

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Di samping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.

Kondisi demikian di satu sisi mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis kualitas barang dan/atau jasa sesuai keinginan dan kemampuan konsumen. Di sisi lain kondisi dan fenomena tersebut dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang, di mana konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.¹

Kegiatan perdagangan dengan memanfaatkan media internet ini dikenal dengan istilah *electronic commerce* atau disingkat *e-commerce*. *E-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer. Media yang digunakan oleh pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi *online* yang ada di Indonesia seperti *facebook*, *instagram*, *path*, *whatsapp*, *BBM*, *twitter*, *shopee*, *lazada*. Hal ini disebabkan internet merupakan jaringan yang dapat diakses

¹Rahayu Hartini, *Hukum Komersial* (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2006), 207-208.

24 jam secara *online* sehingga segala informasi dapat diakses kapan pun, di manapun dan saat apapun.²

Penggunaan internet dalam *electronic commerce* ini memberikan dampak yang sangat positif yakni dalam kecepatan dan kemudahan serta kecanggihannya dalam melakukan interaksi global tanpa batasan tempat dan waktu yang kini menjadi hal yang biasa. Transaksi bisnis yang praktis tanpa perlu kertas dan pena, perdagangan yang tidak lagi membutuhkan pertemuan antar para pihak, sehingga perdagangan elektronik atau *e-commerce* ini menjadi penggerak ekonomi baru dalam bidang teknologi khususnya di Indonesia.

Implikasi dari pengembangan teknologi ini memiliki aspek positif dan negatif. Aspek positifnya bahwa dengan perdagangan di internet melalui jaringan *online*, telah meningkatkan peranan dan fungsi perdagangan sekaligus memberikan kemudahan dan efisiensi. Aspek Negatif dari pengembangan ini adalah berkaitan dengan persoalan keamanan dalam bertransaksi dengan menggunakan media *e-commerce* dan secara yuridis terkait pula dengan jaminan kepastian hukum.

Masalah keamanan masih menjadi masalah dalam internet. Aspek-aspek yang dipermasalahkan seperti masalah kerahasiaan pesan, masalah bagaimana cara agar pesan yang dikirimkan itu keutuhannya sampai ke tangan penerima, masalah keabsahan pelaku transaksi dan keaslian pesan agar bisa dijadikan barang bukti.³

Oleh karena itu, secara mendasar konsumen juga membutuhkan perlindungan hukum yang sifatnya universal. Mengingat lemahnya kedudukan konsumen pada umumnya dibandingkan dengan kedudukan produsen yang lebih kuat dalam banyak hal, maka pembahasan perlindungan konsumen akan selalu terasa aktual dan selalu penting untuk dikaji.⁴

²Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-commerce* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 10.

³Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-commerce* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 2-3.

⁴Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), 5.

Posisi konsumen sendiri dalam transaksi online menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat (2), konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain, dan tidak untuk diperdagangkan.⁵ Konsumen yang dimaksudkan dalam hal ini adalah konsumen yang membeli suatu produk melalui *online* di mana produk tersebut dimanfaatkan secara langsung dan tidak untuk dijual kembali atau konsumen akhir.

Mengingat transaksi *online* dilakukan dengan tanpa tatap muka secara langsung dan antara konsumen dan pelaku usaha tidak saling mengenal, maka hak-hak konsumen pada transaksi *online* sangat rawan terlanggar sehingga menempatkan konsumen pada posisi tawar. Maka dari itu diperlukan adanya perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi *online*.

Istilah perlindungan hukum berkaitan dengan perlindungan konsumen. Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekedar fisik, melainkan terlebih-lebih hak-haknya yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan oleh hukum terhadap hak-hak konsumen. Sebagaimana di atur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 4.

Adapun hak-hak konsumen tersebut antara lain :⁶

1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai

⁵Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, pasal 1 ayat (2).

⁶Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pasal 4.

- 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 mendapatkan 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;
 9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Hak-hak konsumen yang disebutkan di atas terlihat bahwa masalah kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling utama dalam persoalan perlindungan konsumen. Peraturan yang mengatur hak-hak konsumen seharusnya dapat membentengi konsumen dari penyalahgunaan yang dilakukan pelaku usaha. Selanjutnya untuk menjamin bahwa suatu barang dan/atau jasa dalam penggunaannya akan nyaman, aman maupun tidak membahayakan konsumen penggunaannya, maka konsumen diberikan hak untuk memilih barang dan/atau jasa yang dikehendakinya berdasarkan atas keterbukaan informasi yang benar, jelas dan jujur. Jika terdapat penyimpangan yang merugikan, konsumen berhak untuk didengar, memperoleh advokasi, pembinaan, perlakuan yang adil, kompensasi sampai ganti rugi.

Dalam pandangan Islam sendiri istilah jual beli diartikan sebagai tukar menukar barang atau harta dengan tujuan kepemilikan secara suka sama suka, menurut tata cara yang diperbolehkan oleh *syara'*. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: "Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba." (QS. al-Baqarah: 275)⁷

Ayat Alquran di atas berisi penjelasan bahwa manusia diperbolehkan melakukan akad jual beli selama masih berpegang teguh pada ketentuan-ketentuan hukum Islam. Allah SWT Maha Mengetahui Semua hakikat segala perkara dan kemaslahatannya. Sesuatu yang berbahaya bagi hamba-hambanya maka Allah SWT melarangnya.

Praktek jual beli pada zaman Rasulullah Saw juga mengajarkan dan memberi petunjuk serta tata cara mengenai etika bermuamalah dan berbisnis yang benar di antaranya. Pertama, bersikap jujur, kejujuran merupakan syarat penting dalam berbisnis. Kedua, tidak melakukan sumpah palsu, Nabi Muhammad Saw sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam melakukan transaksi. Ketiga, komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang haram, seperti minuman keras, ekstasi dan lain sebagainya. Keempat, takaran, ukuran, dan timbangan yang benar.

Seiring berjalannya waktu begitu banyaknya para pedagang sekarang membuat seseorang saling berlomba-lomba dalam hal kebaikan. Walaupun janji Allah SWT untuk memberikan rizki telah tercatat. Hal tersebut tidak bisa membuat manusia hanya berpangku tangan saja. Banyak cara yang harus dilakukan manusia untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya tanpa memikirkan apa yang mereka usahakan halal maupun haram. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah an-Nisa' ayat 29:

⁷ Alquran, al-Baqarah ayat 275, *Alquran dan Terjemahnya* (Bandung: CV Penerbit J-Art, 2004), 47.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا
تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.(QS. surah an-Nisa’:29)⁸

Perilaku ekonomi ini sudah terbentuk sejak manusia sudah mulai membutuhkan individu lain yang memiliki barang dan/atau jasa yang tidak dimilikinya, sedangkan ia membutuhkannya ataupun menginginkannya. Bentuk jual beli ini berkembang sesuai dengan perkembangan masyarakat dan perubahan sosial. Dalam masyarakat primitif jual beli mengambil bentuk tukar menukar barang yang tidak sejenis. Perlahan-lahan sistem jual ini mulai ditinggalkan setelah mereka mengenal uang sebagai alat tukar-menukar.⁹

Namun bergeser pada pola perdagangan pada masa sekarang ini yang dilakukan melalui *online*, banyak sekali pelaku usaha melakukan kecurangan yang cenderung merugikan konsumen seperti produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, kesalahan dalam pembayaran, ketidak tepatan waktu menyerahkan barang atau pengiriman barang, dan ketidak jelasan status subjek hukum dari pelaku usaha. Kondisi seperti ini menimbulkan

⁸ Alquran, an-Nisa’ ayat 29, *Alquran dan Terjemahnya* (Bandung: CV Penerbit J-Art, 2004), 83.

⁹Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta:Gaya Media Pratama, 2000),

berbagai akibat hukum, antara lain apabila muncul suatu perbuatan wanprestasi dari salah satu pihak dalam transaksi tersebut, kemudian bagaimana pertanggung jawaban salah satu pihak apabila melakukan wanprestasi dan masalah lain seperti tidak ada kewajiban dari pihak penjual untuk melakukan konfirmasi kepada pembeli.

Berdasarkan permasalahan di atas tentu hal ini akan menyulitkan pihak yang dirugikan untuk menuntut segala kerugian yang timbul yang disebabkan oleh perbuatan tersebut. Namun, untuk mencegah berbagai permasalahan pemerintah turut berperan sebagai sarana untuk memecahkan berbagai problem sosial yang cukup tegas sehingga dapat memberikan sanksi bagi yang menyalahgunakan transaksi *online* ini, dan peraturan ini merupakan sebagai wujud dari tanggung jawab negara untuk memberikan perlindungan maksimal khususnya konsumen dan pada seluruh aktifitas pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi didalam negeri agar terlindungi dengan baik dari potensi penyalahgunaan teknologi dan diatur dalam undang-undang.

Hukum syariat Islam sendiri juga telah mengatur kegiatan jual beli ini dengan cukup ketat, baik dalam dalil Alquran, Hadits, Ijma', dan juga Qiyas. Di mana dibahas tentang syarat-syarat penjual, pembeli, barang yang dijual, juga tentang akad-akad jual beli yang dilarang karena menimbulkan kemudharatan disalahnya pihak.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Perspektif Hukum Islam”**.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan sesuatu yang akan diteliti dengan menggunakan metode penelitian. Adapun fokus dari penelitian ini adalah perlindungan hukum pada konsumen dalam transaksi jual beli *online* menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan hukum Islam.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalahnya dalam skripsi ini adalah:

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli *online* menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana bentuk perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* perspektif hukum Islam?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli *online* menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk mengetahui bagaimana bentuk perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* perspektif hukum Islam.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini akan dapat menambah referensi dan wawasan pengetahuan bagi peneliti khususnya dan pembaca umumnya tentang perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli *online*.
 - b. Untuk masyarakat umum, memberikan informasi tentang perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli *online* menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan hukum Islam.
 - c. Untuk memberikan informasi dan sumbangan pemikiran yang bernilai ilmiah dibidang muamalah.

2. Secara Praktis
 - a. Diharapkan dapat memberikan informasi bagi para konsumen agar lebih berhati-hati dalam membeli dan bertransaksi *online*.
 - b. Memberikan kepastian hukum terhadap masyarakat tentang perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli *online*.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk lebih memudahkan dan memahami skripsi ini, maka penulis perlu mengemukakan sistematika penulisan yang terdiri dari 3 bagian, yaitu;

1. Bagian awal meliputi ; halaman judul, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman abstrak dan halaman daftar isi.
2. Bagian isi meliputi:
 - Bab I : Berupa Pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.
 - Bab II : Berupa Kajian pustaka. Pada bab ini memuat tentang deskripsi pustaka, yaitu jual beli secara umum, jual beli menurut Islam, Ba’I Salam, Khiyar, jual beli *online* atau *e-commerce*.
 - Bab III : Berupa Metode Penelitian, yang terdiri dari jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, teknik analisis data.
 - Bab IV : Berupa Hasil Penelitian dan Pembahasan, meliputi analisis bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli *online* menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, dan bentuk perlindungan

konsumen dalam transaksi jual beli *online* perspektif hukum Islam.

Bab V : Berupa penutup yang terdiri dari simpulan, dan saran-saran.

3. Bagian Akhir meliputi : daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan penulis dan lampiran-lampiran.

