

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

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

Kondisi yang demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Jual beli pada kenyataannya sekarang sudah menjadi kebutuhan yang harus dilakukan. Dalam Islam jual beli pun mempunyai banyak aturan yang sepatutnya dilaksanakan, karena di Indonesia mayoritas penduduknya ialah pemeluk agama Islam (muslim). Sudah pada hakikatnya jual beli dilaksanakan menurut tata cara yang diatur dalam Al-quran dan As-sunnah. Agar tercapainya ketenteraman dalam melakukan aktifitas perniagaan (jual beli).

Jual beli menurut bahasa yang artinya menukar kepemilikan barang dengan barang<sup>1</sup> atau saling tukar menukar<sup>2</sup>. Kata *al-bai'* (jual) dan *al-syira'* (beli) digunakan dalam pengertian yang sama. Perdagangan atau jual beli menurut bahasa berarti *al-bai'*, *al-tijarah* dan *al-mubadalah*, sebagaimana Allah swt. Berfirman :

... يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّنْ تَبُورَ (٢٩)

“... mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi.” (QS. Fathir: 29)<sup>3</sup>

Jual beli dalam Islam terdapat rukun dan syarat untuk terciptanya akad yang sah antar keduanya (penjual dan pembeli). Rukun adalah unsur-unsur yang membentuk sesuatu itu terwujud karena adanya unsur-unsur tersebut yang membentuknya. Akad juga terbentuk karena adanya unsur-unsur atau rukun-rukun yang membentuknya. Jadi jika rukun dan syarat dipenuhi maka sahlah jual beli yang dilakukan oleh seseorang tersebut. Namun jual beli pun dalam Islam terbagi dalam bermacam-macam jenis dan mempunyai kriteria dan aturannya masing-masing. Ditinjau dari segi benda yang dijadikan objek jual beli.

Jual beli online dapat diartikan sebagai penjualan barang dan atau jasa melalui media internet dengan penyebutan sifatnya dan pembelian melalui transaksi elektronik atau secara tunai setelah terjadinya kesepakatan antara penjual dan pembeli sebelum diserahterimkannya objek jual beli. Dari sudut pandang hukum positif,

---

<sup>1</sup> Moh. Thalim, *Tuntunan Berjual Beli menurut Hadist Nabi*, h.7, yang dikutip oleh Sohari Sahrani dan Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalat*, (Bogor: Ghalia Indonesia), h.65

<sup>2</sup> Supian dan M. Karman, *Materi Pendidikan Agama Islam*, h.117, yang dikutip oleh Sohari Sahrani dan Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalat*, (Bogor: Ghalia Indonesia), h.65

<sup>3</sup> Penyusun Enang Sudrajat, dkk., (ed.), *Al-Qur'an dan terjemahnya*, (Bandung: Sygma Exsamedia Arkanleema, 2007), h.437

dalam Kumpulan Undang-undang Hukum Perdata (KUHP) Bab V tentang Jual Beli Bagian 1, Ketentuan-ketentuan umum (Ayat 1457) Jual-beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan. (KUHPerd. 499, 1235 dst., 1332 dst., 1465, 1533 dst.) dan (Ayat 1458) Jual-beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, segera setelah orang-orang itu mencapai kesepakatan tentang barang tersebut beserta harganya, meskipun barang itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar. (KUHPerd. 1340, 1474, 1513; Rv. 102.).

Di sisi lain, kondisi dan fenomena tersebut di atas dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen. Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu, Undang-undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Bedasarkan latar belakang masalah tersebut di atas maka penulis tertarik untuk meneliti dan dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul :

## **“PERLINDUNGAN KONSUMEN JUAL BELI ONLINE MENURUT HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF (Studi Komparatif)”**

### **B. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini, penulis memfokuskan pada Perlindungan Jual beli Online Menurut Hukum Islam dan Hukum Positif (Studi Komparatif). Hal ini, agar masyarakat sebagai konsumen mengetahui adanya perlindungan hak-haknya terhadap barang dan/atau jasa yang telah dibeli dan dimanfaatkan ketika terjadinya jual beli. Dan terutama umat Islam mengetahui bagaimana dan perbandingannya perlindungan konsumen Hukum Islam dan Hukum Positif terhadap jual beli online.

