untuk berbelanja di aplikasi Zalora ini.

10. matahariMall.com

Walaupun masih terbilang baru, MatahariMall.com siap bersaing dengan aplikasi sejenis lainnya untuk menawarkan kemudahan berbelanja *online* yang aman. Aplikasi *E-commerce* yang ditawarkan oleh MatahariMall.com memang memiliki *interface* yang sederhana sehingga lebih mudah dipakai.

Dengan makin berkembangnya *trend* jual beli *online* saat ini, tentunya membawa semakin banyak orang yang ingin mencoba berjual beli *online*, entah sebagai pembeli ataupun sebagai penjual. Tentunya para pelaku jual beli *online* mengiginkan proses transaksi yang aman dan nyaman bagi kedua belah pihak. Pelaku jual beli *online* dituntut untuk mengetahui lebih dalam mengenai proses, resiko serta keamanan dari sebuah transaksi *online*. Oleh karena itu, pelaku jual beli *online* terutama yang masih awam mengenai transaksi berjual beli *online* dituntut untuk mengetahui 3 (tiga) jenis transaksi berjual beli *online* yang umum dilakukan di Indonesia yaitu:¹³

1. Transfer Antar Bank

Transaksi dengan cara ini merupakan jenis yang paling umum dan populer digunakan oleh para pelaku jual beli *online*. Selain cukup *simple*, jenis transaksi ini juga memudahkan proses karena dana bisa dengan cepat di cek oleh penjual. Prosesnya adalah pembeli mengirim dana yang telah disepakati lalu setelah dana masuk, maka penjual akan mengirimkan barang yang dijanjikan.

¹³<http://www.maxmanroe.com/3-jenis-jual-beli-online-terpopuler-di-indonesi>, dikutip 1 April 2017, pukul 09.45 WIB.

Kekurangan transaksi ini adalah diperlukannya kepercayaan yang tinggi dari para pembeli sebelum memutuskan mengirim dana. Disini tidak jarang terjadi penipuan, setelah dana terkirim ternyata barang tidak kunjung diterima.

2. COD (Cash On Delivery)

Pada sistem COD sebenarnya masih menganut cara lama yaitu bertemu antara penjual dan pembeli. Biasanya sistem transaksi ini dilakukan dalam jual beli barang *second* karena pembeli harus memeriksa dengan baik keadaan barang tersebut. Keuntungan dari sistem ini adalah antara penjual dan pembeli lebih leluasa dalam proses transaksi. Pembeli bisa melihat dengan detail barang yang akan dibeli, dan juga memungkinkan tawar menawar. Transaksi ini dipopulerkan oleh website jual beli seperti Tokobagus, Berniaga, dll

Kekurangan dari sistem ini adalah keamanan baik penjual maupun pembeli. Karena mungkin saja pihak yang akan kita temui adalah orang yang berniat jahat. Oleh karena itu, hal yang bisa dilakukan adalah dengan menentukan tempat transaksi yang aman bisa ditempat keramaian atau pergi bersama orang yang dapat dipercaya.

3. Rekening Bersama (Rekber)

Pada transaksi ini cara pembayarannya sedikit berbeda dengan proses pembayaran melalui transfer bank. Jika dalam transfer bank, pihak ketiganya adalah bank, sedangkan dalam sistem rekber yang menjadi pihak ketiga adalah lembaga pembayaran yang telah dipercaya baik oleh pihak penjual maupun pembeli. Prosesnya yaitu pertama pembeli mentransfer dana ke pihak lembaga Rekber. Setelah dana dikonfirmasi masuk, lalu pihak rekber meminta penjual mengirim barang yang sudah disepakati

Dengan sistem ini dana yang diberikan oleh pembeli bisa lebih terjamin keamanannya. Karena dananya hanya akan dilepas jika barang benar-benar sudah ditangan. Sistem ini banyak digunakan pada proses jual beli antara member forum Kaskus, Tokopedia, dll.

Setiap perubahan pasti membawa pengaruh bagi kehidupan sehari. Berikut ini dampak positif dan negatif dari jual beli *online*:¹⁴

Dampak positif jual beli online bagi kalangan pengusaha

1. Dapat memperluas pasar sampai dengan tingkat internasional dengan modal kecil karena melalui internet para pengusaha dengan mudah bisa mendapatkan lebih banyak konsumen
2. Memungkinkan pengusaha untuk menurunkan jumlah persediaan barang dan kelebihan persediaan barang karena penyimpanan barang akan tergantung pada pemesanan konsumen
3. Dapat meningkatkan citra perusahaan dengan semakin baiknya pelayanan pada konsumen, ditemukannya mitra-mitra bisnis baru

Bagi konsumen

1. Belanja lebih praktis
2. Bisa membandingkan harga dengan mudah dari satu toko online ke toko online yang lain dan memberikan banyak pilihan bagi para konsumen
3. Cakupan berbelanja lebih luas, bahkan konsumen bisa membeli barang dari luar kota atau luar negeri

¹⁴<http://www.dampak-jual-beli-online>, di *download* tanggal 09 April 2017, pukul 15.00 WIB.

