

**TANGGUNG JAWAB HUKUM PELAKU USAHA PRODUK HIJAB
PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG NO 8 TAHUN
1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
(STUDY DI MARKETPLACE SHOPEE)**

SKRIPSI

Oleh :

Fitriana Deva Yanti

NIM 17220146



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2021**

**TANGGUNG JAWAB HUKUM PELAKU USAHA PRODUK HIJAB
PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG NO 8 TAHUN
1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
(STUDY DI MARKETPLACE SHOPEE)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Strata
Satu Sarjana Hukum (S.H)**

Oleh :

Fitriana Deva Yanti

NIM 17220146



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan,
Penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**TANGGUNG JAWAB HUKUM PELAKU USAHA PRODUK HIJAB
PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG NO 8 TAHUN
1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
(STUDY DI MARKETPLACE SHOPEE)**

Benar-benar merupakan skripsi yang disusun sendiri berdasarkan kaidah penulisan karya ilmiah yang dapat dipertanggung jawabkan. Jika dikemudian hari laporan penelitian skripsi ini merupakan hasil plagiasi karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan, maka skripsi sebagai prasyarat mendapat predikat gelar sarjana dinyatakan batal demi hukum.

Malang, 23 Juli 2021

Penulis,



Fitriana Deva Yanti
NIM 17220146

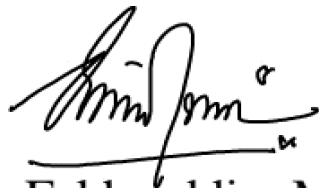
HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Fitriana Deva Yanti NIM:17220146 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

**TANGGUNG JAWAB HUKUM PELAKU USAHA PRODUK HIJAB
PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG NO 8 TAHUN
1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
(STUDY DI MARKETPLACE SHOPEE)**

Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji oleh Majelis Dewan Penguji.

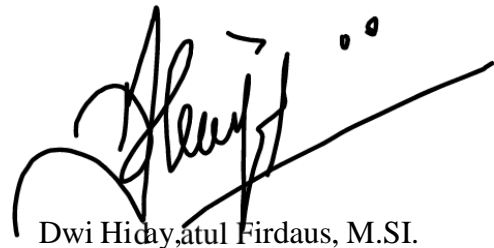
Mengetahui,
Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah



Dr. Fakhruddin, M.HI.

NIP 197408192000031002

Malang, 12 Juli 2021
Dosen Pembimbing



Dwi Hidayatul Firdaus, M.SI.

NIP 198212252015031002



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARIAH
Jl. Gajayana 50, Malang, Kode Pos 65144
Website: www.syariah.uin.malang.ac.id Telp. (0341) 551354

BUKTI KONSULTASI

NAMA : Fitriana Deva Yanti
NIM : 17220146
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Dosen Pembimbing : Dwi Hidayatul Firdaus, M.Si.
Judul Skripsi : TANGGUNG JAWAB HUKUM PELAKU USAHA PRODUK HIJAB
PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG NO 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (STUDY DI MARKETPLACE
SHOPEE)

No	Hari / Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1	Kamis, 10 Desember 2020	Revisi Proposal	1.
2	Kais, 17 Desember 2020	ACC BAB I	2.
3	Senin, 11 Jnauari 2021	BAB II	3.
4	Senin, 25 Januari 2021	ACC BAB II	4.
5	Senin, 8 Februari 2021	Konsultasi Pedoman Wawancara	5.
6	Selasa, 23 Februari 2021	BAB III dan ACC BAB III	6.
7	Senin, 8 Maret 2021	Konsultasi BAB IV dan BAB V	7.
8	Selasa, 16 Maret 2021	ACC BAB IV	8.
9	Kamis, 18 Maret 2021	ACC BAB V dan Konsultasi Abstrak	9.
10	Jum'at, 19 Maret 2021	ACC Abstrak	10.

Malang, 24 Maret 2021

Mengetahui,

a.n. Dekan

Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Dr. Fakhruddin, M.HI.

NIP. 197408192000031002

PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan Penguji Skripsi Saudara Fitriana Deva Yanti, NIM 17220146, mahasiswa Program studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

TANGGUNG JAWAB HUKUM PELAKU USAHA PRODUK HIJAB PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG NO 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (STUDY DI MARKETPLACE SHOPEE)

Telah dinyatakan lulus dengan nilai (A)

Dengan Penguji

1. Iffaty Nasyiah, M.H
NIP 197606082009012007



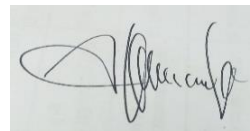
Ketua Penguji

2. Dwi Hidayatul Firdaus, M.SI
NIP 198212252015031002



sekretaris

3. Ali Hamdan, MA, P.hD
NIP 197601012011011004



Penguji Utama

Malang, 11 Agustus 2021

Dekan Fakultas Syariah



Prof. Dr. H. Saifullah, S.H., M.Hum
NIP. 1952052000031001

MOTTO

اجهد ولا تكسل ولا تنك غافلا فندامة العقبى لمن يتكاسل

“ Bersungguh-sungguhlah, jangan bermalas-malasan, dan jangan lengah, karena penyesalan itu atas orang yang bermalas-malas “

إن مع العسر يسراً

“ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan “

KATA PENGANTAR

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Alhamd li Allâhi Rabb al-‘Ālamîn, la Hawl wala Quwwat illa bi Allah al-‘Āliyy al-‘Ādhîm, dengan rahmat dan hidayah Allah SWT penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “ Tanggung Jawab Jual Beli *Onlineshop* Terkait Produk Hijab Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Study Kasus Di Aplikasi *Shopee*) “. Sholawat serta salam kami haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya dari alam kegelapan menuju alam yang terang menderang dalam kehidupan ini. Semoga kita semua tergolong orang-orang yang beriman dan mendapatkan syafa’at dari Beliau di hari akhir kelak. Aamiin ...

Dengan segala daya dan upaya serta bantuan, bimbingan maupun pengarahan dan hasil diskusi dari berbagai pihak dalam proses penulisan laporan penelitian ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih tiada batas kepada :

1. Prof. Dr. Abd Haris, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Saifullah, S.H., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Fakhruddin, M.H.I., selaku ketua Program Studi Hukum Ekonomi syariah Fakultas Syariah Universitas islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Suud Fuadi, S.H.I., M.E.I., selaku dosen wali perkuliahan penulis selama kuliah di Program Studi Hukum Ekonomi Syariah. Penulis ucapkan banyak terimakasih atas bimbingan dan arahan selama proses perkuliahan.
5. Dwi Hidayatul Firdaus, M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi. Penulis ucapkan banyak terimakasih atas kesediaan beliau dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.

6. Segenap dosen Fakultas Syariah yang telah membina, mendidik, dan memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis. Semoga Allah SWT senantiasa menjadikan ilmu yang diberikan sebagai amal jariyah dan pahala di akhirat kelak.
7. Segenap staff Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penulis ucapkan terimakasih atas segala kemudahan-kemudahan yang diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Mbak *Lindra owner @namehijab.id*, Mbak *Dewi owner @trendhijab_id*, dan Bapak *Sulthon owner @khayrscraff.id*, selaku narasumber wawancara. Penulis ucapkan banyak terimakasih atas kesediaan waktunya dalam memberikan informasi untuk membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Kedua orang tua, Bapak *Suripto* dan Ibu *Fahimawati*. Penulis ucapkan banyak terimakasih atas doa dan dukungan yang selalu diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Terimakasih atas didikan dan arahan selama ini.
10. Saudara-saudari penulis, Mbak *Rosi*, *Febri* dan *Hafshoh*, yang selalu memberikan doa dan dukungannya kepada penulis dan selalu menghibur penulis. Penulis ucapkan terima kasih.
11. Keluarga besar *explode*, penulis ucapkan terimakasih atas pengalaman dan kebersamaannya selama masa-masa kuliah di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
12. Keluarga besar *Ikbal Malang Raya 27 41*, penulis ucapkan terimakasih atas pengalaman dan kebersamaannya selama penulis tinggal di Kota Malang.
13. Terimakasih atas semua pihak yang tidak bisa penulis ungkapkan satu-satu, terimakasih atas segala doa dan dukungannya selama ini. Semoga kebaikan kalian semua dicatat sebagai amal baik dan menjadi pahala di akhirata kelak. Aamiin ...

والسّلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Malang, 15 Maret 2021

Penulis



Fitriana Deva Yanti
17220146

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Umum

Transliterasi ialah pemindah alihan tulisan Arab kedalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemahan bahasa Arab kedalam bahasa Indonesia. Termasuk dalam kategori ini ialah nama Arab dari bangsa Arab, sedangkan nama Arab dari bangsa selain Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Penulisan judul buku dalam *footnote* maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi ini.

Banyak pilihan dan ketentuan transliterasi yang dapat digunakan dalam penulisan karya ilmiah, baik yang berstandar dinternasional, nasional maupun ketentuan yang khusus digunakan penerbit tertentu. Transliterasi yang digunakan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang menggunakan EYD plus, yaitu transliterasi yang didasarkan atas Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, tanggal 22 Januari 1998, No. 158/1987 dan 0543.b/U/1987, sebagaimana tertera dalam buku Pedoman Transliterasi Bahasa Arab (*A Guide Arabic Transliteration*), INIS Fellow 1992.

B. Konsonan

ا = Tidak dilambangkan	ض = dl
ب = b	ط = th
ت = t	ظ = dh
ث = ts	ع = '(koma menghadap keatas)

ج = j	غ = gh
ح = h	ف = f
خ = kh	ق = q
د = d	ك = k
ذ = dz	ل = l
ر = r	م = m
ز = z	ن = n
س = s	و = w
ش = sy	ه = h
ص = sh	ي = y

Hamzah (ء) yang sering dilambangkan dengan alif, apabila terletak di awal kata maka dalam transliterasinya mengikuti vokalnya, tidak dilambangkan, namun apabila terletak di tengah atau akhir kata, maka dilambangkan dengan tanda koma di atas (‘), berbalik dengan koma (‘) untuk pengganti lambang “ع”.

C. Vokal, Panjang dan Diftong

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vokal *fathah* ditulis dengan “a”, *kasrah* dengan “i”, *dlommah* dengan “u”, sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal (a) panjang = â misalnya قال menjadi qâla

Vokal (i) panjang = î misalnya قيل menjadi qîla

Vokal (u) panjang = û misalnya دون menjadi dûna

Khusus untuk bacaanya’ nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan “i”, melainkan tetap ditulis dengan “iy” agar dapat menggambaranya’ nisbat

diakhirnya. Begitu juga untuk suara diftong, wawudanya' setelah *fathah* dituli \s dengan “aw” dan “ay”. Perhatikan contoh berikut:

Diftong (aw) = قَوْلٌmisalnya قول menjadi qawla

Diftong (ay) = خَيْرٌmisalnya خير menjadi khayrun

D. Ta' marbûthah (ة)

Ta' marbûthah ditransliterasikan dengan “ṭ” jika berada di tengah kalimat, tetapi apabila ta' marbûthah tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “h” misalnya الرسالة للمدرسة menjadi *al-riṣalaṭ li al-mudarrisah*, atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudlaf* dan *mudlaf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan t yang disambungkan dengan kalimat berikutnya, misalnya في رحمة الله menjadi *fi rahmatillâh*.

E. Kata Sandang dan Lafdh al-Jalâlah

Kata sandang berupa “al” (ال) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan “al” dalam lafadh jalâlah yang berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan. Perhatikan contoh-contoh berikut ini:

1. Al-Imâm al-Bukhâriy mengatakan ...
2. Al-Bukhâriy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan ...
3. *Masyâ' Allâhkânawamâ lam yasya' lam yakun.*
4. *Billâh 'azzawajalla.*

F. Nama dan Kata Arab Terindonesiakan

Pada prinsipnya setiap kata yang berasal dari bahasa Arab harus ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Apabila kata tersebut merupakan nama

Arab dari orang Indonesia atau bahasa Arab yang sudah terindonesiakan, tidak perlu ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Perhatikan contoh berikut:

“ ...Abdurrahman Wahid, mantan Presiden RI keempat, dan Amin Rais, mantan Ketua MPR pada masa yang sama, telah melakukan kesepakatan untuk menghapuskan nepotisme, kolusi dan korupsi dari muka bumi Indonesia, dengan salah satu caranya melalui pengintensifan salat di berbagai kantor pemerintahan, namun ...”

Perhatikan penulisan nama “Abdurrahman Wahid,” “Amin Rais” dan kata “salat” ditulis dengan menggunakan tata cara penulisan bahasa Indonesia yang disesuaikan dengan penulisan namanya. Kata-kata tersebut sekalipun berasal dari bahasa Arab, namun ia berupa nama dan orang Indonesia dan terindonesiakan, untuk itu tidak ditulis dengan cara “Abd al-RahmânWahîd,” “AmînRaîs,” dan bukan ditulis dengan “shalât.”

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
BUKTI KONSULTASI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
DAFTAR ISI	xiv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xviii
المخلص	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Masalah	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Definisi Operasional	6
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Kajian Teori	22
1. Jual Beli	22
2. Akad Salam	27
3. Jual Beli Online	31
4. Perlindungan Konsumen	33
5. Tanggung Jawab Hukum	42
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Jenis Penelitian	47
B. Pendekatan Penelitian	47
C. Lokasi Penelitian	48

D. Jenis dan Sumber Data	48
E. Metode Pengumpulan Data	50
F. Metode Pengolahan Data	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Lokasi Penelitian	54
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	55
1. Tanggung Jawab Hukum Bagi Konsumen atas Pelanggaran Yang Dilakukan Oleh Toko <i>Online Shop</i> Menurut Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen	55
2. Tanggung Jawab Hukum Terhadap Pelaku Usaha yang Merugikan Konsumen Menurut Hukum Islam	64
BAB V PENUTUP	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	76
PEDOMAN WAWANCARA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	78

ABSTRAK

Fitriana Deva Yanti, 17220146, 2021. **Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Produk Hijab Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Study Di Marketplace Shopee)**. Skripsi, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana malik ibrahim Malang. Pembimbing: Dwi Hidayatul Firdaus, M.SI.

Kata Kunci : Tanggung Jawab, Pelaku Usaha, Perlindungan Konsumen

Internet merupakan suatu akses yang sangat diminati oleh manusia diseluruh dunia. Dalam kehidupan sehari-hari, internet banyak dimanfaatkan oleh manusia, salah satunya dalam jual beli. Seperti yang kita tahu, saat ini banyak penjual yang hanya memanfaatkan internet dalam mempromosikan produknya. Jual beli *online* sangat memudahkan bagi konsumen dan pelaku usaha dalam bertransaksi, yang mana antara penjual dan pembeli tidak harus bertemu, cukup dengan menggunakan aplikasi yang tersedia. Kendati demikian, masalah yang timbul dari jual beli *online* sangatlah beragam, mulai dari keamanan data diri hingga respon penjual yang kurang tanggap atas complain yang diajukan oleh pembeli. Mengenai permasalahan yang ada, tentunya penjual harus responsive, karena respon atau tanggung jawab penjual terhadap complain konsumen memiliki dampak besar bagi toko *onlineshop* tersendiri.

Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini, yaitu : 1) Bagaimana tanggung jawab hukum bagi konsumen atas pelanggaran yang dilakukan oleh toko *online shop* menurut Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen ? 2) Bagaimana tanggung jawab hukum bagi konsumen atas pelanggaran yang dilakukan oleh toko *online shop* menurut Hukum Islam ?.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa, jenis penelitian empiris. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yuridis sosiologis. Sumber data yang digunakan berupa : sumber data primer, sumber data sekunder, dan sumber data tersier. Metode pengumpulan data berupa : wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa : pelaku usaha telah melakukan tanggung jawab atas kerugian yang diterima oleh konsumen. Hal ini berdasarkan dengan Pasal 19 Undang-Undang No 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Adapun secara hukum islam, prinsip tanggung jawab wajib dimiliki bagi setiap pelaku usaha, agar tidak ada kerugian yang diterima oleh pihak lain. Apabila terjadi kerugian, maka konsumen mendapatka dua

pilihan, yaitu pengembalian barang atau pengembalian uang. Hal ini sesuai dengan Fatwa DSN MUI No 5/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual beli salam.

ABSTRACT

Fitriana Deva Yanti, 17220146, 2021. **Legal Responsibilities of Business Actor for Hijab Products Perspective of Islamic Law and Law Number 8 Year 1999 Regarding Consumer Protection (Study on *Shopee Marketplace*).**Thesis, Sharia Economic Law Department, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang. Advisor: Dwi Hidayatul Firdaus, M.SI.

Keywords: Responsibility, Businessmen, Consumer Protection

Internet is an access interested in this world. In the daily life, internet is more utilized by human, one of them is buy and sell. As we know that there are many sellers who make use internet only to promote their products. Buy and sell of online make easy consumer and entrepreneur to interact, able be done without meeting by using application only. But, there are many kinds of problems about buy and sell looked, such as personal data security until seller's response who less responsive to customer's complain. By these problems, the seller have to responsive because the response or responsible of seller to consumer's complain has big effect to onlineshop.

The problems from this research are: 1. How is the law responsible to consumer for the offense that be done by onlineshop according to constitution No. 8 Year 1999 about consumer protection? 2. How is the law responsible to consumer for the offense that be done by onlineshop according to Islam law?

This research is empirical research. It uses sociological juridical research. The data source that is used primary data source, secondary data source, and tertiary data source. The data collection method are interview, document, and literature study.

Based on the result of research shows that: Entrepreneur was responsible to loss that received by consumer. This statement based on clause 19 constitution No. 8 Year 1999 about consumer protection. And according to Islam law, principle of responsible must be had every entrepreneur in order there is not loss that be received by other parties. If there is loss, the consumer will get two options, those are return thing or return money. This statement is corresponding with Fatwa DSN MUI No 5/DSN-MUI/IV/2000 about buy and sell of booking.

ملخص البحث

فطريانا ديفا بنتي، 17220146، 2021. المسؤولية القانونية لمنتجات الحجاب رجال الأعمال منظور الشريعة الإسلامية والقانون رقم 8 من عام 1999 على حماية المستهلك الدراسة في السوق الصوف (Marketplace Shopee). بحث جامعي، شعبة الحكم الإقتصادي الإسلامي. كلية الشريعة. الجامعة الإسلامية الحكومية مولان مالك إبراهيم، مالانج. المشرف: دي هدية الفردوسي. M,Si

الكلمات الرئيسية: المسؤولية، البيع، حماية المستهلك.

الإنترنت هو الوصول الذي في الطلب الكبير قبل الناس في جميع أنحاء العالم. في الحياة اليومية، ويستخدم على نطاق واسع من قبل شبكة الإنترنت البشر، واحد منهم في شراء وبيع. كما نعلم، في الوقت الحاضر العديد من البائعين يستخدمون الإنترنت فقط في الترويج لمنتجاتهم. الشراء والبيع عبر الإنترنت سهل جدا للمستهلكين والشركات في التعامل، والذي بين البائعين والمشتريين ليس من الضروري أن يجتمع، ببساطة باستخدام التطبيقات المتاحة. ومع ذلك، فإن المشاكل الناشئة عن البيع والشراء عبر الإنترنت متنوعة للغاية، تتراوح بين أمن البيانات الشخصية واستجابة البائعين الأقل استجابة للشكاوى المقدمة من المشتريين. فيما يتعلق بالمشاكل القائمة، يجب أن يكون البائع بالطبع متجاوبا، لأن استجابة البائع أو مسؤوليته عن شكاوى المستهلكين لها تأثير كبير على المتجر عبر الإنترنت نفسه.

صياغة المشاكل التي أثرت في هذه الدراسة، وهي: (1) كيف تتحمل المستهلكين المسؤولية القانونية عن الانتهاكات التي ترتكبها المتاجر عبر الإنترنت وفقا للقانون رقم 8 لعام 1999 بشأن حماية المستهلك؟ (2) ما هي المسؤولية القانونية عن المستهلكين عن الانتهاكات التي ترتكبها متاجر على الإنترنت وفقا للشريعة الإسلامية؟.

طريقة البحث المستخدمة في هذه الدراسة هي، في شكل، نوع من البحوث التجريبية. تستخدم هذه الدراسة نوعا من البحوث القانونية الاجتماعية. مصادر البيانات المستخدمة هي: مصادر البيانات الأولية، ومصادر البيانات الثانوية، ومصادر البيانات الثالثة. وتشمل أساليب جمع البيانات: المقابلات، والتوثيق، ودراسات الأدب.

