

**PERLIDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PEMBELIAN
UNOFFICIAL MERCHANDISE YANG DIJUAL OLEH K-POP ONLINE
SHOP PRESPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN HUKUM ISLAM**

SKRIPSI

OLEH:

DINI KHAIRUNA NORASARI

19220007



PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2023

**PERLIDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PEMBELIAN
UNOFFICIAL MERCHANDISE YANG DIJUAL OLEH K-POP ONLINE
SHOP PRESPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN HUKUM ISLAM**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Mendapat Gelar Sarjana Hukum (S.H)**

OLEH:

DINI KHAIRUNA NORASARI

19220007



PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2023

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim,

Demi Allah SWT

Dengan kesadaran dan penuh tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan, penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PEMBELIAN
UNOFFICIAL MERCHANDISE YANG DIJUAL OLEH K-POP ONLINE
SHOP PRESPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN HUKUM ISLAM**

Benar-benar merupakan karya ilmiah yang disusun sendiri, bukan duplikat atau menindahkan data milik orang lain, kecuali yang disebutkan referensinya secara benar. Jika ditemukan dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini ada kesamaan baik isi, logika, maupun datanya secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar sarjana yang diperoleh karenanya secara otomatis batal demi hukum.

Malang, 28 November 2023

Penulis,



Dini Khairuna Norasari

19220007

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Dini Khairuna Norasari NIM 19220007 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

**PERLIDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PEMBELIAN
UNOFFICIAL MERCHANDISE YANG DIJUAL OLEH K-POP ONLINE
SHOP PRESPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN HUKUM ISLAM**

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

Malang, 28 November 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah,



Dr. Fakhruddin, M.H.I.
NIP. 197408192000031002

Dosen Pembimbing



Mahbub Ainur Rofiq, S.H.I., M.H.
NIP. 19881130201802011159



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
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 : Dini Khairuna Norasari
NIM : 19220007
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Dosen Pembimbing : Mahbub Ainur Rofiq, S.HI., M.H.
Judul Skripsi : **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PEMBELIAN *UNOFFICIAL MERCHANDISE* YANG DIJUAL OLEH K-POP ONLINE SHOP PRESPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN HUKUM ISLAM**

No.	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1.	Jum'at, 15 September 2023	Bimbingan Proposal	
2.	Kamis, 5 Oktober 2023	Revisi Proposal	
3.	Jum'at, 6 Oktober 2023	ACC Proposal	
4.	Selasa, 24 Oktober 2023	BAB I	
5.	Selasa, 27 Oktober 2023	BAB II dan III	
6.	Kamis, 2 November 2023	Revisi BAB II dan III	
7.	Senin, 13 November 2023	BAB IV	
8.	Kamis, 16 November 2023	Revisi BAB IV	
9.	Jum'at, 24 November 2023	Abstrak	
10.	Selasa, 28 November 2023	ACC Skripsi	

Malang, 28 November 2023
Mengetahui,
a.n Dekan
Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah

Dr. Fakhruddin, M.HI.
NIP. 197408192000031002

PENGESAHAN SKRIPSI

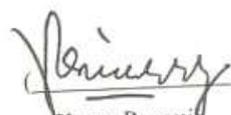
Dewan Penguji skripsi saudara Dini Khairuna Norasari NIM 19220007, Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PERLIDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PEMBELIAN UNOFFICIAL MERCHANDISE YANG DIJUAL OLEH K-POP ONLINE SHOP PRESPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 DAN HUKUM ISLAM

Telah dinyatakan lulus dalam sidang ujian skripsi yang dilaksanakan pada tanggal 8 Desember 2023.

Dewan Penguji:

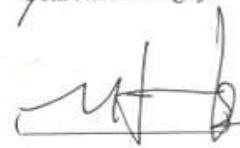
1. Risma Nur Arifah, S.HI., M.H.
NIP. 198408302019032010


Ketua Penguji

2. Mahbub Ainur Rofiq, M.H.
NIP. 19881130201802011159


Sekretaris Penguji

3. Dr. Musataklima, S.HI., M.SI.
NIP. 19830420201608011024


Penguji Utama



Malang, 20 Desember 2023

Dekan Fakultas Syariah,

Prof. Dr. Sudirman, M.A.

NIP. 197708222005011003

MOTTO

مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا، وَالْمَكْرُ وَالْخِدَاعُ فِي النَّارِ

“Barangsiapa yang menipu, maka ia tidak termasuk golongan kami. Orang yang berbuat makar dan pengelabuan, tempatnya di neraka” (HR. Ibnu Hibban 2: 326)

“You must push yourself until your nose starts bleeding”

(Hayao Miyazaki)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah robbil alamin, Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul **“PERLIDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PEMBELIAN *UNOFFICIAL MERCHANDISE* YANG DIJUAL OLEH K-POP ONLINE SHOP PRESPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN HUKUM ISLAM”** dapat terselesaikan dengan baik dan benar. Shalawat serta salam tak lupa pula kita panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muuhammad SAW, yang telah membawa ajaran Islam sebagai cahaya di kegelapan dan kebodohan. Semoga kita tergolong orang-orang yang beriman dan mendapatkan syafaat dari beliau di hari akhir kelak. Aamiin.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada semua pihak dengan segala daya dan upaya serta bantuan dan bimbingan maupun pengarahan serta dukungan dalam proses penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. Sudirman, M.A., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Fakhrudin, M.HI., Selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. Suwandi, M.H., selaku Dosen Wali yang telah membimbing dan memberikan arahan selama menempuh perkuliahan di Program Studi

Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

5. Mahbub Ainur Rofiq, S.HI., M.H., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran dan ketelitian hingga penulisan skripsi ini dapat selesai.
6. Seluruh Dewan Penguji yang telah memberikan kritik yang membangun serta saran dalam menyempurnakan kekurangan yang ada pada penelitian skripsi ini.
7. Segenap Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan pembelajaran, mendidik, membimbing, serta mengamalkan ilmunya dengan ikhlas dan penuh kesabaran. Semoga ilmu yang didapatkan bermanfaat dan berguna bagi penulis untuk bekal selanjutnya.
8. Segenap Karyawan dan Staff Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
9. Kedua orang tua saya, Bapak Muhammad Sarman dan Ibu Novvy Rahmayana yang sangat berperan penting dalam seluruh hidup saya dan senantiasa memberikan kasih sayang, dukungan, motivasi, dan doa yang tak pernah putus yang selalu menyertai langkah ini.
10. Saudara kandung saya, Dina Aidah Norasari dan Dita Fauziah Norasari yang senantiasa memberikan dukungan dan turut membantu melancarkan proses penyusunan skripsi ini dengan menjaga mood penulis agar tetap stabil. Terimakasih banyak saya ucapkan.
11. Teman seperjuangan saya, Selma Rizky Amalia yang senantiasa memberkan semangat, dorongan, dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.
12. Seluruh teman-teman seperjuangan Hukum Ekonomi Syariah Angkatan 2019, seluruh teman-teman selama kuliah di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dan seluruh pihak yang tidak dapat

penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan doa untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini.

13. *Thank you to SEVENTEEN and PLAVE, boys who always provide entertainment and are a moodbooster for the writer, as well as motivation and inspiration in completing this writing.*

14. *Last but not least, thanks to myself who has struggled and worked hard in completing this research. You have worked hard, you are doing great, I am very proud. Thank you, as always.*

Semoga Allah melimpahkan rahmat bagi kita semua dan membalas semua kebaikan pihak-pihak yang membantu dan semoga skripsi ini. Penulis berharap semoga apa yang telah diperoleh selama kuliah di Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan siapapun yang mempelajarinya. Penulis sadar dan mengetahui bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Malang, 28 November 2023

Penulis,

Dini Khairuna Norasari

NIM. 19220007

PEDOMAN LITERASI

A. Umum

Transliterasi adalah pemindah alihan tulisan Arab ke dalam tulisan Indonesia (latin), bukan terjemah bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia. Termasuk dalam kategori ini ialah nama Arab dari bangsa Arab, sedangkan nama Arab dari bangsa 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. Berikut ini table pedoman literasi sebagai dalam penulisan karya ilmiah.

B. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin adalah sebagai berikut:

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ا	`	ط	t
ب	B	ظ	z
ت	T	ع	‘
ث	Ts	غ	Gh
ج	J	ف	F
ح	h	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Dh	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	Y

ص	ṣ	ي	Y
ض	ḍ		

Hamzah (ء) yang sering dilambangkan dengan alif, apabila terletak di awal kata maka mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika hamzah (ء) terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda koma di atas (´), berbalik dengan koma (ˆ) untuk pengganti lambang ع.

C. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
أ	Dlommah	U	U

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أو	Fathah dan wau	Au	A dan U
أي	Fathah dan ya	Ai	A dan I

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauला*

D. Maddah

Maddah atau vocal Panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
يِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وُ	Ḍammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

E. Ta' Marbūthah (ة)

Transliterasi untuk ta marbūthah ada dua, yaitu: ta marbūthah yang hidup atau mendapay harakat fathah, kasrah, dan Ḍammah, transliterasinya adalah [t]. sedangkan ta marbūthah yang mati atau mendapatkan harakat sukun, transliterasinya adalah [h]. apabila berada di tengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudlaf* dan *mudlaf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan [t] yang disambungkan dengan kalimat berikutnya.

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (ل alif lam ma'arifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang diliterasikan seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang

mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contohnya:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al bilādu*

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak di awal kata, maka hamzah tidak dilambankan, karena dalam penulisan Arab berupa alif. Contoh:

شيء : *syai'un*

النون : *an-nau'un*

أمرت : *umirtu*

تأخذون : *ta'khudzuna*

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* atau *huruf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf araba tau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sanfangnya.

Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan jika penulisan itu disatukan dengan

kata lain, sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak dipergunakan.

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
BUKTI KONSULTASI SKRIPSI	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
PEDOMAN LITERASI	xi
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
ABSTRAK	xx
ABSTRACT	xxi
الخلاصة	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Metode Penelitian	6
F. Penelitian Terdahulu	10
G. Sistematika Pembahasan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
A. Tinjauan Tentang Perlindungan Konsumen.....	17
B. Tinjauan Tentang Muamalah	21
C. Tinjauan Tentang Jual Beli	29
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35

A. Faktor Munculnya Jual Beli <i>Unofficial Merchandise</i> yang Dijual oleh K-Pop Online Shop.....	35
B. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Jual Beli <i>Unofficial Merchandise</i> yang Dijual Oleh K-Pop Online Shop Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.....	44
C. Tinjauan Hukum Islam Dalam Praktik Jual Beli <i>Unofficial Merchandise</i> yang Dijual Oleh K-Pop Online Shop.....	52
BAB IV PENUTUP	59
A. Kesimpulan.....	59
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	13
---	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Official Merchandise K-Pop.....	36
Gambar 3.2 Official Merchandise K-Pop.....	36
Gambar 3.3 Official Merchandise K-Pop.....	36
Gambar 3.4 Official Merchandise K-Pop.....	37
Gambar 3.5 Unofficial Merchandise K-Pop.....	37
Gambar 3.6 Unofficial Merchandise K-Pop.....	48
Gambar 3.7 Unofficial Merchandise K-Pop.....	48
Gambar 3.8 Lightstick K-Pop.....	39
Gambar 3.9 Lightstick K-Pop.....	39
Gambar 3.10 Lightstick K-Pop.....	40
Gambar 3.11 Lightstick K-Pop saat Konser.....	40
Gambar 3.12 Lightstick K-Pop saat Konser.....	41
Gambar 3.13 Perbedaan Lightstick yang Asli dan Palsu.....	42
Gambar 3.14 Perbedaan Lightstick yang Asli dan Palsu.....	42
Gambar 3.15 Perbedaan Lightstick yang Asli dan Palsu.....	43
Gambar 3.16 Perbedaan Lightstick yang Asli dan Palsu.....	43
Gambar 3.17 Perbedaan Lightstick yang Asli dan Palsu.....	43

ABSTRAK

Dini Khairuna Norasari, 19220007, 2023. **Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pembelian *Unofficial Merchandise* Yang Dijual Oleh K-Pop Online Shop Prespektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam.** Skripsi. Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing: Mahbub Ainur Rofiq, S.HI., M.H.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Hukum Islam, *Unofficial Merchandise*.

Penggunaan internet juga bisa mencakupi ruang lingkup global, sehingga dapat memperluas proses globalisasi dengan sangat cepat dan pesat. Salah satu fenomena globalisasi di Indonesia dalam bentuk interaksi budaya adalah masuknya berbagai kebudayaan Korea Selatan di Indonesia. Dengan adanya internet membantu perkembangan musik K-Pop menjangkau *audience* yang lebih luas. Penggemar K-Pop menggunakan beberapa media online untuk berbagi dan memperoleh berita mengenai K-Pop. Pembelian *merchandise* merupakan aktifitas yang banyak dilakukan oleh penggemar K-Pop. Terdapat *merchandise* yang dijual secara online yang ternyata *merchandise* itu adalah barang palsu. Ketika proses jual beli berlangsung, pihak penjual tidak memberikan keterangan bahwa barang tersebut palsu, justru malah memberikan keterangan kepada pembeli bahwasannya barang tersebut asli seperti yang pembeli inginkan.

Penelitian ini membahas bagaimana perlindungan konsumen terhadap pembelian barang yang tidak sesuai dengan perjanjian pada awal transaksi jual beli. Penelitian ini menggunakan penelitian yuridis normatif (*library research*). Menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Dengan mengacu pada sumber primer dan sekunder yang berkaitan dengan kajian penelitian.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa adanya ketidaksesuaian antara Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dengan mekanisme transaksi jual beli *unofficial merchandise* dengan K-Pop online shop tersebut. Dimana para pembeli atau konsumen tidak mendapatkan hak atas kenyamanan dalam bertransaksi dan hak atas mendapatkan informasi yang jelas terkait barang yang bersangkutan, sehingga pihak pembeli merasa dirugikan. Praktik jual beli *merchandise* di K-Pop online shop ini tidak sepenuhnya sesuai dengan hukum Islam. Dikarenakan terdapat beberapa prinsip dalam bermuamalah menurut hukum Islam yang tidak terpenuhi dalam transaksi tersebut. Tidak terpenuhinya prinsip keadilan antara kedua belah pihak.

ABSTRACT

Dini Khairuna Norasari, 19220007, 2023. **Legal Protection for Consumers for Purchases of Unofficial Merchandise Sold by K-Pop Online Shop Perspective of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and Islamic Law.** Thesis, Department of Sharia Economic Law, Faculty of Sharia, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim. Supervisor: Mahbub Ainur Rofiq, S.HI., M.H.

Keywords: Consumer Protection, Islamic Law, Unofficial Merchandise.