4. Harga barang-barang yang dijual di online shop biasanya lebih murah dibandingkan dengan barang-barang yang dijual di toko-toko. Hal ini dikarenakan toko online tidak membutuhkan biaya sewa toko
5. Memungkinkan para konsumen untuk berbelanja atau melakukan transaksi selama 24 jam untuk seluruh lokasi diseluruh dunia

Selain dampak positif, ternyata jual beli online juga memiliki dampak negatif di antaranya adalah :

Secara teknis:

1. Dapat mudah terjadi kesalahan pengiriman barang yang dapat memperlama dalam memperoleh barang tersebut
2. Model barang yang diinginkan kadang-kadang berbeda dengan yang tercantum di website
3. Rentan aksi penipuan, dimana banyak kasus ketika pembeli telah mengirimkan sejumlah uang yang telah disepakati, barang yang dibeli tidak dikirim
4. Rentan rusak atau pecah karena media pengiriman adalah pos

Secara hukum:

1. Masih adanya beberapa permasalahan hukum yang belum terpecahkan, sedangkan peraturan perundangan-undangan yang dibuat oleh pemerintah Negara-negara cenderung belum sempurna untuk dapat menjangkau beberapa permasalahan hukum seperti masalah terjadinya sengketa dalam perdagangan elektronik yang sifatnya lintas batas

2. Keamanan dan privasi dalam perdagangan elektronik dapat merugikan pihak konsumen terutama dalam akses informasi pribadi konsumen.¹⁵

D. Hubungan Jual Beli *Online* dan Jual Beli Salam dalam KHES

Dewasa ini kegiatan bisnis dengan memanfaatkan jejaring internet semakin marak, bahkan menjadi *trend* yang paling progresif dibanding model bisnis lainnya. Jaringan internet yang kian luas dan pengguna internet yang semakin banyak menjadikan konektivitas kian terbuka, fleksibel, mudah, dan cepat. Menurut data yang dilansir Kemenkominfo, saat ini jumlah pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 57 % penduduk atau sekitar mencapai hampir 137 juta pengguna, hal tersebut ditangkap sebagai *opportunity* yang menjanjikan oleh para *entrepreneur* untuk menjalankan model bisnis berbasis internet. Aktivitas bisnis yang mereka lakukan dengan memanfaatkan jejaring internet umumnya dikenal dengan istilah *electronic business* atau *e-business* atau populer juga dengan sebutan bisnis *online*.

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) pasal 20 menjelaskan bahwa bai' salam adalah jasa pembiayaan yang berkaitan dengan jual beli yang pembayarannya dilakukan bersamaan dengan pemesanan. Bai' salam dapat dimaknai juga sebagai akad jual beli barang pesanan diantara penjual dan pembeli. Spesifikasi dan harga barang pesanan harus sudah disepakati di awal akad. Ulama Syafi'iyah dan Hanabalah menjelaskan salam adalah akad atas barang pesanan dengan spesifikasi tertentu yang ditangguhkan penyerahannya pada waktu tertentu, dimana pembayaran dilakukan secara tunai di majlis akad. Sedangkan, ulama Malikiyah menyatakan salam adalah akad jual

¹⁵Sinta Dewi, *Perlindungan Privasi atas Informasi Pribadi dalam E-Commerce Menurut Hukum Internasional*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 60.

beli dimana modal (pembayaran) dilakukan secara tunai (di muka) dan obyek pesanan diserahkan kemudian dengan jangka waktu tertentu.

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah pengaturan mengenai bai' salam terdapat dalam bagian ketiga KHES.

Pasal 100

- (1) Akad bai' salam terikat dengan adanya ijab dan kabul seperti dalam penjualan biasa.
- (2) Akad bai' salam sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan sesuai kebiasaan dan kepatutan.

Pasal 101

- (1) Jual beli salam dapat dilakukan dengan syarat kuantitas dan kualitas barang sudah jelas
- (2) Kuantitas barang dapat diukur dengan takaran atau timbangan dan atau meteran
- (3) Spesifikasi barang yang dipesan harus diketahui secara sempurna oleh para pihak

Pasal 102

Bai' salam harus memenuhi syarat bahwa barang yang dijual, waktu, dan tempat penyerahan dinyatakan dengan jelas.

Pasal 103

Pembayaran barang dalam bai' salam dapat dilakukan pada waktu dan tempat yang disepakati.

Jual beli secara *online* sejenis dengan jual beli salam. Dalam istilah hukum Islam as-salam atau dinamai juga as-salaf disebut dengan pembayaran yang didahulukan. Yang dimaksud dengan pembayaran yang didahulukan adalah penjualan suatu barang yang masih berada di tanggungan penjual, namun pembayaran terhadap barang tersebut telah dilakukan oleh pembeli terlebih dahulu.

Untuk hal itu, para *fuqaha* (ahli Hukum Islam) menamainya dengan *al-mahawi'ij*, yang dalam istilah Indonesianya diartikan sebagai barang mendesak. Sebab, dalam jual beli barang yang menjadi obyek perjanjian jual beli tidak ada di tempat. Sementara itu, kedua belah pihak (penjual dan pembeli) telah sepakat untuk melakukan pembayaran terlebih dahulu.