### **C. Perumusan Masalah**

Agar pembahasan lebih fokus dan spesifik atau tidak meluas dari yang diharapkan, maka penulis membatasi permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan konsumen jual beli online menurut hukum Islam?
2. Bagaimana perlindungan konsumen jual beli online menurut hukum positif?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan sekaligus dan mengetahui:

1. Untuk mengetahui perlindungan konsumen jual beli online menurut hukum Islam.
2. Untuk mengetahui perlindungan konsumen jual beli online menurut hukum positif.

### **E. Manfaat Penelitian**

Selanjutnya dengan tercapainya tujuan tersebut diharapkan dari hasil penelitian ini dapat diperoleh manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi para pembaca dan mahasiswa pada umumnya, termasuk juga pada masyarakat yang melakukan proses Jual beli.
2. Bagi penulis sendiri, hasil penelitian ini akan dapat menambah pengetahuan dalam memahami teori-teori yang diterima selama masa kuliah dan aplikasinya dalam dunia muamalah.
3. Bagi civitas akademia Institut Agama Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan bagi pembaca yang membutuhkan bahan-bahan acuan yang berhubungan dengan topik ini.

### **F. Kerangka Pemikiran**

Indonesia sebagai Negara yang berkembang pesat sering kali dilirik sebagai salah satu tempat pemasaran akan barang dan atau jasa. Dari perkembangan Industri hingga berimbas pada perkembangan perekonomian haruslah diimbangi dengan kemampuan yang dapat bersaing dengan luar biasa di dunia luar. Pengetahuan berniaga yang universal dan aturan dalam beragama.

Indonesia berpenduduk mayoritas umat muslim. Pengetahuan akan perniagaan sebagaimana yang diatur menurut syariat Islam seharusnya dimiliki oleh masing-masing muslim sebagai penjual atau pun pembeli. Sebagaimana telah diatur dalam NASH segala aktivitas duniawi. Kewajiban sesama muslim saling memberitahu atau mengingatkan akan hal kebaikan.

Jual beli menurut bahasa artinya menukar kepemilikan barang dengan barang<sup>4</sup> atau saling tukar menukar<sup>5</sup>. Kata *al-bai'* (jual) dan *al-syira'* (beli) digunakan dalam pengertian yang sama. Perdagangan atau jual beli menurut bahasa berarti *al-bai'*, *al-tijarah* dan *al-mubadalah*, sebagaimana Allah swt. Berfirman :

... يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّنْ تَبُورَ (٢٩)

“... mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi.” (QS. Fathir: 29)<sup>6</sup>

Jual beli dalam Islam terdapat rukun dan syarat untuk terciptanya akad yang sah antar keduanya (penjual dan pembeli). Rukun adalah unsur-unsur yang membentuk sesuatu itu terwujud karena adanya unsur-unsur tersebut yang membentuknya. Akad juga terbentuk karena adanya unsur-unsur atau rukun-rukun yang membentuknya.

---

<sup>4</sup> Moh. Thalib, *Tuntunan Berjual Beli menurut Hadist Nabi*, h. 7, yang dikutip oleh Sohari Sahrani dan Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalat*, (Bogor: Ghalia Indonesia), h. 65

<sup>5</sup> Sohari Sahrani dan Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalat*, ..... h. 65

<sup>6</sup> Penyusun Enang Sudrajat, dkk., (ed.), *Al-Qur'an dan terjemahnya*, (Bandung: Sygma Exsamedia Arkanleema, 2007), h.437

Masing-masing rukun (unsur) yang membentuk akad memerlukan syarat-syarat agar unsur (rukun) itu dapat berfungsi membentuk akad. Syarat terbentuknya akad (*syuruth al-in 'iqad*) jumlahnya ada delapan<sup>7</sup>, yaitu:

1. Tamyiz,
2. Berbilang pihak (*at-ta 'adud*),
3. Persesuaian ijab dan kabul (kesepakatan),
4. Kesatuan majelis akad,
5. Objek akad dapat diserahkan,
6. Objek akad tertentu atau dapat ditentukan,
7. Objek akad dapat ditrasnsaksikan,
8. Tujuan akad tidak betentangan dengan syara'.