The use of the internet can also cover a global scope, so that it can expand the globalization process very quickly and rapidly. One of the phenomena of globalization in Indonesia in the form of cultural interaction is the influx of various South Korean cultures in Indonesia. The existence of the internet has helped the development of K-Pop music to reach a wider audience. K-Pop fans use several online media to share and obtain news about K-Pop. Purchasing merchandise is an activity that many K-Pop fans do. There is merchandise being sold online which turns out to be fake. When the buying and selling process takes place, the seller does not provide information that the goods are fake, but instead provides information to the buyer that the goods are genuine as the buyer wants.

This research discusses how consumers are protected against purchasing goods that do not comply with the agreement at the beginning of the buying and selling transaction. This research uses normative juridical research (library research). Using a statutory approach and a conceptual approach. By referring to primary and secondary sources related to the research study.

The results of this research can be concluded that there is a discrepancy between Article 4 of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and the transaction mechanism for buying and selling unofficial merchandise with the K-Pop online shop. Where buyers or consumers do not have the right to comfort in transactions and the right to obtain clear information regarding the goods in question, so that the buyers feel disadvantaged. The practice of buying and selling merchandise at K-Pop online shops is not fully in accordance with Islamic law. Because there are several principles in muamalah according to Islamic law that are not fulfilled in this transaction. Failure to fulfill the principles of justice between both parties.

الخلاصة

ديني خيرونا نوراساري، ١٩٢٢٠٠٠٧، ٢٠٢٣. الحماية القانونية للمستهلكين من عمليات الشراء غير الرسمية للبضائع التي يبيعها متجر K-Pop عبر الإنترنت، من منظور القانون رقم ٨ لعام ١٩٩٩ بشأن حماية المستهلك والشريعة الإسلامية. البحث العلمي، قسم القانون الإقتصادي الشرعي. كلية الشريعة، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالنج. المشرفة: محبوب عينور رفيق، ماجستير.

الكلمات المفتاحية: حماية المستهلك، الشريعة الإسلامية، البضائع غير الرسمية.

يمكن أن يغطي استخدام الإنترنت أيضًا نطاقًا عالميًا، بحيث يمكنه توسيع عملية العولمة بسرعة كبيرة. إحدى ظواهر العولمة في إندونيسيا في شكل تفاعل ثقافي هو تدفق الثقافات الكورية الجنوبية المختلفة إلى إندونيسيا. ساعد وجود الإنترنت في تطوير موسيقى الكيبوب للوصول إلى جمهور أوسع. يستخدم معجبو الكيبوب العديد من الوسائط عبر الإنترنت لمشاركة الأخبار والحصول عليها حول الكيبوب. يعد شراء البضائع نشاطًا يقوم به العديد من محبي الكيبوب. هناك بضائع يتم بيعها عبر الإنترنت وتبين أنها مزيفة. عندما تتم عملية البيع والشراء، لا يقدم البائع معلومات تفيد بأن البضاعة مزورة، بل يقدم معلومات للمشتري بأن البضاعة أصلية كما يريد المشتري.

يناقش هذا البحث كيفية حماية المستهلكين من شراء السلع التي لا تتوافق مع الاتفاقية المبرمة في بداية معاملة البيع والشراء. يستخدم هذا البحث البحث القانوني المعياري (البحث المكتبي). استخدام النهج القانوني والنهج المفاهيمي. بالرجوع إلى المصادر الأولية والثانوية المتعلقة بالدراسة البحثية.

يمكن استنتاج نتائج هذا البحث أن هناك تناقض بين المادة ٤ من القانون رقم ٨ لسنة ١٩٩٩ بشأن حماية المستهلك وآلية التعامل لشراء وبيع البضائع غير الرسمية مع متجر K-Pop عبر الإنترنت. حيث لا يحق للمشتريين أو المستهلكين الراحة في المعاملات والحق في الحصول على معلومات واضحة فيما يتعلق بالبضائع المعنية، بحيث يشعر المشتريين بالحرمان. إن ممارسة بيع وشراء البضائع في متاجر K-Pop عبر الإنترنت لا تتوافق تمامًا مع الشريعة الإسلامية. لأن هناك عدة مبادئ في المعاملات حسب الشريعة الإسلامية لا تتحقق في هذه المعاملة. - عدم تحقيق مبادئ العدالة بين الطرفين.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin modern ini juga memberikan perkembangan informasi maupun teknologi yang semakin canggih. Internet merupakan bukti teknologi berkembang pesat karena keberadaannya membuat arus informasi berdatangan secara terus-menerus tanpa memirkirkan ruang dan waktu. Internet disebut media massa karena dapat memberikan dampak positif maupun negatif bagi penggunaanya, karena itu adanya media sosial sehingga membuat manusia tidak akan kesusahan untuk mencari kabar dan informasi. Internet dapat dengan mudah diakses oleh semua orang dengan menggunakan alat atau media elektronik yang mereka punya seperti smartphone, laptop dan lain sebagainya.

Perkembangan teknologi membuat fasilitas internet saat ini yaitu kaum millennial akan lebih mudah mengakses sebuah informasi yang sesuai dengan kebutuhannya. Informasi yang didupatkannya akan lebih luas dengan membaca beberapa referensi yang dapat disaring untuk menambah wawasan. Dapat menambah begitu luas jaringan melalui forum, media sosial seperti ilmu pengetahuan, wawasan sosial, keagamaan serta perkembangan teknologi terbaru. Walaupun saat ini masih merupakan industri baru dalam fase pertumbuhan, yang masih terus berubah serta penuh ketidakpastian, telah memperkokoh keyakinan akan pentingnya peranan teknologi dalam pencapaian tujuan finansial perusahaan/pembisnis melalui modifikasi dan efesiensi proses bisnis yaitu dengan memanfaatkan penggunaan media sosial yang sangat berkembang pesat di kalangan masyarakat.

Hampir semua aspek kehidupan dipengaruhi oleh internet, pemanfaatan internet pada zaman sekarang bukan hanya untuk sekedar berkomunikasi namun sudah lebih jauh seperti berbisnis, melakukan pembelian barang, mendapatkan hiburan, media pemesanan transportasi dan komunikasi

pemasaran. Kenyataannya sekarang ini dengan adanya jasa internet menambah jaringan komunikasi, tidak hanya menghubungkan komunikasi jarak jauh melainkan kini ranahnya lebih luas lagi seperti yang digunakan oleh pelaku usaha untuk berbisnis, digunakan oleh banyak orang untuk lebih memanfaatkan skil/kemampuannya, serta menjadi wadah untuk memperoleh informasi lebih seperti hiburan, pemesanan makanan, transportasi dan lainnya.

Penggunaan internet juga bisa mencakupi ruang lingkup global, sehingga dapat memperluas proses globalisasi dengan sangat cepat dan pesat. Globalisasi merupakan sebuah fenomena dimana terjadi keterkaitan dan ketergantungan antarnegara dan manusia di seluruh dunia melalui berbagai bentuk, diantaranya seperti perdagangan, investasi, perjalanan, budaya populer, dan juga dalam bentuk-bentuk interaksi lain yang menyebabkan hilangnya atau menyempitnya batas-batas antarnegara.¹ Salah satu fenomena globalisasi di Indonesia dalam bentuk interaksi budaya adalah masuknya berbagai kebudayaan Korea Selatan di Indonesia. Budaya Korea Selatan yang masuk ke Indonesia sangatlah beragam, mulai dari musik, makanan, serial drama, film, dan yang lain sebagainya. Bukan hanya memasuki negara Indonesia, tetapi budaya Korea ini juga meluas hingga tingkat dunia global. Budaya Korea pada tingkat dunia biasa disebut dengan *Korean wave* yang kemudian juga masuk pada isu Internasional serta globalisasi di tingkat dunia. Isu *Korean wave* ini telah masuk ke Indonesia pada tahun 2004 dan hingga kini antusiasmenya masih sangat besar, terutama pada kawula muda maupun remaja. Hal ini menyebabkan budaya Korea dengan mudah diterima dan berkembang ditengah masyarakat Indonesia.

Budaya Korea memiliki pengaruh kuat terhadap berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Mulai dari selera musik, tampilan *style* atau *fashion*, makanan, dan yang lain sebagainya. Musik dari budaya Korea yang paling banyak dikenal adalah musik bergenre pop, yang biasa disebut dengan Korean Pop atau disingkat dengan istilah K-Pop. K-Pop sendiri identik dengan adanya

¹ Musa, M. I. (2015). *Dampak Pengaruh Globalisasi Bagi Kehidupan Bangsa Indonesia*. Jurnal Pesona Dasar, 3, h. 3.

girlband group dan *boyband group* yang merupakan sekumpulan perempuan atau laki-laki yang berada dibawah suatu naungan manajemen atau agensi. Beberapa contoh *girlband* dan *boyband* Korea Selatan diantaranya yaitu, Super Junior, Blackpink, EXO, BTS, TWICE, Seventeen, ITZY, NCT, TXT, ENHYPEN, Twice, Le Sserafim, New Jeans, IVE, PLAVE dan masih banyak group yang lainnya.

Dengan adanya internet dan tersedianya jejaring social, membantu perkembangan musik K-Pop menjangkau *audience* yang lebih luas hingga ke berbagai belahan dunia. Kecanggihan teknologi komunikasi sekarang ini mempengaruhi perkembangan budaya populer yang mana tidak dapat dipisahkan dari peran internet sebagai penyedia segala informasi. Penggemar K-Pop menggunakan beberapa media online seperti Youtube, Twitter, Instagram dan media lain untuk mendengarkan musik, berbagi dan memperoleh berita mengenai K-Pop, bahkan dapat berinteraksi dengan sesama penggemar K-Pop lain dari berbagai negara dan juga mengikuti informasi tentang idola favorit mereka, bahkan para penggemar dapat melakukan pembelian *merchandise* yang berkaitan dengan idola mereka.

Pembelian *merchandise* merupakan aktifitas yang banyak dilakukan oleh penggemar K-Pop. *Merchandise* untuk penggemar K-Pop merupakan produk yang menarik dan lucu, terdapat *icon* atau gambar yang menunjukkan barang itu identik dengan idola yang disukai, bahkan ada beberapa barang yang jumlahnya terbatas atau *limited edition*. Dan didesain agar dapat membuat penggemar K-Pop mengekspresikan dirinya sebagai seorang penggemar dari *group* atau idola favoritnya. *Merchandise* terdiri dari dua jenis, yaitu yang pertama *Unofficial Merchandise*, merchandise ini terdiri dari jaket, *t-shirt*, *phonecase*, stiker dan yang lainnya. Dimana *Unofficial Merchandise* ini dijual dengan harga yang terjangkau. Dan yang kedua yaitu *Official Merchandise*, merchandise ini diproduksi dan dirilis langsung oleh perusahaan atau agensi tempat group tersebut bernaung. Dan harga yang ditawarkan relatif mahal dan hanya dapat dibeli di Korea atau *website official* dari perusahaan dan juga beberapa online shop yang menjual *official merchandise* tersebut. Macam-

macam produk yang dijual diantaranya adalah CD/DVD, album, kalender, *photobook*, *postcard*, *official lightstick*, dan barang-barang lainnya.

Biasanya barang-barang tersebut hanya dijual dalam edisi dan jumlah yang terbatas. Meskipun harga yang ditawarkan relatif mahal, namun penggemar K-Pop akan tetap membelinya untuk mendukung *group* atau idola favorit mereka. Karena besarnya antusias penggemar K-Pop dalam membeli *merchandise*, tidak sedikit K-Pop online shop yang membuat barang tiruan dari *official merchandise* dan diperjual belikan kepada kalangan penggemar K-Pop tanpa memberitahu bahwa barang tersebut tidak original.

Dalam transaksi jual beli pihak penjual wajib memberikan informasi yang jelas terkait tentang barang yang akan diperjual belikan. Tetapi, terdapat satu kasus yang saat ini sedang marak terjadi di kalangan fans atau penggemar group band korea atau yang sering disebut dengan singkatan K-Pop. Dimana terdapat *merchandise* yang dijual secara online yang ternyata *marchandise* itu adalah barang palsu. Ketika proses jual beli berlangsung, pihak penjual tidak memberikan keterangan bahwa barang tersebut palsu, justru malah memberikan keterangan kepada pembeli bahwasannya barang tersebut asli seperti yang pembeli inginkan.

Seperti yang dialami oleh pengguna twitter yang membagikan pengalamannya karena mendapatkan barang palsu, padahal awalnya penjual memberi tahukan bahwa barang tersebut merupakan produk asli. Penggemar dengan nama pengguna Vin/127woo__² mengungkapkan bahwa terdapat toko online yang menjual *lightstick* dengan harga yang murah, penjual tersebut mengatakan bahwasannya sedang diadakan diskon besar-besaran pada toko tersebut sehingga menjual beberapa barang dengan harga yang murah. Penggemar tersebut membeli *lightstick* dari toko tersebut, karena merasa ada yang kejanggalan maka penggemar tersebut membeli barang yang sama dari toko yang berbeda dengan harga yang relatif mahal. Ketika barang tersebut sampai, penggemar sebagai konsumen melakukan perbandingan terhadap

² Vin, https://twitter.com/127woo__/_/status/1131453092002537472 diakses tanggal 14 September 2023.

barang yang dibeli pada toko pertama dan toko kedua, ternyata *lightstick* dari toko pertama merupakan barang yang palsu dan tidak seperti yang dijanjikan oleh penjual sebelumnya. Toko pertama yang mengatakan terdapat diskon besar-besaran menjual barang yang palsu, tetapi penjual mengungkapkan bahwa barang yang dijual merupakan barang yang asli. Bahkan juga terdapat toko online yang menjual barang palsu tersebut sesuai dengan harga dari barang aslinya dan penjual menyebutkan bahwa barang yang dijual tersebut asli.

Pembeli atau konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi ataupun ganti rugi dari kerugian yang telah diperolehnya dalam sebuah transaksi jual beli yang telah dilakukan. Apabila tidak adanya kecocokan dalam gambar maupun kualitas, dan juga keaslian barang yang diperoleh oleh konsumen, konsumen tersebut berhak melakukan sebuah tuntutan terhadap produsen atau online shop tempat mereka memperoleh dan membeli barang tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka, pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli *unofficial merchandise* yang dijual oleh K-Pop online shop?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam dalam praktik jual beli *unofficial merchandise* yang dijual oleh K-Pop online shop?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan yg hendak dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli *unofficial merchandise* yang dijual oleh K-Pop online shop.
2. Untuk mengetahui tinjauan hukum Islam dalam praktik jual beli *unofficial merchandise* yang dijual oleh K-Pop online shop.

D. Manfaat penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan memenuhi beberapa hal yakni:

1. Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan atau menambah pengetahuan tentang hal-hal yang berkaitan dengan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Pembelian *Unofficial Merchandise* yang dijual oleh K-Pop Online Shop Prespektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam.
2. Secara praktis, dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada para praktisi, dan juga kepada para pembaca, tentang Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Pembelian *Unofficial Merchandise* yang dijual oleh K-Pop Online Shop Prespektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam. Sehingga nantinya diharapkan karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat sebagai salah satu rujukan terkait pembahasan yang bersangkutan, baik sebagai literatur maupun pembandingan.

E. Metode Penelitian

Dalam penulisan penelitian ini akan dijelaskan mengenai jenis penelitian, pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data sebagaimana dijelaskan sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian yuridis normatif. Penelitian normatif merupakan suatu proses untuk menemukan atauran hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktri-doktrin hukum guna untuk menjawab isu hukum yang sedang dihadapi. Penelitian hukum yuridis yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara menganalisa hukum yang tertulis dari bahan pustaka atau

data sekunder yang lebih dikenal dengan bahan acuan atau bahan rujukan bidang hukum.³

Penelitian yuridis normatif merupakan penelitian yang berdasarkan pada norma-norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan dan putusan-pengadilan serta norma-norma hukum yang ada dalam masyarakat.⁴ Alasan penulis menggunakan penelitian yuridis normatif karena penelitian ini berfokus dalam pembahasan perlindungan terhadap konsumen baik berdasarkan perundang-undangan maupun berdasarkan hukum Islam. Dan juga penelitian pustaka atau *library research* yang merupakan suatu bentuk penelitian yang datanya diperoleh dari kepustakaan.⁵

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan merupakan proses pemecahan atau penyelesaian masalah melalui tahapan yang telah ditentukan sehingga tercapainya tujuan dari penelitian tersebut. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan atau *statute approach*. Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah Undang-Undang dan regulasi yang bersangkutan dengan isu hukum yang menjadi tema pembahasan dari penelitian tersebut.⁶ Pada penulisan ini penulis menelaah peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.

3. Jenis Data

Bahan hukum berfungsi sebagai sumber penelitian hukum untuk memecahkan suatu permasalahan hukum yang dihadapi. Menurut Soerjono Soekanto, sumber bahan hukum dalam penelitian hukum yuridis normatif dapat digolongkan menjadi tiga bagian, yaitu:

³ Soejono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: Radja Grafindo, 2008), h. 34.

⁴ Zainudin Ali, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), h. 53.

⁵ Soerjuno Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), h. 13.

⁶ Peter Muhammad Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005) h. 6.

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan seluruh kaidah hukum yang dibentuk dan atau dibuat secara resmi oleh pemerintah. Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang mempunyai otoritas atau bersifat autoritatif. Bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) karena berkaitan dengan permasalahan hukum terhadap perlindungan konsumen atas pembelian *unofficial merchandise* yang dijual oleh K-Pop online shop.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukm sekunder merupakan semua publikasi tentang hukum sebagai pendukung dari bahan primer. Bahan hukum sekunder yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah:

- 1) Buku-buku teks atau tulisan yang membicarakan atau membahas beberapa permasalahan hukum seperti skripsi, tesis, dan disertasi hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.
- 2) Studi pustaka, literatur, dan jurnal-jurnal hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.
- 3) Dokumen-dokumen penting lainnya dari media cetak maupun bahan hukum yang diperoleh dari internet yang berhubungan dengan perlindungan konsumen.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier merupakan bahan-bahan yang memberi petunjuk maupun penjelasan yang penting terkait dengan bahan hukum primer dan sekunder.⁷ Bahan hukum

⁷ Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), h. 116.

tersier adalah bahan hukum yang memberikan kemudahan atas pemahaman dari bahan-bahan hukum lainnya. Bahan hukum tersier yang digunakan sebagai pelengkap penelitian ini adalah Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), artikel, dan jurnal hukum.

4. Metode Pengumpulan Bahan Hukum

Perbedaan dalam pengumpulan data antara penelitian empiris dan penelitian normatif adalah apa yang ditemukan sebagai masalah hukum atau masalah dalam struktur dan bahan hukum positif yang diperoleh dari kegiatan dalam mempelajari hukum terkait. Pengumpulan bahan hukum pada penelitian ini menggunakan studi kepustakaan atau *library research*, yaitu salah satu hal yang dilakukan pada penelitian dengan mempelajari beberapa literatur tertulis baik yang bersumber dari buku, jurnal, makalah, artikel, dan juga dari sumber tertulis lainnya yang mengandung tentang informasi yang berkaitan dengan masalah atau topik yang sedang dibahas. Cara memperoleh jurnal online, *website-website*, dan berita-berita yang diterbitkan oleh media online yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti didapat dengan mengakses internet.

5. Metode Analisis Data

Pada penelitian hukum normatif, pengolahan data merupakan suatu kegiatan untuk mengadakan sistemasi terhadap bahan-bahan hukum tertulis. Sistemasi tersebut merupakan klasifikasi terhadap bahan-bahan hukum tertulis yang telah diperoleh untuk memudahkan pekerjaan analisis dan konstruksi yang diinginkan oleh penulis.⁸ Metode pengolahan data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif merupakan tipe pendekatan yang memberikan gambaran, penjelasan, dan pemahaman mengenai tanggung jawab hukum pelaku usaha. Proses pengolahan data pertama dilakukan

⁸ Soerjuno Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum*, h. 29.

dengan mengumpulkan berbagai bahan hukum primer, sekunder, dan tersier, kemudian mengolah data dari ketiga bahan hukum tersebut, kemudian melakukan analisis dan mengkalsifikasi data yang telah sesuai dengan masalah atau tema yang dibahas agar dapat menjelaskan permasalahan dalam penelitian ini.

F. Penelitian Terdahulu

Dalam penulisan ini, penulis mencoba menelaah berbagai buku dan juga karya tulis lainnya yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online. Adapun beberapa karya tulis yang berkaitan dengan judul ini antara lain, yaitu:

1. Penelitian dengan judul “Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha atas adanya Ketidaksesuaian Objek dalam Transaksi *E-Commerce* Prespektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam” yang ditulis oleh Tiara Rizka Ananda, mahasiswa Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2022. Penelitian ini merupakan penelitian yuridis normatif dan penelitian kepustakaan. Pengumpulan data yang digunakan penulis adalah dengan serangkaian cara dan proses yang sistematis dalam pengumpulan, pencarian, dan presentasi fakta. Persamaan penelitian yang dilakukan dengan penulis diatas adalah kesamaan dalam menggunakan penelitian yuridis normatif dan untuk Teknik pengumpulan data sama-sama menggunakan Teknik studi kepustakaan. Hasil dari penelitian ini adalah pelaku usaha yang tidak ada itikad baik atas kerugian yang dialami konsumen, tidak sejalan dengan ketentuan perundangundangan pada Pasal 4 huruf c dan Pasal 9 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik serta hukum Islam yang mengharuskan setiap manusia harus memiliki itikad baik agar terhindar dari hal-hal yang merugikan.
2. Penelitian dengan judul “Perlindungan Hukum Akibat Penipuan Penjual Tiket Online (Study Kasus Regulasi tentang Transaksi Online)”

yang ditulis oleh Fajriatul Izmi, mahasiswa Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018. Penelitian ini merupakan penelitian yuridis normatif. Metode yang digunakan penulis adalah melakukan penelusuran terhadap norma-norma hukum yang terdapat didalam peraturan perundang-undangan perlindungan konsumen yang berlaku. Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan yang menelaah perundang-undangan dan regulasi yang berkaitan dengan isu hukum yang diteliti. Hasil dari penelitian ini adalah sanksi hukum terhadap para penjual tiket online dapat dijerat dengan Pasal 378 KUHP sebagai tindak pidana penipuan atau pasal 28 ayat (1) UUIE tentang penyebaran berita bohong yang menyesatkan dan merugikan konsumen.

3. Penelitian dengan judul “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di PT. Shopee Internasional Indonesia” yang ditulis oleh Nurlaeni Faizal, mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian hukum normatif empiris. Proses pengumpulan data yang digunakan penulis yaitu dengan metode wawancara, dokumentasi, dan observasi. Hasil dari penelitian ini adalah perlindungan hukum yang diberikan shopee sebagai *marketplace* berkaitan dengan perlindungan terhadap konsumen yang mengalami kerugian yang disebabkan oleh penjual, baik karena wanprestasi, perbuatan melawan hukum, penipuan pembobolan atau jenis perbuatan lainnya yang disebabkan oleh pelaku usaha, beban pertanggung jawabannya dibebankan kepada pelaku usaha atau pihak lain yang menyebabkan kerugian tersebut. Adapun bentuk perlindungan yang diberikan shopee hanyalah sebatas pengawasan dan sebagai regulator yang mengatur proses transaksi tersebut berjalan dengan baik dan menjaga keselamatan data pribadi para pihak yang ada dibawah kendali shopee.

4. Penelitian dengan judul “Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Online (Shopee) Hijab Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999” yang ditulis oleh Dio Rahmanullah, Mahasiswa Ilmu Hukum Universitas Islam Riau, 2022. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian hukum empiris. Proses pengumpulan data yang digunakan penulis adalah dengan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah perlindungan konsumen terhadap tindakan wanprestasi terhadap jual beli online, khususnya dalam hal pengaturan tentang perlindungan hukum terhadap tindakan wanprestasi pelaku usaha dalam *e-commerce* masih harus dibenahi lagi. Peraturan yang digunakan untuk mengatur mengenai transaksi *e-commerce* adalah Undang-Undang No 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik, tapi dalam undang-undang tersebut tidak ada ketentuan yang secara khusus mengatur tentang perlindungan konsumen terhadap transaksi *e-commerce*. Tanggung jawab pelaku usaha yang melakukan wanprestasi jual beli online terhadap konsumen yang menjadi korban dapat berupa dua bentuk, yaitu berupa pengembalian uang dan penggantian barang dengan yang baru.
5. Penelitian dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Ojek Online Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen” yang ditulis oleh Rudi Natra Widodo, mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Jember, 2017. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode yuridis normatif. Hasil dari penelitian ini adalah Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan tidak menyebutkan bahwa sepeda motor termasuk kendaraan bermotor umum, tetapi dalam Undang-Undang tersebut juga tidak terdapat larangan mengenai penggunaan sepeda motor sebagai kendaraan bermotor umum. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam menggunakan jasa ojek online timbul dari adanya hak dan kewajiban dari

kedua belah pihak yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Konsumen berhak untuk mendapatkan perlindungan berupa tanggung jawab atas informasi, tanggung jawab hukum atas jasa yang diberikan, dan tanggung jawab atas keamanan dan kenyamanan. Dan upaya penyelesaian sengketa berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu penyelesaian sengketa konsumen melalui pengaduan dan penyelesaian konsumen diluar pengadilan.

Tabel 1.
Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul Skripsi	Persamaan	Perbedaan
1.	Tiara Rizka Ananda, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, tahun 2022	“Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha atas adanya Ketidaksesuaian Objek dalam Transaksi <i>E-Commerce</i> Prespektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam”	Persamaan penelitian ini adalah kesamaan dalam menggunakan penelitian yuridis normatif dan untuk Teknik mengumpulkan data sama-sama menggunakan Teknik studi kepustakaan.	Penelitian ini membahas tentang tanggung jawab hukum terhadap pelaku usaha.
2.	Fajriatul Izmi, Universitas	“Perlindungan Hukum Akibat	Penelitian ini sama-sama	Objek yang diteliti

	Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, tahun 2018.	Penipuan Penjual Tiket Online (Study Kasus Regulasi tentang Transaksi Online)”	membahas tentang perlindungan konsumen dan menggunakan penelitian yuridis normatif.	merupakan penjualan tiket online.
3.	Nurlaeni Faizal, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, tahun 2019.	“Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di PT. Shopee Internasional Indonesia”	Penelitian ini sama-sama membahas tentang perlindungan konsumen.	Metode penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian hukum normatif empiris dan menggunakan metode wawancara, dokumentasi, dan observasi.
4.	Dio Rahmanullah, Universitas Islam Riau, tahun 2022.	Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Online (Shopee) Hijab Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999	Penelitian ini sama-sama membahas tentang perlindungan konsumen.	Metode penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian empiris dan pengumpulan data menggunakan metode

				wawancara dan dokumentasi.
5.	Rudi Natra Widodo, Universitas Jember, tahun 2017.	Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Ojek Online Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen	Penelitian ini sama-sama membahas tentang perlindungan konsumen dan menggunakan penelitian yuridis normatif.	Objek penelitian yang pada penelitian ini adalah Ojek Online.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan akan menjelaskan untuk mempermudah dalam memahami hasil dari penelitian yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pembelian *Unofficial Merchandise* yang Dijual Oleh K-Pop Online Shop Prespektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam”, dalam hal ini penulis membagi menjadi 5 bab, dan disetiap bab akan terdiri dari beberapa sub bab yang lebih memperjelas ruang lingkup dan permasalahan yang diteliti. Urutan dan tata letak masing-masing bab dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang dan alasan pemilihan judul yang mengangkat judul yaitu, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pembelian *Unofficial Merchandise* yang Dijual oleh K-Pop Online Shop Prespektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam”. Kemudian peneliti akan memaparkan rumusan masalah yang berhubungan dengan judul tersebut. Pada

bab ini, terdapat tujuan, manfaat penelitian, metode penelitian yang digunakan, penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema yang penelitian ini, dan sistematika pembahasan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini penulis menguraikan kerangka teori yang terdiri dari pengertian dan hal-hal yang termasuk dalam ruang lingkup Hukum Perlindungan Konsumen agar nantinya dapat digunakan sebagai bahan analisis untuk menjelaskan data yang dihasilkan, maka penulis harus menyesuaikan dengan permasalahan yang diteliti.

BAB III Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini peneliti akan membahas dan menganalisis dengan teori yang relevan dengan penelitian tersebut. Bab ini juga merupakan inti dari skripsi. Penulis akan menguraikan tentang konsep perlindungan hukum terhadap konsumen atas pembelian barang palsu (*unofficial merchandise*) yang dijual oleh K-Pop online shop.

BAB IV Penutup

Pada bab ini peneliti menguraikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan pada bab ini merupakan ringkasan dari penelitian yang telah dilakukan, merupakan jawaban singkat dari rumusan masalah yang telah ditentukan. Sedangkan saran merupakan usulan dan anjuran yang ditujukan kepada pihak-pihak yang terkait dan pihak yang memiliki kewenangan terhadap tema yang diteliti dengan tujuan demi kebaikan masyarakat, dan juga anjuran-anjuran untuk penelitian berikutnya di masa mendatang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Tentang Perlindungan Konsumenn

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Pada era globalisasi menyebabkan perubahan yang pesat pada konsep pemasaran dan sistem transaksi jual beli dari waktu ke waktu. Sehingga pada saat ini proses jual beli bisa dilakukan menggunakan internet dan dapat mempermudah mendapatkan ataupun menjual barang bagi konsumen dan juga penjual. Akan tetapi rangkaian perubahan dari sistem dan konsep jual beli yang semakin beragam, mengakibatkan kerugian terhadap konsumen karena menerima suatu barang atau jasa yang tidak sesuai dengan pesanan yang telah dipesan sebelumnya. Karena kondisi konsumen tersebut, maka negara melindungi dan menjamin hak-hak konsumen dalam bentuk peraturan perundang-undangan, yang biasa disebut dengan istilah Hukum Perlindungan Konsumen.

Perlindungan konsumen adalah keseluruhan peraturan dan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dan mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen.⁹ Hal ini dapat bersifat dalam segala transaksi jual beli, baik secara langsung maupun tidak langsung. Walaupun transaksi jual beli yang terjadi tidak melalui tatap muka, konsumen tetap berhak untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan pemberitahuan yang telah dicantumkan oleh penjual sebelumnya atau barang yang sesuai dengan yang telah dijanjikan.

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 1 angka 1 perlindungan konsumen mempunyai arti segala upaya yang menjamin

⁹ Sidobalok J., *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014), h. 39.

adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Kepastian hukum tersebut memberi perlindungan terhadap konsumen, perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat dan didasari oleh undang-undang khusus agar pelaku usaha tidak sewenang-wenang dalam melanggar hak-hak konsumen.¹⁰ Perlindungan tersebut dapat dibedakan dalam dua aspek, yang pertama yaitu perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan yang disepakati, dan yang kedua yaitu perlindungan terhadap diperlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

2. Prinsip Perlindungan Konsumen

Terdapat beberapa prinsip perlindungan konsumen yang harus diperhatikan dalam melakukan transaksi jual beli, diantaranya yaitu:

- 1) Prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan (*negligence*)

Prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian merupakan prinsip tanggung jawab yang bersifat subjektif, yang artinya tanggung jawab yang ditentukan oleh perilaku produsen. Berdasarkan prinsip ini, kelalaian produsen yang membawa akibat pada kerugian yang dirasakan oleh konsumen adalah faktor penentu adanya hak konsumen untuk mengajukan gugatan ganti rugi kepada produsen.¹¹

- 2) Prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi (*breach of warranty*)

Gugatan berdasarkan wanprestasi dapat diterima walaupun tidak adanya hubungan kontrak, namun dengan pertimbangan bahwa dalam praktik bisnis modern, proses distribusi dan iklan langsung ditujukan kepada konsumen melalui media massa. Maka tidak perlu ada hubungan kontrak yang mengikat antara produsen dan

¹⁰ Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen jika Dirugikan*, (Jakarta: Visi Media, 2008), h. 4.

¹¹ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2013), h. 84.

konsumen.¹² Prinsip ini terbagi menjadi dua, tanggung jawab berdasarkan jaminan produk yang tertulis (*express warranty*) dan tanggung jawab berdasarkan jaminan produk yang tidak tertulis (*implied warranty*).

3) Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict product liability*)

Prinsip ini memiliki dasar bahwa konsumen tidak dapat berbuat banyak untuk memproteksi diri dari resiko kerugian yang disebabkan oleh produk cacat, maka dari itu penerapan prinsip ini terhadap produsen memberikan perlindungan bagi konsumen. Karena tidak dibebani untuk membuktikan kesalahan produsen akibat penggunaan suatu produk.¹³

3. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Perlindungan hukum bagi konsumen diselenggarakan sebagai usaha Bersama yang didasari oleh 5 asas, dan asas hukum perlindungan konsumen tersebut tercantum pada pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, diantaranya yaitu:

1) Asas manfaat

Asas manfaat yaitu untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan hukum konsumen harus memberi manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.¹⁴

2) Asas keadilan

Asas keadilan memiliki maksud agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan dengan maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen serta pelaku usaha untuk memperoleh haknya, dan juga melaksanakan kewajibannya secara adil. Asas keadilan juga menghendaki bahwa melalui peraturan hukum perlindungan

¹² Zulham, *Hukum Perlindungan*, h. 106.

¹³ Zulham, *Hukum Perlindungan*, h. 107.

¹⁴ Abdul Halim Barkatullah, *Framework Sistem Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, (Bandung: Nusa Media, 2016), h. 16.

konsumen, konsumen dan produsen dapat berlaku adil melalui perolehan hak dan kewajiban. Maka dari itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur hak dan kewajiban konsumen dan juga pelaku usaha.¹⁵

3) Asas keseimbangan

Asas keseimbangan merupakan asas untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah. Yang artinya kepentingan antara konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah diatur dan harus diwujudkan secara seimbang sesuai dengan hak dan kewajiban berbangsa dan bernegara.¹⁶

4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas keamanan dan keselamatan konsumen ini dimaksud untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang serta jasa yang digunakan. Terdapat jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang dipakai, dan produk tersebut tidak akan mengancam keselamatan konsumen.¹⁷

5) Asas kepastian hukum

Asas kepastian hukum bertujuan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan hukum konsumen. Dalam hal ini negara akan turut menjamin adanya kepastian hukum tersebut.¹⁸

¹⁵ Yapiter Marpi, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Transaksi E-Commerce*, (Tasikmalaya: PT. Zona Media Mandiri, 2020), h. 118.

¹⁶ Abdul Halim Barkatullah, *Framework Sistem*, h. 16.

¹⁷ Yapiter Marpi, *Perlindungan Hukum*, h. 119.

¹⁸ Abdul Halim Barkatullah, *Framework Sistem*, h. 16.

B. Tinjauan Tentang Muamalah

1. Pengertian Muamalah

Dalam Islam transaksi lebih dikenal dengan istilah muamalah. Pengertian dari muamalah adalah suatu kegiatan tukar menukar barang yang memberikan manfaat tertentu. Sederhananya, muamalah dapat diartikan sebagai hubungan atau tukar menukar antar sesama manusia untuk saling membantu agar terciptanya masyarakat yang harmonis. Pengertian muamalah menurut syariat Islam adalah suatu kegiatan yang mengatur hal-hal yang berhubungan dengan kegiatan sesama umat manusia.

Adapun pengertian muamalah secara etimologi yaitu hubungan kepentingan antar seseorang dengan orang lain. Muamalah dapat dikatakan sebagai salah satu syariat Islam dalam bidang ekonomi. Beberapa contoh transaksi yang termasuk dalam muamalah, diantaranya seperti upah mengupah, sewa menyewa, jual beli, dan yang lainnya. Transaksi muamalah bisa juga dilakukan pada kegiatan permodalan dan usaha karena kedua kegiatan transaksi tersebut masih tergolong dalam kegiatan muamalah. Sedangkan dalam arti luas muamalah adalah peraturan-peraturan Allah SWT. yang harus diikuti dan ditaati dalam hidup bermasyarakat untuk menjaga kepentingan manusia dalam urusannya dengan hal duniawi dalam pergaulan sosial.¹⁹

2. Jenis-Jenis Muamalah

Pada dasarnya banyak sekali kegiatan-kegiatan yang termasuk ke dalam muamalah, sehingga umat Islam bisa memilih jenis muamalah sesuai dengan yang diutuhkan dan juga tetap saling memberikan manfaat terhadap satu sama lain. Muamalah dibagi menjadi beberapa jenis, diantaranya yaitu:²⁰

¹⁹ Hadi Solikhul, *Fiqh Muamalah*, (Kudus: Nora Media Enterprise, 2011), h. 2.

²⁰ Syafei Rachmat, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), h. 17.

1) Syirkah

Syirkah merupakan suatu akad yang mana kedua pihak yang melakukan kerjasama dengan tujuan memperoleh keuntungan. Dalam akad syirkah juga bisa mencampurkan dua bagian menjadi satu, sehingga tidak bisa dibedakan antara satu dengan yang lainnya.²¹ Dalam islam terdapat beberapa syarat dalam melakukan akad syirkah yang sesuai dengan syariat, diantaranya adalah:

- a. Barang atau objek yang terlibat dalam transaksi harus barang yang halal dan suci
- b. Objek akad harus terdapat pekerjaan dan modal
- c. Pihak pelaku akad tersebut harus memiliki kecakapan dalam melakukan pengelolaan harta

2) Jual beli

Dalam Bahasa Arab, jual beli disebut dengan *ba'I* yang secara Bahasa berarti tukar menukar. Sebagian ulama juga mengartikan jual beli adalah sebagai suatu akad yang dimana pada akad tersebut mengandung suatu sifat menukar dari harta yang satu dengan harta yang lainnya.²² Dalam Islam terdapat beberapa syarat dalam melakukan transaksi jual beli yang sesuai dengan syariat, diantaranya adalah:

- a. Harus ada barang atau uang yang bisa dijadikan sebagai alat tukar untuk transaksi, dan barang atau uang yang dijadikan sebagai alat tukar tersebut harus halal dan suci
- b. Kedua belah pihak, baik penjual maupun pembeli harus berada dalam kondisi sehat, baik secara jasmani dan rohani, berakal, sudah dewasa atau *baligh*, dan transaksi yang dilakukan harus sesuai dengan keinginan kedua pihak tanpa adanya suatu paksaan

²¹ Mahmud Yunus, *Kamus Arab Indonesia*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), h. 191.

²² Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, Jilid V, (Jakarta: Gema Insani, 2011), h. 25.

c. Harus adanya akad atau *ijab qabul*

3) Khiyar

Khiyar merupakan suatu transaksi muamalah yang dimana salah satu pilihan dari kedua belah pihak yang melaksanakan akad antara akan melanjutkan atau membatalkan transaksi yang disetujui berdasarkan keadaan dari kedua belah pihak yang melakukan akad tersebut.²³ Dalam khiyar memberikan kebebasan kepada penjual dan pembeli untuk berpikir terlebih dahulu sebelum melakukan atau melanjutkan transaksi agar tidak adanya penyesalan ketika transaksi telah selesai dilakukan. Khiyar terbagi atas tiga jenis, yaitu:²⁴

- a) Khiyar Majis, merupakan kondisi dimana penjual dan pembeli dapat memilih apakah ingin melanjutkan transaksi atau tidak selama mereka masih berada di tempat yang sama.
- b) Khiyar Syarat, merupakan transaksi muamalah dengan sebuah syarat yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.
- c) Khiyar Aibi, merupakan kondisi dimana pembeli dapat mengembalikan barang yang sudah dibeli dengan syarat barang tersebut masih bagus seperti pertama kali membelinya dan tidak rusak.

4) Murabahah

Murabahah adalah suatu transaksi atau proses jual beli barang dimana harga asal dan keuntungan telah diketahui dan disepakati oleh kedua belah pihak. Dalam perbankan syariah, murabahah adalah jenis kontrak yang sering digunakan untuk pembelian produk oleh bank sesuai dengan permintaan nasabah, dan

²³ Wahbah Zuhaili, *Al-Fiqhu As-Syafi'i Al-Muyassar*, Terj. Muhammad Afifi, Abdul Hafiz, "Fiqh Imam Syafi'i", (Jakarta: Almahira, 2010), h. 670.

²⁴ Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi Dalam Islam*, (Jakarta: Amzah, 2014), h. 177.

kemudian dijual kepada nasabah tersebut dengan keuntungan yang telah disepakati sebelumnya.²⁵

5) Sewa Menyewa

Sewa menyewa dalam Islam disebut dengan istilah *ijarah*. Akad *ijarah* merupakan suatu imbalan yang diberikan kepada seseorang atas jasa yang telah diberikan, seperti kendaraan, tenaga, tempat tinggal, dan yang lainnya. Dalam melakukan akad *ijarah* juga memiliki syarat, diantaranya adalah:²⁶

- a. Barang yang telah disewakan menjadi hak penuh penyewa dari pihak pemberi sewa
- b. Kedua belah pihak yang melakukan akad *ijarah* harus berakal sehat
- c. Manfaat barang yang disewakan harus diketahui jelas oleh pihak penyewa

6) Utang Piutang

Utang piutang merupakan penyerahan harta dan benda kepada orang dengan syarat suatu saat nanti akan dikembalikan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati sebelumnya. Salah satu yang harus dihindari dalam transaksi hutang piutang ini adalah riba. Riba yaitu suatu penambahan nilai ataupun jumlah bunga yang melebihi jumlah dari pinjaman awal saat hendak dikembalikan. Dalam melakukan transaksi hutang piutang juga terdapat rukun yang harus ditaati, diantaranya adalah:²⁷

- a. Harus adanya barang atau harta
- b. Adanya *ijab qabul*
- c. Adanya pihak pemberi hutang dan pihak yang berhutang

²⁵ M. Nur Rianto, *Lembaga Keuangan Syari'ah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), h. 76.

²⁶ Kamal Muchtar, *Ushul Fiqh, Jilid I*, (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1995), h. 41.

²⁷ Rachmat Syafe'I, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2004), h. 153.

3. Tujuan dan Prinsip Muamalah

Tujuan muamalah adalah agar terciptanya hubungan yang harmonis antara sesama manusia sehingga terciptanya masyarakat yang rukun dan tentram. Hubungan ini berupa pergaulan, saling tolong menolong dalam kebaikan dan upaya dalam menjalankan ketaatan kepada Allah SWT. Allah memerintah hamba-Nya untuk saling membantu dan mendukung dalam hal dan perbuatan yang baik dan melarang untuk saling membantu dalam berbuat kejahatan, kebathilan, dan kedzaliman. Maka, setiap manusia dianjurkan untuk selalu menjaga hubungan baik dengan manusia lainnya.

Sedangkan prinsip menghendaki agar pada setiap porses transaksi tidak akan merugikan kedua belah pihak, atau hanya menguntungkan salah satu pihak saja. Dalam bermuamalah terdapat beberapa prinsip yang harus dipatuhi, diantaranya yaitu:

a. Sukarela (*wujud al-taradi*)

Asas kerelaan mengandung makna bahwa setiap transaksi harus dilakukan secara bebas dan sukarela.²⁸ Kebebasan dan kehendak para pihak yang terlibat akan memperoleh kerelaan dan persetujuan yang harus selalu diperhatikan. Asas ini juga mengandung makna bahwa selama dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad tidak mengatur suatu transaksi, maka selama itu pula para pihak yang terlibat bebas mengaturnya atas dasar kerelaan masing-masing pihak.

Dalam bermuamalah, setiap akad atau transaksi yang dilakukan dengan sesama manusia harus dilakukan atas dasar suka sama suka atau kerelaan. Hal ini dimaksud agar pada setiap transaksi tidak terjadi karena paksaan dan intimidasi pada salah satu pihak atau pihak yang lainnya.