Adapun rukun dari akad bai' salam yang harus dipenuhi dalam transaksi jual beli *online* adalah:

1. *muslam* (pembeli) adalah pihak yang membutuhkan atau memesan barang
2. *muslam ilaih* (penjual) adalah pihak yang memasok atau memproduksi barang pesanan
3. barang atau hasil produksi (*muslam fiih*) dengan spesifikasinya dan harga
4. ijab dan qabul (*sighah*)¹⁶

adapun syarat-syarat operasional yang harus dipenuhi dalam bai' salam antara lain:

1. pembeli harus membayar penuh barang yang dipesan pada saat akad salam disepakati.
2. Bai' salam hanya boleh digunakan untuk jual beli komoditas yang kualitas dan kuantitasnya dapat ditentukan dengan tepat

¹⁶*Op., Cit.,* Suhrawardi K. Lubis, hlm. 153.

3. Kualitas dari komoditas yang akan dijual dengan akad salam perlu mempunyai spesifikasi yang jelas tanpa keraguan yang dapat menimbulkan perselisihan
4. Ukuran kuantitas dari komoditas perlu disepakati dengan tegas
5. Tanggal dan tempat penyerahan barang yang pasti harus ditetapkan dalam kontrak akad.

Secara operasional, rujukan yuridis yang dapat dijadikan pijakan oleh para pelaku bisnis *online* agar dapat menjalankan model bai' salam adalah Fatwa DSN No. 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Salam

Menetapkan: FATWA TENTANG JUAL BELI SALAM

Pertama: **ketentuan tentang pembayaran**

- 1) Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang atau manfaat.
- 2) Pembayaran harus dilakukan pada saat kontrak disepakati.
- 3) Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan Hutang

Kedua: **ketentuan tentang barang**

- 1) Harus jelas ciri-cirinya dan dapat diakui sebagai hutang
- 2) Harus dapat dijelaskan spesifikasinya
- 3) Penyerahannya dilakukan kemudian
- 4) Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan
- 5) Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya

- 6) Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan

Ketiga: **ketentuan tentang *salam paralel***

Dibolehkan melakukan melakukan salam parallel dengan syarat:

- 1) Akad kedua terpisah dari akad pertama
- 2) Akad kedua dilakukan setelah akad pertama sah

Keempat: **penyerahan barang sebelum atau pada waktunya**

- 1) Penjual harus menyerahkan barang tepat pada waktunya dengan kualitas dan jumlah yang telah disepakati
- 2) Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih tinggi, penjual tidak boleh meminta tambahan harga
- 3) Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih rendah, dan pembeli rela menerimanya, maka ia tidak boleh menuntut pengurangan harga (diskon)
- 4) Penjual dapat menyerahkan barang lebih cepat dari waktu yang disepakati dengan syarat kualitas dan jumlah barang sesuai dengan kesepakatan, dan ia tidak boleh menuntut tambahan harga.
- 5) Jika semua atau sebagian barang tidak tersedia pada waktu penyerahan atau kualitasnya lebih rendah dan pembeli tidak rela menerimanya, maka ia memiliki dua pilihan:
 - a) Membatalkan kontrak dan meminta kembali uangnya
 - b) Menunggu sampai barang tersedia

Kelima: **pembatalan kontrak**

Pada dasarnya pembatalan salam boleh dilakukan, selama tidak merugikan kedua belah pihak

Keenam: **perselisihan**

Juka terjadi perelisihan diantara kedua belah pihak, maka persoalannya diselesaikan melalui Badan Arbitrase Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

Menurut kebiasaan para pedagang, salam untuk jual beli yang tidak tunai (kontan), salam pada awalnya berarti meminjamkan barang atau sesuatu yang seimbang dengan harga tertentu, maksudnya ialah perjanjian yang penyerahan barang-barangnya ditangguhkan hingga masa tertentu, sebagai imbalan harga yang telah ditetapkan ketika akad.

Akad salam ini pada hakikatnya adalah jual beli dengan hutang. Tapi bedanya, yang dihutang bukan uang pembayarannya, melainkan barangnya. Sedangkan pembayarannya justru diserahkan tunai. Akad salam ditetapkan kebolehnya di dalam Al-Qur'an, As-Sunnah dan Ijma'. Dalil Al-Qur'an yang memperbolehkan akad salam terdapat dalam surah Al-Baqarah ayat 282 yaitu:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.*¹⁷

Adapun dalil As-Sunnah, dalil salam ini disebutkan dalam hadist riwayat Ibnu Abbas RA. Bahwa ketika Nabi Muhammad SAW baru tiba di Madinah, orang-orang Madinah biasa meminjamkan buah kurma satu tahun dan dua tahun. Maka Nabi

¹⁷Op., Cit., Al-Qur'an dan terjemahannya, hlm. 245

Muhammad SAW bersabda: “*siapa yang meminjamkan buah kurma maka harus meminjamkan dengan timbangan yang tertentu dan sampai pada masa yang tertentu*” (HR. Bukhari dan Muslim). Hadist lain tentang bai’ salam: “*barang siapa yang melakukan salam pada sesuatu hendaklah ia melakukan salam dalam takaran tertentu, dan waktu tertentu*” (HR. Muslim).