Menurut Syamsul Anwar<sup>8</sup>, dalam hukum Islam untuk terbentuknya suatu akad (perjanjian) yang sah dan mengikat haruslah dipenuhi (1) rukun akad (2) syarat akad. Syarat akad dibedakan menjadi empat macam, yaitu :

1. Syarat terbentuknya akad
2. Syarat keabsahannya akad
3. Syarat berlakunya akibat hukum akad
4. Syarat mengikatnya akad

---

<sup>7</sup> Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah Jiid 2*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 95

<sup>8</sup> Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah*, ..... h. 95

Jadi jika rukun dan syarat tadi dipenuhi maka sahlah jual beli yang dilakukan oleh seseorang tersebut. Namun jual beli pun dalam Islam terbagi dalam bermacam-macam jenis dan mempunyai kriteria dan aturannya masing-masing.

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat menimbulkan adanya suatu gaya baru dalam sistem perdagangan. Beberapa tahun terakhir perdagangan melalui media internet semakin marak terjadi di Indonesia. Bahkan jual beli di media internet menggunakan facebook atau handphone sebagai alat pemasarannya. Dengan perdagangan lewat internet ini berkembang pula sistem bisnis *virtual*, seperti *virtual store* dan *virtual company* di mana pelaku bisnis menjalankan bisnis dan perdagangannya melalui media internet dan tidak lagi mengandalkan bisnis perusahaan konvensional yang nyata.

Dengan masuknya media internet dalam dunia perdagangan/bisnis, banyak hal-hal mengalami perubahan, seperti kedekatan para pihak dalam bertransaksi menjadi semakin renggang, karena masing-masing pihak praktis tidak mengenal secara dekat satu sama lain (pengenalan hanya diketahui melalui media komputer), ketidakjelasan mengenai barang yang ditawarkan, terlebih apabila barang yang ditawarkan membutuhkan pengenalan secara fisik, kepastian bahwa barang yang dikirim sesuai dengan barang dipesan, padahal yang penulis ketahui bahwa hubungan yang timbul antara konsumen dengan pelaku usaha senantiasa dimaksudkan agar kedua belah pihak menikmati keuntungan.



Ditinjau dari segi benda yang dijadikan objek jual beli, maka dapat dikemukakan pendapat Imam Taqqiyudin<sup>9</sup>, bahwa :

الْبَيْعُ ثَلَاثَةٌ بَيْعٌ عَيْنٌ مِثْلًا هَدَاةً وَبَيْعٌ شَيْءٍ مَوْصُوفٍ فِي الدَّامَةِ وَيَبْعٌ غَائِبٌ لَمْ تُشَاهَدْ

*“jual beli itu ada tiga macam: 1) jual beli benda yang kelihatan, 2) jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam janji, dan 3) jual beli benda yang tidak ada.”*

Jual beli benda yang kelihatan ialah pada waktu melakukan akad, benda atau barang yang diperjualbelikan ada di depan penjual dan pembeli. Jual beli yang disebut sifat-sifatnya dalam perjanjian ialah jual beli salam (pesanan).

Menurut kebiasaan para pedagang<sup>10</sup>, salam jual dilakukan untuk jual beli yang tidak tunai (kontan). Salam pada awalnya berarti meminjamkan barang atau sesuatu, maksudnya ialah perjanjian yang penyerahan barang-barangnya ditangguhkan hingga masa tertentu, sebagaimana imbalan harga yang telah ditetapkan ketika akad.

Jual beli salam ini berkaitan dengan pemesanan yang sering dilakukan dalam jual beli online. Jual beli online dapat diartikan sebagai penjualan barang dan atau jasa melalui media internet dengan penyebutan sifatnya dan pembelian melalui transaksi elektronik atau secara tunai setelah terjadinya kesepakatan antara penjual dan pembeli sebelum diserahterimkannya objek jual beli.

---

<sup>9</sup> Sohari Sahrani dan Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalat*, (Bogor: Ghalia Indonesia), h. 71

<sup>10</sup> Sohari Sahrani dan Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalat*, ..... h. 71

Dari sudut pandang hukum positif, dalam Kumpulan Undang-undang Hukum Perdata (KUHP) Bab V tentang Jual Beli Bagian 1, Ketentuan-ketentuan umum (Ayat 1457) Jual-beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan. (KUHPerd. 499, 1235 dst., 1332 dst., 1465, 1533 dst.) dan (Ayat 1458) Jual-beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, segera setelah orang-orang itu mencapai kesepakatan tentang barang tersebut beserta harganya, meskipun barang itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar. (KUHPerd. 1340, 1474, 1513; Rv. 102.).