²⁸ Jundiani, *Pengaturan Hkum Perbankan Syari'ah di Indonesia*, (Malang, UIN Malang Press, 2009), h. 46.

b. Keadilan (*al-adalah*)²⁹

Keadilan adalah tujuan yang akan diwujudkan oleh semua hukum. Keadilan merupakan hal utama dari setiap perjanjian yang dibuat oleh para pihak yang bersangkutan. Pelaksanaan asas keadilan dalam akad transaksi dimana para pihak yang melakukan akad dituntut untuk berlaku benar dalam mengungkapkan kepentingan sesuai dengan keadaan dalam memenuhi semua kewajibannya.

Keadilan pada dasarnya terletak pada keseimbangan atau keharmonisan dalam penuntutan hak dan menjalankan kewajiban. Bertindak secara adil berarti mengetahui mana yang hak dan mana yang kewajiban, mengerti mana yang benar dan mana yang salah, bertindak jujur dan tepat menurut peraturan hukum yang telah ditetapkan serta tidak bertindak sewenang-wenang.

c. Memudahkan atau Tolong Menolong (*wujud al-shiyaa*)

Manusia merupakan makhluk sosial yang selalu membutuhkan orang lain untuk memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Manusia juga merupakan makhluk yang lemah dan tidak mampu memenuhi segala kebutuhan hidupnya sendiri, manusia akan saling membutuhkan satu sama lain. Maka dibutuhkan sikap hidup tolong menolong dengan sesama manusia dalam setiap aspek kehidupan. Orang yang melakukan suatu transaksi memiliki sifat tolong menolong dalam kebaikan dan ketakwaan.

Setiap transaksi yang dilakukan harus terdapat unsur tolong menolong didalamnya. Contohnya pada transaksi jual beli, jika akad dilakukan dengan sebaik-baiknya maka terdapat bentuk sikap tolong menolong antar sesama. Seorang penjual membutuhkan uang dari pembeli, maka demikian juga seorang pembeli membutuhkan barang yang dijual oleh penjual, sehingga secara tidak langsung

²⁹ Faturrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam: Sejarah, Teori, dan Konsep*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), h.155.

masing-masing pihak telah menolong satu sama lain melalui akad jual beli tersebut.

d. Menepati Janji (*alwafa' bil-ihad*)³⁰

Dalam hukum Islam, manusia diperintahkan untuk menjunjung tinggi kejujuran dan kebenaran, jika dalam melakukan suatu transaksi atau bermuamalah kejujuran dan kebenaran tidak diutamakan, maka akan berpengaruh terhadap kebenaran dalam suatu perjanjian tersebut. Jika melakukan suatu perjanjian yang didalamnya terdapat unsur kebohongan, maka perjanjian tersebut menjadi batal atau tidak sah.

e. Tidak Adanya Unsur *Gharar* ('*adamu gharar*)

Pada setiap bentuk muamalah tidak boleh terdapat unsur *gharar*. *Gharar* merupakan istilah dalam hukum Islam yang artinya keraguan, tipuan, atau tindakan yang dilakukan dengan tujuan untuk merugikan orang lain. *Gharar* merupakan akad yang mengandung unsur penipuan karena tidak adanya kepastian, baik mengenai ada tidaknya objek akad, besar kecilnya jumlah barang, maupun kemampuan dalam menyerahkan objek yang disebutkan dalam akad tersebut sehingga mengakibatkan hilangnya unsur kerelaan dari salah satu pihak dalam melakukan transaksi tersebut.

Secara terminologi, *gharar* adalah semua jenis jual beli yang mengandung ketidakjelasan (*jahalalah*), spekulasi, atau mengandung taruhan.³¹ *Gharar* juga dikatakan sebagai transaksi yang dilakukan namun masih belum jelas barangnya atau tidak berada dalam kuasanya. Konsep *gharar* merupakan ketidakpastian dan ketidakjelasan dari suatu transaksi yang dilakukan. Islam melarang adanya aktivitas ekonomi yang mengandung unsur *gharar* didalamnya. Menurut Imam an-Nawawi, *gharar* merupakan unsur akad yang dilarang dalam syariat Islam.

³⁰ Faturrahman Djamil, *Hukum Ekonomi*, h. 158.

³¹ Wahbah Zuhaili, *Fiqh Islam wa Adilatuhi*, (Damaskus: Dar al Fikr, 1984), h. 3411.

f. Tidak Adanya Unsur *Dharar* ('*adamu dharar*)

Pada setiap bentuk muamalah tidak boleh terdapat unsur *dharar*. *Dharar* merupakan transaksi yang dapat menimbulkan kerusakan ataupun adanya unsur penganiayaan, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya pemindahan hak kepemilikan secara bathil.³² *Dharar* adalah suatu perbuatan yang dilarang karena dapat merugikan diri sendiri bahkan merugikan orang lain. Menurut Al-Kusyaini, *dharar* merupakan suatu yang bermanfaat bagi diri sendiri namun dapat membahayakan orang lain. Tetapi pada akhirnya, *dharar* juga akan merugikan diri sendiri. Konsep *dharar* pada umumnya sering terjadi pada saat adanya paksaan atau penganiayaan dalam hal transaksi yang membuat salah satu pihak dirugikan.

g. Tidak Adanya Unsur Riba ('*adamu riba*)

Dalam setiap transaksi atau bermuamalah tidak boleh terdapat unsur riba. Riba merupakan penambahan pendapatan secara tidak sah dalam transaksi penukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas, kuantitas, dan waktu penyerahannya. Penambahan yang dimaksud disini adalah penambahan atas modal, baik itu penambahan tersebut berjumlah sedikit ataupun banyak.³³ Riba adalah sebuah ketentuan dari nilai tambahan dengan melebihi jumlah nominal pinjaman saat dilakukannya pelunasan. Pelaksanaan riba diharamkan karena terkait pada suatu tambahan yang berlipat ganda.

³² Sayyyid Sabiq, *Fiqh Sunnah Jil. IV*, (Kairo: Dar al Fath Li I'Lam Arabiy, 1998), h. 54-55.

³³ Faturrahman Djamil, *Hukum Ekonomi*, h. 159.

C. Tinjauan Tentang Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Dalam bahasa Arab, jual beli disebut dengan kata *al-bai'u* yang artinya adalah menukar sesuatu dengan sesuatu. Maksudnya jual beli adalah pihak penjual memberikan barang yang dijualnya kemudian pihak pembeli akan memberikan sejumlah uang atau alat tukar yang harganya sebanding dengan barang tersebut.³⁴ Didalam Al-Qur'an, jual beli merupakan bagian dari ungkapan perdagangan. Dalam konsep jual beli terdapat dua kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu pihak yang menjual dan pihak yang membeli.

Secara etimologi, jual beli dapat diartikan sebagai pertukaran sesuatu dengan sesuatu yang lain. Namun, secara terminologi, beberapa ulama mengemukakan pendapat yang berbeda-beda dalam mendefinisikan pengertian jual beli, diantaranya yaitu:

- 1) Menurut Ulama Hanafiyah, jual beli adalah pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus (yang dibolehkan).
- 2) Menurut Ulama Syafiiyah, jual beli adalah akad yang mengandung unsur saling tukar menukar harta dengan harta, agar mendapatkan kepemilikan atas barang tersebut.
- 3) Menurut Ulama Malikiyah, jual beli memiliki dua pengertian. Pertama, menukar barang yang satu dengan yang lainnya dengan tidak memiliki kemanfaatan atau kenikmatan, yaitu penukaran berupa benda. Kedua, jual beli adalah menjual barang niaga dengan mata uang.³⁵
- 4) Menurut Imam Nawawi, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan.
- 5) Menurut Ibnu Qudama, jual beli adalah penukaran harta dengan harta, untuk saling menjadikan sebagai hak milik.

³⁴ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam*, h. 25.

³⁵ Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah*, (Jakarta Timur: Prenadamedia Group, 2019), h. 63-64.

Jual beli adalah akad *mu'awadhah*, yaitu akad yang dilakukan oleh dua pihak, pihak pertama akan menyerahkan barang dan pihak kedua akan menyerahkan imbalan yang setara dengan barang tersebut, baik berupa uang maupun barang. Ulama Syafi'iyah mengemukakan bahwa objek jual beli bukan hanya berupa barang atau benda, tetapi juga manfaat, dengan syarat transaksi tukar menukar tersebut berlaku untuk selamanya, bukan untuk sementara.³⁶

Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela antara kedua belah pihak, dimana pihak yang satu akan menerima benda atau barang dan pihak lain akan menerima serta menukarnya dengan barang atau alat tukar yang sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak dan dibenarkan dalam *syara'*.³⁷ Dalam transaksi jual beli terdapat pertukaran benda yang satu dengan benda yang lain sebagai gantinya. Akibat hukum dari jual beli adalah terjadinya pemindahan hak milik seseorang kepada orang lain atau dari pihak penjual kepada pihak pembeli.³⁸

2. Rukun dan Syarat Jual Beli

Rukun dan syarat jual beli merupakan suatu ketentuan dalam transaksi jual beli yang harus dipenuhi oleh semua pihak yang terlibat, agar transaksi jual beli tersebut sah menurut Islam. Tanpa adanya rukun dan syarat maka jual beli tersebut tidak akan terlaksana menurut hukum, karena hukum dan *syara'* tidak bisa dikesampingkan dari suatu perbuatan dan juga termasuk dalam bagian perbuatan tersebut. Jual beli dapat dikatakan sebagai transaksi yang sah apabila rukun dan syarat tersebut telah terpenuhi, ada pun pengertian rukun dan syarat jual beli yaitu:

³⁶ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2010), h. 177.

³⁷ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 68-69.

³⁸ Muhammad Asro dan Muhammad Kholid, *Fiqh Perbankan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2011), h. 103-104.

1) Rukun Jual Beli

Dalam penetapan rukun jual beli terdapat perbedaan pendapat antara kalangan Ulama Hanafiyah dan Jumhur Ulama. Menurut mazhab Hanafi rukun jual beli hanya satu yaitu *ijab* dan *qabul*. *Ijab* dan *qabul* merupakan suatu perbuatan yang menunjukkan kesediaan antara kedua belah pihak untuk menyerahkan harta atau barang milik masing-masing kepada pihak yang lain dengan menggunakan perkataan atau perbuatan.³⁹

Sedangkan pendapat Jumhur Ulama dalam menetapkan rukun jual beli berbeda dengan Ulama Mazhab Hanafi. Rukun jual beli menurut Jumhur Ulama ada empat, diantaranya adalah:

- a) Adanya orang yang berakad atau pihak penjual dan pihak pembeli (*muta'qidain*)
- b) Adanya *ijab* dan *qabul* (*shighat*)
- c) Adanya barang atau benda yang diperjual belikan
- d) Adanya nilai tukar pengganti barang⁴⁰

2) Syarat Jual Beli

Dalam jual beli, syarat merupakan sesuatu yang harus ada dan merupakan penentuan sah atau tidaknya transaksi yang dilakukan. Adapun beberapa syarat jual beli yang sesuai dengan rukun jual beli yang telah dikemukakan menurut Jumhur Ulama diatas adalah sebagai berikut:⁴¹

- a) Syarat bagi orang yang berakad

Para ulama fiqh sepakat bahwa orang yang melakukan akad jual beli harus memenuhi syarat berikut:

1. Berakal. Jumhur Ulama sepakat bahwa orang yang melakukan transaksi jual beli harus telah *aqil baligh* dan berakal. Apabila orang yang bertransaksi tersebut

³⁹ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam*, h. 28.

⁴⁰ Abdul Rahman Ghazali, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), h. 71.

⁴¹ Syaifullah, "Etika Jual Beli Dalam Islam" *Jurnal Studia Islamika* (Online), Vol. 11 No.2, h. 377.

masih seorang anak yang sudah bisa membedakan sesuatu antara yang baik dan yang buruk (*mumayyiz*), maka transaksi tersebut tidak sah, walaupun telah mendapatkan izin dari walinya.

2. Yang melakukan akad adalah orang yang berbeda. Maksudnya adalah seseorang tidak boleh menjadi penjual dan pembeli pada waktu yang bersamaan. Jika hal tersebut terjadi maka transaksi jual beli itu tidak sah.

b) Syarat bagi orang yang melakukan ijab dan qabul⁴²

1. Orang yang mengucapkan ijab dan qabul telah *baligh* dan berakal.
2. Qabul sesuai dengan ijab. Maksudnya adalah antara ijab dan qabul ada hubungan dan tidak berubah maksud dan tujuannya baik dari pihak penjual maupun dari pihak pembeli.
3. Ijab dan qabul dilakukan pada suatu tempat. Yang mana mengharuskan kedua belah pihak saling bertatap muka dalam transaksi jual beli tersebut.

c) Syarat barang yang diperjual belikan⁴³

1. Suci. Barang yang diperjual belikan harus suci. Maka haram hukumnya menjual khamar, bangkai, babi, dan tulang-belulang.
2. Dapat dimanfaatkan. Barang yang diperjual belikan harus dapat dimanfaatkan dan bermanfaat menurut *syara'*.
3. Milik penjual seutuhnya. Barang yang diperjualbelikan merupakan barang yang sepenuhnya milik penjual atau barang yang diizinkan untuk dijual oleh pemiliknya.

⁴² Abdul Rahman Ghazali, *Fiqh Muamalat*, h. 72.

⁴³ Abdul Rahman Ghazali, *Fiqh Muamalat*, h. 75.

4. Kemampuan untuk menyerahkan barang. Barang yang diperjual belikan dapat diserahkan secara nyata menurut *syara'*, maka barang yang tidak dapat diserahkan secara nyata tidak sah diperjual belikan.

d) Syarat nilai tukar (harga barang)

1. Harga yang disepakati oleh kedua belah pihak dan harus jelas jumlahnya.
2. Boleh diserahkan pada waktu akad.
3. Jika transaksi jual beli dilakukan dengan saling menukarkan barang atau yang disebut dengan istilah barter, maka barang yang dijadikan nilai tukar bukan barang yang diharamkan *syara'*.⁴⁴

3. Macam-Macam Jual Beli

Macam-macam jual beli dapat ditinjau dari beberapa segi. Ditinjau dari segi hukum, jual beli terbagi menjadi dua macam, yaitu jual beli yang sah menurut hukum dan jual beli yang batal menurut hukum. Ditinjau dari segi objek, dan dari segi pelaku jual dan beli. Jika ditinjau dari segi benda yang dijadikan objek jual beli, maka jual beli terbagi menjadi tiga macam, diantaranya yaitu:

- a. Jual beli barang yang kelihatan dan dapat disaksikan⁴⁵

Jual beli barang yang kelihatan ini maksudnya adalah pada saat melakukan akad jual beli, benda atau barang yang diperjualbelikan ada didepan penjual dan pembeli sehingga dapat disaksikan secara langsung. Jual beli ini sering dilakukan dimasyarakat dan boleh dilakukan (sah).

⁴⁴ Abdul Rahman Ghazali, *Fiqh Muamalat*, h. 76.

⁴⁵ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, h. 76.

b. Jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam janji⁴⁶

Jual beli yang disebut sifatnya dalam janji, jual beli ini merupakan jual beli *salam* (pesanan). Jual beli *salam* merupakan jual beli yang tidak dilakukan secara langsung, yaitu dengan meminjamkan barang atau sesuatu yang setara dengan harga tertentu. Jual beli ini dinyatakan boleh dilakukan (sah).

c. Jual beli barang yang tidak ada dan tidak bisa disaksikan⁴⁷

Jual beli yang barangnya tidak bisa disaksikan pada saat akad jual beli merupakan jual beli yang dilarang oleh agama Islam, karena dalam jual beli ini barang tidak ada dan juga sifat-sifat barang tidak disebutkan sehingga dikhawatirkan barang tersebut didapat dari curian atau barang titipan yang akibatnya dapat menimbulkan kerugian pada salah satu pihak.

⁴⁶ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, h. 76.

⁴⁷ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, h. 77.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Faktor Munculnya Jual Beli *Unofficial Merchandise* yang Dijual oleh K-Pop Online Shop

Salah satu faktor terjadinya jual beli *unofficial merchandise* yang dijual oleh K-Pop online shop adalah banyaknya peminat *merchandise* K-Pop khususnya dari kalangan penggemar K-Pop. Antusiasme dari kalangan penggemar K-Pop dalam pembelian *merchandise* sangat besar, sehingga dapat membuka peluang usaha yang cukup menjanjikan. Sehingga terdapat penjual online yang membuat barang tiruan dari *merchandise* tersebut dan menjualnya dengan menyebutkan bahwa barang tersebut merupakan barang yang asli atau *official*.

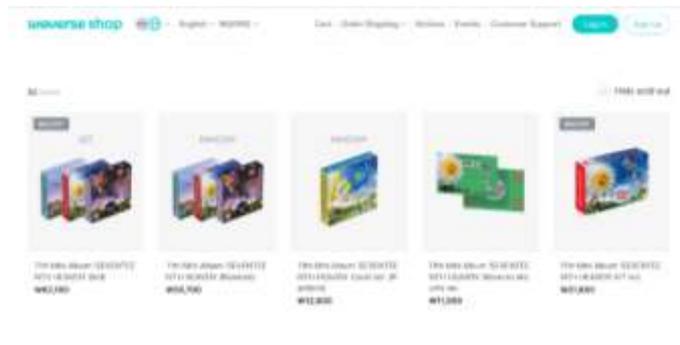
Online shop yang menjual *unofficial merchandise* tersebut bahkan menjual dengan harga yang sama dengan barang aslinya, sehingga penggemar merasa sangat dirugikan. Bahkan penjual juga menyebutkan bahwa pembeli tidak dapat mengembalikan barang yang sudah dibeli dengan alasan apapun.

Jenis *merchandise* K-Pop terbagi menjadi dua macam, diantaranya adalah:

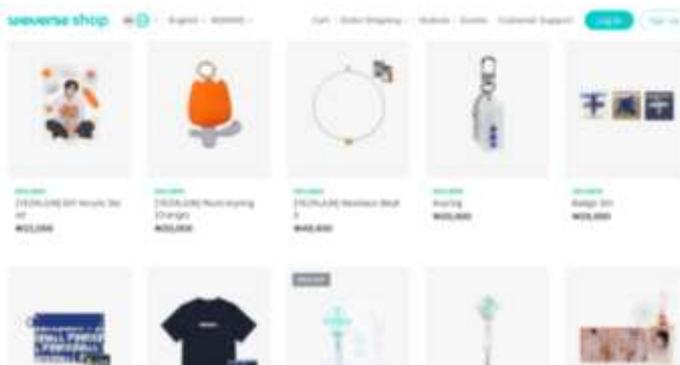
1. *Official Merchandise*

Official merchandise merupakan barang yang diproduksi dan dirilis langsung oleh perusahaan yang bersangkutan di Korea. Barang tersebut hanya bisa dibeli di Korea atau melalui *official website* yang telah disediakan oleh perusahaan tersebut, sehingga harga yang ditawarkan agak sedikit lebih mahal. Contoh barang dari *official merchandise* ini seperti album, CD/DVD, kalender, *photocard*, *postcard*, *official lighstick* atau *official fanlight*, dan masih banyak yang lainnya.

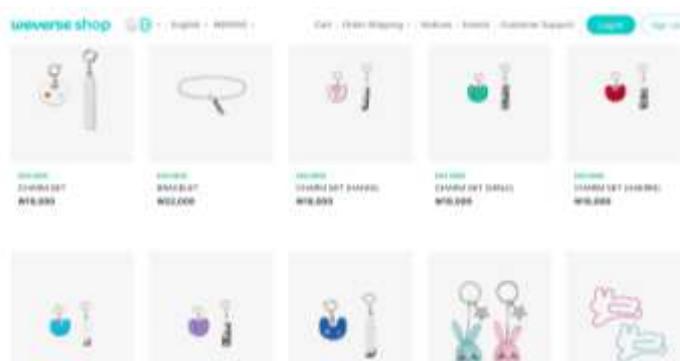
Gambar 3.1 official merchandise K-Pop



Gambar 3.2 official merchandise K-Pop



Gambar 3.3 official merchandise K-Pop



Gambar 3.4 *official merchandise K-Pop*

2. *Unofficial Merchandise*

Unofficial merchandise merupakan kebalikan dari *official merchandise* yaitu barang yang bukan diproduksi oleh perusahaan yang bersangkutan, biasanya *unofficial merchandise* ini dibuat oleh penggemar dan dijual dengan harga yang relatif murah. Barang *unofficial merchandise* ini bisa seperti jaket, *t-shirt*, *phonecase*, stiker, *keychain*, dan yang lainnya.

Gambar 3.5 *unofficial merchandise K-Pop*

Gambar 3.6 *unofficial merchandise K-Pop*Gambar 3.7 *unofficial merchandise K-Pop*

Dalam permasalahan transaksi yang sedang dibahas oleh penulis adalah transaksi jual beli barang tiruan dari *lightstick* K-Pop yang merupakan bagian dari *official merchandise* yang hanya diproduksi dan dijual oleh perusahaan yang bersangkutan, dan hanya dapat dibeli melalui *website* resmi yang telah disediakan oleh perusahaan yang terlibat. *Lightstick* atau benda yang berbentuk stik yang umumnya memiliki ukuran sekitar 20 cm atau lebih ini menjadi identitas yang akan mendefinisikan suatu *group idol* K-Pop dan secara otomatis juga akan menjadi identitas bagi penggemarnya. *Lightstick* diciptakan dengan berbagai inovasi, bentuk, desain, warna, dan berbagai fitur yang menarik sesuai

Gambar 3.10 *lightstick K-Pop*

Lighstick juga berfungsi untuk memberi dukungan kepada idola K-Pop dari para penggemarnya dengan cara menyalakannya pada saat konser sedang berlangsung, maka *lighstick* akan menjadi salah satu barang yang wajib dibawa saat menonton konser K-Pop. Harga yang ditawarkan umumnya berkisar antara 600-900 ribu rupiah. Harga *lighstick* menjadi mahal karena terdapat teknologi yang dapat terkoneksi dengan aplikasi dan operator pada saat konser sedang berlangsung.

Gambar 3.11 *lightstick K-Pop saat konser*

Gambar 3.12 *lightstick K-Pop saat konser*



Official merchandise K-Pop biasanya dijual dengan harga yang mahal dan jumlah bahkan edisi yang terbatas (*limited edition*), tapi para penggemar tetap akan membeli barang tersebut agar dapat mendukung idola favorit mereka. Karena besarnya antusias dari penggemar K-Pop, maka tidak sedikit K-Pop online shop yang membuat barang tiruan dari *official merchandise* tersebut dan diperjual belikan dengan harga yang sama dengan barang aslinya tanpa menyebutkan barang tersebut barang yang palsu atau tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Seperti yang telah dialami oleh seorang penggemar yang membagikan pengalamannya pada unggahan akun twitter pribadinya. Penggemar tersebut membandingkan mana *lightstick* NCT yang asli dan yang palsu yang dibelinya pada salah satu K-Pop online shop. Beberapa perbedaan diantaranya adalah:

1. Pada *lightstick* yang asli di tempat baterai terdapat tulisan “NCT 2018”, sedangkan yang palsu tidak.

Gambar 3.13 perbedaan *lightstick* yang asli dan palsu



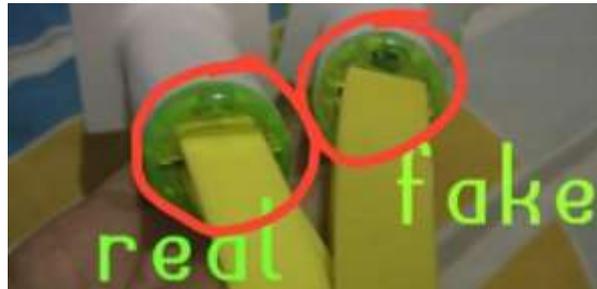
2. Yang asli tidak terdapat bagian yang berwarna putih di atasnya dan terdapat segel mengenai informasi produk, sedangkan yang palsu terdapat bagian yang berwarna putih dan juga tidak ada segel mengenai informasi produk.

Gambar 3.14 perbedaan *lightstick* yang asli dan palsu



3. *Lightstick* yang asli memiliki bahan yang lebih tebal dan tidak transparan, sedangkan yang palsu terlihat lebih tipis dan transparan.

Gambar 3.15 perbedaan *lightstick* yang asli dan palsu



4. Logo pada tombol *lightstick* yang asli terlihat lebih jelas, sedangkan yang palsu logonya lebih pudar.

Gambar 3.16 perbedaan *lightstick* yang asli dan palsu



5. Pada kotak kemasan yang asli terdapat tempelan segel, sedangkan yang palsu tidak ada tempelan apapun.

Gambar 3.17 perbedaan *lightstick* yang asli dan palsu



Penggemar tersebut juga mengungkapkan bahwa *lightstick* palsu yang dibelinya tersebut tidak dapat terkoneksi dengan aplikasi yang ada pada *handphonenya*. Dari beberapa perbandingan tersebut, maka dapat dipastikan bahwa *lightstick* yang dijual oleh K-Pop online shop tersebut merupakan bukan barang yang asli dan tidak seperti barang yang telah dijanjikan sebelumnya.

B. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Jual Beli *Unofficial Merchandise* yang Dijual Oleh K-Pop Online Shop Berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Dalam perkembangan teknologi dan informasi yang berkembang sangat pesat membuat masyarakat lebih mudah mengakses informasi. Perkembangan teknologi dan informasi tersebut mempengaruhi beberapa bidang, diantaranya adalah bidang dunia bisnis atau jual beli sehingga proses jual beli dapat dilakukan secara online. Pada dasarnya proses jual beli dilakukan secara langsung pada proses pembayaran dan penyerahan barang oleh pihak penjual dan pembeli. Sedangkan proses jual beli online dilakukan melalui media elektronik, transaksi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, sehingga dapat memudahkan masyarakat dalam proses jual beli. Bahkan bisa juga berdampak buruk jika ada yang merasa dirugikan dengan sistem jual beli online, baik dari pihak pembeli maupun pihak penjual.

Perlindungan konsumen merupakan suatu istilah yang digunakan untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan dari hal-hal yang merugikan.⁴⁸ Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menjelaskan bahwa perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum dalam memberikan perlindungan kepada konsumen.

⁴⁸ Rifan Adi Nugraha dkk, *Perlindungan Hkum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Online*, (Jurnal Serambi Hukum, Vol. VII, No. 02, Agustus 2014-Januari 2015), h. 94.

Pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terdapat hak-hak dasar konsumen yang harus dilindungi yang juga berlaku untuk pengguna transaksi atau jual beli yang dilakukan melalui media online atau yang disebut dengan *e-commerce*. Seperti yang tertera dalam Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, penyelenggaraan perlindungan konsumen berdasarkan pada lima asas, diantaranya yaitu:

a. Asas Manfaat

Asas manfaat merupakan mengamanatkan segala upaya dalam penyelenggaraan hukum perlindungan konsumen harus memberikan manfaat bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Asas manfaat ini juga menghendaki pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen diberikan pada masing-masing pihak, baik itu pihak konsumen maupun pihak produsen.

b. Asas Keadilan

Asas keadilan memiliki tujuan agar partisipasi seluruh masyarakat dapat diwujudkan dengan maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan juga pelaku usaha dalam memperoleh haknya dan juga melaksanakan kewajibannya secara adil agar tidak menimbulkan kerugian pada salah satu pihak ketika transaksi telah selesai.

c. Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha atau produsen, dan juga pemerintah. Kepentingan tersebut diatur dan diwujudkan dengan seimbang, baik hak maupun kewajiban masing-masing pihak dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bahkan bernegara.

d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas keamanan dan keselamatan konsumen memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang serta jasa yang digunakan. Sehingga konsumen mendapatkan manfaat dari produk

atau jasa yang digunakan dan prosuk tersebut tidak akan mengancam keselamatan konsumen.

e. Asas Kepastian Hukum

Asas kepastian hukum memiliki tujuan agar pelaku usaha dan juga konsumen menaati hukum yang ada dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan hukum perlindungan konsumen. Maka aturan tentang hak dan kewajiban tersebut dapat diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari dalam bermasyarakat, sehingga semua pihak yang terlibat dapat memperoleh keadilan seperti yang telah ditetapkan dalam undang-undang.⁴⁹

Selain beberapa asas tersebut, terdapat juga asas itikad baik dalam bertransaksi jual beli antara kedua belah pihak, baik penjual maupun pembeli. Pada Pasal 7 huruf (a) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diatur bahwa kewajiban dari pelaku usaha adalah beritikad baik.⁵⁰ itikad baik merupakan kedua belah pihak harus berlaku baik antara satu sama lain tanpa adanya tipu daya, tipu muslihat, dan tanpa mengganggu kepentingan dari pihak lainnya. Asas itikad baik menjadi salah satu hal yang paling penting dalam hukum perjanjian. Dalam pelaksanaan asas itikad baik merupakan hal yang penting pada perbuatan perjanjian.⁵¹ Penerapan asas itikad baik tersebut dimaksud agar kedua belah pihak tidak melakukan sesuatu yang bertentangan dengan norma yang telah ditentukan, sehingga semua pihak yang bersangkutan baik pihak penjual dan pembeli mendapatkan keadilan antara satu sama lain dan tidak ada yang dirugikan.

Dalam transaksi online yang dilakukan penggemar K-Pop pada K-Pop online shop akan menimbulkan hubungan antara pihak pembeli selaku konsumen dan pihak penjual sebagai produsen. Dengan adanya hubungan hukum yang dilakukan oleh dua pihak tersebut, maka akan menimbulkan hak

⁴⁹ Jeanus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2014), h. 11-12.

⁵⁰ Pasal 7 huruf (a) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁵¹ Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perjanjian*, (Jakarta: PT Intermasa, 1996), h. 41.

dan kewajiban bagi ada pihak-pihak yang bersangkutan. Dimana kewajiban K-Pop online shop merupakan hak bagi konsumen atau penggemar K-Pop dan begitu pula sebaliknya, kewajiban penggemar K-Pop sebagai konsumen merupakan hak dari pihak K-Pop online shop.

Dalam Pasal 4 dan 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen. Hak-hak konsumen disebutkan pada Pasal 4 diantaranya yaitu:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.⁵²

⁵² Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Kewajiban konsumen juga telah disebutkan dalam Pasal 5 diantaranya yaitu:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang telah disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.⁵³

Dari pemaparan Pasal 4 dan 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tersebut dapat dilihat bahwa adanya hubungan yang berkaitan antara hak dan kewajiban dari kedua belah pihak, baik itu pihak pembeli maupun pihak penjual. Pasal 5 wajib dipenuhi oleh pihak konsumen agar dapat memperoleh haknya sebagaimana yang telah tertera pada Pasal 4. Pada Pasal 5 tersebut disebutkan bahwa sebelum melakukan suatu transaksi konsumen harus membaca dan memahami informasi produk yang akan dibeli dari pihak penjual. Dan juga dalam melakukan transaksi tersebut konsumen wajib membayarkan sejumlah uang yang telah disepakati sebelumnya antara kedua belah pihak.

Apabila dari pihak konsumen telah memenuhi dan mematuhi semua kewajibannya seperti yang tertera pada Pasal 5 tersebut maka konsumen memiliki hak dalam mendapatkan haknya. Namun tidak sedikit dari pihak konsumen yang tidak mendapatkan haknya sebagaimana seharusnya, bahkan mereka hanya mendapatkan sebagian dari hak yang seharusnya diperoleh.

Dari penjelasan tersebut, maka pihak konsumen dari penggemar K-Pop yang melakukan transaksi jual beli *merchandise* di K-Pop online shop berhak mendapatkan haknya. Diantaranya seperti pembeli berhak atas kenyamanan,

⁵³ Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

keamanan, dan keselamatan selama menggunakan barang yang dibeli dari K-Pop online shop tersebut tanpa adanya gangguan dari pihak manapun. Pembeli berhak mengetahui kondisi yang sebenarnya dari *merchandise* yang dijual, maka pihak penjual dari K-Pop online shop tersebut harus dan wajib mencantumkan informasi terkait barang yang dijual dengan jelas dan jujur. Pembeli berhak untuk menyampaikan kritik dan saran mengenai kualitas *merchandise* yang dibeli dari K-Pop online shop tersebut.

Apabila terdapat masalah terkait barang yang telah diperoleh, maka pihak pembeli berhak atas perlindungan dan melakukan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen. Apabila barang yang diperoleh oleh pembeli mengalami kerusakan atau tidak sesuai dengan deskripsi produk yang telah tercantum sebelumnya, maka pihak pembeli atau konsumen berhak atas kompensasi atau ganti rugi dari pihak penjual, dan pihak penjual atau K-Pop online shop wajib memberikan ganti rugi baik berupa uang atau barang, sesuai dengan apa yang telah dijanjikan sebelumnya.

Seperti yang telah tercantum pada Pasal 45 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, setiap konsumen yang merasa dirugikan oleh pihak penjual maka dapat menggugat pelaku usaha yang bersangkutan melalui Lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.⁵⁴ Dijelaskan pada ayat (2) bahwa penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela dari para pihak yang bersengketa.⁵⁵

Terdapat dua jalur bagi pihak yang bersengketa dalam penyelesaian sengketa yaitu jalur litigasi dan non-litigasi. Penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi merupakan bentuk penanganan dan penyelesaian kasus melalui jalur proses di peradilan, baik itu kasus perdata maupun kasus pidana. Sedangkan penyelesaian sengketa non-litigasi merupakan penyelesaian masalah hukum

⁵⁴ Pasal 45 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁵⁵ Pasal 45 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

diluar proses peradilan.⁵⁶ Jalur non-litigasi ini dikenal juga dengan penyelesaian sengketa alternatif. Penyelesaian perkara diluar pengadilan ini diakui dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia.

Non-litigasi dilakukan dengan tujuan untuk mencapai kesepakatan bersama dalam bentuk penyelesaian yang akan dipilih dan juga besarnya ganti rugi yang akan diberikan atau mengenai tanggung jawab lain berupa tindakan tertentu agar menjamin mengenai kerugian yang telah dialami oleh konsumen. Pada penyelesaian sengketa jalur non-litigasi terdapat beberapa bentuk dalam penyelesaian sengketa, diantaranya yaitu:

a. Konsultasi

Konsultasi merupakan suatu tindakan yang memiliki sifat personal antara pihak yang terlibat dengan pihak lain. Yang dimaksud dengan pihak yang bersangkutan adalah klien dan yang dimaksud dengan pihak lain adalah konsultan. Klien dapat meminta pendapat dari konsultan terkait dengan masalah hukum yang sedang dihadapi. Dan Konsultan akan memberikan pendapatnya kepada klien untuk memenuhi keperluan dan kebutuhan dari klien tersebut. Keputusan mengenai penyelesaian sengketa sepenuhnya diserahkan kepada masing-masing pihak yang terlibat.

b. Negosiasi

Negosiasi merupakan sebuah upaya dalam mencapai sebuah kesepakatan dengan pihak lain. Dengan kata lain negosiasi merupakan proses musyawarah atau perundingan dan tawar menawar terhadap masing-masing pihak yang terlibat dalam sengketa tersebut untuk mencapai kesepakatan dan titik terang bersama.

c. Mediasi

Mediasi merupakan proses penyelesaian masalah lanjutan dari proses negosiasi, dimana para pihak yang terlibat sengketa menggunakan

⁵⁶ Amriani Nur, *Mediasi Alternatif Penyelesaian Sengketa Perdata*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 123.

pihak luar atau yang disebut dengan pihak ketiga yang bersifat netral dan tidak memihak sebagai mediator untuk membantu penyelesaian masalah dan agar mencapai kata sepakat.

d. Penilaian Para Ahli⁴

Penilaian dari para ahli merupakan tahap yang bertujuan untuk meminta pendapat para ahli. Dimana para pihak yang terlibat sengketa dapat menanyakan atau meminta pendapat yang objektif dari para ahli mengenai hal yang bersifat teknis yang sesuai dengan bidang keahliannya.

Ruang lingkup dari penyelesaian sengketa non-litigasi meliputi perbuatan hukum atau tindakan yang dapat mendorong orang untuk memilih penyelesaian hukumnya secara damai, karena para pihak menyadari bahwa penyelesaian sengketa dengan cara non-litigasi merupakan cara yang paling efektif, efisien, dan aman dalam penyelesaian sengketa. Penyelesaian sengketa dengan cara non-litigasi merupakan cara penyelesaian sengketa yang dilakukan melalui proses perdamaian.

Landasan penyelesaian sengketa adalah menggunakan hukum, namun konstruksi penyelesaiannya disesuaikan dengan kehendak dari para pihak yang terlibat dengan tujuan agar para pihak merasa puas dengan cara penyelesaian sengketa. Penyelesaian sengketa secara damai dilandasi dengan adanya kesepakatan yang ditentukan oleh para pihak yang dianggap paling baik, sehingga baik pihak pembeli *merchandise* K-Pop dan penjual atau K-Pop online shop dapat menyelesaikan sengketa dengan lebih mudah dan lebih cepat.

C. Tinjauan Hukum Islam Dalam Praktik Jual Beli *Unofficial Merchandise* yang Dijual Oleh K-Pop Online Shop

Jual beli merupakan salah satu bentuk dari muamalah yang paling banyak dilakukan pada kehidupan sehari-hari dalam bermasyarakat. Jual beli merupakan proses tukar menukar antara barang dengan alat tukar atau uang yang jumlahnya sesuai dengan barang yang ditukarkan. Seiring perkembangan teknologi yang sangat pesat hingga saat ini, proses transaksi jual beli tidak hanya dilakukan dengan cara tatap muka langsung antara pihak penjual dan pembeli. Jual beli bisa dilakukan dengan cara online dengan media elektronik sehingga pihak penjual dan pembeli tidak perlu bertemu langsung dalam melakukan transaksi. Proses jual beli online saat ini merupakan proses jual beli yang paling banyak dilakukan karena prosesnya bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun, praktis, dan cepat.

Dalam Islam proses muamalah dari jual beli online sering disebut dengan jual beli *salam*. Jual beli *salam* merupakan jual beli yang disebutkan sifat-sifat barangnya dalam janji pada sebelum transaksi. Jual beli *salam* merupakan jual beli yang tidak dilakukan secara langsung. Seperti pihak pembeli dapat membayar barang yang dibeli terlebih dahulu, maka barang tersebut akan dikirimkan oleh pihak penjual sesuai dengan waktu yang telah disepakati di awal transaksi. Proses jual beli seperti ini dinyatakan sah dan boleh dilakukan.

Ulama Syafi'iyah dan Ulama Hanabilah menyatakan bahwa akad *salam* merupakan akad atas barang pesanan dengan spesifikasi tertentu yang ditangguhkan penyerahan barangnya pada waktu tertentu, dengan pembayaran yang sudah dilakukan secara tunai sebelumnya. Hampir sama dengan pendapat tersebut, Ulama Malikiyyah menjelaskan bahwa akad *salam* merupakan akad jual beli yang mana pembayaran dilakukan secara tunai, dan barang akan diserahkan dikemudian hari pada waktu tertentu sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati sebelumnya oleh pihak penjual dan pihak pembeli.⁵⁷

Dalam melakukan transaksi jual beli akad *salam* terdapat rukun maupun syarat yang harus dipatuhi oleh semua pihak yang terlibat agar akad yang

⁵⁷ Faturahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), h. 105.

dilakukan sah. Adapun rukun yang harus dipenuhi dalam melaksanakan akad *salam* menurut Imam Malik Syafi'i dan Ahmad Bin Hambal diantaranya adalah:⁵⁸

1. Jenisnya diketahui, barang yang menjadi objek dalam akad harus jelas jenisnya.
2. Sifatnya diketahui, sifat dari barang yang menjadi objek dalam akad harus diketahui.
3. Kadarnya diketahui, kadar suatu barang atau objek akad harus diketahui dengan jelas.
4. Tempo yang diketahui, tempo dalam pembayaran maupun penyerahan objek akad harus diketahui dan disesuaikan dengan perjanjian yang sudah ditetapkan.
5. Harga yang diketahui, harga yang ditetapkan harus diketahui dan jelas jumlahnya sesuai dengan kondisi barang yang akan ditukarkan.
6. Harga yang diserahkan pada saat itu juga, harga atau alat tukar diserahkan pada saat itu dan langsung melakukan pembayaran.

Sedangkan menurut Ulama Hanafiyah, rukun jual beli pada akad *salam* hanya cukup dengan ijab dan qabul saja, dan Ulama Hanafiyah tidak menyepakati karena kebolehan akad *salam* terletak pada keberadaan benda yang menjadi objek akad tersebut dari waktu ke waktu. Semenara itu ada sebagian ulama yang mengecualikan emas dan perak sebagai alat pembayaran, dengan alasan hal tersebut terlalu dekat dengan riba.

Bukan hanya rukun yang harus dipatuhi dalam melakukan transaksi akad *salam*, tetapi terdapat juga syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh para pihak yang akan melakukan transaksi atau jual beli dalam akad *salam*, diantaranya adalah sebagai berikut:

⁵⁸ Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor: 05/DSN-MUI/IV/2000, *tentang Jual Beli Saham*, yang ditetapkan pada 29 Dzulhijjah 1420 H/4 April 2000.

- a. Syarat orang yang melakukan akad (*Al-Aqid*)
Para Ulama Malikiyah dan Ulama Hanafiyah mensyaratkan orang yang berakad atau *akid* harus berakal. Sedangkan Ulama Syafi'iyah dan Ulama Hanabilah mensyaratkan orang yang berakad harus *baligh*, berakal, dan telah mampu memelihara agama dan juga hartanya. Maka Ulama Hanabilah membolehkan seorang anak kecil untuk membeli barang yang sederhana atas seizin walinya.⁵⁹
- b. Syarat dalam melakukan pembayaran dan harga
 - 1) Alat pembayaran yang digunakan harus diketahui dengan jelas jumlah dan jenisnya oleh para pihak yang terlibat transaksi. Dimaksud agar dapat menghilangkan ketidakjelasan dalam transaksi yang pada akhirnya akan menimbulkan perselisihan atau kerugian pada salah satu pihak ketika transaksi telah dilakukan.
 - 2) Pembayaran harus dilakukan seluruhnya ketika akan sedang berlangsung dan disepakati. Hal ini bertujuan untuk menjaga tujuan utama dari akan jual beli *salam*.⁶⁰
- c. Syarat barang yang dijadikan objek akad
 - 1) Barangnya tidak berstatus sebagai utang atau tanggungan bagi penjual. Jika barang tersebut masih menjadi tanggungan bagi pihak penjual, maka barang tersebut tidak boleh diserahkan kepada pihak yang lain dan tidak boleh diperjualbelikan. Rasulullah SAW bersabda yang artinya: “Barang siapa mengadakan salam terhadap sesuatu, maka janganlah ia memberikannya kepada orang lain.”⁶¹

⁵⁹ Rahmat Syafi'i, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2006), h. 54.

⁶⁰ Ahmad Azhar Basyir, *Asas-asas Hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam)*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), h. 31.

⁶¹ Imam Abi Abdullah Muhammad bin Ismail bin Ibrahim bin Mughirah bin Bardzabah Bukhari Ju'fi, *Shalih Bukhari*, h. 58.

- 2) Barang yang dipesan oleh pihak pembeli harus tersedia sejak akad berlangsung sampai tiba waktu penyerahan barang sesuai dengan yang telah ditentukan. Hal ini bermaksud agar dapat menjamin suatu kepastian bahwa dapat diserahkan barang tersebut tepat pada waktunya sesuai dengan perjanjian akad.
 - 3) Penyerahan barang dilakukan dikemudian hari. Menurut pendapat Ulama Hanafiyah, Ulama Malikiyah, dan Ulama Hanabilah barang yang dijadikan objek jual beli dapat diberikan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan sesuai kesepakatan para pihak. Sedangkan Ulama Syafi'iyah menyatakan bahwa dalam transaksi jual beli akad *salam*, barang boleh diserahkan pada waktu akad sedang berlangsung, sebagaimana diperbolehkannya penyerahan barang pada waktu yang telah disepakati bersama, sehingga dapat memperkecil kemungkinan terjadinya penipuan dan kerugian terhadap salah satu pihak.⁶²
- d. Syarat waktu penyerahan barang yang menjadi objek akad
- Dalam tenggang waktu penyerahan barang yang menjadi objek akad dalam jual beli *salam* dapat ditentukan waktunya sesuai dengan yang telah disepakati kedua belah pihak pada saat melakukan akad sebelum transaksi.⁶³
- e. Syarat dalam melakukan Ijab dan Qabul (*Sighat*)
- Pernyataan ijab dan qabul dilakukan kedua belah pihak yang terlibat pada saat melakukan transaksi dan menunjukkan kerelaannya atas melakukan transaksi. Kerelaan dari kedua belah pihak merupakan unsur penting dari transaksi jual beli akad *salam*, sama halnya dengan transaksi jual beli lainnya.

⁶² Ghufroon Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), h. 148.

⁶³ Adiwarmanto Aswar Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 93.

Dalam bermuamalah atau bertransaksi jual beli dalam Islam juga terdapat beberapa prinsip yang harus dipatuhi. Hal ini bertujuan agar pada setiap dilaksanakannya proses transaksi jual beli tidak akan merugikan kedua belah pihak yang melakukan akad. Beberapa prinsip dalam bermuamalah yang harus dipatuhi diantaranya yaitu:

a. Sukarela

Dalam bermuamalah, setiap akad atau transaksi yang dilakukan dengan sesama manusia harus dilakukan atas dasar suka sama suka atau kerelaan. Hal ini dimaksud agar pada setiap transaksi tidak terjadi karena paksaan dan intimidasi pada salah satu pihak atau pihak yang lainnya.

b. Keadilan

Keadilan adalah tujuan yang akan diwujudkan oleh semua hukum. Keadilan merupakan hal utama dari setiap perjanjian yang dibuat oleh para pihak yang bersangkutan. Pelaksanaan asas keadilan dalam akad transaksi dimana para pihak yang melakukan akad dituntut untuk berlaku benar dalam mengungkapkan kepentingan sesuai dengan keadaan dalam memenuhi semua kewajibannya.

c. Memudahkan atau tolong menolong

Setiap transaksi yang dilakukan harus terdapat unsur tolong menolong didalamnya. Jika akad dilakukan dengan sebaik-baiknya maka terdapat bentuk sikap tolong menolong antar sesama. Seorang penjual membutuhkan uang dari pembeli, maka demikian juga seorang pembeli membutuhkan barang yang dijual oleh penjual, sehingga secara tidak langsung masing-masing pihak telah menolong satu sama lain melalui akad jual beli tersebut.

d. Menepati janji

Dalam hukum Islam, manusia diperintahkan untuk menjunjung tinggi kejujuran dan kebenaran, jika dalam melakukan suatu transaksi atau bermuamalah kejujuran dan kebenaran tidak diutamakan, maka akan berpengaruh terhadap kebenaran dalam suatu

perjanjian tersebut. Jika melakukan suatu perjanjian yang didalamnya terdapat unsur kebohongan, maka perjanjian tersebut menjadi batal atau tidak sah.

e. Tidak adanya unsur *Gharar*

Pada setiap bentuk muamalah tidak boleh terdapat unsur *gharar*. *Gharar* merupakan istilah dalam hukum Islam yang artinya keraguan, tipuan, atau tindakan yang dilakukan dengan tujuan untuk merugikan orang lain. *Gharar* merupakan akad yang mengandung unsur penipuan karena tidak adanya kepastian, baik mengenai ada tidaknya objek akad, besar kecilnya jumlah barang, maupun kemampuan dalam menyerahkan objek yang disebutkan dalam akad tersebut sehingga mengakibatkan hilangnya unsur kerelaan dari salah satu pihak dalam melakukan transaksi tersebut.

f. Tidak adanya unsur *Dharar*

Dharar merupakan suatu yang bermanfaat bagi diri sendiri namun dapat membahayakan orang lain. Tetapi pada akhirnya, *dharar* juga akan merugikan diri sendiri. Konsep *dharar* pada umumnya sering terjadi pada saat adanya paksaan atau penganiayaan dalam hal transaksi yang membuat salah satu pihak dirugikan.

g. Tidak adanya unsur riba

Dalam setiap transaksi atau bermuamalah tidak boleh terdapat unsur riba. Riba adalah sebuah ketentuan dari nilai tambahan dengan melebihi jumlah nominal pinjaman saat dilakukannya pelunasan. Pelaksanaan riba diharamkan karena terkait pada suatu tambahan yang berlipat ganda.

Dalam praktiknya transaksi jual beli yang dilakukan oleh pembeli dari penggemar K-Pop yang melakukan transaksi pada K-Pop online shop telah melanggar beberapa prinsip bermuamalah dalam Islam yaitu prinsip keadilan, prinsip menepati janji, dan juga prinsip tidak adanya unsur *Gharar*. K-Pop online shop tersebut telah melanggar prinsip menepati janji karena barang yang

sampai kepada pembeli merupakan bukan seperti barang yang telah dijanjikan sebelumnya sebagaimana yang telah tertera pada janji yang disebutkan ketika akad berlangsung. Pada transaksi ini juga terbukti jelas adanya unsur *gharar* karena mengandung unsur penipuan atas keaslian barang yang menjadi objek dalam akad jual beli tersebut. Maka hal ini dapat merugikan pihak konsumen atau pembeli karena perbedaan barang yang diperoleh dengan barang yang sudah dijanjikan sebelumnya. Dan juga melanggar prinsip keadilan karena terdapat salah satu pihak yang dirugikan.

Jika terjadi kecacatan atau ketidaksesuaian pada barang atau objek yang telah diperoleh oleh konsumen, maka konsumen atau pembeli yang dirugikan berhak melakukan komplain terhadap produsen atau penjual yang bersangkutan. Maka sudah menjadi tanggung jawab bagi penjual atas kerugian yang telah terjadi pada konsumen dan dilakukan sesuai dengan kesepakatan antara kedua belah pihak.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang dilakukan penulis terkait dengan perlindungan hukum terhadap konsumen atas pembelian *unofficial merchandise* yang dijual oleh K-Pop online shop menurut prespetif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan hukum Islam dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam transaksi jual beli dengan K-Pop online shop ini terdapat beberapa hak konsumen yang tidak terlindungi. Adanya ketidaksesuaian antara Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dengan mekanisme transaksi jual beli *unofficial merchandise* dengan K-Pop online shop tersebut. Dimana para pembeli atau konsumen tidak mendapatkan hak atas kenyamanan dalam bertransaksi dan hak atas mendapatkan informasi yang jelas terkait barang yang bersangkutan. Sehingga pembeli merasa dirugikan setelah mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan apa yang telah dijanjikan oleh pihak penjual. Dan juga hak konsumen agar didengar keluhannya belum terpenuhi, karena pihak penjual atau K-Pop online shop tersebut tidak memberikan kesempatan kepada para konsumen untuk menyampaikan kritik dan sarannya. Jika terjadi sengketa antara pihak konsumen dan pihak penjual, maka konsumen lebih memilih menyelesaikan sengketa dengan jalur non-litigasi karena lebih praktis, mudah, murah, dan cepat.
2. Praktik jual beli *merchandise* di K-Pop online shop ini tidak sesuai dengan hukum Islam. Dikarenakan terdapat beberapa prinsip dalam bermuamalah menurut hukum Islam yang tidak terpenuhi dalam transaksi tersebut. Tidak terpenuhinya prinsip keadilan antara kedua

belah pihak. Pihak penjual mengirim barang yang tidak sesuai dengan kesepakatan awal sehingga melanggar prinsip dalam menepati janji. Dan juga prinsip tidak adanya unsur *gharar* tidak terpenuhi karena mengandung unsur penipuan atas keaslian barang yang menjadi objek akad dalam transaksi jual beli tersebut. Maka pihak pembeli atau konsumen merasa sangat dirugikan.

B. Saran

1. Pelaku usaha seharusnya memberikan informasi yang jelas dan jujur kepada konsumen mengenai deskripsi barang yang menjadi objek dalam transaksi jual beli tersebut agar tidak terjadinya kerugian oleh salah satu pihak. Pihak pelaku usaha diharapkan dapat memberikan tanggung jawab penuh dan melindungi hak-hak konsumen atas kerugian yang dialaminya dan juga mengetahui serta melaksanakan hak dan kewajibannya sebagai pelaku usaha. Dan pelaku usaha harus mengutamakan kejujuran dalam segala bentuk transaksi yang dilakukannya.
2. Bagi konsumen, karena transaksi yang dilakukan merupakan transaksi online maka pembeli harus lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi. Dan disarankan untuk mengetahui dan juga memahami terkait dengan aturan mengenai hak-haknya yang harus ditegakkan agar dapat meminimalisir terjadinya kerugian.
3. Pemerintah diharapkan berperan penting sebagai penyeimbang kedudukan antara pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi online, memberikan aturan yang luas dan tegas mengenai ketentuan dalam transaksi online. Diharapkan juga agar segera membuat regulasi khusus mengenai transaksi online, agar transaksi online di Indonesia mempunyai payung hukum tersendiri, sehingga dapat meminimalisir terjadinya kecurangan dan perlakuan tidak jujur oleh pelaku usaha online yang menyebabkan kerugian terhadap konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adi, Rianto. *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*. Jakarta: Granit, 2004.
- Ali, Zainudin. *Metode Penelitian Ilmu Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika, 2000.
- Asro, Muhamad dan Muhammad Kholid. *Fiqh Perbankan*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2011.
- Azzam, Abdul Aziz Muhammad. *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi Dalam Islam*. Jakarta: Amzah. 2014.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*. Jilid V. Jakarta: Gema Insani, 2011.
- Barakatullah, Abdul Halim. *Framework Sistem Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*. Bandung: Nusa Media, 2016.
- Barakatullah, Abdul Halim. *Hak-Hak Konsumen*. Bandung: Nusa Media, 2010.
- Basyir, Ahmad Azhar. *Asas-Asas Hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam)*. Yogyakarta: UII Press. 2000.
- Bukhari, Imam Abi Abdullah Muhammad bin Ismail bin Ibrahim bin Mughirah bin Bardzabah Bukhari Ju'fi. *Shahih Bukhari*.
- Djamil, Faturrahman. *Hukm Ekonomi Islam: Sejarah, Teori, dan Konsep*. Jakarta: Sinar Grafika. 2013.
- Djamil, Faturrahman. *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika. 2013.
- Ghazali, Abdul Rahman. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Hadi, Solikhul. *Fiqh Muamalah*. Kudus: Nora Media Enterprise. 2011.
- Jundiani. *Pengaturan Hukum Perbankan Syari'ah di Indonesia*. Malang: UIN Malang Press. 2009
- J., Sidobalok. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014.

- Karim, Adiwarmarman Aswar. *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Kotler, Philip. *Principles of Marketing*. Prentice-Hall Inc, Englewood Cliffs New Jersey, 1980.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2011.
- Marpi, Yapiter. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Transaksi E-Commerce*. Tasikmalaya: PT. Zona Media Mandiri, 2020.
- Marzuki, Peter Muhammad. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005.
- Mas'adi, Ghufroon. *Fiqh Muamalah Kontektual*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Muchtar, Kamal. *Ushul Fiqh, Jilid I*. Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1995.
- Muclish, Ahmad Wardi. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah, 2010.
- Nasution, Bahder Johan. *Metode Penelitian Ilmu Hukum*. Bandung: Mandar Maju, 2008.
- Nur, Amriani. *Mediasi Alternatif Penyelesaian Sengketa Perdata*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011
- Rachmat, Syafei. *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia, 2001.
- Rianto, M. Nur. *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2012.
- Sabiq, Sayyid. *Fiqh Sunnah, Jilid IV*. Kairo: Dar al Fath Li l' Lam Araby, 1998.
- Soekanto, Soerjuno dan Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.
- Soemitra, Andri. *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah*. Jakarta Timur: Prenadamedia Group, 2019.
- Subekti. *Pokok-Pokok Hukum Perjanjian*. Jakarta: PT Intermedia, 1996.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Sungono, Bambang. *Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Susanto, Happy. *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Visi Media, 2008.

Syafe'I, Rachmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia. 2004.

Yunus, Mahmud, *Kamus Bahasa Arab*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2002.

Zuhaili, Wahbah. *Al-Fiqhu As-Syafi'I Al-Muyassar*, Terj. Muhammad Afifi, Abdul Hafiz, "Fiqh Imam Syafi'I. Jakarta: Almahira. 2010.

Zuhaili, Wahbah. *Fiqh Islam wa Adilatuhu*. Damaskus: Dar al Fikr. 1984.

Zulham. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2013.

Jurnal

Musa, M. I. *Dampak Pengaruh Globalisasi Bagi Kehidupan Bangsa Indonesia: Jurnal Pesona Dasar*. Vol 3. Tahun 2015.

Nugraha, Rifan Adi dkk. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Online (Jurnal Serambi Hukum*. Vol. VII, No. 02. Agustus 2014-Januari 2015.

Syaifullah. *Etika Jual Beli dalam Islam, Jurnal Studi Isamika (online)*. Vol. 11 No. 2.

Undang-Undang

Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor: 05/DSN-MUI/IV/2000 *Tentang Jual Beli Saham*. Yang ditetapkan pada 29 Dzulhijjah 1420 H/4 April 2000.

Media Sosial

<https://twitter.com/127woo/status/1131453092002537472> diakses tanggal 14 September 2023.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Dini Khairuna Norasari
 Tempat & Tanggal Lahir : Duri, 21 Agustus 2001
 Tahun Masuk UIN : 2019
 Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
 Alamat Rumah : Jl. KH. Ahmad Dahlan No 46/36,
 RT.03/RW.08, Kel. Balik Alam, Kec.
 Mandau, Kab. Bengkalis, Duri, Riau
 Nomor Telepon : 082151885669
 E-Mail : dininorasari@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

2007 - 2013 : SDS IT Mutiara
 2013 - 2016 : MTS DMP Diniyyah Puteri
 2016 - 2019 : MAS KMI Diniyyah Puteri
 2019 - 2023 : Universitas Islam Negeri Maulana Malik
 Ibrahim Malang