Karakteristik bisnis *online* yaitu:

1. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak
2. Adanya pertukaran barang, jasa, dan informasi
3. Internet merupakan media utama dalam proses atau mekanisme akad tersebut.

Dari karakteristik di atas, bisa di lihat bahwa yang membedakan bisnis *online* dengan bisnis *offline* yaitu proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis dalam Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu, dan inilah yang dinamakan transaksi bai’ as-salam.

Bisnis *online* dinyatakan haram apabila:

1. Sistemnya haram, seperti *money gambling*. Sebab judi itu haram baik di darat maupun di udara (*online*)
2. Barang/jasa yang menjadi obyek transaksi adalah barang yang diharamkan seperti narkoba, video porno, *online sex*, pelanggaran hak cipta, situs-situs yang bisa membawa pengunjung ke dalam perzinahan

3. Karena melanggar perjanjian (TOS) atau mengandung unsur penipuan
4. Dan hal lainnya yang tidak membawa kemanfaatan tapi justru mengakibatkan kemudharatan.

Selanjutnya hak untuk memilih barang yang di dalam Islam dikenal dengan istilah *khiyar*, di sini dimaksudkan agar konsumen diberi kebebasan mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan selera (keinginannya). Selain itu ia juga perlu mendapat kualitas barang sesuai dengan harga yang ditetapkan dan disepakati. Perlu dihindari adanya penipuan oleh pelaku bisnis terhadap konsumen karena bisa jadi barang yang telah diperoleh tidak sesuai dengan harga yang dibayar. Contoh sederhana misalnya dalam hal timbangan (ukuran), Islam melarang dengan ancaman keras sebagaimana firman Allah swt:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١٠١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿١٠٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ
مُخْسِرُونَ ﴿١٠٣﴾

*Artinya:kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.*¹⁸

Ayat di atas menggambarkan perilaku pelaku bisnis yang seringkali dalam setiap praktik perdangan penjual melakukan penipuan terhadap kosumen (pembeli) dalam hal takaran. Dalam hal ini, penjual sengaja mengurangi bobot barang yang dijual dari ukuran seharusnya diterima oleh pembeli sesuai dengan harga yang telah disepakati.

¹⁸*Op., Cit., Al-Qur'an dan terjemahannya*, hlm. 543.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Tentang Perlindungan Hukum Dalam Jual Beli *Online* Menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Kemajuan zaman yang diiringi dengan semakin canggihnya teknologi, membuka peluang baru dalam sektor ekonomi pembangunan secara nasional. Hal ini dapat dilihat dengan meningkatnya berbagai peluang usaha *online shop* di masyarakat.¹ Secara positif, peluang usaha ini diharapkan dapat mendorong sektor ekonomi. Namun, transaksi *online shop* membuka peluang kepada munculnya kemungkinan kerugian yang dialami oleh konsumen sebagai bagian dari kecurangan, kelalaian, ataupun kesengajaan pihak pelaku usaha. Kondisi ini memunculkan pemahaman pada perlunya perlindungan terhadap konsumen sebagai pihak yang seringkali dirugikan oleh ulah pelaku usaha yang “nakal”.²

Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen antara lain dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen yang membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa baginya, dan penumbuh kembangan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab.

¹ <http://artikelterkait.com/perlindungan-konsumen-dalam-transaksi-e-commerce>, di *download* tanggal 20 April 2017, pukul 10.30 WIB.

² Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: PT Grasindo, 2006), hlm. 49.

Tujuan yang ingin dicapai dalam perlindungan konsumen ada 6 (enam) yaitu:³

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif dari pemakaian barang dan/atau jasa.
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsure kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan akses untuk mendapat informasi.
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Perlindungan konsumen yang dijamin oleh undang-undang ini terarah kepada adanya kepastian hukum terhadap segala perolehan kebutuhan konsumen, yang bermula dari “benih hidup dalam rahim ibu sampai dengan tempat pemakaman dan segala kebutuhan di antara keduanya”. Kepastian hukum itu meliputi segala upaya berdasarkan hukum untuk memberdayakan konsumen

³Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Pasal 3.

memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan/atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh perilaku pelaku usaha.

Pemberdayaan konsumen itu adalah dengan meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandiriannya melindungi diri sendiri sehingga mampu mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan menghindari berbagai akses negatif pemakaian, penggunaan dan pemanfaatan barang dan/atau jasa kebutuhannya. Di samping itu, juga kemudahan dalam proses menjalankan sengketa konsumen yang timbul karena kerugian yang harta bendanya, keselamatan serta kesehatan tubuhnya, penggunaan dan/atau pemanfaatan produk konsumen.⁴

Ada dua jenis perlindungan yang diberikan kepada konsumen yaitu:⁵

1. Perlindungan Preventif

Perlindungan yang diberikan kepada konsumen pada saat konsumen tersebut akan membeli atau menggunakan atau memanfaatkan suatu barang atau jasa tertentu, mulai melakukan proses pemilihan serangkaian atau sejumlah barang dan atau jasa tersebut dan selanjutnya memutuskan untuk membeli atau menggunakan atau memanfaatkan barang dan jasa dengan spesifikasi tertentu dan merek tertentu tersebut.

2. Perlindungan Kuratif

⁴Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000), hlm. 87.

⁵*Ibid.*, hlm. 98.