يستند إلى نتائج البحث تبين أن: الشركات قد أخذت المسؤولية عن الخسائر التي تلقاها المستهلكون. ويستند ذلك إلى المادة 19 من القانون رقم 8 لسنة 1999 بشأن حماية المستهلك. أما بالنسبة للشريعة الإسلامية، فيجب أن يكون مبدأ المسؤولية ملكا لكل جهة فاعلة في مجال الأعمال التجارية، حتى لا تتلقى أطراف أخرى أي خسائر. في حالة حدوث خسارة، يحصل المستهلك على خيارين، وهما إعادة البضائع أو استرداد الأموال. هذا وفقا للفتوى المجلس العلماء الإندونيسي رقم 5 - المجلس العلماء اندونيسيا /VI/ 2000 على البيعة الإسلامية.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan bagi konsumen. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup dan tidak untuk diperdagangkan. Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.¹

Berkembangnya dunia digital saat ini, memudahkan masyarakat dalam mengakses suatu informasi, terutama dalam hal jual-beli. Jual-beli saat ini terbagi menjadi dua, yaitu jual – beli offline dan jual - beli online. Dalam prakteknya, jual-beli offline biasa dilakuakn di pasar tradisional maupun pusat perbelanjaan modern yang tersebar di Indonesia, sedangkan dalam praktek jual-beli online dengan menggunakan sebuah aplikasi belanja yang bisa di download di play store, seperti *Lazada*, *Shopee*, *Tokopedia*, *Blibli.com* dan masih banyak yang lain. Tak hanya itu, dengan adanya internet yang berkembang pesat pada zaman sekarang, jual-beli *online* juga bisa dilakuakn melalui media sosial, dengan memanfaatkan media *Instagram*, *Line*, *Whatsapp*, dan *Telegram*.

Aplikasi belanja online merupakan sebuah aplikasi yang dibuat oleh suatu perusahaan besar dengan memanfaatkan perkembangan ekonomi yang modern. Adanya aplikasi tersebut dapat membantu para masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli, tanpa harus bertatap muka. Produk yang ditawarkan didalam aplikasi belanja online sangat beragam, mulai dari alat-alat rumah tangga, baju, tas, sepatu, hijab sampai pada produk elektronik.

¹Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Dalam jual-beli *online*, penjual diwajibkan untuk memberikan keterangan secara detail pada setiap barang yang di perjual-belikan, mulai dari bahan, kain, ukuran, warna dan juga tata cara pemesanan. Namun tidak hanya itu, dalam sebuah aplikasi belanja *online*, telah tersedia kolom komentar penilaian bagi pelanggan. Adanya kolom komentar penilaian, pelanggan dapat memberikan penilaian, kritikan dan saran kepada penjual atau admin toko *online shop* tersebut.

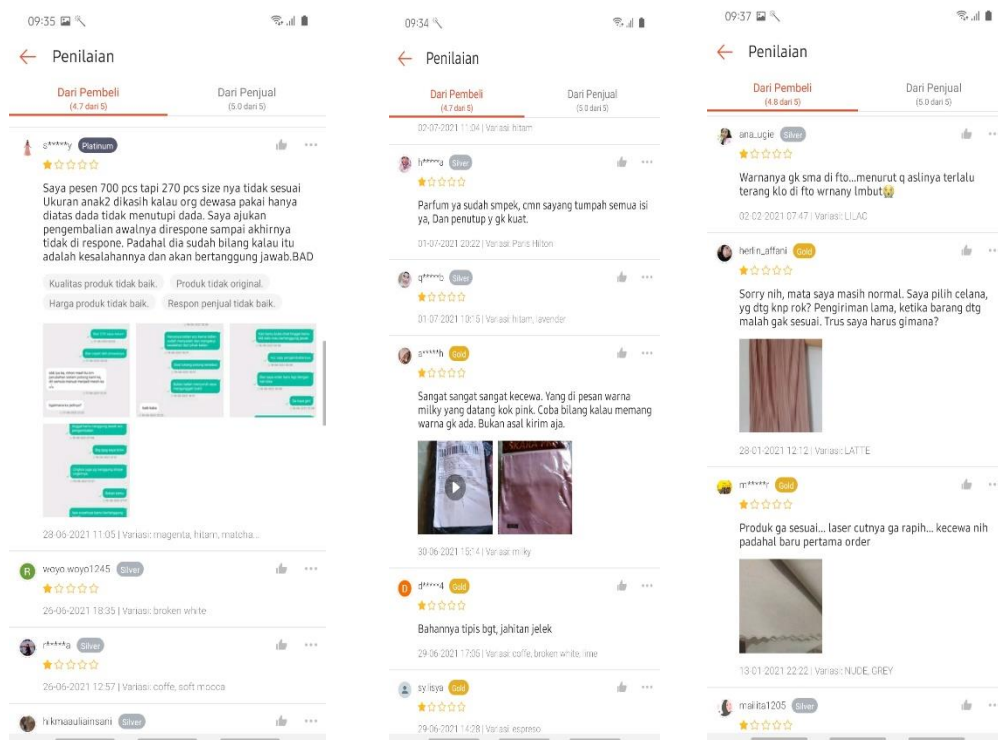
Penilaian konsumen atau pelanggan sangat bermanfaat bagi pihak penjual, dengan begitu pihak toko *online shop* dapat memperbaiki kualitas barang dan pelayanan toko dengan lebih baik. Terlebih jika, pihak penjual atau admin toko *online shop* tersebut membalas atau merespon komentar mereka. Akan tetapi, tidak banyak dari admin toko *online shop* yang membalas komentar-komentar konsumen, terlebih ketika konsumen melakukan komplain terhadap kualitas barang yang diterima atau pelayanan dari toko tersebut yang kurang baik.

Sebagai contoh, yang terjadi pada beberapa toko *online shop* yang ada pada situs aplikasi belanja *online*. Toko tersebut menjual berbagai macam produk, mulai dari hijab, tas maupun baju muslimah. Hijab yang dijual pada toko tersebut merupakan hijab dengan hasil produksi sendiri. Banyak sekali pelanggan yang membeli produk hijab tersebut, karena harga yang tertera pada barang sangat terjangkau. Sebelum pembeli melakukan proses pemesanan, biasanya pembeli diharuskan untuk membaca terlebih dahulu keterangan yang telah di deskripsikan pada setiap produk, setelah itu pembeli dapat melakukan transaksi sesuai dengan petunjuk pada aplikasi tersebut. Kemudian, barang akan dikirim melalui jasa pengiriman yang tersedia di aplikasi, setelah barang sampai kepada pembeli, maka pembeli akan memberikan penilaian terhadap barang yang diterimanya atau yang telah dipesankan.

Dalam hal ini, ada dua kategori pembeli, yaitu pembeli yang merasa puas dengan barang yang diterima dan pembeli yang merasa tidak puas dengan barang yang diterima. Pembeli yang merasa puas terhadap barang yang diterimakan memberikan penilaian yang positif dan memberikan komentar yang sesuai dengan barang atau memberikan bintang 5 pada toko tersebut.

Akan tetapi, jika pembeli merasa tidak puas dengan barang yang diterimanya, maka pembeli akan mengkomplain kepada penjual atas barang yang diterimanya atau bisa juga hanya memberikan bintang 1 atau bintang 2 pada toko. Pembeli dapat melakukan penilaian tersebut pada kolom komentar yang sudah tersedia didalam aplikasi belanja *online*.

Ada beberapa dari pembeli yang melakukan komplain atas barang yang diterima dan meminta ganti rugi pada penjual dengan melalui kolom komentar penilaian. Namun, tidak banyak dari pembeli yang mendapatkan respon dari pihak penjual atau admin toko tersebut. Dengan tidak adanya respon dari penjual atau admin toko *online shop* membuat para pembeli atau konsumen merasa kecewa dengan sikap penjual yang dianggap kurang adanya tanggung jawab kepada customer.



Gambar I.I (Bukti komplain pelanggan melalui kolom penilaian)

Didalam Pasal 7 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, telah dijelaskan mengenai kewajiban-kewajiban bagi pelaku usaha, dimana pelaku usaha diwajibkan untuk beri'tikad baik dan memberikan ganti rugi kepada konsumen. Selain itu, didalam Undang-Undang No 8 Tahun

1999 Tentang Perlindungan Konsumen, juga membahas tentang tanggung jawab pelaku usaha. Pembahasan tentang tanggung jawab bagi pelaku usaha, dipaparkan pada Pasal 19 ayat 1 yang berbunyi “ Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.” Kemudian pada ayat 2 dijelaskan pula bahwa “ Ganti rugi yang dimaksud pada ayat (1) 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.”²

Di dalam hukum Islam ada 4 sumber yang menjadi acuan dalam menetapkan suatu hukum, yaitu Al-Qur’an, Hadits, Qiyas dan Ijma’. Dalam mengatur perlindungan konsumen berlandaskan kaidah utama dalam kitab suci Alquran, Surat Al-Baqarah Ayat 279:

فان لم تفعلوا فاذنوا بحربٍ مِّنَ الله ورسوله وان تبتم فلكم رءوس اموا لكم لا تظلمون ولا تُظلمون

Artinya : “ Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rosul-Nya akan memerangi kamu. Tetapi jika kamu bertobat, maka kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat dzalim (merugikan) dan tidak mendzalimi (dirugikan) ”³

Sekilas ayat ini menerangkan tentang riba, akan tetapi secara jelas ayat ini mengandung pesan tentang perlindungan konsumen. Kandungan pada akhir ayat tersebut, menjelaskan bahwa tidak boleh berbuat dzalim dan mendzalimi. Pada hakikatnya, Islam memperbolehkan untuk melakukan transaksi jual-beli, baik jual beli secara *offline* maupun jual-beli secara *onlien*. Pada dasarnya, suatu bisnis harus dijalankan dengan kesepakatan bersama, tanpa adanya unsur paksa. Seperti halnya Prinsip bisnis yang telah diajarkan oleh Rasulullah SAW yang mengandung nilai-nilai perlindungan terhadap hak-hak konsumen.

²Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

³Qs. Al-Baqarah ayat 279

Karena itu, dalam berbisnis diperlukan adanya prinsip kejujuran, keadilan dan transparansi yang merupakan pondasi ajaran Islam dalam berbisnis.⁴

Didalam Fatwa DSN MUI No 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Salam, pada point ke empat ayat 1 mengatakan bahwa “ penjual harus menyerahkan barang tepat pada waktunya dengan kualitas dan jumlah yang telah disepakati”. Dapat diartikan, bahwa barang yang diterima oleh konsumen harus sesuai dengan apa yang telah dipesan dan disepakati oleh kedua belah pihak. Kemudian pada ayat 5 dijelaskan pula “ 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.”

Dalam melakukan transaksi, tentu mengandung sebuah perikatan bagi pihak yang melakukan transaksi tersebut. Oleh karena itu, setiap transaksi harus mengandung nilai manfaat bagi pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Hal ini selaras dengan asas itikad baik yaitu pihak-pihak yang melakukan perjanjian harus melakukan perjanjian tersebut dengan itikad baik dengan tidak mengganggu hak dan kewajiban pihak lain.

Dengan adanya kasus diatas, penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian mendalam terkait “ Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Produk Hijab Perspektif Hukum Islam dan UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Study Di Marketplace *Shopee*) ”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha didalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen ?
2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha menurut Hukum Islam ?

C. Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui tanggung jawab pelaku usaha didalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
2. Untuk mengetahui tanggung jawab pelaku usaha menurut Hukum Islam

⁴ Nurhalis, *PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999*. Lombok Timur, *Jurnal IUS*, Vol III, Nomor 9 Desember 2015

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian dan rumusan masalah, maka manfaat penelitiannya adalah :

a. Aspek teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan masyarakat maupun mahasiswa mampu mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan hukum perlindungan konsumen, penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat luas tentang hukum perlindungan konsumen menurut UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen maupun menurut Hukum Islam.

b. Aspek Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi :

1. Bagi masyarakat, diharapkan untuk memberi pengetahuan baru tentang hukum perlindungan konsumen, menurut UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen maupun menurut Hukum Islam.
2. Bagi penulis, sebagai pemenuhan syarat akedemis untuk mencapai gelar sarjana strata 1 program studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah mengenal dua variabel didalam sebuah penelitian. Dengan menjelaskan tentang pertemuan dua variabel, yaitu variabel terikat dan variabel bebas didalam sebuah penelitian. Dan juga mempermudah untuk memahami sebuah penelitian yang berjudul ” Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Produk Hijab Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen “

a. Tanggung Jawab Hukum

Tanggung jawab menurut hukum adalah suatu akibat atas konsekuensi kebebasan seorang tentang perbuatannya yang berkaitan dengan etika atau moral dalam melakukan suatu perbuatan. Tanggung

jawab hukum merupakan kewajiban pelaku usaha untuk bertanggung jawab atas undang-undang atau peraturan yang dilaksanakannya dan memperbaiki kerusakan yang ditimbulkan dari sebuah transaksi jual beli.

b. Pelaku Usaha

Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

c. Produk Hijab

Produk Hijab merupakan sebuah produk yang menjadi kebutuhan umat muslim perempuan untuk digunakan dalam kegiatan sehari-hari. Hijab dalam arti bahasa Arab yaitu penutup. Hijab dalam artian luas, yaitu setiap yang menutupi hal-hal yang dituntut untuk ditutupi. Sedangkan maksud dari hijab disini adalah hijab yang digunakan oleh muslimah untuk menutupi aurat, lekuk tubuh, dari laki-laki yang bukan mahromnya.⁵

d. Perspektif Hukum Islam

Hukum Islam merupakan sebuah kajian yang bersumber dari, Al-Qur'an, Hadits, Ijma' dan juga qiyas. Dimana, para ulama akan menetapkan sebuah hukum berdasarkan hasil kajian dari empat sumber utama tersebut. begitu juga dengan tanggung jawab dalam Islam, di dalam surat Al- Mudatsir ayat 38

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

Artinya : “ Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya.”⁶

Sebagian Ulama saat ini, menyamakan jual beli *online* sama dengan jual beli *salam*. Yang mana sistemnya berupa “pesanan”. Jual beli salam merupakan transaksi jual beli “pesanan” yang pembayarannya

⁵ Yulian Purnama. *Makna Hijab, khimar dan Jilbab*. <https://muslim.or.id/26725-makna-hijab-khimar-dan-jilbab.html> (diakses pada tanggal 9 Desember 2020, pukul 18.53 WIB)

⁶QS. Al-Mudatsir ayat 38

dilakukan ketika akad berlangsung dengan penyerahan barang dilakukan diakhir sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak. Sebelum melakukan transaksi jual beli salam, harus ada kesepakatan antara kedua belah pihak mengenai, ciri-ciri, sifat barang, kualitas barang, harga barang dan waktu penyerahan. Dengan adanya kesepakatan ini maka sebuah perikatan telah dibuat dan masing-masing pihak memiliki tanggung jawab masing-masing.⁷

e. Perspektif Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen merupakan sebuah undang-undang yang dibuat oleh pemerintah untuk melindungi konsumen. Pembahasan yang ada di dalam Undang-undang sangat rinci dan jelas. Baik pelaku usaha maupun konsumen sama-sama memiliki hak dan kewajiban yang diatur didalam Undang-undang No 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Tujuan dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu, agar dapat meningkatkan kesadaran bagi konsumen untuk melindungi diri sendiri serta menumbuhkan kesadaran bagi pelaku usaha untuk bersikap jujur dan bertanggung jawab dalam melakukan usahanya.

F. Sistematika Pembahasan

BAB I Pendahuluan : Pada Bab ini dijelaskan Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, definisi operasional dan sistematika pembahasan

BAB II Kajian Pustaka :Merupakan Bab yang menjelaskan penelitian terdahulu dan kajian pustaka. Kajian pustaka digunakan untuk menganalisa permasalahan yang dikaji.

BAB III Metode Penelitian :Didalam Bab ini menjelaskan jenis penelitian hukum empiris, pendekatan konseptual, dan pendekatan sosiologis, sumber data terdiri dari data primer, yaitu wawancara terhadap pelaku usaha. Data sekunder diperoleh dari dari buku-buku, skripsi, jurnal, artikel.

⁷Andri Soemitra. *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muammalah*. (Jakarta Timur : Prenadamedia Group, 2019), hlm 84

BAB IV Paparan dan Analisis data :Berisi tentang paparan dan analisis data, pada bab ini disajikan data-data hasil penelitian, kemudian dianalisis dengan konsep yang ada, sehingga menemukan jawaban dari rumusan permasalahan dalam penelitian.

BAB V Penutup : Pada bab ini disajikan kesimpulan dari penelitian, serta saran bagi pembaca dan peneliti selanjutnya. Kesimpulan dan saran tersebut adalah hasil akhir dari penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian terdahulu akan menjelaskan dan juga memaparkan terkait persamaan dan perbedaan terhadap penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dengan penelitian yang sudah dilakukan terlebih dahulu dilakukan. Tujuan dari dilakukannya penelitian terdahulu adalah untuk menghindari terjadinya beberapa hal yang dilarang seperti duplikasi dan juga plagiasi (*copyright*). Hal ini juga digunakan untuk menghindari berbagai kemungkinan diatas juga guna untuk menjaga *orisinalitas* dari penelitian yang dilakukan oleh setiap penulis, berikut akan dipaparkan beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya :

1. Skripsi oleh Vanda Indarsita, “ Analisis Hukum Islam Dan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Pertanggung Jawaban Atas Kesalahan Produksi Di Wira Konveksi Sidoarjo”, UIN Sunan Ampel Surabaya Tahun 2017

Penelitian Vanda Indarsita membahas tentang kerugian yang dialami konsumen (pemesan) di Wira Konveksi sebagian besar adalah terjadi akibat kelalaian atau kesalahan pihak produsen, misalnya tidak tepatnya waktu penyelesaian pesanan sesuai perjanjian, kesalahan produksi, cacat desain hingga informasi yang tidak memadai. Akibatnya, pihak konsumen meminta ganti rugi atas kesalahan pihak konveksi tersebut.

Metode yang digunakan didalam penelitian Vanda Indarsita, yaitu metode kualitatif, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan berupa dokumentasi dan wawancara. Penelitian ini juga menggunakan metode deskriptif analisis melalui metode berfikir deduktif yang berawal dari pengetahuan bersifat umum dan bertitik tolak dengan pengetahuan yang umum tersebut kita menilai suatu kejadian khusus dan dibahas sesuai dengan hukum Islam.

Hasil dari penelitian Vanda Indarsita terdapat dua kesimpulan, yaitu :*pertama*, secara hukum Islam *akad salam* yang terjadi di Wira

Konveksi diperbolehkan selama syarat-syarat dan rukunnya terpenuhi. Namun terlepas dari itu terkadang terjadi kesalahan hasil produksi menyebabkan konsumen merasa dirugikan. Maka sikap tanggung jawab untuk memberikan komoensasi ganti rugi yang dilakukan oleh Wira Konveksi merupakan salah satu bagian penting dalam kegiatan *bermuamalah*, sehingga aktivitas *bermuamalah* seperti ini bisa menimbulkan rasa saling percaya ataupun saling ridha antar keduanya. *Kedua*, pihak Wira Konveksi sudah memenuhi tanggung jawabnya sebagai pelaku usaha, sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Pelindungan Konsumen mengenai tanggung jawab pelaku usaha. Wira Konveksi bersedia bertanggung jawab atas semua kesalahan atau kelalaian hasil produksinya, Wira Konveksi memberikan ganti rugi perbaikan jika terdapat kesalahan atas pesanan konsumen.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan penelitian Vanda Indarsita, yaitu sama-sama membahas tentang pertanggung jawaban pelaku usaha atas kerugian yang dialami oleh konsumen.

Perbedaan yang dilakukan oleh penulis dengan peneliti Vanda Indarsita terletak pada pokok permasalahan. Pokok permasalahan yang diteliti oleh Vanda Indarsita berupa kesalahan produksi yang dilakukan oleh pihak Wira Konveksi. Sedangkan pokok permasalahan yang diteliti oleh penulis berupa tidak ada respon atas complain yang dilakukan konsumen kepada penjual.

2. Skripsi A'yuni Natiqoh, " Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Jual-Beli Menggunakan Katalog Sebagai Media Pemasaran Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam (Study Kasus Shopie Paris di BC Rinda)", IAIN Jember Tahun 2015.