Transaksi jual beli melalui media internet, biasanya akan didahului oleh penawaran jual, penawaran beli dan penerimaan jual atau penerimaan beli. Sebelum itu mungkin terjadi penawaran secara elektronik, misalnya melalui website situs di internet atau melalui *posting* di *mailing list* dan *newsgroup* atau melalui undangan untuk para *customer* melalui model *business to customer*<sup>11</sup>, yang dalam hal tersebut antar pihak pelaku usaha dan konsumen hanya dapat berkomunikasi melalui media internet dan tidak melakukan tatap muka dalam melakukan sebuah kesepakatan, dan disini timbul pertanyaan apakah hanya dengan kata sepakat dan tidak dengan perjanjian tertulis sebuah kesepakatan dapat terlaksana jika dilihat perkembangan jaman

---

<sup>11</sup> <http://ridhozulandra.blogspot.co.id/2012/09/business-to-consumer.html>, diunduh pada 02 Nov 2015, pukul 20.36 WIB

yang sudah sangat maju dengan adanya teknologi tersebut yang tidak lagi merupakan *paper based economy*, akan tetapi berubah menjadi *digital electronic economy*.

Kondisi inilah yang seringkali timbul dalam setiap transaksi dengan mempergunakan internet. Sebaliknya Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang sekarang berlaku di Indonesia masih berbasis pada sesuatu yang sifatnya fisik belum kepada *virtual/maya*. Ketika seseorang hendak melakukan suatu transaksi, misalnya saja pembelian barang, maka para pihak sudah mulai dihadapkan pada berbagai masalah hukum seperti keabsahan dokumen yang dibuat, tandatangan digital yang dibuat saat seorang tersebut menyatakan sepakat untuk betransaksi, kekuatan mengikat dari kontrak tersebut dan pembayaran transaksi.

## **G. Langkah-langkah Penelitian**

Untuk memperoleh data yang diperlukan, penulis menentukan langkah-langkah penelitian sebagai berikut:

### **1. Teknik Pengumpulan Data**

Data yang diperoleh atau dikumpulkan ini menggunakan metode library research (studi kepustakaan) yang berkaitan dengan materi yang dibahas baik berupa buku-buku atau dari sumber-sumber lain yang relevan.

## 2. Pengelolaan Data

Dalam menganalisis data penulis menggunakan metode Deduktif yaitu mengumpulkan data yang bersifat umum untuk mengambil kesimpulan yang bersifat khusus.

## 3. Teknik Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini, penulisan ini berpedoman pada:

- a. Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) "Sultan Maulana Hasanuddin" Banten, 2015.
- b. Penulisan Ayat diambil dari Al-Qur'an dan terjemah.
- c. Penulisan Hadits yang dikutip dari kitab aslinya, namun jika sulit ditemukan maka diambil dari buku kitab yang memuat hadits tersebut.

## H. Sistemmatika Pembahasan

Untuk mempermudah penulis dalam mengkaji dan menelaah skripsi yang berjudul "Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Menurut Hukum Islam dan Hukum Positif (Studi Komparatif)" dirasa perlu untuk menguraikan terlebih dahulu sistematika penulisan sebagai gambaran singkat skripsi, yaitu sebagai berikut :

**Bab I** : Bab ini merupakan pendahuluan yang terdiri dari (a) latar belakang masalah, (b) fokus penelitian, (c) perumusan masalah, (d) tujuan penelitian,

(e) manfaat penelitian, (f) kerangka pemikiran, (g) langkah-langkah penelitian, (h) sistematika penulisan.

**Bab II :** Bab ini menjelaskan tentang (a) pengertian konsumen menurut hukum positif, (b) pengertian konsumen menurut hukum Islam, (c) jual beli online menurut hukum positif, (d) jual beli online menurut hukum Islam.

**Bab III :** Bab ini menjelaskan tentang (a) perlindungan konsumen jual beli online menurut hukum Islam, (b) perlindungan konsumen jual beli online menurut hukum positif.

**Bab IV :** Pada bab ini penulis memberikan tema ” analisis perlindungan konsumen jual beli online dalam hukum islam dan hukum positif “ yang terdiri dari dua pembahsan (a) analisis perlindungan konsumen jual beli online menurut hukum Islam, (b) analisis perlindungan konsumen jual beli online menurut hukum positif.

**Bab V :** Pada bab ini penulis memuat penutup berisikan kesimpulan dan saran-saran.