Perlindungan yang diberikan kepada konsumen sebagai akibat dari penggunaan atau pemanfaatan barang atau jasa tertentu oleh konsumen. Dalam hal ini perlu diperhatikan bahwa konsumen belum tentu dan tidak perlu, serta tidak boleh dipersamakan dengan pembeli barang dan/atau jasa, meskipun pada umumnya konsumen adalah mereka yang membeli suatu barang atau jasa. Dalam hal ini seseorang dikatakan konsumen, cukup jika orang tersebut adalah pengguna atau pemanfaat atau penikmat dari suatu barang atau jasa, tidak peduli ia mendapatkannya melalui pembelian dan pemberian.

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah perlindungan konsumen diberinya hak khiyar (membatalkan atau melanjutkan akad). Disebutkan dalam Pasal 69 bahwa penjual dan pembeli mempunyai hak khiyar selama berada di tempat jual beli, sejak ijab dilakukan hingga berakhirnya pertemuan tersebut. Khiyar adalah hak memilih antara dua alternatif yaitu meneruskan atau mengurungkan jual beli. Gunanya khiyar oleh syara' supaya kedua belah pihak tidak menyesal atas apa yang telah dijual atau yang dibeli. Menurut KHES khiyar ada lima macam yaitu:⁶

1. Khiyar syarth (Pasal 227) yaitu penjual dan pembeli dapat bersepakat untuk mempertimbangkan melanjutkan atau membatalkan akad dengan tenggang waktu tiga hari. Rasulullah bersabda:

Artinya: kamu boleh khiyar pada setiap benda yang telah dibeli selama tiga hari tiga malam” (Riwayat Baihaqi)

⁶ Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, hlm. 63.

2. Khiyar naqdi (Pasal 231) (1) penjual dan pembeli dapat melakukan akad dengan pembayaran yang ditangguhkan. (2) Jual beli sebagaimana ditetapkan pada ayat (1) batal jika pembeli tidak membayar benda yang dibelinya pada waktu yang dijanjikan. (3) Jual beli sebagaimana ditetapkan pada ayat (1) batal jika pembeli meninggal pada tenggang waktu khiyar sebelum melakukan pembayaran.
3. Khiyar ru'yah (Pasal 232) (1) pembeli berhak memeriksa contoh benda yang dibelinya. (2) pembeli berhak untuk meneruskan atau membatalkan akad jual beli yang telah diperiksanya. (3) pembeli berhak meneruskan atau membatalkan akad jual beli jika benda yang dibelinya tidak sesuai dengan contoh. (4) hak untuk memeriksa benda yang akan dibeli, dapat diwakilkan kepada pihak lain.
4. Khiyar 'aib (Pasal 235) benda yang diperjual belikan harus terbebas dari 'aib, kecuali telah dijelaskan sebelumnya. (Pasal 236) pembeli berhak meneruskan atau membatalkan akad jual beli yang obyeknya 'aib tanpa penjelasan sebelumnya dari pihak penjual.
5. Khiyar ghabn dan taghrib (Pasal 243) penjual berhak untuk meneruskan atau membatalkan akad karena penjual memberi keterangan yang salah mengenai kualitas benda yang dijualnya.

Bisnis jual beli *online* bisa berjalan dengan baik apabila pelaku usaha benar-benar jujur dalam menjual barang yang akan dijual. Dalam bisnis

jual beli *online* tidak sedikit pihak yang mengalami penipuan karena pihak pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab atas barang yang dijualnya.

B. Analisis Tentang Persamaan dan Perbedaan Perlindungan Hukum Konsumen dalam Jual Beli *Online* Menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

1. Persamaan Perlindungan Hukum Konsumen dalam Jual Beli *Online* menurut UUPK dan KHES

Pembangunan perekonomian dibidang industri telah menghasilkan berbagai *online shop* yang menyediakan berbagai variasi barang dan/atau jasa. Kondisi yang demikian memberi manfaat bagi konsumen karena semakin lebar kebebasan konsumen untuk memilih berbagai barang dan/atau jasa. Di sisi lain, kondisi seperti ini dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, serta cara penjualan, yang merugikan konsumen. Untuk itu konsumen harus mendapat informasi yang benar dalam transaksi jual beli *online*.⁷

Persamaan di bidang perlindungan hukum, dalam Pasal 18 dinyatakan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen

⁷ Janus Sidabalok, "Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia," dalam *Jurnal Hukum tentang Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, di *download* tanggal 22 April 2017, hlm.45.

(Pasal 18 poin b). Sedangkan perlindungan konsumen jual beli *online* menurut KHES yaitu diberi hak pilihan bagi penjual dan pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan akad jual beli yang dilakukan.