Penelitian A'yuni Natiqoh ini membahas tentang jual-beli yang ada di masyarakat dengan menggunakan katalog. Katalog merupakan sebuah buku atau majalah yang berisi gambar dan spesifikasi dari produk-produk yang akan dijual. Meskipun jual beli dengan menggunakan katalog ini

sangat diminati oleh masyarakat, ternyata hal ini banyak mengundang asumsi dari para konsumen. Ada beberapa konsumen yang merasa tidak puas, bahkan ada yang merasa dirugikan dan tertipu. Karena hanya dengan menunjukkan sebuah gambar tanpa melihat langsung bentuk asli dari produk tersebut, terkadang produk yang telah dipesan tidak sesuai dengan gambar yang ada di katalog, baik itu dari segi warna, ukuran maupun bahan.

Metode yang digunakan didalam penelitian A'yuni Natiqoh, yaitu metode pendekatan kualitatif, dengan menggunakan analisis deskriptif, yang mendeskripsikan persepsi konsumen terhadap praktik jual beli menggunakan katalog sebagai media pemasaran pada produk Sophie paris. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam Penentuan informan, peneliti menggunakan teknik purposive sampling dan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil dari penelitian A'yuni Natiqoh terdapat tiga kesimpulan, yaitu :*pertama*, dalam praktik penjualan dan pemasaran, para member hanya menunjukkan katalog dan tidak memberikan keterangan tambahan. *Kedua*, para konsumen memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap sistem transaksi jual beli dengan menggunakan katalog pada produk Sophie Paris ini. Namun para konsumen cenderung merasa tidak puas dengan transaksi tersebut. Dan *ketiga*, praktik jual beli menggunakan katalog sebagai media pemasaran ini diperbolehkan dalam islam, selama transaksi tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan persepsi konsumen yang merasa tidak puas bukan termasuk faktor yang dapat membatalkan jual beli tersebut. Jual beli ini termasuk *bai' istishna'*. Meskipun jual beli seperti ini diperbolehkan, akan tetapi, prinsip kejujuran, keadilan dan transparansi harus tetap dipelihara dan dipertahankan sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan lagi. Karena tidak menutup kemungkinan akan terjadi hal yang sama. Oleh karena itu jual beli secara langsung tetap dipandang lebih baik dan mampu menghindarkan dari hal-hal yang tidak diinginkan.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dan juga penelitian yang dilakukan oleh A'yuni Natiqoh, yaitu sama-sama membahas tentang jual-beli yang menggunakan media, artinya konsumen hanya melihat barang melalui foto.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dan juga penelitian yang dilakukan oleh A'yuni Natiqoh, yaitu terletak pada pokok permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Pokok permasalahan yang diteliti oleh A'yuni Natiqoh berupa ketidakpuasan konsumen terhadap jual beli yang menggunakan katalog. Sedangkan pokok permasalahan yang diteliti oleh penulis berupa tidak adanya respon atas complain yang dilakukan konsumen kepada penjual.

3. Rai Agustina Dewi dan I Nyoman Suyatna, “ Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui *Online* “, Universitas Udayana Tahun 2016.

Penelitian yang dilakukan oleh Rai Agustina Dewi dan I Nyoman Suyatna membahas tentang dampak negatif dan juga dampak positif dari transaksi jual-beli *online* yang saat ini sangat digemari oleh masyarakat. Dampak positif dari jual beli *online*, yaitu transaksi dapat dilakukan dengan mudah dan cepat, dan bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Sedangkan dampak negatif dari transaksi ini, yaitu ketidaksesuaian barang yang diterima oleh konsumen, dan konsumen hanya melihat barang tersebut melalui foto tanpa tau kondisi barang yang sebenarnya.

Dalam Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Teknologi Internet, telah mengatur tentang kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi terkait barang yang akan dijualnya. Namun fakta dilapangan, telah terjadi kesenjangan antara peraturan yang ada dengan apa yang terjadi di tengah masyarakat.

Metode yang digunakan di dalam penelitian Rai Agustina Dewi dan I Nyoman Suyatna, yaitu dengan menggunakan metode penelitian empiris, dengan melihat pada permasalahan yang kemudian dikaitkan dengan peraturan perundang-undangan.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Rai Agustina Dewi dan I Nyoman Suyatna ini ada dua kesimpulan, yaitu :*pertama*, apabila terbukti bahwa pelaku usaha telah melakukan kesalahan dalam memberikan informasi terkait barang dagangannya, maka pelaku usaha harus bertanggung jawab atas kerugian yang diterima oleh konsumen sesuai dengan Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Kedua*, penyelesaian kerugian yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat dilakukan dengan cara musyawarah dengan pihak konsumen atau menghadirkan pihak ketiga sebagai penengah, jika terjadi sengketa.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dan juga penelitian yang dilakukan oleh Rai Agustina Dewi dan I Nyoman Suyatna, yaitu sama-sama meminta pertanggung jawaban pelaku usaha terhadap kerugian yang diterima oleh konsumen.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dan juga penelitian yang dilakukan oleh Rai Agustina Dewi dan I Nyoman Suyatna, yaitu terletak pada okok permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Pokok permasalahan yang diteliti oleh Rai Agustina Dewi dan I Nyoman Suyatna berupa, telah terjadi kesenjangan antara peraturan yang ada dengan apa yang terjadi di lapangan (fakta masyarakat). Sedangkan pokok permasalahan yang diteliti oleh penulis berupa tidak adanya respon atas komplain yang dilakukan konsumen kepada penjual.

4. Jurnal oleh Presly Prayogo, “ TanggungJawab Pelaku Usaha terhadap Konsumen Dalam Jual-Beli Melalui Internet (Kajian Terhadap Pemberlakuan Transaksi Elektronik dan Perlindungan Hukum “, Dosen Fakultas Hukum Unsrat, Manado, Tahun 2014

Jurnal yang ditulis oleh Presly Prayogo membahas tentang bagaimana cara mengatasi hambatan-hambatan yang kerap terjadi pada jual-beli online (*e-commerce*) dan juga bagaimana perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian jual-beli melalui media internet.

Metode yang digunakan dalam jurnal penelitian ini berupa pendekatan yuridis empiris dan spesifikasinya dilakukan secara deskriptif analisis. Sumber dan jenis data yang digunakan adalah data primer dan

data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan studi kepustakaan dan studi lapangan, dan data yang didapat akan dianalisis secara kualitatif.

Hasil dari jurnal penelitian Presly Prayogo bahwa pelaksanaan jual beli melalui media internet terdiri dari empat proses, yaitu penawaran, penerimaan, pembayaran, dan pengiriman, hambatan-hambatan dalam transaksi di internet, khususnya mengenai cacat produk, informasi dan webvertising yang tidak jujur atau keterlambatan pengiriman barang, dan umumnya mengenai pola pikir, minat, dan kultur atau budaya masyarakat Indonesia. Perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian jual beli melalui media internet meliputi perlindungan hukum dalam perjanjian dan perlindungan hukum di luar perjanjian. UUTE menambahkan suatu bentuk system pembuktian elektronik yaitu adanya tanda tangan elektronik (digital signature) yang merupakan suatu sistem pengamanan yang bertujuan untuk memastikan otentisitas dari suatu dokumen elektronik.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Presly Prayoga, yaitu sama-sama membahas tentang perlindungan hukum bagi pihak yang mengalami kerugian serta tanggung jawab pelaku usaha atas ketidak hati-hatian dalam melakukan pelayanan kepada konsumen.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Presly Prayoga ialah terletak pada subjek dan objek penelitian. Dimana, subjek penelitian penulis yaitu berupa pelaku usaha dan konsumen serta objek yang diteliti berupa produk hijab. sedangkan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Presly Prayoga membahas secara general tentang perlindungan hukum dalam jual-beli.

5. Jurnal oleh Shaenaz Fielia Ardani dan Yana Indawati, “ Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Informasi Yang Tidak Jelas Dalam Pembelian Pakaian Bekas Impor Melalui Instagram Berdasarkan Undang-Undnag No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen “, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Surabaya, Jawa Timur, Tahun 2021

Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Shaenaz Fielia Ardani dan Yana Indawati membahas tentang Pakaian bekas impor merupakan

pakaian yang telah digunakan oleh orang lain dan berasal dari luar negeri yang tidak jelas bagaimana kondisi sebelumnya, apakah pemakai sebelumnya bersih dan pastinya terdapat banyak bakteri pada pakaian. Pelaku usaha banyak yang merambah ke Instagram dalam menjual pakaian bekas impor. Namun pelaku usaha dalam hal ini menjual pakaian bekas impor melalui Instagram dengan informasi yang tidak jelas sehingga mengakibatkan kerugian pada konsumen.

Metode yang digunakan dalam jurnal penelitian ini berupa penelitian yuridis normatif yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka dan data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.

Hasil dari jurnal penelitian Shaenaz Fielia Ardani dan Yana Indawati yaitu : perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam pembelian pakaian bekas impor masih belum sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen secara keseluruhan dalam pasal-pasal yang berkaitan dengan hak konsumen pada Pasal 4 huruf a, c, dan huruf h, kewajiban pelaku usaha pada Pasal 7 huruf b dan huruf g serta kegiatan yang dilarang bagi pelaku usaha pada Pasal 8 Ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen yaitu berupa pembinaan konsumen yang diatur didalam Undang-Undang no 9 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Bentuk perlindungan konsumen yang diberikan yaitu berupa ganti kerugian dengan pengembalian uang atau penegmbalian barang yang sejenis atau yang setara dengan harganya oleh pelaku usaha. Upaya yang dilakukan konsumen dalam pembelian pakaian bekas impor dengan informasi yang tidak jelas melalui Instagram yaitu penyelesaian sengketanya dilakukan dengan cara damai dan/atau musyawarah antara pelaku usaha dengan konsumen tanpa pihak ketiga.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Shaenaz Fielia Ardani dan Yana Indawati, yaitu sama-sama membahas tentang tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang telah diterima oleh konsumen.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Shaenaz Fielia Ardani dan Yana Indawati, yaitu terletak pada objek yang diteliti. Objek dalam penelitian penulis berupa hijab yang diproduksi sendiri oleh pelaku usaha, sedangkan objek dalam jurnal penelitian Shaenaz Fielia Ardani dan Yana Indawati berupa pakaian bekas impor.

Tabel 1.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama/Prodi/ Fakultas/ Universitas/ Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	2	3	4	5
1.	Vanda Indarsita/ Hukum Ekonomi Syariah/ Fakultas Syariah dan Hukum/ UIN Sunan Ampel Surabaya/ 2017	Analisis Hukum Islam Dan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Pertanggung Jawaban Atas Kesalahan Produksi Di Wira Konveksi Sidoarjo	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan penelitian Vanda Indarsita, yaitu sama-sama membahas tentang pertanggung jawaban pelaku usaha atas kerugian yang dialami oleh konsumen.	Perbedaan yang dilakukan oleh penulis dengan peneliti Vanda Indarsita terletak pada pokok permasalahan. Pokok permasalahan yang diteliti oleh Vanda Indarsita berupa kesalahan produksi yang dilakukan oleh pihak Wira Konveksi. Sedangkan pokok permasalahan yang diteliti oleh

				penulis berupa tidak ada respon atas complain yang dilakukan konsumen kepada penjual.
2.	A'yuni Natiqah/ Hukum Ekonomi Syariah/ Fakultas Syariah/ IAIN Jember/ 2015	Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Jual-Beli Menggunakan Katalog Sebagai Media Pemasaran Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam (Study Kasus Shopie Paris di BC Rinda)	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dan juga penelitian yang dilakukan oleh A'yuni Natiqoh, yaitu sama-sama membahas tentang jual-beli yang menggunakan media, artinya konsumen hanya melihat barang melalui foto.	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dan juga penelitian yang dilakukan oleh A'yuni Natiqoh, yaitu terletak pada okok permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Pokok permasalahan yang diteliti oleh A'yuni Natiqoh berupa ketidakpuasan konsumen terhadap jual beli yang menggunakan katalog. Sedangkan pokok permasalahan yang diteliti oleh penulis berupa

				tidak adanya respon atas complain yang dilakukan konsumen kepada penjual.
3.	Rai Agustina Dewi dan I Nyoman Suyatna/ Program Kekhususan Hukum Bisnis/ Fakultas Hukum/ Universitas Udayana/ 2016	Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui <i>Online</i>	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dan juga penelitian yang dilakukan oleh Rai Agustina Dewi dan I Nyoman Suyatna, yaitu sama-sama meminta pertanggung jawaban pelaku usaha terhadap kerugian yang diterima oleh konsumen.	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dan juga penelitian yang dilakukan oleh Rai Agustina Dewi dan I Nyoman Suyatna, yaitu terletak pada okok permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Pokok permasalahan yang diteliti oleh Rai Agustina Dewi dan I Nyoman Suyatna berupa, telah terjadi kesenjangan antara peraturan yang ada dengan apa yang terjadi

				<p>di lapangan (fakta masyarakat).</p> <p>Sedangkan pokok permasalahan yang diteliti oleh penulis berupa tidak adanya respon atas komplain yang dilakukan konsumen kepada penjual.</p>
4.	<p>Presly Prayogo/ Dosen Fakultas Hukum Unsrat/ Universitas Sam Ratulangi Manado/ 2014/ Jurnal</p>	<p>TanggungJawab Pelaku Usaha terhadap Konsumen Dalam Jual-Beli Melalui Internet (Kajian Terhadap Pemberlakuan Transaksi Elektronik dan Perlindungan Hukum</p>	<p>Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Presly Prayoga, yaitu sama-sama membahas tentang perlindungan hukum bagi pihak yang mengalami kerugian serta tanggung jawab pelaku usaha atas ketidak hati-hatian dalam melakukan pelayanan kepada konsumen.</p>	<p>Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Presly Prayoga ialah terletak pada subjek dan objek penelitian.</p> <p>Dimana, subjek penelitian penulis yaitu berupa pelaku usaha dan konsumen serta objek yang diteliti berupa produk hijab. sedangkan</p>

				jurnal penelitian yang dilakukan oleh Presly Prayoga membahas secara general tentang perlindungan hukum dalam jual-beli.
5.	Jurnal oleh Shaenaz Fielia Ardani dan Yana Indawati/ Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Surabaya, Jawa Timur/ 2021	Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Informasi Yang Tidak Jelas Dalam Pembelian Pakaian Bekas Impor Melalui Instagram Berdasarkan Undang-Undnag No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Shaenaz Fielia Ardani dan Yana Indawati, yaitu sama-sama membahas tentang tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang telah diterima oleh konsumen.	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Shaenaz Fielia Ardani dan Yana Indawati, yaitu terletak pada objek yang diteliti. Objek dalam penelitian penulis berupa hijab yang diproduksi sendiri oleh pelaku usaha, sedangkan ibjek dalam jurnal penelitian Shaenaz Fielia Ardani dan Yana

				Indawati berupa pakaian bekas impor.
--	--	--	--	--------------------------------------

B. Kajian Teori

1. Jual Beli

a. Pengertian Jual Beli

Dalam bahasa Arab, jual beli sering disebut dengan kata *al-bay'*, *al-tijarah*, atau *al-mubadalah*. Arti secara bahasa, jual beli berarti menukar sesuatu dengan sesuatu. Kata *al-bay'* dalam bahasa arab dapat juga digunakan untuk pengertian lawannya yaitu beli (*syira*), sehingga kata tersebut tidak hanya dapat diartikan sebagai jual tetapi bisa diartikan dengan beli sekaligus. Didalam Al-Qur'an jual beli merupakan bagian dari ungkapan perdagangan. Konsep jual beli mengandung dua kegiatan sekaligus, yaitu salah satu pihak menjual dan pihak yang lain membeli.

Banyak ulama yang memberikan definisi tersendiri tentang jual beli, diantaranya :

- a) Menurut Ulama Hanafiyah, jual beli adalah tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu (ijab dan qobul) yang bermanfaat.
- b) Menurut Ulama Hanabillah, jual beli adalah saling menukar harta dengan harta dalam bentuk pemindahan milik dan kepemilikan.
- c) Menurut Ulama Syafiiyah, jual beli adalah akad penukaran harta dengan harta dengan cara tertentu dan pertukaran harta dengan harta dengan maksud untuk memiliki.
- d) Menurut Ulama Malikiyah, jual beli adalah pengertian untuk satu satuan dari beberapa satuan yaitu sesuatu yang di

pahamkan dari lafal *bay'* secara mutlak menurut '*urf*' (adat kebiasaan).⁸

Didalam buku Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) juga membahas tentang jual beli, yang diatur didalam buku II Bab I Pasal 20 ayat (2), yang berbunyi “ *Bay'* adalah jual beli antara benda dan benda, atau pertukaran benda dengan uang.”⁹ Menurut Fatwa DSN MUI No 110/DSN MUI/IX/2017 “ Akad jual-beli adalah akad antara penjual (*al-bay'*) dan pembeli (*al-musyitari*) yang mengakibatkan berpindahnya kepemilikan objek yang dipertukarkan (*barang/mabi'/mustman*) dan harga (*tsaman*).¹⁰

Menurut Wahbah Zuhaili didalam kitabnya yang berjudul “ *Fiqh Islam Wa Adillatuhu 5* “ menjelaskan mengenai definisi jual beli. Menurut termonologi, jual beli menurut ulama Hanafiah adalah tukar menukar *maal* (barang atau harta) dengan *maal* yang dilakukan dengan cara tertentu. Atau, tukar menukar barang yang bernilai dengan semacamnya dengan cara yang sah dan khusus, yakni dengan ijab dan qabul atau *mu'aathaa'* (tanpa ijab dan qabul). Arti dari *maal* (harta dan barang) itu sendiri, menurut ulama Hanafi, adalah segala sesuatu yang dicintai oleh tabiat manusia dan bisa disimpan sampai waktu diperlukan. Sedangkan, standar sesuatu itu disebut *maal* adalah ketika semua orang atau sebagian dari mereka memperkaya diri dengan *maal* tersebut. Prof. Ahmad Musthafa az-Zarqa mengkritik arti dari *maal* di atas, lalu menggantinya dengan arti yang lain, yaitu *maal* adalah semua barang yang memiliki nilai material menurut orang. Oleh karena itu, maka menurut ulama Hanafi, manfaat dan hak-hak tidak termasuk kategori *maal* (harta), sementara bagi mayoritas ahli fiqih, hak dan manfaat termasuk harta yang bernilai. Pasalnya, menurut mayoritas ulama, tujuan akhir dari kepemilikan barang adalah manfaat yang ditimbulkannya.¹¹

⁸ Andri Soemitra. *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muammalah*. (Jakarta Timur, Prenadamedia Group: 2019), 63-64

⁹ Pasal 20 Ayat (2) Bab I Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

¹⁰ Fatwa DSN MUI No 110/DSN MUI/IX/2017 Tentang Jual Beli

¹¹ Wahbah Zuhaili, ” *Fiqh Islam Wa Adillatuhu 5*”, (Jakarta: Gema Insani, 2011), 25-26

Berdasarkan definisi diatas, maka dapat disimpulkan, bahwa jual beli adalah tukar menukar barang dengan barang (barter) atau uang dengan barang atas dasar suka sama suka atau saling ridho antara penjual dan pembeli lewat suatu proses ijab dan qobul atas segala sesuatu yang dapat dimiliki dan dimanfaatkan dan tidak dilarang oleh syariat Islam dengan konsekuensi terjadinya pelepasan hak kepemilikan dari satu pihak kepada pihak yang lain.¹²

b. Dasar Hukum Jual Beli

a) Q.S Al-Baqarah (2) ayat 275 :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya : “ Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba “¹³

b) Q.S An-Nisa (4) ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

Artinya : “ Hai orang-orang yang beriman ! Janganlah kalian saling memakan (mengambil) harta semaumu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka rela diantaramu “¹⁴

c) Q.S Al-Maidah (5) ayat 1 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya : “ Hai orang-orang yang beriman ! Penuhilah akad-akad itu “¹⁵

d) Hadits Nabi Muhammad SAW

عن رفاعَةَ بنِ رافعٍ رضي الله عنه أنَّ النبيَّ صلى الله عليه وسلم سئلَ : أيُّ الكسبِ أطيبُ ؟ قالَ : عملُ الرَّجُلِ بيدهِ و كلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ (رواه البزارُ وصَحَّحُ الحاكمِ)

Artinya : “Dari Rif’ah bin Rofi’ ra, sesungguhnya Nabi SAW pernah ditanya : “ Pekerjaan apa yang paling baik ?” Beliau

¹² Andri Soemitra. *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muammalah*, 64

¹³Tim Penerjemah, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, (Bandung: PT. Cordoba Internasional Indonesia, 2017), QS Al-Baqarah (2) ayat 275