Persamaan di bidang informasi dalam transaksi, Dalam UUPK Pasal 4 poin c dijelaskan bahwa informasi harus benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.⁸ Sebab mendapatkan informasi yang benar dan jujur itu merupakan hak konsumen yang harus dilindungi. Sedangkan dalam KHES, pada Pasal 101 disebutkan bahwa informasi kuantitas barang dapat diukur dengan takaran atau timbangan dan atau meteran, spesifikasi barang yang dipesan harus diketahui secara sempurna oleh para pihak. dalam Pasal 77 disebutkan lagi barang harus terukur menurut porsi, jumlah, berat, atau panjang, baik berupa satuan atau keseluruhan dan barang yang ditakar atau ditimbang sesuai jumlah yang telah ditentukan, sekalipun kapasitas dari takaran dan timbangan tidak diketahui.⁹

Persamaan di bidang pelayanan konsumen, dalam UUPK pasal 4 poin g menyebutkan konsumen mendapatkan hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Sedangkan dalam KHES konsumen harus mendapatkan pelayanan sesuai dengan syariat Islam yaitu tidak mengandung unsur khilaf (*ghalath*), tidak dilakukan di bawah paksaan (*ikrah*), tidak ada tipuan (*taghrir*), dan tidak ada penyamaran (*ghubn*).

Persamaan dibidang keamanan dalam memproduksi barang dan/atau jasa. Produk atau barang yang diperjualbelikan harus mengutamakan keselamatan

⁸ *Op., Cit.*, UUPK, Pasal 4.

⁹ *Op., Cit.*, KHES Pasal 77.

konsumen dalam mengkonsumsi barang, selain itu juga mengutamakan label halal seperti Pasal 8 poin poin h yaitu pelaku usaha dilarang memproduksi barang dan/atau jasa yang tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label. Dalam KHES Pasal 76 tentang obyek bai’ poin d menyebutkan barang yang dijual belikan harus halal.

Persamaan di bidang penyelesaian sengketa. Penyelesaian sengketa dalam UUPK Pasal 45 ayat (1) menyebutkan setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. Ayat (2) menyebutkan penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.¹⁰ Sedangkan menurut KHES menggunakan shulh (perdamaian). Pasal 537 menyebutkan jika seseorang melaksanakan suatu perdamaian dengan orang lain tentang sebagian dari tuntutanya kepada orang itu dianggap telah menerima pembayaran sebagian dari tuntutanya dan telah melepaskan haknya terhadap sisanya. Pada dasarnya perdamaian (*shulh*) sangat baik dan bahkan dianjurkan oleh hukum Islam, selama perdamaian itu tidak menghalalkan sesuatu yang haram atau mengharamkan sesuatu yang halal.¹¹ Namun karena posisi konsumen posisi yang tidak kuat, maka cara

¹⁰ *Op., Cit.*, UUPK, Pasal 45

¹¹ *Op., Cit.*, KHES, Pasal 537

penyelesaian perdamaian termasuk padanya sistem penyelesaian al-tahkim (arbitrase) tidak akan banyak menguntungkan konsumen.

Persamaan di bidang wanprestasi. Konsumen yang mengalami kerugian atas barang yang telah dibeli melalui *online* maka perlu mendapat perlindungan hukum, yaitu dengan mendapat ganti rugi dari pelaku usaha, seperti yang dijelaskan pada pasal 19 ayat 2 UUPK yaitu ganti rugi dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sedangkan dalam KHES penggantian atas kerugian dibayarkan oleh pihak yang melakukan ingkar janji. Pasal 89 (1) jika penjual jatuh pailit setelah menerima pembayaran tetapi belum menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli, barang tersebut dianggap barang titipan kepunyaan pembeli yang ada di tangan penjual.

2. Perbedaan Perlindungan Hukum Konsumen dalam Jual Beli *Online* menurut UUPK dan KHES

Salah satu prinsip di bidang ekonomi adalah mencari keuntungan sebanyak mungkin dengan pengeluaran sekecil mungkin. Beberapa pelaku usaha sangat menjunjung tinggi prinsip ini, sehingga demi memperoleh keuntungan yang besar, mereka akan melakukan perbuatan yang merugikan konsumen. Keinginan pelaku usaha untuk meraup keuntungan yang sebanyak-banyaknya dapat mendorong pelaku usaha untuk berbuat curang yang menjadikan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang

dan menempatkan konsumen dalam posisi yang paling lemah. Dan untuk itu konsumen harus mendapatkan perlindungan hukum.¹²

Perbedaan di bidang penyelesaian sengketa. Penyelesaian sengketa berguna untuk melindungi konsumen dari pelaku usaha yang curang. penyelesaiannya dapat dilakukan di luar dan di dalam pengadilan. KHES lebih mengutamakan jalur perdamaian (shulh). Pasal 537 jika seseorang melaksanakan suatu perdamaian dengan orang lain tentang sebagian dari tuntutananya kepada orang itu, maka orang yang melaksanakan perdamaian itu dianggap telah menerima pembayaran ssebagian dari tuntutananya dan telah melepaskan haknya terhadap sisanya.

Perbedaan di bidang sanksi hukum. Di dalam UUPK Pasal 60 ayat (2) sanksi administratif berupa ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah). serta sanksi pidana Pasal 62 diberikan kepada pelaku usaha jika melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat 2, Pasal 15, Pasal 1 ayat 1 huruf a, huruf b, huruf c, ayat 2, dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Serta pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal13 ayat 1, Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat 1 huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah). Dalam KHES Pasal 38 pihak dalam akad yang melakukan ingkar janji

¹² Munir Fuady, *Hukum Bisnis dalam Teori dan Praktek*, (Bandung: Citra Aditya Bakri, 1994), hlm. 34.

dapat dijatuhi sanksi membayar ganti rugi, pembatalan akad, peralihan resiko, denda dan membayar biaya perkara. Dalam Pasal 39 disebutkan lagi sanksi pembayaran ganti rugi dapat dijatuhkan apabila: (a) pihak yang melakukan ingkar janji setelah dinyatakan ingkar janji, tetap melakukan ingkar janji. (b) sesuatu yang harus diberikan atau dibuatnya, hanya dapat diberikan atau dibuat dalam tenggang waktu yang telah dilampaukannya. (c) pihak yang melakukan ingkar janji tidak dapat membuktikan bahwa perbuatan ingkar janji yang dilakukannya tidak di bawah paskaan.

Perbedaan di bidang batas waktu pemberian ganti rugi. Dalam UUPK pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah inkra. Pasal 56 ayat (1) menyebutkan dalam waktu paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sejak menerima putusan badan penyelesaian sengketa konsumen pelaku usaha wajib melaksanakan putusan tersebut.¹³ Sedangkan dalam KHES perbuatan yang dapat merugikan satu pihak tidak dibatasi pertanggungjawabannya dengan adanya jangka waktu.

¹³ *Op., Cit.*, UUPK, Pasal 56.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Kondisi yang demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi dan konsumen dapat memilih aneka jenis barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan konsumen. Disisi lain, kondisi dan fenomena tersebut dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah.

Bedasarkan penjelasan pada bagian sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Perlindungan hukum dalam jual beli *online* menurut UUPK ada dua yaitu perlindungan preventif dan perlindungan kuratif. Perlindungan preventif yaitu perlindungan yang diberikan kepada konsumen yang akan membeli, menggunakan, memanfaatkan suatu barang atau jasa. Perlindungan kuratif yaitu perlindungan yang diberikan kepada konsumen sebagai akibat dari penggunaan atau pemanfaatan barang atau jasa oleh konsumen. Sedangkan perlindungan hukum dalam jual beli *online* menurut KHES ialah diberikannya hak khiyar (membatalkan atau melanjutkan akad). Di dalam KHES dikenal 5 (lima) macam khiyar yaitu khiyar syarth (Pasal 227), Khiyar naqdi (Pasal 231), Khiyar ru'yah (Pasal 232), Khiyar 'aib (Pasal 235), Khiyar ghabn dan taghrib (Pasal 243)

2. Persamaan dan perbedaan perlindungan hukum konsumen dalam jual beli *online* menurut UUPK dan KHES)

Persamaannya diantara lain ialah persamaan di bidang perlindungan hukum maksudnya pelaku usaha dilarang membuat klausula baku yang menyatakan bahwa pelaku usaha menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen, hal ini bertentangan dengan hak khiyar yang terdapat dalam KHES. Persamaan dibidang informasi dalam transaksi, maksudnya informasi yang didapatkan oleh konsumen dalam jual beli *online* harus sesuai dengan keadaan produk, harga, jenis, ukuran, timbangan dan keterangan lain terkait keadaan produk. Persamaan di bidang pelayanan konsumen, maksudnya konsumen harus diperlakukan secara benar, jujur, dan tidak diskriminatif berdasarkan suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya, miskin, dan status sosial lainnya. Persamaan di bidang keamanan dalam memproduksi barang dan/atau jasa, maksudnya produk yang yang diperjual belikan harus mengutamakan keselamatan konsumen dan harus mencantumkan label “halal”. Persamaan di bidang penyelesaian sengketa, maksudnya konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha dapat menggugat pelaku usaha. Penyelesaiannya dapat ditempuh melauai pengadilan dan luar pengadilan. Tergantung pilihan sukarela para pihak yang bersengketa. Persamaan di bidang wanprestasi atau ingkar janji, maksudnya konsumen yang mengalami kerugian akan mendapat ganti rugi dari pelaku usaha seperti pengembalian uang atau penggantian barang sejenis atau setara nilainya.

Perbedaannya diantara lain ialah perbedaan di bidang penyelesaian sengketa yaitu jika menurut UUPK penyelesaian sengketa dilakukan melalui jalur pengadilan atau litigasi maka menurut KHES penyelesaian sengketa hanya dapat dilakukan melalui luar pengadilan yaitu dengan cara perdamaian. Perbedaan di bidang sanksi hukum, di dalam UUPK sanksi hukum ada dua yaitu sanksi administratif dan sanksi pidana. Kedua sanksi ini telah ditetapkan aturan mengenai sanksi denda dan penjaranya. Sedangkan menurut KHES sanksi dapat berupa pembayaran ganti rugi, pembatalan akad, peralihan resiko, denda dan membayar biaya perkara. Dan terakhir perbedaan di bidang batas waktu pemberian ganti rugi, menurut UUPK batas waktu pemberian ganti rugi ialah 7 (tujuh) hari kerja setelah menerima keputusan dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sedangkan dalam KHES tidak ada batas waktu dalam pemberian ganti rugi.