¹⁴Tim Penerjemah, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, QS An-Nisa (4) ayat 29

¹⁵Tim Penerjemah, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, QS Al-Maidah (5) ayat 1

menjawab “ Pekerjaan laki-laki dengan tangannya, dan setiap jual-beli itu mabrur ” (HR. Al-Bazzar dan Shahih Al- Hakim)¹⁶

- e) Ijma’ atas kebolehan transaksi jual beli memberikan hikmah kebutuhan manusia berhubungan dengan sesuatu yang ada dalam kepemilikan orang lain, dan kepemilikan orang lain tidak akan diberikan begitu saja, namun harus ada kompensasi yang diberikan.¹⁷

c. Rukun dan Syarat Jual Beli

Menurut Imam Nawawi dalam *syarah al-Muhadzab* rukun jual beli ada tiga hal, yaitu: harus adanya *akid* (orang yang melakukan *akad*), *ma’qud alaihi* (barang yang diakadkan) dan *shighat*, yang terdiri atas *ijab* (penawaran) *qabul* (penerimaan). Berikut penjelasannya :

- 1) *Akid* adalah orang yang berakal sehat (*baligh*) yang mampu melakukan transaksi jual beli. Baik itu pemilik asli ataupun wali atau wakil dari sang pemilik asli. Sehingga ia memiliki hak dan otoritas dalam melakukan sebuah transaksi.
- 2) *Ma’qud Alaihi* (objek akad) merupakan barang atau jasa yang menjadi pemilik penjual dan dapat dimanfaatkan. Dalam jual beli barang, harus jelas bentuk dan sifatnya dan juga dapat diketahui dengan jelas oleh penjual dan pembeli. Apabila barang yang akan diperjual belikan bentuknya samar, yang tidak diketahui oleh penjual dan pembeli atau salah satu dari keduanya, maka jual beli seperti itu tidak sah. Imam Syafi’i telah mengatakan, tidak sah jual beli tersebut karena adanya unsur penipuan.
- 3) *Shigat* (ijab dan qabul)

Ijab adalah perkataan dari penjual, seperti “aku jual barang ini kepadamu dengan harga sekian”. Dan qabul adalah ucapan dari pembeli, seperti “aku beli barang ini darimu dengan harga sekian”. Dimana, keduanya terdapat persesuaian maksud

¹⁶ Al-Hafidz Ahmad Ali bin Hajar Al-Asqoilani, *Bulughul Maram min Adillati Al-Ahkam*, Kitab Jual Beli, Bab Jual Beli, Syarat dan Rukun, No 801

¹⁷ Andri Soemitra. *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muammalah*, 65

meskipun berbeda lafaz seperti penjual berkata “aku milikkan barang ini”, lalu pembeli berkata “aku beli” dan sebaliknya. Selain itu tidak terpisah lama antara ijab dan qabulnya, sebab terpisah lama tersebut membuat boleh keluarnya (batalnya) qabul tersebut.¹⁸

Adapun mayoritas ulama ahli fiqh berpendapat bahwa rukun dari jual beli itu sendiri ada empat, yaitu : penjual, pembeli, pernyataan kata (ijab-qabul), dan barang. Dengan demikian, Pendapat ahli fiqh ini berlaku pada semua transaksi. Makna dari ijab sendiri, menurut Ulama Hanafi, adalah “ menetapkan perbuatan khusus yang menunjukkan kerelaan yang terucap pertama kali dari perkataan salah satu pihak (baik dari penjual seperti kata *bi'tu* (saya menjual) maupun dari pembeli seperti pembeli mendahului menyatakan kalimat, "Saya ingin membelinya dengan harga sekian." Sedangkan, makna dari qabul adalah apa yang dikatakan kali kedua dari salah satu pihak. Dengan demikian, perkataan yang digunakan sebagai sandaran hukum adalah siapa yang memulai pernyataan dan menyusulnya saja, baik itu dari penjual maupun pembeli.

Namun, makna ijab menurut mayoritas ulama adalah pernyataan yang keluar dari orang yang memiliki barang meskipun dinyatakannya di akhir. Sementara makna qabul adalah pernyataan dari orang yang akan memiliki barang meskipun dinyatakan lebih awal.¹⁹

Sebagaimana disyaratkan ijab dan qobul, juga disyaratkan ijab dan qabul nya tidak terpisah lama. Maksudnya, dengan tidak terpisah niatnya, atau terpisah, tetapi hanya sebentar. Jika ijab dan qabul nya terpisah lama, ditakutkan akan mengganggu sahnya jual beli tersebut. Sebab, terpisah yang lama itu menjadikannya boleh keluar dari jawaban (Qobul). Yang dikatakan terpisah yang lama itu yaitu lamanya terasa orang itu tidak mau menngabuli. Demikian, pendapat Imam Nawawi di dalam tambahan kitab *Ar-Raudhoh* bab “ Nikah”.

¹⁸Siswadi. *Jual Beli Dalam Perspektif Islam*. Jurnal Ummul Qura'. Vol III No 2, Agustus 2013. <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/2025-Article%20Text-5419-1-10-20160821.pdf>

¹⁹Wahbah Zuhaili, ” Fiqh Islam Wa Adillatuhu 5”, 28-29

Meskipun tidak adanya kalimat *ijab* dan *qobul* yang diucapkan, hanya dengan saling mengulurkan barang dan uang, seperti yang banyak dilakukan oleh masyarakat saat ini, maka jika pembeli menyerahkan uang harga barang kepada penjual dan penjual memberi imbalan sesuai dengan harga barang yang telah dibeli, sahkah jual beli yang demikian ini? Mazhab yang kuat di dalam kitab *Ar-Raudhah*, bahwasannya, tidak sah, karena tidak adanya *sighat*.

Ibnu Suraij mengeluarkan satu *qoul*, bahwa jual beli dengan cara saling mengulurkan barang dan uang, hukumnya sah dalam hal-hal yang tidak berharga. Begitu pula dengan Ar-Ruyani dan yang lainnya, jug atelah mengeluarkan fatwa bahwa jual beli dengan cara yang seperti itu, hukumnya sah.

Imam Malik Rohimahullah berkata : menjual suatu barang dengan cara yang dianggap menjual oleh kalangan masyarakat, hukumnya sah. Dan ini dianggap baik oleh Imam Ibnu Shabbagh.²⁰

2. Akad Salam

a. Pengertian

Jual beli *salam* adalah *akad* jual beli barang pesanan diantara penjual dan pembeli. Spesifikasi dan harga barang harus disepakati di awal akad, sedangkan pembayaran dilakukan di muka secara penuh. Ada beberapa Ulama yang mengemukakan pendapatnya tentang definisi *akad salam*, diantaranya :

- a) Ulama Syafi'iyah dan Hanabilah menjelaskan bahwa *salam* adalah *akad* atas barang pesanan dengan spesifikasi tertentu yang ditanggungkan penyerahannya pada waktu tertentu, dimana pembayaran dilakukan secara tunai di majlis *akad*.
- b) Ulama malikiyyah menyatakan bahwa *salam* adalah *akad* jual beli dimana pembayarannya dilakukan secara tunai di awal waktu dan

²⁰ Imam Taqiyuddin Abu Bakr Muhammad Al-Husaini Al Hushna Ad-Damasyqa As-Syafi'I, "*Kifayatul Akhyar Juz 1* ", (Al-Haramain: 1426 H), hal 239-240

objek pesanan diserahkan kemudian dengan jangka waktu tertentu.²¹

Definisi jual beli *salam* juga dijelaskan didalam KHES Pasal 20 ayat 34 yang berbunyi “ *Salam* adalah jasa pembiayaan yang berkaitan dengan jual beli yang pembayarannya dilakukan bersamaan dengan pemesanan barang “. ²²

Al-Bujairami menjelaskan makna salam secara etimologi sebagai berikut : “ lafaz salam dan salaf adalah isim masdar lafaz *aslama* dan lafaz *asfala*. Adapun masdar lafaz *aslama* dan lafaz *asfala* adalah lafaz *islam* dan lafaz *isla*f. Berbeda dengan lafaz *aslafa* yang digunakan dalam babsalam dan bab *qard*, lafazsalam ini khusus untuk bab *salam* saja.” Arti *salam* adalah memberikan atau *al-Taslif*. Jual beli *salam* adalah jual beli dengan sistem pesanan, dimana pembayaran dilakukan di awal akad, sementara barangnya akan diserahkan diwaktu kemudian atau diakhir. Dalam jual beli *salam* pembeli hanya memberikan rincian spesifikasi barang yang akan di pesan kepada penjual.²³

Praktik jual beli *salam* diketahui oleh Rosulullah, ketika beliau hijrah pertama kali ke Madinah. Disana beliau melihat para penduduk Madinah sedang melakukan transaksi jual beli *salam*. Praktek jual beli *salam* yang merupakan jual beli tidak tunai, diperbolehkan dalam syariat Islam syarat dan rukun nya terpenuhi, seperti adanya kejelasan ukuran, timbangan dan waktu yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Jual beli *salam* juga tidak menyalahi *qiyas* yang mana jual beli tersebut membolehkan penangguhan penyerahan barang seperti halnya diperbolehkan penangguhan dalam pembayaran.²⁴

²¹ Saprida. *Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli*. Jurnal Ilmu Syariah, Vo 4, No 1, (2016), 123. <https://www.academia.edu/31855597>

²² Pasal 20 Ayat 34 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

²³ Imam Mustofa. *Fiqh Muammalah Kontemporer*. (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2019), 85-86

²⁴ Andri Soemitra. *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muammalah*, 85

b. Dasar Hukum *salam*

Jual beli *salam* boleh dilakukan berdasarkan pada ayat Al-Qur'an, Al-Sunnah dan ijma'. Ayat Al-Qur'an yang menjadi landasan hukum jual beli *salam*, yaitu surat Al-Baqoroh ayat 282 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى

Artinya : “ *Wahai oarang-orang yang beriman ! Apabila kamu menjalankan sesuatu urusan dengan utang piutang yang diberi tempo hingga ke suatu masa yang tertentu, maka hendaklah kamu menulis (utang dan masa bayarnya itu)*”.

Adapun dasar hukum *salam* dari Hadits, yaitu hadits riwayat Bukhori dari Ibn ‘Abbas, Rosulullah SAW bersabda :

عن ابن عباس قال : قدم النبي صلى الله عليه وسلم المدينة وهم يسلفون في الثمار السنة و السننين , فقال : من أسلف في ثمر فليسلف في كيل معلوم ووزن معلوم إلى أجل معلوم (متفق عليه)

Artinya : “ *Dari Abbas Berkata : Nabi SAW tiba di Madinah dan mereka (orang-orang Madinah) meminjami buah sekitar 1 tahun dan 2 tahunan, kemudian Nabi SAW bersabda : “Barang siapa yang melakukan salaf (salam), hendaknya ia melakukan dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas, untuk jangka waktu yang diketahui.” (HR. Bukhori dan Muslim)*²⁵

Sedangkan dasar hukum *salam* dari Ijma' ulama, dikemukakan oleh Ibnu Mundzir, yang mengatakan bahwa “ *Ulama telah bersepakat bahwa salam diperbolehkan*”.²⁶ Dengan adanya Ijma' Ulama, maka jual beli *salam* boleh digunakan dalam hal bermuammalah, yang disesuaikan dengan kebutuhan manusia saat ini. Karena adanya, satu pihak yang bertaransaksi ingin mendapatkan pembayaran dengan cepat, sedangkan pihak yang lain ingin mendapatkan barang yang jelas.

c. Syarat dan rukun jual beli *salam*

1) Rukun jual beli *salam*

²⁵Al-Hafidz Ahmad Ali bin Hajar Al-Asqoilani, *Bulughul Maram min Adillati Al-Ahkam*, Kitab Jual Beli, Bab Salam, No 875

²⁶Imam Mustofa. *Fiqh Muammalah Kontemporer*, 86

Jumhur Ulama berpandangan bahwa rukun *salam* itu ada tiga, yaitu : *pertama*, *sighah* yang mencakup ijab dan qabul, *kedua* pihak yang berakad, orang yang memesan dan yang menerima pesanan, *ketiga* barang dan uang pengganti uang barang.

Sighah harus menggunakan lafaz yang jelas, yang menunjukkan kata memesan barang, karena pada dasarnya, jual beli *salam* itu yang mana barang yang menjadi objek jual beli tidak ada. Hanya saja diperbolehkan dengan syarat harus mengucapkan kata “ memesan atau *salam*”. Sedangkan qabul, harus menggunakan kalimat atau kata yang menunjukkan menerima atau sepakat dengan harga. Para pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli *salam* harus cakap hukum, artinya harus baligh dan berakal serta dapat melakukan akad atau transaksi tersebut. Sementara itu, barang yang menjadi objek dalam jual beli *salam* harus milik penuh dari penjual, barangnya harus bermanfaat dan dapat diserahkan terimakan. Dan juga modalnya harus diketahui, artinya pembayaran harus dilakukan diawal akad.

Dari penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan, bahwa rukun *salam* ada lima, diantaranya :

- a) Orang yang memesan (*muslim*)
 - b) Orang yang menerima pesanan (*muslim alaih*)
 - c) Barang yang dipesan (*muslam fih*)
 - d) Modal atau uang
 - e) Akad (ijab dan qobul)
- 2) Syarat jual beli *salam*

Ulama telah bersepakat bahwa *salam* diperbolehkan dengan syarat sebagai berikut :

- a) Jenis objek jual beli *salam* harus jelas
- b) Sifat objek jual beli *salam* harus jelas
- c) Kadar atau ukuran objek jual beli *salam* harus jelas
- d) Jangka waktu pemesanan objek jual beli *salam* harus jelas

- e) Asumsi modal yang dikeluarkan harus diketahui masing-masing pihak²⁷

Didalam Kompilasi Hukum Ekonomi Islam (KHES) Pasal 103 ayat 1-3 menjelaskan tentang syarat *salam*, sebagai berikut :

- a) “ Jual beli *salam* dapat dilakukan dengan syarat kuantitas dan kualitas barang sudah jelas.
- b) Kuantitas barang dapat diukur dengan takaran atau timbangan dan atau meteran
- c) Spesifikasi barang yang dipesan harus diketahui secara sempurna oleh para pihak.”²⁸

3. Jual Beli *Online*

a. Pengertian jual beli *online*

Jual beli *online* dapat diartikan sebagai jual beli barang dan/atau jasa yang menggunakan media elektronik, khususnya melalui internet atau biasa dilakukan secara *online*. Menurut Suherman, jual beli via internet yaitu “ Sebuah akad jual beli yang dilakukan dengan memanfaatkan sarana internet baik berupa barang dan/atau jasa.” Atau bisa juga diartikan bahwa “ Akad yang disepakati dengan menentukan ciri-ciri tertentu dengan membayar harganya terlebih dahulu, sedangkan barangnya diserahkan kemudian atau diakhir.”

Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa jual beli *online* adalah jual beli yang terjadi di media elektronik dengan memanfaatkan sarana internet, yang mana sistem jual belinya tidak mewajibkan penjual ataupun pembeli untuk bertatap muka, seperti jual beli pada umumnya. Cukup dengan menjelaskan ciri-ciri barang tersebut dan untuk pembayarannya dilakukan diawal transaksi, kemudian barang akan diserahkan diakhir.²⁹

Dalam sebuah putusan oleh *Majma' Al Fiqh Al Islami* (Divisi Fiqih OKI) keputusan no. 52 (3/6) tahun 1990, yang berbunyi “ *Apabila*

²⁷Imam Mustofa. *Fiqh Muammalah Kontemporer*, 89

²⁸Pasal 103 Ayat 1-3 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

²⁹Tira nur Fitria, Bisnis Jual Beli *Online (Online Shop)* Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 03 No. 01, Maret 2017. ISSN : 2477-6157

<file:///C:/Users/ASUS/Downloads/99-179-1-SM.pdf>

akad terjadi antara dua orang yang berjauhan, tidak berada dalam satu tempat dan pelaku transaksi, satu dengan lainnya tidak saling melihat, tidak saling mendengar rekan transaksinya, dan media antara mereka adalah tulisan atau surat atau wakil dari mereka, hal ini dapat diterapkan pada faksimili, teleks, dan layar komputer (internet). Maka akad berlangsung dengan sampainya ijab dan qabul kepada masing-masing pihak yang bertransaksi. Bila transaksi berlangsung dalam satu waktu sedangkan kedua belah pihak berada di tempat yang berjauhan, hal ini dapat diterapkan pada transaksi melalui telepon ataupun telepon seluler, maka ijab dan qabul yang terjadi adalah langsung seolah-olah keduanya berada dalam satu tempat.”³⁰

Syarat dan rukun dalam jual beli *onlinesama* seperti dengan syarat dan rukun dalam jual beli menurut hukum Islam. Jual beli *online* seringkali disamakan dengan akad Jual Beli *Salam*. Yang sama menggunakan sistem pesanan. Seiring dengan berkembangnya ekonomi dan dunia digital, banyak sekali masyarakat atau perusahaan yang memulai untuk berbisnis *online*. Selain mudah dalam transaksi, jual beli *online* juga bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja, tanpa harus bertatap muka antara penjual dan pembeli.

Jual beli *online* saat ini sering disebut sebagai bisnis *e-commerce*. *E-commerce* merupakan salah satu bentuk bisnis modern *non-fice* (tidak menghadirkan pelaku bisnis secara fisik), dan *non-sign* (tidak memakai tanda tangan asli). Sistem perdagangan yang digunakan dalam *e-commerce* didesain untuk dilakukan secara elektronik. Penggunaan tersebut dimulai dari proses pembelian, pemeriksaan, dan pengiriman. Dalam bisnis *e-commerce*, ketersediaan informasi yang baik dan aman mengenai konsumen dan perusahaan merupakan suatu persyaratan yang mutlak.³¹

³⁰ Munir Salim, Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Islam. *Jurnal Al-Daulah*, Vol 6 No 2 Desember 2017. [file:///C:/Users/ASUS/Downloads/4890-11135-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ASUS/Downloads/4890-11135-1-PB%20(1).pdf)

³¹ Gita Anggaranie, “perkembangan E-Commerce Beserta Klasifikasinya”, Artikel Supply Chain Indonesia. <artikel e commerce.pdf>

Jual beli *online* bisa dilakukan melalui sebuah situs aplikasi belanja yang dibuat oleh sebuah perusahaan besar. Misalnya, *Shopee*, *Tokopedia*, *Bli Bli.com*, *JDiD*, *Bukalapak* dan aplikasi belanja *online* lainnya. Selain menggunakan aplikasi belanja yang ada, pelaku usaha juga bisa memanfaatkan sosial media saat ini, seperti :*Whatsapp*, *Telegram*, *Instagram*, *Line*, maupun *Web*.

b. Karakteristik Jual Beli *Online*

Adapun karakteristik dari bisnis *online*, yaitu :

- i. Terjadinya transaksi antara kedua belah pihak
- ii. Adanya pertukaran barang, jasa atau informasi yang berkaitan dengan objek tersebut
- iii. Internet merupakan media utama yang digunakan dalam mekanisme jual beli tersebut.

Dari karakteristik diatas, dapat dilihat bahwa yang membedakan jual beli *online* dengan jual beli *offline*, yaitu terletak pada proses akad dan juga media yang digunakan dalam proses akad tersebut.³² Dalam berbisnis, akad merupakan unsur yang sangat penting. Oleh karena itu, apabila ingin meakukan suatu transaksi, maka akad yang digunakan harus jelas dan tidak merugikan satu sama lain.

4. Perlindungan Konsumen

a. Pengertian Konsumen

Sebagai suatu konsep “konsumen” telah diperkenalkan beberapa tahun yang lalu di berbagai negara dan sampai saat ini banyak negara yang memiliki Undang-Undang atau peraturan khusus tentang perlindungan konsumen. Dengan berkembangnya perlindungan konsumen di berbagai negara, bnayak negara-negara yang telah menetapkan hak-hak konsumen yang bisa digunakan sebagai landasan pengaturan perlindungan kepada konsumen.

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris, Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Pengertian

³² Tira nur Fitria, “ Bisnis Jual Beli *Online* (*Online Shop*) Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara”*Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 03 No. 01, Maret 2017. ISSN : 2477-6157
<file:///C:/Users/ASUS/Downloads/99-179-1-SM.pdf>

dari *consumer* atau *consument* itu tergantung dalam posisi dimana dia berada. Secara harfiah arti kata *consumer* yaitu setiap orang yang menggunakan atau mengkonsumsi barang. Begitu pula dalam kamus bahasa Inggris-Indonesia mengartikan kata *consumer* yaitu sebagai pemakai atau konsumen.³³

Menurut peraturan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, mendefinisikan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.³⁴ Dengan adanya perlindungan konsumen ini, dapat menjadi payung hukum bagi konsumen di Indonesia.

Menurut AZ. Nasution berpendapat bahwa konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. Adapun hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa. Az. Nasution juga menyatakan bahwa, asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah yang berhubungan dengan konsumen banyak dibahas diberbagai bidang hukum, baik yang tertulis maupun tidak tertulis. Diantaranya, yaitu hukum perdata, hukum dagang, hukum pidana, hukum administrasi (negara) dan juga hukum internasional.³⁵

Perlindungan konsumen merupakan bagian yang tak terpisahkan dari kegiatan bisnis yang sehat. Dalam suatu kegiatan bisnis yang sehat terdapat adanya keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen dengan produsen. Jika tidak ada perlindungan hukum yang seimbang, dapat mengakibatkan konsumen berada pada posisi yang lemah, yang dapat merugikan pihak konsumen. Kerugian-kerugian yang timbul, dapat diakibatkan dari perjanjian-perjanjian yang terjadi diantara

³³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 22

³⁴ Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

³⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 13

produsen dan konsumen, ataupun dari perbuatan produsen yang melanggar hukum. Perjanjian-perjanjian yang dilakukan antara kedua belah pihak, tidak selamanya berjalan dengan lancar dalam artian masing-masing pihak merasa puas, karena terkadang pihak konsumen tidak menerima barang ataupun jasa sesuai dengan yang diharapkannya. Hal tersebut dapat mengakibatkan kerugian bagi konsumen.

Kondisi konsumen yang banyak dirugikan oleh pelaku usaha, memerlukan peningkatan guna untuk melindunginya, sehingga hak-hak konsumen dapat ditegakkan. Upaya yang terpenting dalam memberikan perlindungan kepada konsumen adalah melalui peraturan perundang-undangan, sehingga perlu adanya melengkapi perundang-undangan dalam bidang perlindungan konsumen yang sudah ada.

Menurut Friedman, agar hukum dapat bekerja, ada 3 syarat yang harus dipenuhi, diantaranya :

- a. Aturan tersebut harus dapat dikomunikasikan kepada subjek yang diaturnya.
- b. Subjek yang diaturnya mempunyai kemampuan untuk melaksanakan aturan tersebut.
- c. Subjek tersebut harus mempunyai motivasi untuk melaksanakan aturan itu.³⁶

Pemakaian barang dan/atau jasa mempunyai implikasi yang sangat luas bagi kehidupan masyarakat konsumen. Oleh karena itu, bentuk perlindungan yang diberikan harus meliputi segala sesuatu yang memungkinkan konsumen tidak mengalami kerugian. Dalam pengertian kerugian tidak hanya dilihat dari aspek jasmaniyah semata, melainkan juga meliputi aspek ruhaniyah, sebagai berikut :

1. Perlindungan konsumen terhadap kemungkinan pemakaian barang dan/ atau jasa yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah sehingga haram hukumnya. Kenyataan bahwa tidak semua barang dan/atau jasa dapat dikategorikan sebagai produk

³⁶ Ahmadi Miru, *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi konsumen di Indonesia*. (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011), 1-5

yang halal. Maka dari itu, untuk mengarahkan konsumen kepada produk yang halal dan mencegah pemakaian produk yang haram, diperlukan adanya perlindungan hukum.

2. Perlindungan konsumen terhadap kemungkinan diserahkan barang dan/atau jasa melalui proses yang tidak sesuai dengan akad perjanjian. Untuk mendapatkan keuntungan berlipat, sering kali produsen menetapkan syarat-syarat perjanjian secara sepihak tanpa memberi kesempatan bagi konsumen untuk menentukan pilihannya. Dalam hal ini, konsumen hanya diberi kesempatan untuk menyepakati kontrak atau tidak sama sekali.

b. Asas dan Tujuan

Untuk dapat menegakkan hukum perlindungan konsumen, perlu diberlakukan asas-asas yang berfungsi sebagai landasan penetapan hukum. Pengaturan yang mengenai asas-asas atau prinsip-prinsip yang berlaku dalam hukum perlindungan konsumen dirumuskan dalam peraturan perundang-undangan yang menyatakan bahwa, perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen serta partisipasi hukum.

Adapun asas-asas perlindungan konsumen sebagai berikut :

1. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat besar bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.

4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan
5. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Adapun tujuan dari diberlakukannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen, diantaranya :

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negative 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 dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang 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.³⁷

c. Unsur-Unsur didalam Perlindungan Konsumen

Didalam hukum perlindungan konsumen, terdapat beberapa pihak yang terhubung didalamnya. Adapun para pihak yang dimaksud didalam hukum perlindungan konsumen, yaitu :

³⁷ Burhanuddin, S. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal*. (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 4-5

1. Konsumen

Dalam suatu transaksi ekonomi, salah satunya adalah konsumen. Konsumen merupakan setiap orang, kelompok atau badan hukum yang memakai atau menggunakan suatu benda dan/atau jasa karena adanya hak yang sah, baik dipakai untuk pemakaian akhir maupun digunakan dalam proses produksi selanjutnya. Sedangkan, menurut Undang-Undang, yang dimaksud dengan konsumen adalah “ *Setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, oaring lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan* “. ³⁸

Berdasarkan pengertian diatas, maka subjek yang disebut konsumen, yaitu setiap orang yang berstatus sebagai pengguna suatu produk tertentu. Istilah orang sebagaimana yang dimaksud, masih menimbulkan pertanyaan, apakah manusia dalam pengertian hakiki, atau termasuk badan hukum. Namun, jika melihat definisi konsumen menurut undang-undang, maka istilah “orang” berarti manusia yang hakiki.

Dalam literatur ekonomi, secara umum dikenal dua macam konsumen, diantaranya :

- a. Konsumen antara, yaitu konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi lainnya.
- b. Konsumen akhir, yaitu pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk.

Dari kedua pembagian diatas, maka istilah konsumen dapat diartikan secara luas, yaitu semua pemakai atau pengguna jasa dan/atau barang memiliki tujuan yang berbeda. Adapun menurut undang-undang, bahwasanya konsumen adalah hanya pengguna terakhir (*end user*) dari barang dan/atau jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Definisi konsumen yang hanya membatasi pada semua orang sebagai pemakai akhir dan tanpa

³⁸Pasal 1 ayat 2 Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

melibatkan badan hukum, menyebabkan upaya perlindungan tersebut tidak merata.³⁹

2. Pelaku Usaha (Produsen)

Pembangunan ekonomi sangat ditentukan oleh keberhasilan didalam bidang sector riil. Guna mencapai keberhasilan di sector riil, maka diperlukan adanya pemberdayaan usaha ekonomi yang melibatkan pelaku usaha. Menurut Undang-undang perlindungan konsumen, “ Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.⁴⁰

Adanya kesepakatan yang sah diantara kedua belah pihak dalam penyusunan kontrak merupakan telah berlakunya hak dan kewajiban masing-masing. Hak dan kewajiban merupakan syarat penyerta hasil kesepakatan yang wajib dilakukan. Guna mencapai sebuah kesepakatan, perlu adanya perikatan yang mana ketentuan rukun dan syaratnya bersumber dari syariat.

Hak dan kewajiban dalam sebuah kontrak, merupakan dua sisi yang sifatnya saling berkaitan. Maksudnya, hak salah satu pihak akan menjadi kewajiban bagi pihak yang lain, begitu juga sebaliknya. Oleh karena itu, selain memiliki hak, pelaku usaha juga mempunyai kewajiban sebagai berikut :

- a) Beritikad baik dalam melakukan transaksi
- b) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang dan /atau jasa, dan juga menjelaskan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- c) Melayani konsumen secara benar dan jujur dan tidak mendiskriminatif

³⁹ Burhanuddin, S. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal*, 7

⁴⁰ Pasal 1 Ayat 3 Undang-undang No 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

- d) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau yang diperjualbelikan sesuai dengan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- e) Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mencoba barang dan/atau jasa tertentu, serta memberikan jaminan atas barang yang diperjualbelikan
- f) Memberikan kompensasi, ganti rugi atas kerugian yang ditimbulkan dari penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperjualbelikan
- g) Memberikan kompensasi, ganti rugi apabila barang dan /atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

3. Barang dan/atau Jasa

Dalam aktivitas bisnis, tentu yang dijadikan sebagai onjek dalam perikatan secara umum selalu berkaitan dengan pemenuhan barang dan/atau jasa. Akan tetapi, agar bisa dijadikan sebagai objek perikatan, barang dan/atau jasa harus memenuhi syarat *syar'i* guna mencegah adanya keharaman, baik dilihat dari segi zatnya maupun yang lain. Menurut syariah, bahwasannya yang halal dan haram itu sudah jelas hukumnya, namun diantara keduanya masih ada perkara yang dapat menimbulkan keraguan, dengan demikian, konsumen perlu menjauhi hal tersebut agar tidak terjerumus kedalam hal tersebut.⁴¹

Menurut Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang dimaksud dengan barang yaitu “Barang adalah Setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen”.⁴² Sedangkan jasa menurut Undang-undang Perlindungan konsumen, yaitu “Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau

⁴¹ Burhanuddin, S. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal*, 13

⁴² Ayat 4 Pasal 1 Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.”⁴³

Produk barang dan/atau jasa yang dijadikan sebagai objek dalam perlindungan konsumen sangatlah beragam jumlahnya. Keragaman ini seiring dengan tuntutan kebutuhan pelanggan terhadap kegunaan produk tersebut, yaitu mulai dari kebutuhan pokok sampai dengan kebutuhan sekunder yang semua itu perlu untuk mendapatkan perlindungan hukum. Dalam hukum ekonomi, agar sesuatu bisa digunakan sebagai objek yang merupakan bagian dari rukun perikatan, maka pemberlakuannya harus memenuhi sebagai berikut :

- a) Sesuatu yang menjadi objek harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Jika objek tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, maka adanya objek perikatan akan memberikan kemaslahatan bagi umat manusia. Begitupun sebaliknya, jika objek tersebut bertentangan dengan syariah, maka akan menimbulkan kemudharatan.

- b) Adanya kejelasan objek sehingga dapat diserahkan.

Dasar hukum kejelasan objek, mengacu pada hadits Nabi Muhammad SAW, yang artinya “ *Jangalah kalian membeli ikan yang masih didalam air, karena merupakan ghoror*” (HR. Ahmad). Berdasarkan hadits diatas, bahwasannya Rosulullah SAW melarang melakukan jual beli yang mengandung unsur ghoror.⁴⁴

Apabila barang yang diperjual belikan tidak ada kejelasan mengenai spesifikasi barang tersebut, maka jual beli yang seperti itu tidak sah hukumnya. Dalam hal jual beli *salam*, pelaku usaha diwajibkan untuk menjelaskan ciri-ciri barang yang akan diperdagangkan,

⁴³ Ayat 5 Pasal 1 Undang- Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

⁴⁴ Burhanuddin, S. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal*, 16

barang tersebut harus dideskripsikan dengan jelas dan apa adanya.

- c) Adanya kepemilikan sempurna terhadap objek perikatan

Ketentuan ini mengacu pada kaidah fiqh yang berbunyi : “ *Menyuruh bertindak pada harta orang lain merupakan kebatilan* “

لا يُرْوَزُ لِأَحَدٍ أَنْ يَتَصَرَّفَ فِي مَلِكٍ غَيْرِهِ إِلَّا بِإِذْنِهِ

“ *Tidak dibolehkan seseorang bertindak atas harta benda orang lain, kecuali setelah mendapat izin pemiliknya.* ”⁴⁵

Kaidah diatas menjelaskan, bahwa seseorang tidak diperkenankan untuk melakukan jual beli, yang mana barang tersebut bukan miliknya sepenuhnya. Apabila seseorang melakukan jual beli, yang mana barang tersebut bukan miliknya, maka diharuskan bagi orang tersebut meminta izin terlebih dahulu kepada pemilik barang.

5. Tanggung Jawab Hukum

Tanggung jawab berdasarkan definisi dari *responsibility* adalah kewajiban bertanggung jawab atas undang-undang yang dilaksanakannya dan memperbaiki kerusakan yang ditimbulkannya. Menurut Hans Kelsen dalam teorinya tentang tanggung jawab hukum menyatakan bahwa: “seseorang bertanggung jawab secara hukum atas suatu perbuatan tertentu atau bahwa dia memikul tanggung jawab hukum, subyek berarti bahwa dia bertanggung jawab atas suatu sanksi dalam hal perbuatan yang bertentangan”.

Menurut hukum perdata dasar pertanggung jawaban dibagi menjadi dua macam, yaitu kesalahan dan risiko. Dengan demikian dikenal dengan pertanggung jawaban atas dasar kesalahan (*liability without based on fault*) dan pertanggung jawaban tanpa kesalahan yang dikenal (*liability without fault*) yang dikenal dengan tanggung jawab risiko atau tanggung

⁴⁵ Burhanuddin, S. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal*, 16

jawab mutlak (*strick liability*) Prinsip dasar pertanggung jawaban atas dasar kesalahan mengandung arti bahwa seseorang harus bertanggung jawab karena ia melakukan kesalahan karena merugikan orang lain. Sebaliknya prinsip tanggung jawab risiko adalah bahwa konsumen penggugat tidak diwajibkan lagi melainkan produsen tergugat langsung bertanggung jawab sebagai risiko usaha nya.

Adapun prinsip dari tanggung jawab itu ada 3, diantaranya :

a. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Kelalaian atau Kesalahan

Tanggung jawab berdasarkan kelalaian adalah prinsip tanggung jawab yang bersifat subjektif, yaitu suatu tanggung jawab yang ditentukan oleh perilaku produsen.

Berdasarkan prinsip ini, kelalaian produsen yang berakibat pada munculnya kerugian konsumen merupakan faktor penentu adanya hak konsumen untuk mengajukan gugatan ganti rugi kepada produsen. *Negligence* dapat dijadikan dasar gugatan, manakala memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :

1. Suatu tingkah laku yang menimbulkan kerugian, tidak sesuai dengan sikap hati-hati yang normal
2. Harus dibuktikan bahwa tergugat lalai dalam kewajiban berhati-hati terhadap penggugat
3. Kelakuan tersebut merupakan penyebab nyata (*proximate cause*) dari kerugian yang timbul

Selain faktor kesalahan dan kelalaian produsen, tuntutan ganti rugi juga bisa diajukan dengan bukti-bukti yang lain, yaitu : *pertama*, pihak tergugat merupakan produsen yang benar-benar mempunyai kewajiban untuk melakukan tindakan yang dapat menghindari terjadinya kerugian konsumen. *Kedua*, produsen tidak melaksanakan kewajibannya untuk menjamin kualitas produk sesuai dengan standar yang aman untuk dikonsumsi atau digunakan. *Ketiga*, konsumen menderita kerugian. *Keempat*, kelalaian produsen merupakan faktor yang mengakibatkan adanya kerugian bagi konsumen.

b. Prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi

Tanggung jawab produsen berdasarkan wanprestasi juga merupakan bagian dari tanggung jawab berdasarkan kontrak (*contractual liability*). Dengan demikian, suatu produk yang rusak dan mengakibatkan kerugian, maka konsumen melihat isi kontrak, baik tertulis maupun tidak tertulis.

Keuntungan konsumen berdasarkan teori ini adalah penerapan kewajiban yang sifatnya mutlak, yaitu kewajiban yang tidak didasarkan pada upaya yang telah dilakukan produsen untuk memenuhi janjinya. Maksudnya, meskipun produsen telah berupaya memenuhi kewajiban dan janjinya, tetapi konsumen tetap mengalami kerugian, maka produsen tetap dibebani tanggung jawab untuk mengganti kerugian.

c. Prinsip tanggung jawab mutlak

Tanggung jawab mutlak dalam hukum perlindungan konsumen merupakan hal yang penting, karena ada 4 dasar landasan, yaitu : *pertama*, tanggung jawab mutlak merupakan instrument hukum yang relatif masih baru untuk memperjuangkan hak konsumen memperoleh ganti rugi. *Kedua*, tanggung jawab mutlak merupakan bagian dan hasil dari perubahan hukum dibidang ekonomi. *Ketiga*, penerapan prinsip tanggung jawab mutlak melahirkan masalah baru bagi produsen. *Keempat*, Indonesia merupakan contoh yang menggambarkan dua kesenjangan yang dimaksud, yaitu antara standar norma dalam hukum positif dan kebutuhan perlindungan kepentingan dan hak-hak konsumen.

Pembentukan prinsip tanggung jawab mutlak merupakan hasil akhir dari perkembangan hukum yang terjadi secara bertahap. Prinsip tanggung jawab mutlak merupakan sistem tanggung jawab yang tidak berdasarkan kesalahan produsen, yaitu menerapkan tanggung jawab kepada penjual produk yang cacat tanpa ada beban bagi konsumen atau pihak yang diragukan untuk membuktikan kesalahan tersebut. prinsip ini dinilai lebih responsif terhadap kepentingan konsumen

dibanding dengan prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian atau kesalahan dan prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi.⁴⁶

⁴⁶ Zulham, “ Hukum Perlindungan Konsumen “ (Jakarta: Kencana, 2013), hal 83-96

BAB III

METODE PENELITIAN

Definisi metode penelitian yang sederhana adalah tata cara bagaimana melakukan sebuah penelitian. Metode penelitian membahas tentang tata cara melakukan sebuah penelitian.⁴⁷ Metodologi penelitian berasal dari kata “Metode” yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu. Sedangkan “Logos” yang memiliki arti ilmu atau pengetahuan. Jadi, metodologi adalah cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara saksama untuk mencapai suatu tujuan. Makna dari penelitian, yaitu suatu aktivitas untuk mencari, mencatat, merumuskan dan menganalisis sampai menyusun sebuah laporan.⁴⁸

Menurut Sugiyono, metode penelitian adalah cara-cara Ilmiah untuk mendapatkan data yang valid, dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan suatu pengetahuan tertentu, sehingga pada waktunya bisa digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.⁴⁹ Dari pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa metode penelitian merupakan suatu tata cara yang digunakan didalam sebuah penelitian ilmiah, agar dapat memecahkan sebuah permasalahan berdasarkan fakta-fakta yang ada.

Laporan pada penelitian ini, penulis menggunakan penelitian kualitatif empiris. Karena, penelitian ini akan memaparkan ide gagasan dan juga pemikirannya akan menggunakan kata atau analisis dan tidak menggunakan data berupa angka. Adapun dari judul diatas bahwa penelitian ini mengacu pada tanggung jawab hukum jual beli *online shop* terkait produk hijab perspektif hukum Islam dan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen di Shopee. Dalam hal ini dijelaskan beberapa bagian yang terdapat di penelitian kualitatif, diantaranya :

⁴⁷ Jonaedi Efendi, Johnny Ibrahim. *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*. (Jakarta, Prenadamedia Group:2020), hal 2

⁴⁸ Cholid Nabuko, Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. (Jakarta, Bumi Aksara:2018), hal 1

⁴⁹ Jonaedi Efendi, Johnny Ibrahim. *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, 3

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ini termasuk jenis penelitian *law field research* atau yuridis empiris yang merupakan sebuah metode penelitian hukum yang mengkaji ketentuan hukum yang berlaku, serta apa yang terjadi dalam kenyataan di masyarakat atau penelitian yang dilakukan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya yang terjadi di masyarakat. Dengan tujuan menemukan fakta-fakta yang dijadikan data dalam penelitian yang kemudian dari data tersebut akan dianalisis dan diidentifikasi yang kemudian akan dilanjutkan pada penyelesaian masalah sesuai dengan kebutuhan peneliti.⁵⁰ Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah tanggung jawab hukum jual beli *onlineshop* terkait produk hijab perspektif hukum Islam dan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Study kasus di Shopee)

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian yuridis sosiologis atau sosiologi hukum, ialah pendekatan penelitian yang mempelajari pengaruh masyarakat terhadap hukum, sejauh mana gejala-gejala yang ada di masyarakat tersebut dapat mempengaruhi hukum dan sebaliknya, serta bertolak dari paradig ilmu empiris.⁵¹

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini berupa pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) yang dilakukan dengan menelaah semua regulasi atau peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan isu hukum yang akan diteliti. Dalam melakukan pendekatan perundang-undangan adakalanya peneliti menemukan adanya inkonsistensi antara regulasi dengan undang-undang atau antar pasal dalam satu undang-undang.⁵² Dengan maksud peneliti akan memberikan penjelasan yang sesuai dengan data yang diperoleh dan akan dijelaskan secara deskriptif tentang Tanggung Jawab Hukum Jual

⁵⁰ Kornelius Benuf dan Muhammad Azhar, “ Metodologi Penelitian Hukum Sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer”, *Jurnal Gema Keadilan*, Vol 7 (1), Juni 2020. 27-28 https://www.researchgate.net/publication/340377218_Metodologi_Penelitian_Hukum_-_sebagai_Instrumen_Mengurai_Permasalahan_Hukum_Kontemporer

⁵¹ Johnny Ibrahim, “ Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif”, (Malang: Bayumedia Publishing, 2013), 40

⁵² Dyah Octarina Susanti dan A’an Efendi, “ *Penelitian Hukum (Legal Research)*”, (Jkaarta: Sinar Grafika, 2014), 110

Beli *OnlineShop* Terkait Produk Hijab Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Study kasus di Shopee). Dengan begitu, penelitian ini akan memberikan hasil dari penelitian tentang Tanggung Jawab Hukum Jual Beli *Online Shop* Terkait Produk Hijab Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Study kasus di Shopee)

C. Lokasi Penelitian

Untuk mendapatkan informasi dan juga data yang sesuai dengan fokus penelitian, maka sangat diperlukan melakukan penelitian di wilayah kota Malang dan Kabupaten Malang, adapun lokasi yang dituju oleh penulis, diantaranya :

1. Di offline store NAMEHIJAB, Jl. Cakalang 214 Polowijen Malang (Shopee @namehijab.id)
2. Di offline store TRENDHIJAB_ID, Jl. Simpang Akordion No 151 Rt 03 Rw 02 Tunggulwulung Lowokwaru Malang (Shopee @TRENDHIJAB_ID)
3. Di Warehouse Khayrscarf.id, Dusun Kapurono Rt 04 Rw 04 Babadan Kecamatan Ngajum Kabupaten Malang (Shopee @khayr scarf)

Alasan dari penulis memilih tempat tersebut, dikarenakan lokasi penelitian berada disekitar Malang, sehingga mudah bagi penulis untuk melakukan wawancara secara langsung terkait dengan tanggung jawab hukum jual beli *onlineshop* terkait produk hijab di Shopee yang banyak diminati oleh masyarakat terutama kaum perempuan.

D. Jenis Dan Sumber Data

Secara umum, dalam suatu penelitian, biasanya dibedakan antara data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat atau melihat fakta dilapangan dan dari bahan pustaka atau literature. Data yang diperoleh langsung dari lapangan disebut sebagai data primer, sedangkan data yang diperoleh dari kepustakaan disebut sebagai data sekunder.⁵³

1. Data Primer

⁵³ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press), 2007), 51

Data primer merupakan data yang diperoleh dengan secara langsung yang didapatkan dari masyarakat dengan melalui wawancara ataupun observasi. Perolehan data primer merupakan bahan mentah, sehingga memerlukan analisa lebih lanjut. Data yang diperoleh dari responden masih sangat murni, tidak ada hal yang ditutup-tutupi atau diganti dengan jalan pikirnya sendiri, dan diceritakan sesuai dengan kondisi yang dia alami dan rasakan, itulah yang dikatakan dengan data murni.

Selain itu, ada pula data yang tidak murni, yang mana informasinya sudah disesuaikan dengan jalan pikirnya, sehingga informasinya lebih bersifat deplomatis. Kedua informasi dalam data primer ini tidak mempengaruhi dalam penelitian karena dikembalikan bahwa kapanpun hasil pembicaraan dengan responden, mereka tetap sebagai sumber.⁵⁴

Sumber data primer dalam penelitian ini berupa hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan 3 (tiga) pemilik toko (*owner*) hijab, selain itu juga, peneliti juga menggunakan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen sebagai sumber bahan primer.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari bahan kepustakaan. Data ini, biasanya digunakan untuk melengkapi data primer, mengingat bahwa data primer merupakan data yang didapat secara langsung di lapangan atau ada dilapangan karena penerapan suatu teori. Untuk melihat konsepsi penerapannya perlu adanya merefleksikan kembali ke dalam teori-teori yang terkait, sehingga perlu data sekunder sebagai pemadu.

Bahan kepustakaan tidak hanya berupa teori-teori yang telah matang yang siap digunakan, tetapi dapat pula berupa hasil-hasil penelitian yang masih diperlukan uji kebenarannya. Pada dasarnya, untuk memperoleh data sekunder, tidak lagi dengan melakukan

⁵⁴ P. Joko Subagyo, *Metode penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1999), 87

wawancara atau instrument jenis lainnya,⁵⁵ melainkan cukup dengan bahan-bahan yang berupa rancangan Undang-Undang, hasil-hasil penelitian, hasil karya dari kalangan hukum, dan juga dari buku penerbit.⁵⁶

3. Data Tersier

Data tersier merupakan bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, misalnya kamus, ensiklopedia, indeks kumulatif.⁵⁷

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu kegiatan operasional agar tindakannya masuk pada pengertian penelitian yang sesungguhnya. Data merupakan perwujudan dari informasi yang sengaja dicari untuk dikumpulkan, agar dapat mendeskripsikan suatu peristiwa yang diteliti, demikian pula halnya untuk menguji hipotesa yang dirumuskan. Hal tersebut harus ditunjangi dengan keavliditan data yang akan digunakan.⁵⁸ Metode yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data, berupa wawancara, dokumentasi, dan juga kepustakaan yang memiliki keterkaitan dalam penelitian ini.

a. Wawancara

Wawancara merupakan suatu metode yang digunakan dalam sebuah penelitian, guna mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada subjek penelitian. Wawancara juga merupakan sebuah proses interaksi dan komunikasi antara peneliti dan subjek penelitian. Hasil wawancara akan ditentukan oleh beberapa faktor yang berinteraksi dan mempengaruhi arus informasi. Faktor-faktor yang dimaksud, diantaranya : pewawancara, yang diwawancarai, topik penelitian yang tertuang dalam daftar pertanyaan dan situasi wawancara. Yang dimaksud dengan situasi wawancara ialah situasi yang timbul karena beberapa faktor, seperti waktu, tempat, ada

⁵⁵P. Joko Subagyo, *Metode penelitian Dalam Teori dan Praktek*, ... 88

⁵⁶Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, 52

⁵⁷Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, ... 52

⁵⁸P. Joko Subagyo, *Metode penelitian Dalam Teori dan Praktek*, ...37-38

tidaknya orang ketiga, dan sikap masyarakat pada umumnya. Topik penelitian yang akan ditanyakan ketika wawancara, biasanya dapat mempengaruhi kelancaran dalam melakukan sebuah wawancara, dan juga hasil wawancara, Karena hal itu, tergantung dengan ketertarikan masyarakat terhadap permasalahan yang diteliti.⁵⁹

Adapun narasumber yang akan diwawancarai oleh penulis, diantaranya :

1. Mbak Lindra Fidya Hadinata *owner* dari NAMEHIJAB.ID
2. Mbak Dewi *owner* dari TRENDHIJAB_ID
3. Bapak Sulthon *owner* dari Khayrscarf.id

b. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu metode yang data dan informasinya didapatkan dari bahan-bahan dokumentasi, bisa berupa foto-foto, hasil rekaman wawancara, dan data yang disimpan oleh sebuah instansi.⁶⁰ Metode dokumentasi merupakan pelengkap dari hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis, dan juga sebagai metode pendukung dari metode wawancara.

c. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan metode tunggal yang digunakan dalam penelitian hukum normative, sedangkan dalam penelitian hukum empiris, studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data yang dipergunakan bersama-sama metode lain, seperti wawancara, pengamatan (observasi) dan kuesioner. Bahan atau data yang akan digunakan tentunya harus sesuai dengan tujuan yang akan dilakukan. Bahan pustaka ini bisa dijadikan sebagai bahan primer atau bahan sekunder, yang mana kedua bahan tersebut memiliki karakteristik dan jenis-jenis yang berlainan.⁶¹

⁵⁹ Ronny Hanitijo Soemitra, *Metode penelitian Hukum dan Jurimetri*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1990), 57

⁶⁰ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), 34

⁶¹ Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, (Jakarta: Sinar Grafika, 1991), 50

F. Metode Pengolahan Data

Setelah proses pengumpulan data selesai, maka tahap berikutnya adalah pengolahan dan analisa data. Analisa data dapat dikatakan sebagai proses memnaipulasi data hasil penelitian sehingga data tersebut dapat menjawab pertanyaan penelitian. Proses manipulasi data ini prinsipnya adalah menyederhanakan data kedalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca dan juga pahami oleh masyarakat luas.⁶² Pada analisis data kualitatif, hal ini dilakukan terhadap data yang berupa informasi, uraian dalam bentuk bahasa prosa, yang kemudian dikaitkan dnengan data lainnya, guna mendapatkan kejelasan terhadap suatu kebenaran atau sebaliknya.⁶³

Berikut adalah tahapan-tahapan dalam pengolahan data pada sebuah penelitian :

a. Pemeriksaan data (*editing*)

Tahap awal dalam pengolahan data yaitu editing. Pada tahap ini yang dilakukan adalah memeriksa daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah diisi oleh responden. Tujuan dari proses editing itu sendiri, guna meminimalkan kesalahan yang mungkin terjadi saat wawancara sehingga, jika masih bisa diulang, maka akan diulang kembali.⁶⁴

b. Klasifikasi (*classifying*)

Setelah melakukan proses editing, maka tahap berikutnya berupa klasifikasi. Klasifikasi yaitu pengelompokan data mengenai tingkah laku hukum masyarakat yang dapat mempengaruhi keberlakuan suatu hukun. Proses ini digunakan untuk mengelompokan data yang sudah diperoleh dari berbagai sumber

c. Verifikasi (*verifying*)

Verifikasi yaitu memberi makna terhadap setiap data dan juga hubungan satu sama lain. Pada tahap ini, data yang diperoleh dari berbagai sumber akan diverifikasi makna terhadap setiap data yang

⁶² Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, “ *Metode Penelitian Kuantitatif*”, (Yogyakarta: Gava Media, 2017), 93

⁶³P. Joko Subagyo, *Metode penelitian Dalam Teori dan Praktek*, ... 106

⁶⁴Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, “ *Metode Penelitian Kuantitatif*”, ... 97

sudah diperoleh, baik dari undang-undang maupun dari sumber lain agar menjadi satu arah.

d. Analisis (*analyzing*)

Analisis yakni mengolah data-data yang ada dengan peraturan perundang-undangan yang telah ditentukan untuk memberi makna hukum untuk dipergunakan dalam memecahkan sebuah masalah dalam penelitian. Proses ini sangat dibutuhkan karena dalam proses ini data-data akan dianalisis dengan perolehan data yang ditemukan di lapangan dengan teori yang ada, baik dari undang-undang maupun sumber data lainnya.

e. Kesimpulan (*concluding*)

Kesimpulan merupakan tahap akhir dalam sebuah penelitian. Kesimpulan merupakan penarikan hasil dari analisis data yang didapatkan dan juga undang-undang guna memperoleh satu pendapat yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian, dan juga dilakukan untuk mengetahui hasil akhir dari sebuah penelitian.⁶⁵

⁶⁵ Bahder Johan Nasution, "*Metode Penelitian Ilmu Hukum*", (Bandung: Mandar Maju, 2008), 174

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di sekitar Kota Malang dan Kabupaten Malang. selain tempat penelitian dekat dengan penulis, banyak para pelaku usaha yang membuka toko-toko hijab atau pakaian wanita muslimah disekitar kota Malang dan Kabupaten Malang. Sehingga hal tersebut memudahkan penulis untuk melakukan penelitian yang sesuai dengan tema penelitian. Ada 3 lokasi yang dituju penulis untuk melakukan penelitian, 2 dari Kota Malang, yaitu di Kecamatan Blimbing dan Kecamatan Lowokwaru, dan yang satunya dari Kabupaten Malang, lebih tepatnya di Kecamatan Ngajum. Berikut ulasannya :

1. Store Namehijab.id

Namehijab merupakan toko hijab yang berada di Jl. Cakalang 214 Polowijen Blimbing Malang, yang dirintis pada tahun 2015. Namehijab merupakan sebuah usaha yang mengarah kedalam dunia fashion muslimah yang dirintis sendiri oleh *owner*, yang awalnya merupakan reseller, kemudian berinisiatif untuk mendirikan usaha hijab sendiri. Adapun untuk pemasarannya, pihak namehijab.id memanfaatkan media sosial yang ada, yaitu :*Instagram, whatsapp, shopee, dan tiktok.*

2. Store Trendhijab_id

Trendhijab_id merupakan toko hijab yang terletak di Jl. Simpang Akordion No 151 Rt 03 Rw 02 Tunggulwulung Lowokwaru Malang, yang mulai dirintis pada tahun 2016. Trendhijab_id merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang fashion, lebih tepatnya hijab dengan memproduksi sendiri hijab yang mereka jual belikan yang kemudian dijual secara *online* dengan memanfaatkan media sosial yang ada.

3. Store Khayrscarf.id

Khayrscarf merupakan toko hijab yang berada di Kabupaten Malang, lebih tepatnya di Dusun Kapurono Rt 04 Rw 04 Babadan Kecamatan Ngajum Kabupaten Malang. Khayrscarf.id ini awalnya jualan pakaian wanita yang kulakan ke orang, kemudian berinisiatif membuka usaha sendiri sengan berjualan hijab dengan memproduksi sendiri. Usaha

ini sudah bejalan selama kurang lebih 5 tahun. Untuk mempromosikan produk hijabnya, pihak khayrscarf.id juga memanfaatkan media sosial, yang saat ini banyak digunakan oleh pelaku usaha dalam mempromosikan produk-produk jualannya.

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Tanggung jawab pelaku usaha di dalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Dalam Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, maksud dari perlindungan konsumen ialah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.⁶⁶

Pada sebuah transaksi jual beli setidaknya ada dua pihak yang terlibat, yaitu pihak yang menyediakan barang dan/atau jasa, kemudian pihak yang memakai atau memanfaatkan barang dan/atau jasa. Dalam literature ekonomi, disebutkan bahwa pihak yang menyediakan barang dan/atau jasa dinamakan sebagai pelaku usaha, sedangkan pihak yang memakai atau memanfaatkan barang dan/atau jasa disebut dengan konsumen. Dan tanpa kita sadari, setiap manusia adalah konsumen.

Pelaku usaha dalam jual beli *online* merupakan pelaku usaha yang memperjual belikan atau mempromosikan barang dan/atau jasa melalui media elektronik dengan memanfaatkan aplikasi *marketplace* dan media sosial, pelaku usaha yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan produsen, yang mana pelaku usaha tersebut memproduksi sendiri barang yang akan diperdagangkan. Dan yang dimaksud dengan konsumen yaitu setiap orang yang memakai atau memanfaatkan barang dan atau jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhannya sendiri, keluarga dan rumah tangga tanpa maksud untuk memperdagangkan kembali barang dan/atau jasa tersebut. adanya transaksi antara konsumen dan pelaku usaha, maka terjadilah proses peralihan kepemilikan atau pemanfaatan barang dan/atau jasa.⁶⁷

⁶⁶ Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

⁶⁷ Putu Surya Mahardika, Dewa Gde Rudy. “Tanggung jawab Pemilik Toko Online Dalam Jual Beli Online (E-commerce) Ditinjau Berdasarkan Hukum Perlindungan Konsumen” *Kertha Semaya*

Maraknya aplikasi belanja *online* yang memanjakan manusia tanpa harus keluar rumah, cukup dengan memainkan handphone, mereka sudah dapat melakukan sebuah transaksi *online*. Jual beli *online* dapat dilakukan dengan memanfaatkan *marketplace* dan media sosial. Media *online* yang banyak digunakan oleh pelaku usaha dan juga konsumen berupa *marketplace* seperti *shopee*, *lazada*, *tokopedia* dan juga media sosial berupa *Instagram*, *facebook*, *whatsapp* ataupun *tiktok*, yang saat ini sering digunakan pelaku usaha dalam mempromosikan sebuah produk. Dalam jual beli *online*, tentunya konsumen hanya melihat barang dari foto yang telah diupload oleh penjual, dan penjual pun menjelaskan mengenai kesamaan foto dan barang aslinya sekitar 80% - 85%.

Dalam pemasarannya sendiri, baik melalui *offline* maupun *online* tentunya tidak luput dari penilaian konsumen. Apalagi dalam jual beli *online*, karena konsumen hanya memanfaatkan aplikasi *shopee* dalam berbelanja. Dalam aplikasi *shopee* terdapat kolom penilaian yang telah disediakan, penilaian tersebut berguna bagi pelaku usaha untuk mengevaluasi toko. Akan tetapi tidak banyak dari pelaku usaha yang merespon penilaian yang diberikan konsumen lewat kolom tersebut, terutama pada penilaian yang ada di bintang 1 dan 2. Jika merujuk pada Undang-Undang Perlindungan konsumen yang mengatur tentang hak-hak konsumen, yang diatur didalam ayat 4 Pasal 4 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yaitu “ Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. “ artinya, konsumen memiliki hak untuk mengajukan complain atas kerugian yang mereka alami, baik melalui chat pribadi atau melalui kolom penilaian pada aplikasi belanja *online*. Oleh sebab itu, hal tersebut membuat penulis penasaran, tentang alasan dari pelaku usaha yang tidak membalas kolom penilaian konsumen pada aplikasi belanja *online*, sebagai berikut :

Pihak Namehijab.id “ Kalau untuk bintang 1 dan bintang 2 itu kita kadang tidak tau, soalnya kita juga tidak pernah melihat komentar-

komentarnya, kita hanya melihat yang bintang tinggi-tinggi saja. Tapi sebelum itu, dia komen dulu di chat habis itu baru kita respon. Soalnya kalau kita lihat satu-satu dari penilaian kayaknya agak susah, jadi ya kita responnya lewat chat aja ⁶⁸

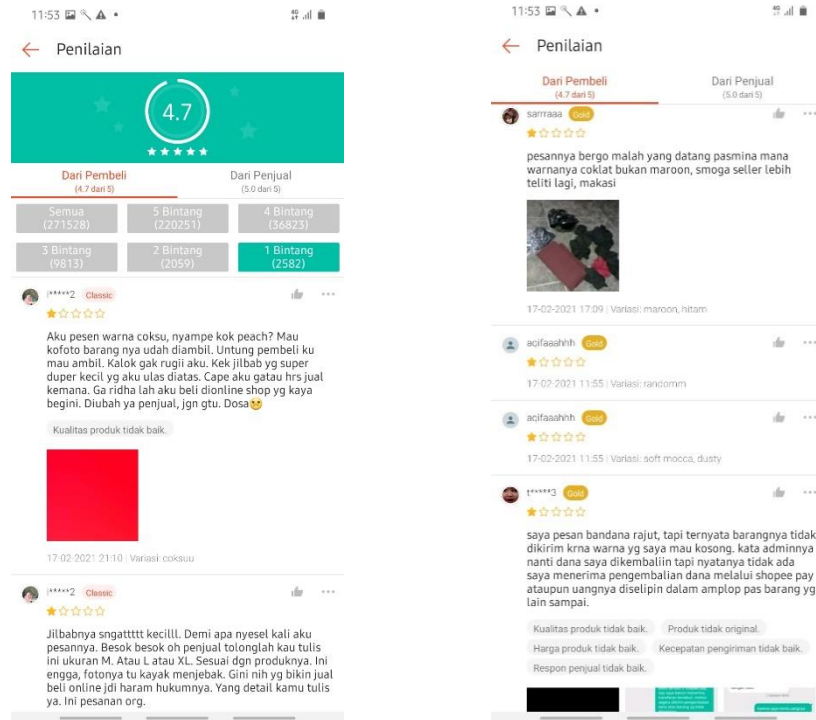
Pihak Trendhijab_id “ *Kalau bintang-bintang itu gak sih, cuman kalau ngechat saja. Kalau harus merespon yang bintang-bintang itu gak nutut soalnya banyak. Biasanya kalau ada complain itu ngechat shopee atau via whatsapp saja. Kita juga lakukan chat pribadi langsung ke orangnya dan menyarankan untuk complain via whatsapp saja biar lebih enak responnya.* ” ⁶⁹

Pihak Khayrscaff.id “ *Kalau ada complain kita berusaha professional, maksudnya professional itu karena kita memposisikan pelanggan adalah raja. Jadi yang kita utamakan memang yang pertama, selain berperan dalam grosir, karena khayrscaff sendiri terkenal dengan grosir termurah. Dan yang terpenting bagi kita adalah pelayanan. Pelayanan itu ada banyak, seperti pelayanan terhadap konsumen, terhadap produk kita juga, termasuk dalam menanggapi adanya complain dari pelanggan. Kita sudah berusaha, artinya kita dengan segera menanggapi adanya complain dari pelanggan.dengan begitu kita bisa tau kesalahan kami, dan dengan segera mungkin akan kami perbaiki. Untuk penilaian yang ada di shopee, kami akan menunjuk 1 atau 2 orang untuk memfollow up untuk mengetahui kesalahan kami dimana. Jadi kami tetap bertanggung jawab, karena hal tersebut merupakan sesuatu hal yang tidak disengaja*” ⁷⁰

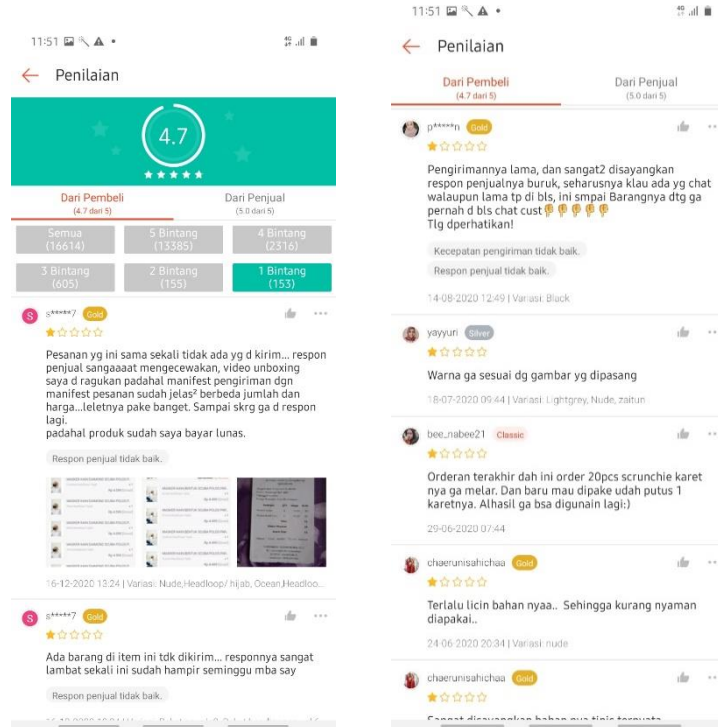
⁶⁸ Wawancara, Lindra *owner* dari @namehijab.id, pada tanggal 13 Februari 2021, di Toko Namehijba.id

⁶⁹ Wawancara, Dewi *owner* dari @trendhijab_id, pada tanggal 16 Februari 2021, di Toko trendhijab_id

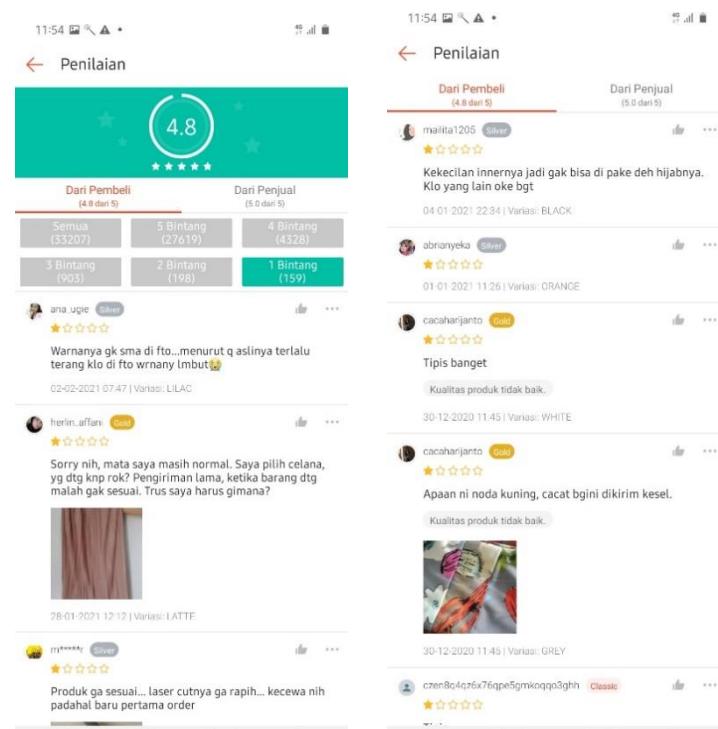
⁷⁰ Wawancara, Sulthon *owner* dari @khayrscaff.id, pada tanggal 17 Februari 2021, di *wearhouse* khayrscaff.id



Gambar I.II (Bukti complain pelanggan khayrscraff.id)



Gambar I.III (Bukti complain pelanggan namehijab.id)



Gambar I.IV (Bukti complain pelanggan trendhijab_id)

Dari tanggapan 3 narasumber diatas menjelaskan, bahwa pelaku usaha tetap bertanggung jawab atas kelalaian yang tidak sengaja mereka

lakukan, dan tetap memberikan pelayanan yang terbaik mereka kepada setiap pelanggan. Adapun faktor utama yang membuat pelaku usaha tidak merespon penilaian atau complain yang konsumen berikan pada aplikasi belanja *online* yaitu : Jarang melakukan pengecekan terhadap penilaian bintang 1 ataupun bintang 2.

Terlepas dari faktor diatas, pelaku usaha berusaha mungkin untuk melakukan *follow up* terhadap penilaian tersebut dan mereka hanya menerima pengajuan complain ganti rugi melalui chat pribadi yang telah disediakan oleh toko. Hal ini sesuai dengan Pasal 7 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menjelaskan tentang kewajiban bagi pelaku usaha, diantaranya :

Kewajiban pelaku usaha adalah :

- a. Beritikad 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 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 atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.⁷¹

⁷¹Pasal 7 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Dalam suatu transaksi tentunya tidak luput dari permasalahan, baik permasalahan yang disebabkan atas kesalahan pelaku usaha ataupun kesalahan yang disebabkan oleh konsumen itu sendiri. Apabila kesalahan tersebut disebabkan atas kesalahan dari pelaku usaha, maka sudah sepatutnya pelaku usaha untuk bertanggung jawab dan wajib memberikan ganti rugi kepada konsumen.

Secara general, tanggung jawab produk ialah suatu konsepsi hukum yang intinya dimaksudkan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Dikalangan produsen atau penjual mengasuransikan barang-barangnya terhadap kemungkinan adanya resiko akibat produk-produk yang cacat atau menimbulkan kerugian terhadap konsumen. Produk secara umum diartikan sebagai barang yang secara nyata bisa dilihat, dipegang, baik yang bergerak maupun yang tidak bergerak. Maka, yang dimaksud dengan *product liability* (tanggung jawab produk) ialah suatu tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan yang menghasilkan suatu produk atau dari orang atau badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasilkan suatu produk, atau orang atau badan yang menjual atau mendistribusikan produk tersebut.⁷²

Untuk mengetahui bentuk tanggung jawab dari pelaku usaha *online*, penulis telah melakukan wawancara dengan beberapa narasumber, sebagai berikut :

Pihak namehijab.id : “ *Untuk prosedurnya sendiri, jika terjadi kesalahan mereka akan mengajukan complain lewat chat yang telah kami sediakan. Nanti akan kami kasih 2 pilihan, yaitu pengembalian barang atau pengembalian uang. Untuk pengembalian barang kita akan kasih free ongkir dengan sistem COD melalui Jasa pengiriman J&T. dan untuk pengembalian uang akan kami refund melalui akun shopee.* ”⁷³

Pihak trendhijab_id : “ *Untuk pengajuan complain sendiri, misalnya warnanya tidak sesuai dengan gambar, maka kami menjelaskan mengenai kesamaan warna yang ada di gambar dan aslinya. Karena*

⁷² Abdul Halim Barkatullah “ Hukum Perlindungan Konsumen “ (Bandung : Nusa Media, 2008), 49-51

⁷³ Wawancara, Linda *owner* dari namehijab.id

kamera disetiap hp itu berbeda-beda. Untuk complain yang berkaitan dengan barang yang cacat, seperti bolong dan yang lain, biasanya akan kami return dengan gratis ongkir, karena kesalahan tersebut dari kami.”⁷⁴

Pihak khayrscarf.id : “ Untuk prosedur pengembalian barang itu jelas ada. Apabila itu bukan dari kesalahan kami dan pelanggan tidak menerima, tentunya kami akan tetap menerima return dari pelanggan, tapi ongkir ditanggung pelanggan. Namun, jika kesalahan itu murni dari kami, maka kami akan melakukan negoisasi, bisa fifty-fifty, kalau misalnya barang kurang nanti bisa kami return dengan gratis ongkir.”⁷⁵

⁷⁴ Wawancara, Dewi owner dai trendhijab_id

⁷⁵ Wawancara, Sulthon owner dari khayrscraff.id



Gambar I.V (Bukti pengembalian kepada pelanggan)

Berdasarkan hasil dari 3 narasumber diatas, maka bentuk dari tanggung jawab mereka yaitu, pengembalian barang dengan sistem gratis ongkir dan juga pengembalian uang melalui aplikasi *shopee* atau *refund*. Artinya mereka tetap bertanggung jawab atas kerugian yang diterima oleh konsumen dengan prosedur pengembalian yang telah disediakan oleh setiap toko masing-masing. Apa yang dilakukan oleh pelaku usaha jual beli *online* pada penelitian ini sesuai dengan Pasal 19 Undang – Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, sebagai berikut :

- a. Pelaku usaha bertanggungjawab memberikan ganti rugi atas kerugian, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- b. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) 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
- c. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari seteah tanggal transaksi
- d. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya

tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan

- e. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.⁷⁶

Tanggung jawab merupakan suatu hal yang mutlak yang harus dilakukan oleh setiap pelaku usaha. Setiap manusia memiliki tanggung jawabnya masing-masing, baik yang berupa ucapan ataupun tingkah laku yang dilakukannya. Dalam segi jual beli, prinsip tanggung jawab sudah semestinya melekat pada setiap pelaku usaha dan juga konsumen. Pelaku usaha memiliki tanggung jawab atas keamanan dan kenyamanan konsumen, begitu juga konsumen memiliki tanggung jawab, ketika akad jual beli telah disepakati. Adapun sanksi yang diterima oleh produsen berupa sanksi perdata, yang mana hal ini sesuai dengan substansi dari Undang-Undang No 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sanksi perdata yang dimaksud ialah besar kecilnya disesuaikan dengan kerugian yang diterima oleh konsumen.

Prinsip tentang tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Dalam kasus-kasus pelanggaran hak konsumen, perlu adanya kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggungjawab dan seberapa jauh tanggung jawab bisa dibebankan kepada pihak-pihak yang bersangkutan. Beberapa sumber formal hukum, seperti peraturan perundang-undangan dan perjanjian standar di lapangan hukum keperdataan kerap memberikan batasan-batasan terhadap tanggung jawab yang dibebankan oleh pelaku usaha.⁷⁷

Jual beli *online* dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen masih sangat berkaitan, karena didalam Undang-undang Perlindungan konsumen, pelaku usaha dituntut untuk tidak mengabaikan hak-hak konsumen. Akan tetapi, masih banyak dari pelaku usaha yang ber'tikad

⁷⁶ Pasal 19 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

⁷⁷Ceilina Tri Siwi Kristiyanti " Hukum Perlindungan Konsumen " (Jakarta : Sinar Grafika, 2011), 92-98

baik dan jujur saat ia melakukan jual beli *online*. Bahkan masih ada beberapa dari pelaku usaha yang masih bertanggung jawab atas kerugian yang diterima oleh konsumen. Bahkan didalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen sendiri telah mengatur tentang bentuk dari tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang diterima oleh konsumen.

2. **Tanggung jawab pelaku usaha menurut Hukum Islam**

Dunia fashion muslimah saat ini sangat diminati oleh masyarakat luas, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Hampir setiap tahun, bahkan setiap bulan selalu bermunculan fashion-fashion terbaru. Tak hanya dalam hal pakaian, hijab juga selalu menjadi trend dikalangan masyarakat, terutama para remaja. Hal tersebut dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk memunculkan berbagai inovasi baru dalam produk fashion mereka. Oleh karena itu, konsumen merasa dimanjakan dengan berbagai macam model fashion baru yang di produksi oleh para pelaku usaha.

Transaksi jual beli tidak pernah luput dengan 2 pihak, yaitu pelaku usaha dan juga konsumen. Kedua pihak tersebut memiliki kewajiban dan hak nya masing-masing dalam bertransaksi. Saat ini transaksi jual beli bisa dilakukan secara *offline* dan *online*. Banyaknya media *online* yang membrikan tawaran dengan sistem perdagangan yang mudah dan cepat turut mnegundang minat pelaku usaha untuk beralih ke jual beli *online*. Tentunya, tidak hanya pelaku usaha saja yang tergiur dengan sistem perdagangan *online*, para konsumen juga memanfaatkan hal tersebut, dengan alasan mudah untuk mendapatkan barang yang mereka inginkan dan juga tidak perlu datang ke toko.

Saat ini jual beli *online* sangat memberikan kemudahan dan juga efisiensi waktu bagi setiap peminatnya. Hal tersebut sesuai dengan Islam yang menghendaki kemaslahatan dan bersifat dinamis terhadap ke majuan pengetahuan dan teknologi dan yang utama dalam jual beli ialah etika jual beli itu sendiri, yaitu i'tikad baik pelaku usaha dan konsumen dalam bertransaksi.

Dalam transaksi jual beli *online*, tentunya yang menjadi perhatian ialah objek dari jual beli itu sendiri. Dalam hal objek jual beli, Islam telah melarang penjual atau pelaku usaha yang memperdagangkan barang dan/atau jasa yang bertentangan dengan syariah, misalnya, jual beli *khamar*, babi, bangkai, dan sebagainya. Islam juga sangat menekankan agar berbisnis dengan i'tikad yang baik seperti yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Bisnis, berdagang, atau berjualan sangat dianjurkan oleh Rasulullah SAW. hal itu beliau sampaikan pada sebuah hadits, bahwasannya 9 dai 10 pintu rezeki berada dalam dunia perdagangan. Oleh karena itu, perdagangan maupun bisnis yang dilakukan harus dalam koridor ajaran Islam.⁷⁸ Selain harus beri'tikad baik, pelaku usaha juga harus jujur dalam berdagang dan bertanggung jawab kepada konsumen.

Dalam prakteknya, masih banyak pelaku usaha yang mengedepankan hak-hak konsumen dan bertanggung jawab jika ada perselisihan antara pelaku usaha dengan konsumen. Islam sendiri telah mengajarkan kita untuk bertanggung jawab atas apa yang telah kita lakukan. Baik itu bertanggung jawab dalam ibadah ataupun bertanggung jawab dalam hubungan sosial.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan penulis, bahwasanya para pelaku usaha berusaha mungkin untuk bertanggung jawab atas kerugian yang diterima oleh para konsumen. Karena, dalam jual beli *online* tentunya ada ketidak sesuaian antara gambar dan barang yang diterima. Namun demikian, dalam mempromosikan produk yang dijual, pelaku usaha telah mencantun deskripsi secara lengkap dan jelas agar tidak ada kesalah pahaman dalam bertransaksi. Adapun, jika konsumen melakukan complain kepada penjual, penjual akan tetap memberikan kompensasi ganti rugi sesuai dengan kesempatan anatara kedua belah pihak. Hal ini sesuai dengan Fatwa DSN MUI No 43/DSN-MUI/VIII/2004 Tentang Ganti Rugi (Ta'widh) yang menyatakan bahwa :

⁷⁸ Tira Nur Fitria "BISNIS JUAL BELI ONLINE (ONLINE SHOP) DALAM HUKUM ISLAM DAN HUKUM NEGARA " *jurnal ilmiah ekonomi Islam*, Vol 03 No 01 (2017),
54 <http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/99/87>

1. Ganti rugi (*ta'widh*) hanya boleh dikenakan atas pihak yang dengan sengaja atau karena kelalaian melakukan sesuatu yang menyimpang dari ketentuan akad dan menimbulkan kerugian pada pihak yang lain
2. Kerugian yang dapat dikenakan *ta'widh* sebagaimana dimaksud dalam ayat 1 adalah kerugian riil yang dapat diperhitungkan dengan jelas
3. Kerugian riil sebagaimana dimaksud ayat 2 adalah biaya-biaya riil yang dikeluarkan dalam rangka penagihan hak yang seharusnya dibayarkan
4. Besar ganti rugi (*ta'widh*) adalah sesuai dengan nilai kerugian riil (*real loss*) yang pasti dialami (*fixed cost*) dalam transaksi tersebut dan bukan kerugian yang diperkirakan akan terjadi (*potential loss*) karena adanya peluang yang hilang (*opportunity loss* atau *al-furshah al-dha-I'ah*)
5. Ganti rugi (*ta'widh*) hanya boleh dikenakan pada transaksi (akad) yang menimbulkan utang piutang (*dain*), seperti *salam*, *istishna'*, serta *murabahah* dan *ijarah*
6. Dalam akad *mudhorobah* dan *musyarokah* ganti rugi hanya boleh dikenakan oleh *shohibul mall* atau salah satu pihak dalam *musyarokah* apabila bagian keuntungannya sudah jelas tetapi tidak dibayarkan.⁷⁹

Di dalam surat Al-Baqoroh ayat 194 yang berbunyi

... فَمَنْ اعْتَدَىٰ عَلَيْكُمْ فَاعْتَدُوا عَلَيْهِ بِمِثْلِ مَا عَتَدَا عَلَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ مَعَ الْمُتَّقِينَ

Artinya :“...maka, barang siapa melakukan aniaya (kerugian) kepadamu, balaslah ia, seimbang dengan kerugian yang telah ia timpakan kepadamu. Bertakwalah kepada Allah dan ketahuilah, bahwa Allah beserta orang-orang yang bertakwa.”⁸⁰

⁷⁹Fatwa DSN MUI No 43/DSN-MUI/VIII/2004 Tentang Ganti Rugi (Ta'widh)

⁸⁰Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: PT. Cordoba Internasional Indonesia, 2017), QS. Al-Baqoroh ayat 194

Maksud dari ayat diatas, bahwa setiap orang muslim jika melakukan perbuatan yang mengakibatkan sebuah kerugian terhadap orang lain, maka sudah menjadi kewajibannya untuk mengganti rugi atas kerugian yang telah dia lakukan dengan adil dan seimbang atas kerugian tersebut.

Dalam Islam, kerugian yang diterima oleh konsumen akibat cacat produk merupakan perbuatan yang tidak dibenarkan. Oleh karena itu pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas perbuatannya. Tanggung jawab bila dihubungkan dengan penyebab ganti rugi (*dhaman*) dapat dibedakan menjadi 5 unsur, yaitu :

- a. Ganti rugi akibat kerusakan (*dhaman itlaf*)
- b. Ganti rugi akibat transaksi (*dhaman 'aqdin*)
- c. Ganti rugi akibat perbuatan (*dhaman wadh'u yadin*)
- d. Ganti rugi akibat penahanan (*dhaman al-hailulah*)
- e. Ganti rugi akibat tipu daya (*dhaman al-maghrur*)⁸¹

Jual beli *online* atau *e-commerce* sering disamakan dengan jual beli salam. Sederhannya, jual beli salam dilakukan dengan sistem pembayaran diawal akad dengan penyerahan barang dikemudian hari. Dalam *akad salam* pembeli berhak menentukan barang yang akan dibeli dengan menyebutkan spesifikasinya kepada penyedia barang. Atau jika dalam aplikasi *marketplace* pembeli cukup dengan membaca deskripsi yang telah ditulis oleh penjual. Ketika terjadi akad, barang yang diinginkan belum ada di hadapan kedua belah pihak. Akan tetapi, pihak penjual menyanggupi apa yang dipesan oleh pembeli berdasarkan sifat-sifat yang telah disebutkan, kemudian pembeli melakukan pembayaran terlebih dahulu. Setelah itu, penjual akan mengirimkan barang kepada pembeli sesuai dengan waktu yang telah disepakati.

Faktanya, jual beli yang dilakukan oleh narasumber penulis, telah memenuhi unsur dari pada jual beli salam. Karena, mereka akan menerima pengajuan complain yang dilakukan oleh pelanggan dengan prosedur yang telah mereka buat. Mereka akan memberikan kompensasi ganti rugi berupa

⁸¹ Nur Halis “ Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen “ *Jurnal IUS*, vol 03 No 9 (2015), 530-531

pengembalian barang ataupun pengembalian uang sesuai dengan kesepakatan antara pelanggan dan penjual. Karena bagi mereka kenyamanan dan kepuasan pelanggan terhadap produk mereka adalah yang paling utama.

Hal ini berkaitan dengan fatwa DSN MUI No 5/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual beli salam, pada point keempat nomor 5 yaitu “ *jika semua atau sebagian barang tidak tersedia pada waktu penyerahan, atau kualitasnya lenih rendah dan pembeli tidak rela menerimanya, maa ia memiliki dua pilihan : a) membatalkan kontrak dan meminta kembali uangnya, b) menunggu sampai barang tersedia.* “ dan dijelaskan pula pada point kelima “ *Pada dasarnya pembatalan salam boleh dilakukan, selama tidak merugikan kedua belah pihak dan jika terjadi perselisihan antara kedua belah pihak, maka persoalannya diselesaikan mellawi Badan Arbitrase Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah* “⁸²

Menurut Zufar didalam kitab Fiqh Islam Wa Adillatuhu karya Prof. Wahbah Zuhaili mengatakan bahwa : “ Apabila disandarkan pada dalil qiyas maka dibolehkan mengganti modal setelah terjadinya pembatalan akad *salam*, baik modal itu dalam bentuk *'ain* ataupun *dain* (dari jenis uang).” Hal itu disebabkan bahwa modal salam setelah terjadinya akad *iqolah* menjadi utang atas *muslam ilaih* (penjual). Dan sebagaimana dibolehkan mengganti jenis-jenis utang yang lain maka dibolehkan pula mengganti utang tersebut.⁸³

Dalam Jual beli, ada bebrapa hal yang harus diperhatikan, diantaranya : nilai-nilai keadilan, serta harus menghindari hal-hal yang dapat merugikan pihak lain, karena jual beli yang mengandung cacat dapat menyebabkan kerugian konsumen dan pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas kerugian tersebut. Jika ada cacat dalam produk maka konsumen berhak untuk mengembalikan dan melakukan khiyar. Khriyar berarti memilih bagi pihak yang bersangkutan untuk melangsungkan atau tidak

⁸²Fatwa DSN MUI No 5/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual beli salam

⁸³ Wahbah Az-Zuhaili “ Fiqh Islam Wa Adillatuhu jilid 5 “ (Jakarta: Gema Insani, 2011), hal 257-258

melaksanakan akad yang diadakan bila menyangkut khiyar syarat, ruyat dan cacat.

Pelindungan konsumen yang berupa kerugian bagi konsumen termasuk dalam keterlambatan dalam penerimaan produk atau ketidaksesuaian dengan kesepakatan atau barang dalam keadaan cacat bahkan jika tidak terjadi pengiriman. Maka dalam hukum Islam terdapat hak Khiyar bai konsumen, artinya ada upaya kerelaan antara kedua pihak yang mengadakan akad, guna menghindari kerugian bagi konsumen dan agar mendapat kepercayaan dari konsumen. Hal tersebut dimaksudkan, agar kedua belah pihak sama-sama mendapatkan kemaslahatan. Apabila salah satu pihak merugikan orang lain, maka orang tersebut harus bertanggung jawab.⁸⁴

Didalam kitab Kifayatul Akhyar menjelaskan bahwa “ Andaikata ada orang yang berakad salam pada barang yang selalu tersedia dalam jumlah besar, kemudian habis diwaktu penyerahan karena bertambahnya keperluan manusia, maka terdapat dua *qoul*. Yang lebih *rajah*, akad salam itu tidak batal, tetapi pemesan boleh memilih antara membatalkan akad itu, ataupun sabar menunggu sampai barang tersedia kembali. Andaikata penerima pesanan berkata : kamu tidak perlu sabar, tetapi ambillah kembali uang pokokmu, maka pemesan tidak wajib mengambil kembali uangnya menurut *qoul* yang shahih.”⁸⁵ Artinya dalam jual beli salam pemesan atau pelanggan memiliki hak untuk meneruskan akad jual beli salam atau membatalkan akad tersebut, baik itu terjadi kelalaian atau cacat pada barang atau barang yang dipesan tidak tersedia, hal itu biasa dikenal dengan hak *khiyar*.

Khiyar bertujuan memberikan hak kepada para pihak yang terlibat dalam suatu transaksi, agar tidak mengalami kerugian atau penyelesaian di belakang hari oleh sebab-sebab tertentu baik yang berkaitan dengan harga, kualitas, atau kuantitas objek transaksi. Salah satu bentuk *khiyar*, yaitu

⁸⁴ Ratu Humaemah “ANALISA HUKUM ISLAM TERHADAP MASALAH PERLINDUNGAN KONSUMEN YANG TERJADI ATAS JUAL BELI E-COMMERCE “ *jurnal ekonomi Islam*, Vol 6 No 01 (2015), 63-64 <http://journal.islamiconomic.or.id/index.php/ije/article/view/30/31>

⁸⁵ Imam Taqiyuddin Abu Bakar Bin Muhammad Al-Husaini “ Kifayatul Akhyar “ Jilid 1-2 (Al-Haramain), hal 261

khiyar aib. *Khiyar aib* merupakan suatu keadaan yang membolehkan salah seorang yang berakad memiliki hak untuk membatalkan akad atau melanjutkan akad ketika ditemukan cacat (*'aib*) pada objek akad yang tidak diketahui pemiliknya pada saat berlangsungnya ijab Kabul. Para ulama bersepakat bahwasanya *khiyar* cacat berlangsung sejak diketahui adanya cacat pada objek yang ditransaksikan. Menurut ulama Hanafiyah dan Hanbilah cacat yang dijadikan alasan *khiyar* adalah seluruh unsur yang menunjukkan adanya kerusakan terhadap objek akad dan berkurangnya nilai barang tersebut dari nilai aslinya yang sesuai dengan kebiasaan yang berlaku.

Sedangkan menurut ulama Syafi'iyah dan Malikiyah, seluruh cacat yang menyebabkan nilai barang berkurang atau hilang unsur yang diinginkan dari objek tersebut seperti baju yang sempit. Kriteria cacat yang menjadi *khiyar*, yaitu :

- a. Cacat bisa mempengaruhi nilai/harga komoditas menurut kebiasaan
- b. Pembeli tidak mengetahui adanya cacat saat terjadi transaksi dan saat menerima barang
- c. Cacat telah ada sejak terjadi transaksi atau setelahnya tetapi sebelum terjadi serah terima
- d. Tidak bisa menghilangkan cacat dengan mudah
- e. Cacat tidak hilang sebelum pembatalan transaksi.

Dampak *khiyar* ini adalah akad tidak bersifat mengikat bagi yang memiliki hak *khiyar* sampai adanya kerelaan pembeli menerima atau memutuskan pembatalan akad. Ada beberapa halangan dalam pengembalian barang *khiyar aib*, yaitu :

- a. Pemilik hak *khiyar* rela dengan adanya cacat dan harus disertakan dengan ungkapan lisan atau perbuatan
- b. Hak *khiyar* digugurkan oleh yang memiliki hak, baik secara lisan atau perbuatan
- c. Rusaknya objek transaksi yang disebabkan oleh pemilik hak *khiyar*

- d. Terjadinya penabahan terhadap objek transaksi oleh pemilik hak *khiyar*⁸⁶

Khiyar aib dalam jual beli *online* kerap terjadi ketika barang telah sampai pada konsumen. Karena, hakekat dari jual beli *online* sendiri barang akan sampai di kemudian hari. Dengan begitu, jika diketahui adanya cacat pada barang yang dipesan, konsumen berhak melakukan pengajuan complain kepada penjual. Penjual akan bertanggung jawab atas kerugian yang diterima oleh konsumen dengan kespakatan antara kedua belah pihak.

⁸⁶ Andri Soemitra, “ Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muammalah “ (Jakarta: Pranadamedia Group,2019), 52-54

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah penulis.

Adapun kesimpulan dari hasil penelitian ini, yaitu :

1. Tanggung jawab pelaku usaha yang sesuai dengan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu dengan memberikan kompensasi ganti rugi kepada konsumen.
2. Tanggung jawab pelaku usaha yang sesuai dengan hukum islam, yaitu dengan memberikan ganti rugi kepada konsumen sesuai dengan besa kecilnya bentuk kerugian.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, penulis memiliki beberapa saran untuk penelitian ini, diantaranya :

1. Pelaku usaha untuk lebih bertanggung jawab atas setiap perbuatan yang dilakukannya. Dan lebih responsif lagi terhadap keluhan konsumen.
2. Pelaku usaha agar menerapkan metode bisnis yang telah dicontohkan oleh Rosulullah, lebih menghargai setiap keluhan konsumen, baik keluhan melalui chat atau melalui kolom komentar di *marketplace*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku

- As-Syafi'I, Imam Taqiyuddin Abu Bakr Muhammad Al-Husaini Al Hushna Ad-Damasyqa. Kifayatul Akhyar Juz 1. Al-Haramain: 1426 H
- Barkatullah, Abdul Halim. Hukum Perlindungan Konsumen. Bandung: Nusa Media, 2008.
- Efendi, Jonaedi dan Johnny Ibrahim. Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris. Jakarta, Prenadamedia Group: 2020
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Sinar Grafika, 2008
- Miru, Ahmadi. Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi konsumen di Indonesia. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011
- Mustofa, Imam. Fiqh Muammalah Kontemporer. Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2019
- Nasution, Bahder Johan. Metode Penelitian Ilmu Hukum. Bandung: Mandar Maju, 2008.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. Metodologi Penelitian. Jakarta, Bumi Aksara: 2018
- Purwanto, Erwan Agus dan Dyah Ratih Sulistyastuti. Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Gava Media, 2017
- Sholihah, Qomariyatus. Pengantar Metodologi Penelitian. Malang: UB Press, 2019
- Soekanto, Soerjono. Pengantar Penelitian Hukum. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press), 2007
- Soemitra, Andri. Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muammalah. Jakarta Timur : Prenadamedia Group, 2019.
- Soemitra, Ronny Hanitijo. Metode penelitian Hukum dan Jurimetri. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1990.
- Subagyo, P. Joko. Metode penelitian Dalam Teori dan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta, 1999.
- Supardi. Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Yogyakarta: UII Press, 2005

Susanti, Dyah Octarina dan A'an Efendi. Penelitian Hukum (Legal Research). Jakarta: Sinar Grafika, 2014

Susanto, Burhanuddin. Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal. Malang: UIN Maliki Press, 2011

Waluyo, Bambang. Penelitian Hukum Dalam Praktek. Jakarta: Sinar Grafika, 1991

Zuhaili, Wahbah. Fiqh Islam Wa Adillatuhu 5. Jakarta: Gema Insani, 2011.

Al-Qur'an dan Hadits

Al-Asqoilani, Al-Hafidz Ahmad Ali bin Hajar. Bulughul Maram min Adillati Al-Ahkam, Kitab Jual Beli

Penerjemah, Tim. Al-Qur'an dan Terjemahannya. Bandung: PT. Cordoba Internasional Indonesia, 2017

Penelitian Jurnal

Benuf, Kornelius dan Muhammad Azhar. Metodologi Penelitian Hukum Sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer. *Jurnal Gema Keadilan*, Vol 7 (1), Juni 2020. 27-28

Fitria, Tira Nur. Bisnis Jual Beli *Online (Online Shop)* Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 03 No. 01, Maret 2017. ISSN : 2477-6157

Halis, Nur. Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal IUS*, vol 03 No 9, 2015.

Humaemah, Ratu. Analisa Hukum Islam Terhadap Masalah Perlindungan Konsumen Yang Terjadi Atas Jual Beli *E-Commerce*. *jurnal ekonomi Islam*, Vol 6 No 01 (2015), 63-64 .

Mahardika, Putu Surya dan Dewa Gde Rudy. Tanggung jawab Pemilik Toko Online Dalam Jual Beli Online (E-commerce) Ditinjau Berdasarkan Hukum Perlindungan Konsumen. *Kertha Semaya Jurnal*, Vol 02 No 05 (2014) : 6-7

Salim,Munir. Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Islam. *Jurnal Al-Daulah*, Vol 6 No 2 Desember 2017

Saprida. Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli.*Jurnal Ilmu Syariah*, Vo 4, No 1, (2016), 123.

Siswadi. Jual Beli Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ummul Qura'*. Vol III No 2, Agustus 2013.

Website

Purnama, Yulian. *Makna Hijab, khimar dan Jilbab*.<https://muslim.or.id/26725-makna-hijab-khimar-dan-jilbab.html>(diakses pada tanggal 9 Desember 2020, pukul 18.53 WIB)

Anggaranie, Gita. perkembangan E-Commerce Beserta Klasifikasinya. Artikel Supply Chain Indonesia. [artikel e commerce.pdf](#) (diakses pada Tanggal 10 Januari 2021)

Peraturan

Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Fatwa DSN MUI No 110/DSN MUI/IX/2017 Tentang Jual Beli

Fatwa DSN MUI No 43/DSN-MUI/VIII/2004 Tentang Ganti Rugi (Ta'widh)

Fatwa DSN MUI No 5/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual beli salam.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Fitriana Deva Yanti

Tempat/Tgl Lahir : Lamongan, 17 September 1996

Alamat : Perumahan Asem Kerep Jompong
Brondong Lamongan

Email : dreavtaelrana@gmail.com

Telepon : 085217989527

Riwayat Pendidikan

No.	Jenjang Pendidikan	Nama Instansi	Tahun
1	TK	TK ABA Blimbing Paciran Lamongan	2001-2003
2	SD/MI	MI Muhammadiyah 04 Blimbing Paciran Lamongan	2003-2009
3	SMP/MTS	Mts. YKUI Maskumambang Dukun Gresik	2009-2012
4	SMA/MA	Ponpes TMI Al-Amien Prenduan Sumenep Madura	2012-2016
5	S1	Universitas islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang	2017-2021

PEDOMAN WAWANCARA

TANGGUNG JAWAB HUKUM JUAL BELI ONLINE SHOP TERKAIT PRODUK HIJAB PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UU NO 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

(Di Shopee)

Narasumber :

Profesi :

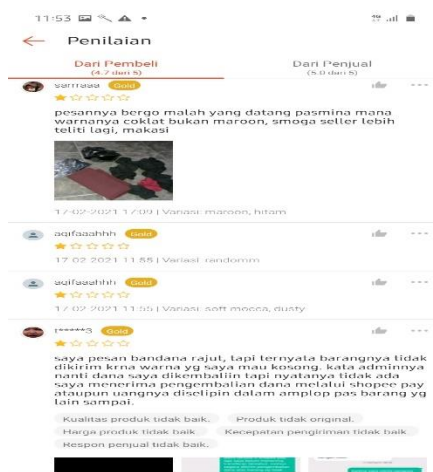
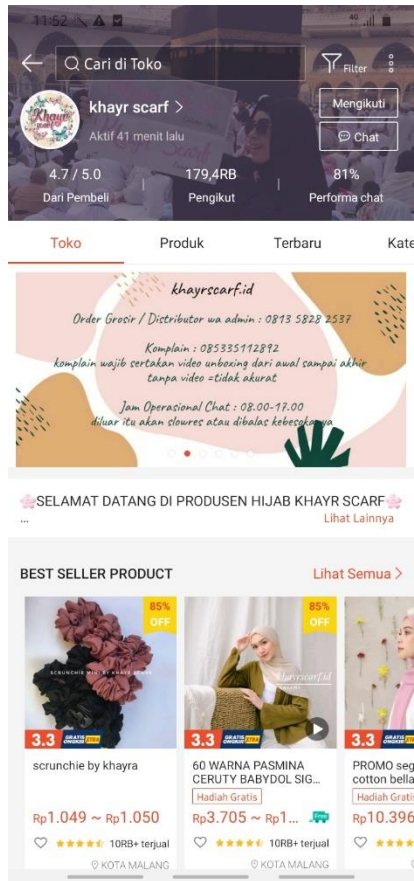
Tanda tangan :

Bagaimana tanggung jawab jual beli *onlineshop* terkait produk hijab oleh pengusaha pemilik hijab ?

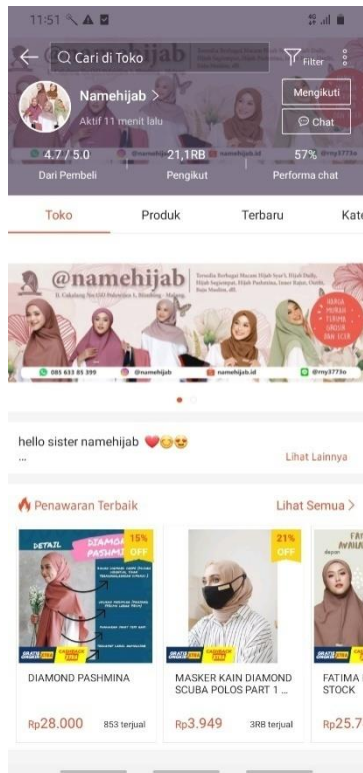
1. Bagaimana awal mula anda mendirikan usaha hijab ?
2. Apa yang membuat anda yakin untuk memulai usaha hijab ?
3. Apa hak dan kewajiban bagi pelaku usaha yang anda ketahui ?
4. Apa suka dan duka anda selama memasarkan produk hijab ?
5. Bagaimana cara anda memasarkan produk hijab tersebut ?
6. Bagaimana sistem pelayanan yang anda berikan, baik di toko offline ataupun toko online ?
7. Siapa target pemasaran anda terutama di kota Malang ?
8. Berapa target yang anda terapkan untuk penjualan seriap bulan atau bahkan setiap tahunnya ?
9. Bagaimana tanggapan anda terhadap komplain pembeli di kolom penilaian shopee ?
10. Apakah ada prosedur pengembalian barang ketika barang tersebut tidak sesuai dengan permintaan pembeli ?
11. Bagaimana tanggapan anda terkait dengan adanya tanggung jawab pelaku usaha yang diatur di dalam UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mengatakan bahwa pelaku usaha diwajibkan untuk mengganti rugi atas kerugian yang diterima oleh konsumen ?

Lampiran-lampiran

Akun Shopee Khayrscaf.id



Akun Shopee Namehijab.id



Akun Shopee Trendhijab_id

11:54

Cari di Toko

Trendhijab_id

Aktif 24 menit lalu

4.8 / 5.0

49,7RB

33%

Dari Pembeli

Pengikut

Performa chat

Toko

Produk

Terbaru

Kate

Melayani Pembelian Ecer & Grosir

Lihat Lainnya

Produk Terlaris

Lihat Semua >

top 1

HUMAERAH SCARF SERIES 1

Rp26.000

10RB+ terjual

top 2

HAMIDA SERIES 1

Rp21.000

10RB+ terjual

top 3

HAMIDA

Rp18.90

Kategori

Lihat Semua >

Sedang Diskon

Veil

New Arrivals

11:54

Penilaian

4.8

Dari Pembeli (4.8 dari 5)

Dari Penjual (5.0 dari 5)

Semua (33207)	5 Bintang (27619)	4 Bintang (4328)
3 Bintang (903)	2 Bintang (198)	1 Bintang (159)

ana_lugie Silver

Warnanya gk sma di fto...menurut q aslinya terlalu terang klo di fto wrnany lmbut

02-02-2021 07:47 | Variasi: LILAC

herlin_alfani Gold

Sorry nih, mata saya masih normal. Saya pilih celana, yg dtg knp rok? Pengiriman lama, ketika barang dtg malah gak sesuai. Trus saya harus gimana?

28-01-2021 12:12 | Variasi: LATTE

m**** Silver

Produk ga sesuai... laser cutnya ga rapih... kecewa nih padahal baru pertama order

11:54

Penilaian

Dari Pembeli (4.8 dari 5)

Dari Penjual (5.0 dari 5)

malita1205 Silver

Kekecilan innernya jadi gak bisa di pake deh hijabnya. Klo yang lain oke bgt

04-01-2021 22:34 | Variasi: BLACK

abrianyeka Silver

Tipis banget

Kualitas produk tidak baik.

01-01-2021 11:26 | Variasi: ORANGE

cacaharjanto Gold

Apaan ni noda kuning, cacat bgini dikirim kesel.

Kualitas produk tidak baik.

30-12-2020 11:45 | Variasi: WHITE

cacaharjanto Gold

Kualitas produk tidak baik.

30-12-2020 11:45 | Variasi: GREY

czen8q4qz6x76qpe5gmkoqqo3ghh Classic

Dokumentasi