B. Saran

Berpijak dari hasil pembahasan dan kesimpulan seperti yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. bagi konsumen hendaklah lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi jual beli *online*, bagi pelaku usaha hendaklah bersikap jujur, sebagaimana yang telah dipraktekkan Nabi Muhammas SAW, sedangkan bagi pemerintah terkait hendaklah menegakkan hukum sebagaimana yang tertuang dalam UUPK.
2. bagi peneliti sendiri, penelitian ini hanya sebatas teori, sehingga peneliti membutuhkan penelitian lanjutan mengenai bagaimana penerapan transaksi jual beli *online* agar terhindar dari kecurangan pihak lain

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Mushlih Abdullah, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, Jakarta: Darul Haq, 2004.
- Asnawi, *Tranksaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, Yogyakarta: Laskar Press 2011.
- Asyhadie Zaeni, *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaanya di Indonesia*, Jakarta: Rajawali Pers: 2014.
- Atmasasmita, *Pengantar Hukum Kejahatan Bisnis (Bussines Crime)*, Jakarta: Kencana, 2003.
- Burhanuddin, *Hukum Kontrak Syariah*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2009.
- Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2006.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Dewata Nur Fajar Mukti & Achmad Yulianto, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Dewi Gemala, *hukum Perikatan Islam*, Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Dewi Shinta, *Cyber Law 1 Praktik Negara-Negara Dalam Mengatur Privasi Dalam E-Commerce*, Bandung: Widya Padjajaran, 2009.
- Dewi Sinta, *Perlindungan Privasi atas Informasi Pribadi dalam E-Commerce Menurut Hukum Internasional*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Djakfar Muhammad, *Hukum Bisnis*, Malang: PT LKiS Printing Cemerlang, 2009.
- Fuady Munir, *Hukum Bisnis dalam Teori dan Praktek*, Bandung: Citra Aditya Bakri, 1994.
- Haroen Nasrun, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2011.
- John, Pieris, & Widiarty Sri Wiwik, *Negara Hukum dan Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Pelangi Cendikia, 2007.
- Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.
- Kristiyanti Siwi Tri Celina, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Lubis K Suhrawardi, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2014.

- Nasution Az., *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media, 2010.
- Saefudin Asep, *Hukum Keluarga, Pidana dan Bisnis*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004.
- Setiadi Edi, *Hukum Pidana Ekonomi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: Grasindo, 2000.
- Shofie Yusuf, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000.
- Sidabalok Janus, "Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia," dalam *Jurnal Hukum tentang Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, April 2017.
- Soebekti R., *Aneka Perjanjian*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1995.
- Seorjono Soekanto & Mamudji Sri, *Penelitian Hukum Normatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Suhartono, *Perniagaan Online Syariah: suatu kajian dalam perspektif hukum perikatan islam*, Jakarta: Bina Cipta, 2010.
- Sunarto Andi, *Seluk Beluk E-Commerce*, Yogyakarta: Gaya Ilmu, 2009.
- Sutedi Adrian, *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2008.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- Widjaja Gunawan, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Artikel.icaltoys.com, di *download* tanggal 21 Maret 2017.
- <http://artikelterkait.com/perlindungan-konsumen-dalam-transaksi-e-commerce>, di *download* tanggal 20 April 2017.
- <http://artikelterkait.com/situs-jual-beli-online-terpercaya-di-indonesia>, di *download* pada tanggal 22 februari 2017.
- <http://carisinyal.com/aplikas-jual-beli-online>, di *download* tanggal 03 April 2017.
- <http://Indonesialegalcertainty.wordpress.com/2014/12/07/aspek-hukum-dalam-perlindungan-konsumen-online-shop>, di *download* pada tanggal 25 februari 2017.
- <http://tustiya.blogspot.com/sejarah-jual-beli-online-di-dunia>, di *download* tanggal 02 April 2017.

<http://www.dampak-jual-beli-online>, di *download* tanggal 09 April 2017.

<http://wordpress.com/transaksi-jual-beli-secara-online>, di *download* tanggal 02 april 2017.

<http://www.maxmanroe.com/3-jenis-jual-beli-online-terpopuler-di-indonesia>, di *download* 1 April 2017.

Internetworldstats.com, data hingga Juni 2008, di *download* tanggal 29 Mei 2017.

M.hukumonline.com/berita/baca/lt4fcf63b70d420/agar-tak-tersesat-dalam-jual-beli-online, di *downlod* pada tanggal 23 februari 2017.

www. Indotipstrik.net/2016/01/situs-jual-beli-online, di *download* pada tanggal 22februari 2017.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

- I. Nama : ELA PRATIWI
Nim : 13 240 0047
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Fakultas/Jurusan : Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum/HES
Tempat/Tanggal Lahir : Batahan, 27 September 1995
Alamat : Desa Kuala Batahan, Kec. Batahan, Kab. Mandailing Natal
- II. Nama Orang Tua
Ayah : Elison
Pekerjaan : Petani
Ibu : Radiati S.Pd
Pekerjaan : PNS
Alamat : Desa Kuala Batahan, Kec. Batahan, kab. Mandailing Natal
- III. Pendidikan
1. SD Negeri 142710, Tamat Tahun 2007
 2. MTs NU Batahan, Tamat Tahun 2010
 3. MAS NU Batahan, Tamat Tahun 2013
 4. Tahun 2013 melanjutkan Pendidikan Program S-1 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum