



**PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL
BELI ONLINE (*E-COMMERCE*) BERDASARKAN PERATURAN
PERUNDANG-UNDANGAN DAN HUKUM ISLAM**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai salah satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi
Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Perbankan Syariah**

Disusun Oleh :

NAMA : NURUL ASTUTI

NPM : 2013570081

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**

1438/2017

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul **“Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online (*E-Commerce*) berdasarkan Peraturan Perundang Undangan dan Hukum Islam”** yang disusun oleh **Nurul Astuti, Nomor Pokok Mahasiswa : 2013570081** Program Studi Manajemen Perbankan Syariah disetujui untuk diajukan pada Sidang Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Jakarta, 3 Agustus 2017

Pembimbing,

Drs. Asep Supyadilla, M.A

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “**Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce) berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan dan Hukum Islam**” yang disusun oleh **Nurul Astuti, Nomor Pokok Mahasiswa : 2013570081** telah diujikan pada hari/tanggal : 2017 telah diterima dan disahkan dalam sidang skripsi Fakultas Agama **Islam** Universitas Muhammadiyah Jakarta untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Perbank Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM
Dekan,

Rini Fatma Kartika, S.Ag.,M.H

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Rini Fatma Kartika, S.Ag., M.H.</u> Ketua
<u>Drs. Tajudin, M.A</u> Sekretaris
<u>Drs. Asep Supyadilla, M.A</u> Dosen Pembimbing
_____ Anggota Penguji I
_____ Anggota Penguji II

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurul Astuti
NPM : 2013570081
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Agama Islam
Judul Skripsi : PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM
TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE (*E-COMMERCE*)
BERDASARKAN PERATURAN PERUNDANG-
UNDANGAN DAN HUKUM ISLAM

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul diatas secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang menjadi sumber rujukan.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti skripsi saya hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan ketentuan Undang-undang dan aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Jakarta ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenr-benarnya dan tidak ada paksaan.

Jakarta, Agustus 2017
Mahasiswa yang bersangkutan

NURUL ASTUTI
2013570081

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Program Studi Manajemen Perbankan Syariah

Skripsi Juli 2017

NURUL ASTUTI, NPM 2013570081

**Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online (*E-Commerce*)
berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan dan Hukum Islam**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui ketentuan perundang – undangan yang berlaku terkait perlindungan konsumen di Indonesia serta kesesuaian transaksi jual beli online dalam hukum Islam.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisis deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan pihak butik Alshaya. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen perusahaan atau sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, studi kepustakaan dan studi dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan UUIITE Nomor 11 tahun 2008, transaksi jual beli e-commerce pelaku usaha wajib memperhatikan terkait perlindungan konsumen antara lain terkait dengan hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha itu sendiri. Berdasarkan hukum tersebut secara keseluruhan butik al shaya telah menerapkan perlindungan konsumen sesuai dengan Undang-undang. Sedangkan menurut hukum islam transaksi jual beli online di perbolehkan selama tidak mengandung unsur gharar, riba, kecurangan, kezaliman dan lain sebagainya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji serta syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan karuniaNya, sehingga dapat diselesaikannya skripsi ini sesuai dengan harapan. Shalawat dan salam tak lupa disanjungkan kepada Baginda Rasulullah Muhammad saw, keluarga dan para sahabatnya, serta pelanjut risalahnya yang telah berjuang semata-mata untuk mensyiarkan ajaran-ajaran dan nilai-nilai Islam kepada umatnya.

Skripsi ini berjudul “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online (*E-Commerce*) berdasarkan Peraturan Perundang Undangan dan Hukum Islam” Disadari pula bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangannya baik dalam penulisan maupun penyajiannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat diharapkan.

Skripsi ini terwujud dengan bantuan dari berbagai pihak, pada kesempatan ini dengan segenap hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Rini Fatma Kartika, S.Ag., M.H., Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.
2. Bapak Drs. Asep Supyadilla, M.A, Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, dan meluangkan waktunya.
3. Kedua orang tua ku tercinta, yang tidak henti-hentinya senantiasa

4. Teman-teman Angkatan Jurusan Tarbiyah Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Agama Islam, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
5. Semua pihak yang telah menjadi jalan kemudahan dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah menggantikan segala kebaikan dengan balasan yang lebih baik. *Amin ya rabbal alamin.*

Jakarta, Agustus 2015

Penulis,

HALIMAH

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PERSETUJUAN PANITIA UJIAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Pembatasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	10
G. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI, DAN PERTANYAAN PENELITIAN	
A. Deskripsi Teori.....	13
1. Tinjauan tentang Perlindungan Konsumen	13

a.	Pengertian Konsumen dan Perlindungan Konsumen.....	13
b.	Hak dan Kewajiban Konsumen.....	16
c.	Prinsip – Prinsip Pada Perlindungan Konsumen.....	17
d.	Perlindungan Konsumen menurut Perspektif Islam.....	18
e.	Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen	20
B.	Pengertian Jual Beli.....	21
1.	Jual beli	21
2.	Jual Beli Online (E-Commerce).....	24
3.	Mekanisme Jual Beli Online (E-Commerce).....	27
4.	Macam-macam Jual beli	32
5.	Dasar Hukum jual beli	34
C.	Pertanyaan Penelitian	42

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A.	Tujuan Penelitian	44
B.	Tempat dan Waktu Penelitian	44
C.	Metode dan Prosedur Penelitian.....	44
D.	Jenis dan Sumber Data	45
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	45
F.	Teknik Pengolahan data	47
G.	Teknik Analisis Data.....	47
H.	Pemeriksaan keabsahan data	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data.....	50
B. Analisis Data	52

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Perbandingan antara UUPK dengan Pemesanan di Butik

Al shaya..... 65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Produk Al-shaya	51
Gambar 4.2	POS (<i>point of sale</i>)	55

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Internet sebagai hasil dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membuka wawasan yang lebih luas bagi masyarakat. Sistem online telah memberi pengaruh dalam membantu masyarakat, tidak hanya sebatas sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana berinteraksi, komunikasi maupun bisnis. Jumlah pengguna internet di Indonesia sangat berkembang dari tahun ke tahun. Pada tahun 2014 Indonesia berada di posisi peringkat ke 6 dunia dengan pengguna internet sebanyak 83.700.000 orang.¹

Jaringan internet ini sukses di uji coba pertama kali pada tahun 1969 oleh *United State Departement of Defense* dalam proyek ARPANet (*Advanced Research Project Network*). Di Indonesia internet dikembangkan tahun 1983 oleh Dr. Joseph F.P. Luhukay yang baru saja menamatkan program dokter filsafat ilmu computer di Amerika Serikat.²

Internet adalah jaringan luas dari komputer, biasa disebut dengan *world wide network*. Internet (online) dipahami sebagai komunikasi virtual (*maya/cyberspace*) melalui media komputer dan saluran telpon. Karena itu, internet merupakan singkatan dari *Inter-connecting Network*. Pengguna

¹ Oik Yusuf. "Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia". *Kompas*. Artikel diakses pada 19 Desember 2016 dari <http://tekno.kompas.com/read/2014/11/24/07430087/Pengguna.internet.Indonesia.Nomor.Enam.Dunia>

²<https://klikmarketin.wordpress.com/jaringan-internet> dilihat pada 11.11 wib 9 september 2016.

internet mempunyai beberapa tujuan, salah satunya adalah untuk promosi dan iklan.³

Fenomena menarik yang terjadi akibat dari perkembangan internet dalam waktu singkat ini juga berdampak terhadap beberapa anggota masyarakat mulai memasarkan dan membeli produk dengan menggunakan akses dari fasilitas *world wide web* (WWW). Dari hasil survei yang dilakukan oleh Ipsos pada tahun 2012, bahwa 69% pengguna internet di Indonesia melakukan pencarian informasi melalui website mengenai barang yang akan dibeli, serta dari jumlah 48% responden pengguna internet dalam 3 bulan terakhir telah melakukan pembelian barang secara online, mencapai 44%.⁴

Jual beli online ini memang terjadi dengan wujud tidak nyata, dimana pembeli dan penjual tidak melakukan interaksi langsung secara fisik, sedangkan untuk contoh dan bentuk barang hanya biasa dilihat melalui brosur ataupun katalog yang dipasarkan lewat internet. Kegiatan perdagangan seperti ini juga biasa disebut dengan istilah *E-Commerce*. *E-Commerce* bisa diartikan sebagai transaksi jual beli termasuk pelayanan, perdagangan barang maupun informasi pemasaran mengenai sebuah barang yang memanfaatkan media elektronik seperti internet ataupun media online lainnya.⁵

Ada beberapa macam model dari sistem perdagangan secara online ini yang tengah digandrungi oleh masyarakat seperti *Business to Business (B2B)*,

³Dwi Suwikno, *Bisnis Online Syariah* (Yogyakarta: Trust Media, 2009), cetakan pertama, h. 1-2.

⁴Ipsos. "Interconnected World: Shopping dan Personal Finance". Artikel ini di akses pada 20 Desember 2016 dari <http://www.ipsos-oa.com/news-polls/pressrelease.aspx?id=5573>

⁵ Mohd Ma'sum Billah, *Islamic E-commerce Terapan, Tinjauan Hukum dan Praktek* (Kuala Lumpur: sweet & Maxwell Asia, 2010), h.88.

Business to Consumer (B2C), *Consumer to Consumer (C2C)*, dan *Consumer to Business (C2B)*. *Business to Business (B2B)* adalah Transaksi yang terjadi antara perusahaan dalam hal ini, baik pembeli maupun penjual adalah sebuah perusahaan dan bukan perorangan. Biasanya transaksi ini dilakukan karena mereka telah saling mengetahui satu sama lain dan transaksi jual beli tersebut dilakukan untuk menjalin kerja sama antara perusahaan itu, *Business to Consumer (B2C)* adalah Transaksi antara perusahaan dengan konsumen/individu. Pada jenis ini transaksi disebarakan secara umum, dan konsumen yang berinisiatif melakukan transaksi. Produsen harus siap menerima respon dari konsumen tersebut. Biasanya sistem yang digunakan adalah sistem web karena sistem ini sudah umum dipakai masyarakat. *Consumer to Consumer (C2C)* adalah Transaksi jual beli yang terjadi antar individu dengan individu yang akan saling menjual barang, dan *Consumer to Business (C2B)* adalah Transaksi yang memungkinkan individu menjual barang pada perusahaan.⁶

Untuk melakukan jual beli online (*E-Commerce*) cukup mudah dan praktis, terlebih lagi dari sisi biaya cukup murah dan bisa memilih harga dan barang yang diinginkan untuk dipasarkan dan ditransaksikan melalui website. Selain lewat website juga bisa dibuat dengan menggunakan laman instagram ataupun blogspot. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambi foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram

⁶ *ibid*

sendiri.⁷ Blogspot adalah Blog atau yang biasa disebut Web Log merupakan sebuah catatan pribadi yang dimuat dalam sebuah posting dan disimpan dalam sebuah halaman web online dan biasanya bersifat terbuka bagi siapa saja yang mengunjungi dan membaca isi dari blog tersebut.⁸

Dari pihak retailer berkewajiban untuk menawarkan barang secara jujur, informasi yang diberikan harus benar mengenai sebuah produk, kondisi barang tersebut tidak cacat ataupun berbeda. Sehingga dalam transaksi yang terjadi nantinya tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Untuk pihak konsumen memiliki kewajiban untuk membayar harga yang telah sesuai dan disepakati dengan retailer.⁹

Penjual di Pasar atau Swalayan dengan fisik yang jelas, tempat, bangunan, barang, penjual dan pembeli, masih saja ditemukan berbagai kecurangan. Apalagi jual beli online, calon pembeli tidak bisa melihat secara langsung barang yang diinginkannya atau yang dipasarkan penjual. Maka wajar saja bila sering terjadi penipuan. Tindak kriminal tersebut bukan saja di praktikan penjual, pembeli pun tidak mau kalah. Beberapa fakta tersebut tidak

Pada dasarnya semua bentuk muamalah itu hukumnya boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.¹⁰

⁷<https://id.m.wikipedia.org/wiki/instagram> dilihat pada 10.13 wib 22 februari 2017.

⁸<https://www.utopiccomputers.com/pengertian-dan-cara-membuat-blog-di-blogspot-untuk-bisnis-online/> dilihat pada 10:15 wib 22 februari 2017.

⁹Kaskus, artikel diakses pada 21 Desember 2016 dari, <http://www.kaskus.co.id/thread/531e9ad3f7ca172b768b4615/pelayanan-alshayacoid> dilihat pada 13.25 wib 18 januari 2017

¹⁰ <https://almanhaj.or.id/4319-kaidah-ke-50-hukum-asal-muamalah-adalah-halal-kecuali-ada-dalil-yang-melarangnya-2.html>

Di Indonesia tidak semua penjual memiliki situs apalagi gudang persediaan barang. Bermodalkan akses internet dan foto barang, siapa saja bisa menjual barangnya dengan mudah di internet. Mulai dari personal yang sekali menjual barangnya di internet dengan alasan butuh uang atau barang yang sudah tidak dipakai. Bisnis ritel secara online dengan bentuk dimana pengecer dan konsumen yang saling berkomunikasi satu sama lain dengan menggunakan jaringan elektronik. Lebih memuaskan konsumen dibandingkan pelayanan toko. Semua informasi yang dibutuhkan ada di internet dan barang apapun datang sendiri kerumah.¹¹

Mekanisme jual beli di internet secara online adalah dengan sistem *dropshing*. Mekanisme *dropshing* yaitu, barang dipasarkan melalui toko online atau dengan hanya memasang *display items* atau katalog. Lalu pihak pembeli dapat melakukan transaksi lewat toko *online* kepada *dropshipper*.¹²

Setelah pembeli (*buyer*) memilih produk yang ia ingin beli, selanjutnya *buyer* melakukan pembayaran yang telah disepakati dengan mentransfer sejumlah uang ke rekening *dropshipper* (ditambah dengan biaya kirim), kemudian *dropshipper* memesan dan membayar kepada *dropshipp* sesuai harga beli *dropshipp*, disertai dengan memberikan data-data pembeli (Nama, alamat lengkap, nomor telpon) kepada *supplier*. Barang yang di pesan akan dikirimkan oleh *supplier/dropshipp* ke pembeli. Artinya, pihak *dropshipper*

¹¹Sebuah grup diskusi online. Yang dilakukan secara terbuka dan setiap posting bisa terindex di dalam mesin pencarian, sehingga dapat dilihat dan dibaca oleh semua orang di luar anggota

¹²<https://rumaysho.com/3035-sistem-dropshipping-dan-solusinya.html> (diakses pada 26 desember. 16, pukul 15.19)¹² Sakina Rakhma Diah Setiawan. "Ketika Orang Indonesia Lebih Senang Belanja Online" Kompas.

sebenarnya tidak memiliki barang saat itu juga, barangnya ada di pihak *supplier*, dalam hal ini produsen atau grosir barang. Tetapi yang menarik, nama pengirim yang tercantum tetaplah nama dari *dropshipper*. Jadi, intinya ada tiga komponen pihak yang terlibat dalam transaksi ini, yaitu : *dropshipper*, *supplier*, dan *buyer*.¹³ Dengan demikian tidak menutup kemungkinan barang yang dipesan tidak sesuai dengan spesifikasi barang yang didapat oleh konsumen dari *supplier*. Sehubungan hal tersebut, agar konsumen terlindungi dalam transaksi maka perlu peraturan perundang-undangan menyangkut hal ini.

Perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi jual beli juga sudah diatur dalam hukum Islam. Apabila ada satu pihak baik penjual maupun pembeli dalam melakukan transaksi jual beli ada yang merasa dirugikan maka pihak tersebut berhak atas *khiyar*, yang dimaksud *khiyar* disini adalah pihak yang dirugikan berhak untuk memilih apakah akan melanjutkan atau memilih membatalkan jual beli yang dilakukan.¹⁴ Hak *khiyar* bertujuan agar adanya kerelaan antara kedua belah pihak dalam bertransaksi jual beli sehingga apabila terjadi produk cacat ataupun tidak sesuai spesifikasi, maka konsumen dapat terlindungi.¹⁵

Oleh karena itu, melihat antusias masyarakat dalam jual beli *online E-Commerce* tersebut sangat menarik untuk dikaji dari tinjauan hukum Islam mengenai jenis transaksi jual-beli *online E-Commerce*. Dengan

¹³<https://www.alshaya.com/peluang-reseller-amp-dropship> (diakses pada 25 Desember 16, pukul 15.25)

¹⁴ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana, 2012), h. 105.

¹⁵ Ahamad Azhaar Baasyir, *Asas Asas Hukum Muamalah* (Yogyakarta: UII Press, 2000), h. 129.

memperhatikan kepemilikan barang yang akan dijual oleh seorang *dropshipper* serta mempertimbangkan kemaslahatan dan kemudharatan yang timbul akibat jenis transaksi jual beli ini. Jual beli dengan sistem ini diindikasikan bahwa sistem tersebut tidak memenuhi syarat sah jual beli dalam pandangan syara', karena barang yang dijual harus berupa barang yang sudah diketahui bentuk dan wujudnya.¹⁶

Sedangkan dalam jual beli *dropshipping* barangnya tidak diketahui secara jelas, bahkan *dropshipper*-pun juga tidak mengetahui secara pasti kondisi barang tersebut (apakah barang tersebut bebas dari cacat atau tidak). Konsumen dan *dropshipper* hanya dapat mengetahui melalui gambar dan foto di internet. Dengan demikian, konsumen tidak mengetahui bahwa faktanya ia membeli barang dari *supplier* (*pihak kedua*), dan bukan dari *dropshipper* (*pihak pertama*).¹⁷

Pasal 1320 KUHPERdata mengatur bahwa perjanjian harus memenuhi syarat sahnya perjanjian, yaitu kata sepakat, kecakapan, suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal. Apabila dipenuhi syarat sahnya perjanjian tersebut, maka perjanjian tersebut sah dan mengikat bagi para pihak. Jika melihat salah satu syarat sahnya perjanjian pada Pasal 1320 KUHPERdata, yaitu adanya kecakapan maka akan menjadi permasalahan jika pihak dalam jual beli melalui internet adalah anak di bawah umur, hal ini mungkin terjadi karena untuk mencari identitas yang benar melalui media internet tidak mudah.¹⁸

¹⁶ Ahmad isa asyur, *fiqh islam praktis, edisi terjemah* (Libanon: Darul Fikr, 1995), h.30.

¹⁷ <http://www.konsultasisyariah.com/> (diakses pada : kamis, 22 Desember 2016, pukul 09.00 WIB)

¹⁸ Badrulzaman, *KUHPERDATA BUKU III*, (Bandung: Fuady Munir, 2006), h.115.

Pasal 1 angka 6 Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE) mengatur bahwa penyelenggaraan sistem elektronik adalah pemanfaatan sistem elektronik oleh penyelenggara negara, orang, badan usaha, dan/atau masyarakat. Selanjutnya, Pasal 15 ayat (1) UUITE mengatur bahwa setiap penyelenggara sistem elektronik harus menyelenggarakan sistem elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya sistem elektronik sebagaimana mestinya. Berdasarkan Pasal 15 ayat (1) UUITE masih terbuka kemungkinan wanprestasi.¹⁹ Dalam kaitan ini, perlindungan hukum bagi hak-hak konsumen harus dilakukan dengan pendekatan harmonisasi hukum dan kerjasama institusi-institusi penegak hukum.²⁰

Dengan beberapa alasan ini lah kiranya penelitian ini menjadi penting dan menarik untuk diangkat, mengingat jual beli online (*E-Commerce*) ini digandrungi oleh mayoritas orang. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian berkaitan dengan relevansi peraturan perundang-undangan yang sudah ada dengan kebutuhan akan peraturan dalam transaksi jual beli melalui internet. Untuk itu diambil judul **“Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online (*E-Commerce*) berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan dan Hukum Islam Studi Kasus di Butik Alshaya.”**

B. Identifikasi Masalah

¹⁹<http://www.hukumonline.com> ((diakses pada : kamis, 22 Desember 2016, pukul 09.00 WIB)

²⁰ Budi Agus Riswandi, *Hukum Dan Internet Di Indonesia* (Yogyakarta: UII Pres Indonesia, 2003), hal.63.

Berdasarkan berbagai permasalahan yang telah diketahui di atas, maka dapat diidentifikasi sebagai berikut.

1. Kemungkinan adanya perbedaan *display* dan fakta barang.
2. Dalam pasal 1320 KUHP Perdata kecakapan merupakan syarat mutlak. Akan tetapi dalam transaksi online, anak dibawah umur dapat melakukan transaksi jual beli.
3. Karena pembeli tidak melihat secara langsung barang yang diinginkannya atau yang dipasarkan maka wajar saja bila sering terjadi penipuan
4. Jual beli dengan sistem online ini bahwa tidak memenuhi syarat sah jual beli dalam pandangan syara', karena barang yang dijual harus berupa barang yang sudah diketahui bentuk dan wujudnya.
5. Hak konsumen yang diabaikan oleh pelaku usaha perlu dicermati secara seksama.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah skripsi ini difokuskan pada Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online (*E-Commerce*) berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan dan Hukum Islam.

D. Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang di atas, penulis mengemukakan beberapa pokok permasalahan, yaitu :

1. Bagaimana Mekanisme tentang transaksi jual beli dalam sistem *E-Commerce* secara online ?

2. Bagaimana perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online menurut hukum Islam dan peraturan perundang-undangan?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana mekanisme tentang transaksi jual beli dalam sistem *E-Commerce* secara online.
2. Untuk mengetahui bagaimana perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online menurut hukum Islam dan peraturan perundang-undangan.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Teoritis
 - a. Mengetahui konsep perlindungan konsumen dalam penilaian perundang-undangan dengan hukum Islam
 - b. Menganalisis mekanisme jual beli online di alshaya
 - c. Menganalisis konsep perlindungan konsumen pada transaksi jual beli online di alshaya menurut hukum Islam
2. Praktis
 - a. Untuk memfasilitasi atau masukan dari sumber referensi bagi para akademisi dan juga untuk membantu mengembangkan pembahasan tentang perspektif hukum Islam terutama dalam perlindungan konsumen dalam jual beli online.

- b. Penulis mengharapkan hasil pembahasan bisa berguna bagi masyarakat dalam kesadarannya baik memperoleh hak-hak sebagai konsumen dan produsen maupun kewajiban kedua belah pihak tersebut.

G. Sistematika Penulisan

Untuk keserasian dan ketertiban dalam pembahasan, serta untuk mempermudah menganalisis materi dan penulisan skripsi ini, maka penulis menjelaskan dalam sistematika penulisan Secara garis besar, skripsi ini terdiri dari lima bab yang dibagi didalam sub bab dan disetiap sub bab mempunyai pembatasan masing-masing yang akan saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, penulis menguraikan hal-hal yang terkait dengan Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penuliisan, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini, penulis menguraikan hal-hal yang terkait dengan konsep perlindungan konsumen dalam hukum islam, mekanisme transaksi jual beli online (*E-Commerce*) di alshaya, kesesuaian

mekanisme transaksi *E-Commerce* di alshaya dengan konsep perlindungan konsumen dalam hukum islam.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam hal ini penulis menguraikan tentang Jenis Penelitian, Sifat Penelitian, waktu dan tempat Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, dan Teknik Analisis Data dalam penulisan ini.

BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini, penulis menguraikan tentang konsep perlindungan konsumen dalam praktik jual beli online yang ditinjau menurut hukum islam.

BAB V PENUTUP

Dalam hal ini, penulis menguraikan tentang kesimpulan dan saran .kesimpulan yang dihasilkan dari pembahasan yang telah dilakukan serta saran yang berisi tentang anjuran-anjuran untuk penelitian berikutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI, DAN PERTANYAAN PENELITIAN

A. Deskripsi Teori

1. Tinjauan tentang Perlindungan Konsumen

a. Pengertian Konsumen dan Perlindungan Konsumen

Era globalisasi menyebabkan konsep pemasaran dan sistem transaksi jual beli berubah dari waktu ke waktu. Konsep jual beli modern dengan menggunakan internet menjadi andalan, baik bagi para pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan maupun konsumen yang menginginkan barang atau jasa yang diperlukan. Akan tetapi, rangkaian perubahan konsep pemasaran dan sistem jual beli yang semakin beragam, bertolak dengan dampak terhadap posisi tawar konsumen yang menjadi semakin melemah, akibatnya konsumen merasa dirugikan dengan menerima suatu barang atau jasa meskipun tidak sesuai dengan yang dibutuhkan dan diinginkan.¹ Karena posisi konsumen tersebut, maka negara melindungi dan menjamin hak-hak konsumen kedalam bentuk peraturan perundang-undangan. Hal ini biasa disebut dengan istilah hukum perlindungan konsumen.

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

¹ Abdul Halim Barkatullah, *hak-hak konsumen*. (Bandung: Nusa Media, 2010), h.8

adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Bisa dilihat bahwa kepastian hukum dalam memberi perlindungan kepada konsumen, perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat dan didasari oleh undang-undang khusus yang diharapkan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang yang bisa melanggar hak-hak konsumen.² Dari definisi tersebut juga bisa dilihat bahwa perlindungan dapat dibedakan dalam dua aspek yaitu:³

- 1) Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan yang disepakati di awal.
- 2) Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Pengertian konsumen juga terbilang mempunyai definisi yang cukup luas. Menurut istilah, kata konsumen berasal dari kata *consumer* itu juga memiliki arti sebagai pemakai atau konsumen.⁴ Dari definisi umum bisa dilihat bahwa konsumen adalah pemakai, pengguna dan atau pemanfaat barang atau jasa untuk tujuan tertentu.⁵

Adapun pendapat lain tentang pengertian konsumen, seperti disampaikan BPHN, konsumen ialah pemakai akhir dari barang yang digunakan untuk keperluan diri sendiri atau orang lain dan tidak

² Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen jika Dirugikan*, (Jakarta: Visimedia, 2008),h.4

³ Adrianus Meliala, *Praktik Bisnis Curang*. (Jakarta: Pustaka Sinar harapan, 1993), h.152

⁴ Zulham, *Hukum Perlindungan konsumen*. (Jakarta kencana, 2013),h.13

⁵ Abdul Halim Barakatullah. *Hak – Hak Konsumen*. (Bandung: Nusa Media, 2010), h.30

diperjual belikan.⁶ Sedangkan dalam undang – undang perlindungan konsumen (UUPK), pengertian konsumen adalah setiap orang pemakai barang-barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Jika dilihat arti konsumen menurut UUPK, konsumen yang dimaksud adalah sebagai pemakai akhir dan bukan termasuk badan usaha, badan hukum termasuk pelaku usaha yang melakukan konsumsi dalam memproduksi barang atau jasa yang akan dijual.⁷

Berdasarkan beberapa pengertian konsumen, terdapat tiga batasan dari pengertian tersebut:⁸

- 1) Konsumen komersial (*commercial consumer*) adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk memproduksi barang atau jasa lain dengan tujuan mendapatkan keuntungan
- 2) Konsumen antara (*intermediate consumerland user*) adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa untuk digunakan untuk diperdagangkan untuk diperdagangkan kembali dengan tujuan mencari keuntungan.

⁶ Asharrudin Lathif, dan Nahrowi. *Pengantar Hukum Bisnis: Pendekatan Hukum Positif dan Hukum Islam* (Tangerang Selatan: UIN Jakarta Press,2013),h.4

⁷ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Kencana, 2013), h.16-17

⁸ AZ. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen, Suatu Pengantar* (Jakarta: Diadit Media, 2002),h.13

- 3) Konsumen akhir (*ultimate consumer/end user*) adalah setiap orang yang mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa, untuk tujuan memenuhi konsumen akhir.⁹

b. Hak dan Kewajiban Konsumen

Dalam pelaksanaan jual beli, konsumen memiliki hak yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha dan kewajiban yang harus dilakukan untuk mendapatkan barang atau jasa yang akan digunakan. Akan tetapi dibanding pelaku usaha, konsumen memiliki resiko yang lebih besar dalam praktik jual beli karena hak-hak konsumen sangat rentan dan bersifat riskan untuk dilanggar karena posisi tawar konsumen yang lemah.¹⁰ Hak-hak pokok konsumen yang harus dilindungi seperti yang telah dikemukakan oleh John F. Kennedy, antara lain:¹¹

- 1) Hak memperoleh keamanan (*The Right To Safety*). Hak ini ditujukan pada perlindungan konsumen yang bisa terlihat dari sisi pemasaran barang ataupun jasa yang tidak aman dan bisa membahayakan keselamatan konsumen. Di sisi ini, peraturan perlindungan konsumen dibutuhkan agar nantinya produsen mempunyai kewajiban untuk menjaga konsumen baik dari barang atau jasa yang merugikan maupun membahayakan keselamatan konsumen.

⁹ *Ibid*

¹⁰ *ibid*

¹¹ Edmon Makarim. *Kompilasi Hukum Telematika*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003),h.243

2) Hak memilih (*The Right To Choose*). Hak ini dimaksudkan bahwa konsumen mempunyai kebebasan konsumen apakah ia akan membeli atau tidak membeli suatu barang atau jasa, hak memilih ini bersifat prerogatif.¹² Walaupun posisi tawar konsumen terbilang lemah, tetapi dalam proses memilih sesuatu mempunyai kewajiban dalam melaksanakan transaksi jual beli yang diatur dalam UUPK pada pasal 5, yaitu:

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang atau jasa, demi keamanan dan keselamatan
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

c. Prinsip – Prinsip Pada Perlindungan Konsumen

Menurut pasal 2 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen, bahwa perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan lima prinsip yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu sebagai berikut:¹³

- 1) Prinsip manfaat prinsip ini dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan

¹² Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Rajawali Pers: Jakarta, 2010), h.39

¹³ Zulham. *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2013), h.24

konsumen harus memberi manfaat sebesar besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

- 2) Prinsip keadilan prinsip ini dilakukan agar partisipasi seluruh masyarakat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- 3) Prinsip keseimbangan prinsip ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materil maupun spiritual.
- 4) Prinsip keamanan dan keselamatan konsumen prinsip ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang atau jasa yang digunakan.
- 5) Prinsip kepastian hukum prinsip ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, di mana negara dalam hal ini turut menjamin adanya kepastian hukum tersebut.

d. Perlindungan Konsumen menurut Perspektif Islam

Dalam pandangan Islam, perlindungan konsumen bukan hanya hubungan saja tetapi menyangkut hubungan yang luas seperti hubungan manusia dan Allah SWT.¹⁴ Dalam konsep Islam,

¹⁴ Zulham. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Kencana, 2013), h.24

perlindungan konsumen lebih mengacu kepada konsep halal serta keadilan ekonomi berdasarkan prinsip-prinsip syariah, yaitu AL-Qur'an dan sunnah.¹⁵ tentu saja walaupun tidak disebut dengan hukum perlindungan konsumen, Islam sudah lebih dulu menegenalkan pentingnya larangan jual beli yang merugikan hak-hak konsumen .

Konsumen menurut prinsip Islam tidak dipandang sebagai perseorangan saja, tetapi juga dipandang lebih luas yaitu setiap orang, kelompok, atau badan hukum pemakai suatu harta benda atau jasa karena adanya hak yang sah, yang dimana produk tersebut baik dipakai dalam pemakaian terakhir maupun untuk produksi .¹⁶ Aktivitas ekonomi Islam dalam perlindungan konsumen meliputi perlindungan terhadap zat, produksi, distribusi, dan tujuan produksi hingga pada akibat mengkonsumsi barang tersebut.¹⁷ Adapun hak-hak konsumen yang melekat menurut Islam anatara lain :

1) Hak untuk mengetahui informasi atas barang dan jasa

informasi tetang suatu barang atau jasa yang di tawarkan dalam transaksi jual beli harus dijelasakn secara benar dan jelas, termauk dalam kuantitas, kualitas, bahkan jumlah harga dan kesucian dari barang atau jasa tersebut. Hal itu dilakukan agara konsumen tidak terjebak dalam sistem pemasaran dari sebuah iklan yang tidak wajar dan menimbulkan kerugian . dalam Islam perbuatan seperti

¹⁵ Azharudin Lathif dan Nahrowi, *Pengantar Hukum Bisnis: Pendekatan Hukum Positif dan Hukum Islam*. (Tangerang Selatan: UIN Jakarta Press, 2013),h.14

¹⁶ *Ibid*, h.132

¹⁷ *Ibid*, h.129

itu disebut perbuatan gharar yang dimana jual beli yang samar sehingga ada kemungkinan penipuan.¹⁸ Dan termasuk hal yang sangat dicela

2) Hak konsumen atas kebebasan memilih

Hak ini dimaksudkan bahwa seorang konsumen mempunyai sebuah hak memilih dalam transaksi jual beli, hak tersebut adalah hak untuk melanjutkan ataupun membatalkan jual beli.

e. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

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

- 1) Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- 2) Asas keadilan maksudnya agar partisipasi seluruh rakyat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan kewajibannya secara adil.

¹⁸ Handi Subendi. *Fikh Muamalah* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada,2011), h.81

- 3) Asas keseimbangan maksudnya perlindungan konsumen memberikan keseimbangan antara konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti matil ataupun spiritual.
- 4) Asas keselamatan dan keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan dan pemakaian, serta pemanfaatan barang atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- 5) Asas kepastian hukum maksudnya agar pelaku usaha dan konsumen menaati hukum dan meperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.¹⁹

B. Pengertian Jual Beli

1. Jual beli

Fiqh menurut etimologi berarti pemahaman. Dalam arti lebih luas fiqh merupakan hukum Islam yang berkaitan dengan perbuatan/tindakan manusia yang didapatkan dari dalil-dalil yang spesifik melalui proses ijtihad (campur tangan manusia). Selanjutnya, kata mu'amalat berasal dari bahasa arab muamalat yang merupakan derifasi (bentukan) dari kata '*alama-yuamilu-muamalatan* yang menurut bahasa (etimologi) memiliki arti saling bertindak, berbuat, pekerjaan, pergaulan sosial, bisnis dan transaksi.²⁰

¹⁹ Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, cet.2. (Jakarta : PT Gramedia pustaka utama, 2014),h.192.

²⁰ AH.Azharuddin lathif, *Fiqh muamalat*,cet.1,(Jakarta UIN Jakarta Press, 2005),h.3.

Fiqh muamalat adalah aturan-aturan hukum Islam yang berkaitan dengan tindakan hukum manusia dalam persoalan – persoalan kedunian, seperti jual beli, gadai, perdagangan, sewa, syarikat, mudharabah, nikah, hibah, waris, wasiat, perang, perdamaian dan segala hal yang dibutuhkan manusia dalam hidupnya.²¹

Jual beli dalam istilah fiqh disebut dengan *al-bai* yang berarti menjual, mengganti atau menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Lafadz *al-bai* dalam bahasa arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yakni kata *asy-syira* (beli). Dengan demikian, kata *al-bai* berarti jual sekaligus juga berarti beli.²²

Definisi jual beli Secara etimologis, jual beli berarti menukar harta dengan harta. Jual beli yaitu dua kata yang saling berlawanan artinya, namun masing-masing dalam akad transaksi disebut sebagai pembeli dan penjual. Rasulullah *Shalallahu Alaihi Wasallam* bersabda, “*dua orang yang berjual beli memiliki hak untuk menentukan pilihan, sebelum mereka berpindah dari lokasi jual beli*”. Akan tetapi bila disebut secara umum, yang terbentuk dalam hak adalah bahwa kata penjual diperuntukkan kepada orang yang mengeluarkan barang dagangan. Sementara pembeli diperuntukkan orang yang mengeluarkan bayaran. Jadi penjual adalah pihak yang mengeluarkan barang dagangan miliknya. Sementara pembeli

²¹ Ibid.,h.3.

²² Nasrun Haroen, *Fiqh muamalat*, cet.2. (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007),h.111.

adalah pihak yang menjadikan pemindahan kepemilikan barang itu dengan kompensasi harus melakukan pembayaran.²³

Adapun secara terminologi terdapat beberapa definisi jual beli yang dikemukakan oleh para ulama fikih. Menurut ulama *Hanifiyah* “jual beli adalah menukarkan harta dengan harta berdasarkan ketentuan tertentu atau pertukaran suatu (komoditas/asset) yang diinginkan dengan sesuatu yang sepadan dan bernilai melalaui cara tertentu yang bermanfaat”.²⁴ Sedangkan menurut *Imam Nawawi*, “jual beli adalah pertukaran hartya dengan harta yang lain untuk dimiliki”.²⁵ Sedangkan menurut *Ibnu Qudamah*, “jual beli adalah saling menukar harta/barang dalam bentuk pemindaahan hak dan kepemilikan”.²⁶

Dari berbagai definisi oleh para ulama Fikih, dapat ditarik garis besar meski terdapat penekan yang berbeda-beda. Namun secara pokok yang menjadikan terjadinya jual beli adalah adanya pertukaran dan pemindaahan suatu barang/benda/komoditas lainnya, atau pertukaran sesuatu dengan uang yang dilandasi kerelaan.²⁷

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hal yang terkandung dalam jual beli adalah adanya pertukaran antara barang dengan barang lainnya serta adanya pemindaahan hak dan kepemilikan kepada pihak lain. Apabila pertukaran itu tidak mengakibatkan berpindahannya hak

²³ Shalah ash-Shawl dan Abudullah al-Muslim, *Op. Cit.*, h.32

²⁴ Rini Fatma dan Asep Supyadillah, *Fikih Muamalah Kontemporer*, (Jakarta: 2013), h.131.

²⁵ *Ibid.*, h.132

²⁶ *Ibid.*

²⁷ *Ibid*

kepemilikan, sekalipun terjadi pertukaran, hal tersebut tidak dinamakan jual beli melainkan sewa menyewa (*ijarah*), yaitu hak memperoleh manfaat dari barang yang ditukarkan atau hak pemanfaatan barang.²⁸

Berdasarkan definisi tersebut, maka inti dari jual beli adalah tukar menukar barang (harta dengan harta) sesuai dengan kesepakatan yang dilakukan dengan prinsip saling kepercayaan dan ridha, karena jika penjual dan pembeli berlaku jujur dan ikhlas maka jual beli mereka bisa dinilai ibadah oleh Allah swt.

2. Jual Beli Online (*E-Commerce*)

Transaksi secara online merupakan transaksi pesanan dalam model bisnis era global yang *non face*, dengan hanya melakukan transfer data lewat maya (data *intercange*) via internet, yang mana kedua belah pihak, antara *originator* dan *adrese* (penjual dan pembeli), atau menembus batas sistem pemasaran dan Bisnis Online dengan menggunakan Sentral shop, sentral Shop merupakan sebuah rancangan web *E-Commerce* dan sekaligus sebagai *Bussiness Intelligent* yang sangat stabil untuk digunakan dalam memulai, menjalankan, mengembangkan, dan mengontrol bisnis.²⁹

Perkembangan teknologi inilah yang bisa memudahkan transaksi jarak jauh, dimana manusia bisa dapat berinteraksi secara singkat

²⁸ Rini Fatma Kartika & Asep Supyadillah, op.cit., h.132

²⁹ Mohd Ma'sum Billah, *Islamic E-Commerce Terapan*, (Jakarta : 2008), h.128.

walaupun tanpa *face to face*, akan tetapi didalam bisnis adalah yang terpenting memberikan informasi dan mencari keuntungan.³⁰

Adapun mengenai definisi mengenai *E-Commerce* secara umumnya adalah dengan merujuk pada semua bentuk transaksi, yang menyangkut organisasi dan transmisi data yang digeneralisasikan dalam bentuk teks, suara, dan gambar secara lengkap. Sedangkan pihak-pihak yang terlibat sebagaimana yang telah diungkapkan dalam akad salam diatas, mungkin tidak beda jauh, hanya saja persyaratan tempat yang berbeda.³¹

Jual beli secara online ini sejenis dengan jual beli salam (pesanan). Jual beli salam adalah suatu benda yang disebutkan sifatnya dalam tanggungan atau memberi uang didepan secara tunai, barangnya diserahkan kemudian/ untuk waktu yang ditentukan. Menurut ulama syafi'iyah akad salam boleh ditangguhkan hingga waktu tertentu dan juga boleh diserahkan secara tunai. Secara lebih rinci salam didefenisikan dengan bentuk jual beli dengan pembayaran dimuka dan penyerahan barang di kemudian hari (*advanced payment* atau *forward buying* atau *future sale*) dengan harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal dan tempat penyerahan yang jelas, serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian.³²

Akad salam ditetapkan kebolehan nya didalam QS. al-Baqarah [2]:

282 sebagai berikut:

³⁰ *Ibid.*

³¹ *Ibid.*

³² aplikom1314t4g.blogspot.com/.../jual-beli-salam-dan-istishna.html, Di akses pada tanggal 23 Juli 2017 Pukul 14.30 WIB

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ³³

Adapun dalil As-Sunnah, dalil dengan salam ini di sebutkan dalam hadist riwayat Ibnu Abbas RA. :

Ibnu Abbas RA berkata bahwa ketika Nabi SAW baru tiba di Madinah, orang-orang madinah biasa meminjamkan buah kurma satu tahun dan dua tahun. Maka Nabi SAW bersabda : “*Siapa yang meminjamkan buah kurma maka harus meminjamkan dengan timbangan yang tertentu dan sampai pada masa yang tertentu*”. (HR. Bukhari dan Muslim)

Sedangkan dalil ijma’, Ibnu Al-Munzir menyebutkan bahwa semua orang yang kami kenal sebagai ahli ilmu telah bersepakat bahwa akad salam itu merupakan akad yang dibolehkan.³⁴

Dalam transaksi salam ini diperlukan syarat-syarat ijab qabul, Pernyataan dalam ijab qabul ini bisa disampaikan secara lisan, tulisan (surat menyurat, isyarat yang dapat memberi pengertian yang jelas), hingga perbuatan atau kebiasaan dalam melakukan ijab qabul. Adapun syarat-syaratnya adalah :

- a. Dilakukan dalam satu tempo.
- b. Antara ijab dan qabul sejalan
- c. Menggunakan kata assalam atau assalaf

³³ *Hai orang yang beriman! Jika kamu bermu’amalah tidak secara tunai sampai waktu tertentu, buatlah secara tertulis...*

³⁴ Rachmat Syafe’I, *Fiqih Muamalah*. Bandung 2000. h. 13-16.

- d. Tidak ada khiyar syarat (hak bagi pemesan untuk menerima pesanan atau tidak).³⁵

3. Mekanisme Jual Beli Online (*E-Commerce*)

Secara sederhana proses *E-Commerce* dapat dilakukan dengan cara konsumen berkunjung ke website merchant untuk melihat memilih produk yang diinginkan. Lalu, konsumen setuju untuk membeli di merchant dan memberi instruksi pembelian online ke merchant. Setelah itu, prinsip pembayarannya tidak jauh berbeda dengan dunia nyata, hanya saja semua metode yang ditawarkan menggunakan teknologi canggih. Cara pembayaran yang digunakan antara lain melalui transfer ATM (automatic teller machine) Pembayaran di dalam sistem *E-Commerce* sebenarnya tidak jauh berbeda dengan dunia nyata, hanya saja internet (dunia maya) berfungsi sebagai POS yang dapat dengan mudah diakses melalui sebuah komputer personal (PC).³⁶

Langkah pertama yang biasa dilakukan konsumen adalah mencari produk atau jasa yang diinginkan di internet dengan cara melakukan browsing terhadap situs-situs perusahaan yang ada. Melalui online katalog-nya, konsumen kemudian menentukan barang-barang yang ingin dibelinya. Setelah selesai “memasukkan” semua barang (pesanan dalam bentuk informasi) ke dalam digital cart (kereta dorong digital), maka

³⁵ *Ibid*,h.132

³⁶ <https://yurindra.wordpress.com/E-Commerce/mekanisme-transaksi-pembayaran-di-internet/> diakses pada 28 mei 2017 pk1 10.42

tibalah saatnya untuk melakukan pembayaran (seperti halnya membawa kereta dorong ke kasir di sebuah supermarket).³⁷

Langkah selanjutnya adalah konsumen berhadapan dengan sebuah halaman situs yang menanyakan berbagai informasi sehubungan dengan proses pembayaran yang ingin dilakukan. Informasi yang biasa ditanyakan sehubungan dengan aktivitas ini adalah sebagai berikut:

- a. Cara pembayaran yang ingin dilakukan, seperti: transfer, kartu kredit, kartu debit, cek personal, dan lain sebagainya. Jika menggunakan kartu kredit misalnya, informasi lain kerap ditanyakan, seperti nama yang tercantum dalam kartu, nomor kartu, expire date, dan lain sebagainya. Contoh lain adalah jika menggunakan cek personal, biasanya selain nomor cek, ditanyakan pula nama dan alamat bank yang mengeluarkan cek tersebut.
- b. Data atau informasi pribadi dari yang melakukan transaksi, seperti: nama, alamat, nomor telepon, alamat penagihan, dan lain sebagainya. Jika konsumen ingin melakukan pembayaran dengan metoda lain, seperti *digital cash* atau *electronic check* misalnya, konsumen diminta untuk mengisi *user name* dan *password* terkait sebagai bukti otentik transaksi melalui internet.
- c. Bagi perusahaan yang memperbolehkan konsumennya untuk melakukan pembayaran beberapa kali (cicilan), biasanya akan ditanyakan pula termin pembayaran yang dikehendaki.³⁸

³⁷ Mohd Ma'sum Billah, *Mekanisme Jual beli Online* (Jakarta : 2008), h.71

Setelah konsumen mengisi formulir elektronik tersebut, maka perusahaan yang memiliki situs akan melakukan pengecekan berdasarkan informasi pembayaran yang telah dimasukkan ke dalam sistem. Melalui sebuah sistem *gateway* (fasilitas yang menghubungkan dua atau lebih sistem jaringan komputer yang berbeda), perusahaan akan melakukan pengecekan (otorisasi) terhadap bank atau lembaga keuangan yang berasosiasi terhadap medium pembayaran yang dipilih oleh konsumen (misalnya menghubungi Visa atau Mastercard untuk jenis pembayaran kartu kredit). Lembaga keuangan yang terkait kemudian akan melakukan proses otorisasi dan verifikasi terhadap berbagai hal, seperti: ketersediaan dana, validitas medium pembayaran, kebenaran informasi, dan lain sebagainya. Jika metode pembayaran yang dipilih melibatkan lebih dari satu bank atau lembaga keuangan, proses otorisasi dan verifikasi akan dilakukan secara elektronik melalui jaringan komputer antar bank atau lembaga keuangan yang ada.³⁹

Hasil dari proses otorisasi dan verifikasi di atas secara otomatis akan “diinformasikan” kepada pelanggan melalui situs perusahaan. Jika otorisasi dan verifikasi berhasil, maka konsumen dapat melakukan proses berikutnya (menunggu barang dikirimkan secara fisik ke lokasi konsumen atau konsumen dapat melakukan download terhadap produk-produk digital). Jika otorisasi dan verifikasi gagal, maka pesan kegagalan tersebut akan diberitahukan melalui situs yang sama. Berbagai cara biasa dilakukan

³⁸ *Ibid*

³⁹ *ibid*

oleh perusahaan maupun bank untuk membuktikan kepada konsumen bahwa proses pembayaran telah dilakukan dengan baik, seperti:

- a. Pemberitahuan melalui email mengenai status transaksi jual beli produk atau jasa yang telah dilakukan;
- b. Pengiriman dokumen elektronik melalui email atau situs terkait yang berisi “berita acara” jual-beli dan kwitansi pembelian yang merinci jenis produk atau jasa yang dibeli berikut detail mengenai metode pembayaran yang telah dilakukan;
- c. Pengiriman kwitansi pembayaran melalui kurir ke alamat atau lokasi konsumen;
- d. Pencatatan transaksi pembayaran oleh bank atau lembaga keuangan yang laporannya akan diberikan secara periodik pada akhir bulan; dan lain sebagainya.⁴⁰

Menyangkut transaksi pembayaran melalui internet, terdapat prinsip-prinsip yang harus diperhatikan dengan sungguh-sungguh oleh mereka yang mengembangkan sistem *E-Commerce*, yaitu:

- a. *Security*-data atau informasi yang berhubungan dengan hal-hal sensitif semacam nomor kartu kredit dan password tidak boleh sampai “dicuri” oleh yang tidak berhak, karena dapat disalahgunakan di kemudian hari;
- b. *Confidentiality*-perusahaan harus dapat menjamin bahwa tidak ada pihak lain yang mengetahui terjadinya transaksi jual beli dan

⁴⁰ Syafei Rachmat, *Mekanisme E-Commerce* Bandung : Pustaka Setia, 2000, h.59

pembayaran, kecuali pihak-pihak yang memang secara hukum harus mengetahuinya (misalnya bank);

- c. *Integrity*-sistem harus dapat menjamin adanya keabsahan dalam proses jual beli, yaitu harga yang tercantum dan dibayarkan hanya berlaku untuk jenis produk atau jasa yang telah dibeli dan disetujui bersama;
- d. *Authentication*-proses pengecekan kebenaran dimana pembeli maupun penjual merupakan mereka yang benar-benar berhak melakukan transaksi seperti yang dinyatakan oleh masing-masing pihak;
- e. *Authorization*-mekanisme untuk melakukan pengecekan terhadap keabsahan dan kemampuan seorang konsumen untuk melakukan pembelian (adanya dana yang diperlukan untuk melakukan transaksi jual beli); dan
- f. *Assurance*-kondisi dimana konsumen yakin bahwa perusahaan *E-Commerce* yang ada benar-benar berkompeten untuk melakukan transaksi jual beli melalui internet (tidak melanggar hukum, memiliki sistem yang aman)⁴¹

Dalam perkembangannya, sistem pembayaran melalui internet dapat dilakukan dengan berbagai cara. Mengingat bahwa seluruh mekanisme tersebut dilakukan di sebuah dunia maya yang penuh dengan potensi kejahatan, maka adalah merupakan suatu keharusan bagi perusahaan-perusahaan besar untuk melakukan audit terhadap kinerja sistem pembayaran perusahaan *E-Commerce*-nya agar tidak terjadi hal-hal

⁴¹ ibid

yang tidak diinginkan bersama. Di pihak konsumen, adalah baik untuk tidak langsung percaya begitu saja terhadap perusahaan maupun “dunia maya” yang ada. Belajar berbelanja melalui internet dapat dilakukan dengan melibatkan uang dalam jumlah yang kecil dahulu. Jika benar-benar tidak diketemukan masalah, barulah secara perlahan dapat dilakukan frekuensi dan volume jual beli dengan nilai yang lebih besar. Menggunakan kartu kredit atau kartu debit dengan limit terbatas merupakan salah satu cara terbaik untuk mulai belajar berbelanja di internet.⁴²

4. Macam-macam Jual beli

Jual beli diklasifikasikan dalam banyak pembagian dengan sudut pandang yang berbeda-beda. Bagian diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Dilihat dari sisi objek dagangan/jual beli/pertukaran

Yang dimaksud dengan objek jual beli adalah yang dapat menjadi hak milik seseorang yang dapat diambil manfaatnya atau yang bisa berpindah hak kepemilikan dan hak guna. Dalam kalangan Fikih biasa disebut dengan maal atau harta. *Maal* adalah segala sesuatu yang dapat menjadi hak milik seseorang dan dapat diambil manfaatnya baik dalam bentuk nyata atau dalam bentuk tidak nyata.⁴³

Jual beli dilihat dari objeknya yang ditukarkan dapat dibagi menjadi empat jenis, yaitu:

⁴² Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce* (Yogyakarta : Pustaka pelajar,2005),h.88.

⁴³ Wahbah al-zuhailib, *Al-fiqh al Islam wa Adilatuh*, jilid V, h.267

- 1) Pertukaran barang tertentu dengan barang tertentu lainnya atau jual beli barter. (*bai al-muqayadhah*)
- 2) Pertukaran barang tertentu dengan suatu harga atau uang atau biasa disebut jual beli pada umumnya (*bai al-muthlaqah*)
- 3) Pertukaran antara mata uang dengan mata uang lainnya atau barang yang mewakilkannya (uang) seperti emas, perak, atau biasa disebut (*ash sharf*)
- 4) Pertukaran uang dengan suatu barang tertentu yang diserahkan kemudian atau disebut jual beli pesanan (*bai as-salam*)⁴⁴

b. Klasifikasi jual beli dari sisi cara menetapkan harga atau keuntungan.

Dari segi menetapkan harganya dalam transaksi jual beli atau pertukaran, dapat dilihat dari keuntungan yang akan diambil dalam transaksi tersebut dan penentuannya waktu pembayaran. Dilihat dari segi harga atau keuntungan yang disetujui dalam akad pertukaran khususnya jual beli, terdapat beberapa bentuk dalam menetapkan harga dan keuntungan, di antaranya:

- 1) Jual beli tawar menawar (*bai al-muswamah*), yakni jual beli dimana penjual ketika melakukan penjualan tidak memberitahukan modal barang yang dijualnya.
- 2) Jual beli amanah, yakni jual beli dimana penjual dalam melakukan transaksinya menyebutkan harga modal jualnya. Dengan dasar

⁴⁴ Wahbah al-zuhailib, *al-fiqh al-Islam wa Adillatuh*, Jilid V

jual beli ini, jenis jual beli tersebut terbagi menjadi tiga jenis lainnya:

- a) Jual beli *murabahah*, yakni jual beli dengan menyebutkan harga perolehan modal dan prosentase keuntungan yang diketahui.
 - b) Jual beli *wadi'ah/al muwadha'ah*, yakni melakukan jual beli dengan harga dibawah modal/tidak mengambil keuntungan (discount) dan jumlah kerugian yang diketahui, mengingat harga barang yang dijualnya sudah turun nilai jualnya.
 - c) Jual beli *tauliyah*, yakni jual beli dengan menjual barang dengan harga modal, tanpa keuntungan dan kerugian.
- 3) Jual beli lelang (*muzayadah*), yakni jual beli dengan cara penjual menawarkan barang dagangannya dengan menambah jumlah pembayaran dari pembeli sebelumnya, lalu si penjual akan mengambil harga tertinggi dari para pembeli tersebut.⁴⁵

5. Dasar Hukum jual beli

Barang siapa terjun langsung ke dunia usaha dan bergelut dengan berbagai macam muamalat, berkewajiban untuk mengetahui hal-hal yang dapat mengakibatkan jual beli itu sah atau tidak. ini dimaksudkan agar muamalat berjalan sah, segala sikap dan tindakannya jauh dari kerusakan yang tidak dibenarkan. Dalam perihal jual beli, Islam mendorong agar

⁴⁵ Ibid

manusia melakukan jual beli sebagai salah satu cara manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Dengan melakukan jual beli maka manusia akan tercipta rasa tolong menolong, rasa kebersamaan dan juga rasa membutuhkan satu sama lain.⁴⁶

Islam sebagai *rahmatan lil alamin*, yang merupakan rahmat bagi semua, bagi semesta dan segala isinya, telah memberikan ajaran ajaran yang memudahkan manusia untuk menjalani kehidupannya. Dalam Islam telah tertulis segala tata cara untuk segala hal, mulai dari apa-apa yang diperbolehkan dan yang tidak diperbolehkan, sampai hal-hal *simple* mulai dari manusia bangun dan tidurnya, melakukan aktivitas, sampai manusia itu kembali kepada tidurnya (beristirahat) seperti membaca doa sebelum memulai segala sesuatunnya dan juga untuk saling tolong menolong sesama manusia sebagai makhluk sosial dalam kesahariannya.

Dalam perihal Jual beli, Islam mendorong agar manusia melakukan Jual beli sebagai salah satu cara manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Dengan melakukan jual beli maka manusia akan tercipta rasa tolong menolong, rasa kebersamaan dan juga rasa membutuhkan satu sama lain.⁴⁷

- a. Dalam melakukan jual beli pun Islam telah menggambarkan tata cara yang baik dan benar agar tidak ada kerugian diantara manusia-manusia yang melakukan transaksi jual beli. Dasar hukum perihal jual beli terdapat dalam beberapa ayat di Al-Quran dan As-Sunnah, diantaranya:

⁴⁶ Sayyid Sabiq, *Fikh Sunnah*, cet.2, (Bandung: PT. Al-Ma'rif,2010), h.46.

⁴⁷ Abdullah, *Fikih Muamalat*, cet.1, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007) h.102.

(Surah al – baqarah 2:275)

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ ٢٧٥

Artinya : “*Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.*” (Surah al-Baqarah 2:275)⁴⁸

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa Allah swt. Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Padahal mereka (pada masa itu) berpendapat bahwa jual beli sama dengan riba, nyatanya sama sekali tidak karena Allah telah membantahnya dalam ayat tersebut.

Berikut hadits Nabi saw yang berkaitan tentang jual beli dan berbisnis. Seseorang pernah bertanya pada Nabi saw.

“*Wahai Rasullah, mata pencaharian apakah yang paling baik?*” Beliau bersabda, “*Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur (diberkahi).* (HR. Ahmad 4: 141, *hasan lighoirihi*)⁴⁹

Maksud mabrur dalam hadist adalah jual beli yang terhindar dari usaha tipu menipu (*gharar*) dan merugikan orang lain.

b. Perundang-undangan dalam jual beli online

Perkembangan dunia digital, khususnya internet saat ini sudah begitu mengglobal. Internet bukan lagi suatu hal yang baru dalam fase pertumbuhan dan perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi

⁴⁸ Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah*, cet.2, (Bandung: PT. AL-Ma’rif,2010),h.46.

⁴⁹ Muhammad Abduh Tuasikal. rumaysho.com/3240-apa-pekerjaan-yang-terbaik.html (Kamis, 18 juni 2017, pukul 16.03)

yang sangat pesat ini telah membawa banyak perubahan bagi pola kehidupan sebagian masyarakat Indonesia. Pola kehidupan tersebut terjadi hampir di semua bidang, baik sosial, budaya, perdagangan dan bidang lainnya. Dalam bidang perdagangan, internet mulai banyak dimanfaatkan sebagai media aktivitas bisnis terutama karena kontribusinya terhadap efisiensi. Aktivitas perdagangan melalui media internet ini populer disebut dengan *electronic commerce (E-Commerce)*. *E-Commerce* tersebut terbagi atas dua segmen yaitu *business to business E-Commerce* (perdagangan antar pelaku usaha) dan *business to consumer E-Commerce* (perdagangan antar pelaku usaha dengan konsumen).⁵⁰

E-Commerce telah banyak digunakan seiring dengan meningkatnya pengguna internet di Indonesia. Menurut data Departemen Telekomunikasi, jumlah pengguna internet pada bulan februari 2008 mencapai 25 juta pengguna dan diprediksi akan mencapai 40 juta pengguna pada akhir tahun 2008. Sebelum keluarnya Undang-undang No.11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan *E-Commerce* diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan seperti Undang-undang nomor 12 tahun 2002 tentang Hak Cipta, Undang-undang nomor 14 tahun 2001 tentang Paten, Undang-undang nomor 15 tahun 2001 tentang Merek, Undang-undang Telekomunikasi

⁵⁰ Ghufroon A. Masadi, *Perundang-Undangan E-Commerce*, cet. 1, (Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada, 2010). h. 71.

nomor 36 tahun 1999, Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan lain-lain.⁵¹

Dengan munculnya undang-undang No 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) memberikan dua hal penting yakni, pertama pengakuan transaksi elektronik dan dokumen elektronik dalam kerangka hukum perikatan dan hukum pembuktian, sehingga kepastian hukum transaksi elektronik dapat terjamin dan yang kedua diklasifikasikannya tindakan-tindakan yang termasuk kualifikasi pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan TI (Teknologi Informasi) disertai dengan sanksi pidananya. Dengan adanya pengakuan terhadap transaksi elektronik dan dokumen elektronik maka setidaknya kegiatan ecommerce mempunyai basis legalnya.

Walaupun beberapa permasalahan yang ada sudah dapat diselesaikan dengan munculnya UU ITE ini, namun mengenai masalah perlindungan konsumen dalam *E-Commerce* masih perlu untuk dikaji lebih dalam, apakah UU ITE sudah mampu memberikan perlindungan hukum bagi konsumen. Hak konsumen yang diabaikan oleh pelaku usaha perlu dicermati secara seksama. Pada era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini, banyak bermunculan berbagai macam produk barang/pelayanan jasa yang dipasarkan kepada konsumen, baik melalui promosi, iklan, maupun penawaran secara langsung.

⁵¹ *Ibid.*,

Jika tidak berhati-hati dalam memilih produk barang/jasa yang diinginkan, konsumen hanya akan menjadi obyek eksploitasi dari pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Tanpa disadari, konsumen menerima begitu saja barang/jasa yang dikonsumsinya. Kehadiran *E-Commerce* memberikan kemanjaan yang luar biasa kepada konsumen, karena konsumen tidak perlu keluar rumah untuk berbelanja disamping itu pilihan barang/jasapun beragam dengan harga yang relatif lebih murah.

Hal ini menjadi tantangan yang positif dan sekaligus negatif. Dikatakan positif karena kondisi tersebut dapat memberikan manfaat bagi konsumen untuk memilih secara bebas barang/jasa yang diinginkannya. Konsumen memiliki kebebasan untuk menentukan jenis dan kualitas barang/jasa sesuai dengan Universitas Sumatera Utarakebutuhannya. Dikatakan negatif karena kondisi tersebut menyebabkan posisi konsumen menjadi lebih lemah dari pada posisi pelaku usaha.

Jika dilihat lebih lanjut, konsumen ternyata tidak hanya dihadapkan pada persoalan lemahnya kesadaran dan ketidaktahuan (pendidikan) mereka terhadap hak-haknya sebagai konsumen. Hak-hak yang dimaksud misalnya bahwa konsumen tidak mendapatkan penjelasan tentang manfaat barang atau jasa yang dikonsumsi. Lebih dari itu, konsumen ternyata tidak memiliki bargaining position (posisi tawar) yang berimbang dengan pihak

pelaku usaha. Hal ini terlihat sekali pada perjanjian baku yang siap untuk ditandatangani dan bentuk klausula baku atau ketentuan baku yang tidak informatif dan tidak bisa ditawar-tawar lagi.

Menurut Penjelasan Umum Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), faktor utama yang menjadi penyebab eksploitasi terhadap konsumen sering terjadi karena masih rendahnya kesadaran konsumen akan haknya. Tentunya, hal ini terkait erat dengan rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu keberadaan UUPK adalah sebagai landasan hukum yang kuat bagi upaya pemberdayaan konsumen. Berdasarkan kondisi diatas, upaya pemberdayaan konsumen menjadi sangat penting. Untuk mewujudkan pemberdayaan konsumen akan sangat sulit jika mengharapkan kesadaran dari pelaku usaha terlebih dahulu. Karena prinsip yang dianut oleh pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan perekonomiannya adalah prinsip ekonomi, yaitu mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Artinya, dengan pemikiran umum seperti ini, sangat mungkin konsumen akan dirugikan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pada tahun 2008, pemerintah Indonesia telah menerbitkan Undang-Undang No 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Dalam UU ITE ini diatur mengenai transaksi elektronik dimana salah satunya adalah kegiatan mengenai online shop

ini. Sebelum membahas lebih lanjut mengenai upaya UU ITE ini dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen ada baiknya kita mengerti terlebih dahulu apa yang dimaksud dengan transaksi elektronik. Dalam pasal 1 ayat 2 UU ITE ini yang dimaksud dengan transaksi elektronik adalah “perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya”

Sesuai dengan pengertian diatas, maka kegiatan jual beli yang dilakukan melalui komputer ataupun handphone dapat dikategorikan sebagai suatu transaksi elektronik. UU ITE juga mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang lengkap dan benar. Kewajiban tersebut terdapat dalam Pasal 9 UU ITE yang berbunyi : “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”

Dalam penjelasannya disebutkan bahwa yang dimaksud dengan “informasi yang lengkap dan benar” adalah meliputi :

- 1) Informasi yang memuat identitas serta status subjek hukum dan kompetensinya, baik sebagai produsen, pemasok, penyelenggara maupun perantara
- 2) Informasi lain yang menjelaskan hal tertentu yang menjadi syarat sahnya perjanjian serta menjelaskan barang dan/atau jasa yang ditawarkan seperti nama, alamat, dan deskripsi barang/jasa

Telah diatur dalam UU ITE dalam pasal 20 UU ITE dijelaskan bahwa “kecuali ditentukan lain oleh para pihak, transaksi elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim oleh pengirim telah diterima dan disetujui oleh penerima”. Hal ini sesuai dengan prinsip hukum perdata dimana suatu perjanjian terjadi pada saat tercapainya kata sepakat. Oleh karena itu, setelah penjual dan pembeli sepakat untuk melakukan perjanjian jual-beli, maka penjual dan pembeli tersebut sudah terikat dan memiliki kewajiban untuk mematuhi perjanjian tersebut. Untuk itu ada baiknya bahwa pernyataan “sepakat” tersebut disimpan sehingga dapat digunakan sebagai alat bukti untuk menyatakan bahwa telah terjadi kesepakatan apabila dikemudian hari terjadi suatu perselisihan mengenai hal tersebut.⁵²

C. Pertanyaan Penelitian

Adapun pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme transaksi di alshaya?
2. apakah konsumen anda saat ini dirasa cukup untuk memenuhi permintaan produksi anda?
3. Apakah barang yang anda pasarkan sesuai dengan produk yang anda distribusikan ke konsumen?
4. Jika terjadi kesalahan bagaimana penanganan yang anda lakukan?

⁵² *Ibid.*,

5. Apakah konsumen membayar barang yang dibelinya sesuai dengan total harga yang anda berikan?
6. Kesalahan apa saja yang mungkin terjadi dalam sistem online yang anda jalankan ini?
7. Bagaimana anda mempromosikan dan memberi informasi tentang produk yang anda jual kepada konsumen supaya konsumen tertarik untuk membeli?
8. Apa anda merasa diuntungkan dengan memasarkan barang yang anda jual melalui online/
9. Darimana anda memperoleh suplai baju ini?
10. Bagaimana cara anda melindungi konsumen dalam membeli barang yang anda jual jika terjadi kesalahan dari pihak alshaya?

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian skripsi ini adalah untuk mengetahui perlindungan konsumen pada jual beli transaksi online menurut hukum Islam dan perundang-undangan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian skripsi ini adalah Butik Al-Shaya yang berlokasi di Jl.H.Jian No.47 C Cipete Utara Kebayoran Baru Cabang Cilandak, Jakarta Selatan. Interview dilakukan kepada pegawai butik tersebut. Waktu Penelitian ini dilakukan pada tanggal 19 Mei - 24 Mei 2017.

C. Metode dan Prosedur Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang menghasilkan data deskriptif dan tertulis dengan informasi dari lembaga yang terlibat dalam objek penelitian. ¹Jenis pelaporan yang digunakan adalah metode deskriptif analisis, yaitu penulis menggambarkan permasalahan dengan didasari pada data yang ada lalu dianalisis lebih lanjut untuk kemudian diambil suatu kesimpulan. Proses analisa dimulai dari membaca, mempelajari dan menelaah data yang didapat secara seksama, selanjutnya dari proses analisa tersebut

9. ¹Moeloeng Lexy J, *Metode Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosyada Karya, 2002), h.

penulis mengambil kesimpulan dari masalah yang bersifat umum kepada masalah yang bersifat khusus.

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang di gunakan adalah data primer dan data sekunder. Data Primer yaitu data yang didapatkan secara langsung dari sumbernya. Sumber terkait adalah berupa jawaban wawancara yang di lakukan pada salah satu Pegawai Butik Al-Shaya Cipete.

Data Sekunder, Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari literatur-litelatur kepustakaan seperti buku, dan media tulis jurnal. Sumber data sekunder pada penelitian ini di dapat dari salah satu pegawai butik Al-Shaya, serta media elektronik yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data yang akan penulis Gunakan dalam penulisan ini, yaitu sebagai berikut:

1. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Salah satu hal yang dilakukan dalam penelitian yaitu mempelajari beberapa literatur tertulis baik yang bersumber pada buku, jurnal, makalah, artikel, koran dan internet, maupun dari sumber tertulis lainnya yang mengandung informasi berkaitan dengan masalah yang dibahas, yang dihimpun dari berbagai tempat.

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Dalam hal ini penulis terjun langsung ke lokasi penelitian dengan teknik sebagai berikut:

3. Wawancara (*Interview*)

Dengan melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak terkait dengan penelitian ini dan menanyakan langsung dengan narasumber dari butik Al-Shaya Cipete.

4. Studi Dokumentasi

Yaitu dengan membaca buku literatur yang relevan dengan topik masalah dalam penelitian ini, serta mempelajari dokumen-dokumen.

5. Observasi

Dalam kaitannya dengan pengumpulan data, metode ini akan dilakukan dengan pengamatan secara langsung mengenai perlindungan konsumen dalam jual beli online. Teknik ini di ambil untuk mendeskripsikan data-data yang penulis kumpulkan, baik berupa data dari hasil wawancara, studi kepustakaan, observasi maupun dokumentasi selama mengadakan penelitian di butik Al-Shaya Cipete.

Dalam penelitian kualitatif, seorang peneliti tidak di harapkan dan tidak di anjurkan memelihara asumsi serta keyakinan bahwa dirinya sangat tahu tentang fenomena yang hendak di kaji. Jadi, tidak lazim untuk meyakinkan diri dan orang lain bahwa dirinya sangat tahu dan tidak mengetahuinya. Seorang peneliti lebih berada pada posisi sebagai orang belajar di masyarakat, bukan belajar tentang masyarakat. Karena itu, ia

sesungguhnya merupakan orang yang tidak tahu tentang yang tidak diketahuinya.²

F. Teknik Pengolahan data

Setelah pengumpulan data selesai dilakukan, maka selanjutnya adalah proses pengolahan data dilakukan dengan mentranskrip hasil wawancara, mengedit data, kemudian mengkalsifikasikan data sesuai masalah atau tema yang dibahas.

G. Teknik Analisis Data

Dalam penulisan ini, menggunakan metode deskriptif-analisis, yaitu dengan cara mengumpulkan data-data yang terkait melalui teknik pengumpulan data yang diperoleh, kemudian menjabarkan data-data agar mendapatkan gambaran yang jelas dan pada akhirnya penulis melakukan analisa deskriptif terhadap data tersebut.

H. Pemeriksaan keabsahan data

Peneliti menjelaskan bagaimana proses dan teknik yang di gunkana untuk keabsahan data yang mencakup kredibilitas, dependabilitas, tranferabilitas, dan konfirmabilitas dan dapat dengan hanya triangulasi, baik triangulasi sumber maupun waktu.

²Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif Kualitatif*, (Jakarta : Rajawali Press, 2010), Ed. 1 Cet VII, hlm. 43-49.

1. Kredibilitas (*credibility*)

Kredibilitas merupakan penetapan hasil penelitian kualitatif yang kredibel atau dapat di percaya dari perspektif partisipan dalam penelitian tersebut. Sebab dari perspektif ini bertujuan penelitian kualitatif adalah untuk mendeskripsikan atau memahami fenomena yang menarik perhatian dari sudut pandang partisipan. Partisipan adalah satu-satunya orang dapat menilai secara sah kredibilitas hasil penelitian tersebut. Strategi untuk meningkatkan kredibilitas data meliputi perpanjangan pengamatan, ketekunan penelitian, triangulasi, dan diskusi teman sejawat.

2. Transferabilitas (*transferability*)

Transferabilitas merujuk pada tingkat kemampuan hasil penelitian kualitatif yang dapat di generalisasikan atau di transfer. Peneliti kualitatif dapat meningkatkan transferabilitas dengan melakukan suatu pekerjaan mendeskripsikan konteks penelitian tersebut.

3. Dependabilitas (*dependability*)

Dependabilitas menekankan perlunya peneliti memperhitungkan konteks yang berubah-ubah dalam penelitian yang di lakukan. Peneliti bertanggung jawab menjelaskan perubahan-perubahan yang terjadi dalam setting dan bagaimana perubahan-perubahan tersebut dapat mempengaruhi cara pendekatan penelitian dalam studi tersebut.

4. Konfirmabilitas (*confirmability*)

Konfirmabilitas atau objektivitas merujuk pada tingkat kemampuan hasil penelitian yang di konfirmasikan oleh orang lain. Terdapat sejumlah

strategi untuk meningkatkan confirmabilitas. Peneliti dapat mendokumentasikan prosedur untuk mengoreksi dan mengoreksi seluruh data penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Penelitian skripsi ini dilakukan di Alshaya yang berlokasi di Jalan .H.Jian No.47 Cipete Utara Kebayoran Baru Jakarta Selatan. Dimana usaha bisnis ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang fashion milik Shasa Tutuko. Dalam penelitian ini penulis memperoleh gambaran umum usaha ini serta perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online (*E-Commerce*) menurut penilaian perundang-undangan dan hukum islam.

1. Sejarah singkat Alshaya

Alshaya bisnis online ini merupakan salah satu fashion busana online yang menyediakan kebutuhan fashion untuk konsumen terutama untuk kaum wanita. Jenis bisnis ini transaksinya dilakukan dengan menggunakan transaksi *online*, melalui jejaring sosila media *Instagram* Al-Shaya. Alamat online shop tersebut dapat diakses melalui situs *instagram* @alshayaalshaya maupun dengan *whatsapp massanger* yang dimiliki oleh pegawai bisnis online ini.¹

Bisnis online ini juga memiliki outlet butik yang bisa dikunjungi atau secara offline yang beralamat di JL.H.Jian No.47 C Cipete Utara Kebayoran Baru Jakarta Selatan Cabang Cilandak, Jakarta Selatan, Telpon

¹ Dikutip dari website <https://Alshaya.com/> pada 15 Juni 2017

+628111571188 Alshaya berdiri Juni 2013, di dirikan oleh Sasha Tutuko, Alshaya bergerak dalam dunia fashion.²

2. Visi Misi Al-shaya

Adapun visi dan misi Alshaya adalah sebagai berikut.³

a. Visi

Menjadi merek fashion busana yang memiliki kredibilitas dari masa ke masa dengan ciri khas unik, cantik dan trendy dan menjadi salah satu bagian dari trend mode fashion dunia dan selalu tidak lepas dari sentuhan karya tangan bangsa Indonesia

b. Misi

Menciptakan karya-karya yang kreatif dan inovatif agar bisa bersaing dengan industri fashion nasional maupun internasional

3. Produk Al-shaya

Gambar 4.1
Produk Al-shaya



² *ibid*

³ *Ibid.*



B. Analisis Data

1. Hasil Analisis mekanisme Transaksi Jual beli dalam sistem *E-Commerce* secara online

Transaksi jual beli *E-Commerce* merupakan salah satu perjanjian jual beli sebagaimana jual beli pada umumnya yang biasa dilakukan masyarakat. Hanya perbedaannya terletak pada media yang digunakan. Pada transaksi *E-Commerce* yang dipergunakan adalah media elektronik yaitu internet sehingga kesepakatan ataupun perjanjian yang tercipta adalah melalui *online*. Berikut merupakan gambaran mekanisme transaksi jual beli di Al-Shaya:

a. Mekanisme transaksi jual beli di Alshaya:

ORDER

- Kode barang + Warna

PENERIMA

Nama :

Alamat:

No HP:

KIRIM KE

Whatsapp : +628111571188

Website : alshayaindonesia.com

- b. Apabila sudah selesai berbelanja, disitu juga tertera jumlah nominal belanja apabila total akhir akan dikonfirmasi kembali kepada konsumen. Setelah yakin dengan apa yang akan dipesan, maka diharuskan melengkapi data pribadi berupa nama, nomor hp, dan alamat pengiriman yang lengkap. Kemudian tunggu konfirmasi stok dan total belanja dari Alshaya beserta biaya pengiriman jika pengiriman ke luar Jabodetabek. Kemudian apabila sudah mendapatkan konfirmasi tentang total belanja, maka konsumen yang berbelanja dapat mentransferkan pembayaran melalui Bank-bank yang ditunjuk oleh Alshaya. Setelah melakukan transfer, kemudian konfirmasi pada Alshaya melalui *email* atau *whatsapp* yang ditunjuk oleh Alshaya, maka pihak Alshaya akan mengecek transfer pembeli tersebut.⁴

Mekanisme transaksi jual beli melalui internet sebagaimana disebutkan di atas ini tentu memberikan banyak kemudahan bagi konsumen. Selain konsumen tidak perlu datang langsung ke tempat penjual, dari sisi bisnis sendiri, penawaran yang dilakukan tersebut dapat

⁴ Data hasil wawancara alshaya Ibu Puput pada 16 juni 2017

memperluas pasar. Dengan kebebasan akses bagi semua orang, tidak hanya lingkup *domestik* saja, akan tetapi lingkup nasionalpun dapat dijangkau oleh para pelaku usaha. Dengan kehadiran *E-Commerce* ini, semua orang dapat melakukan *window shopping* di toko-toko online ini dengan mengakses situs-situs toko *online* tersebut,⁵

Salah satu isu terbesar dalam implementasi sistem *E-Commerce* adalah mekanisme pembayaran via internet. Berbagai aspek transaksi yang tergolong dalam berbagai proses interaksi bisnis konvensional berubah dengan cepat ketika perdagangan secara *face- to-face* mulai digantikan dengan perdagangan online. Ada beberapa tahapan yang dijalani untuk melakukan usaha, yaitu mencari lokasi si penjual, memilih suatu produk, menayakan harga, membuat suatu penawaran, sepakat untuk melakukan pembayaran, mengecek indentitas dan validitas mekanisme pembayaran, penyerahan barang oleh penjual dan penerimaan oleh pembeli. Mekanisme pembayaran online juga harus menyertakan semua atau sebagian dari tahapan-tahapan ini dalam alur pembayaran yang digunakan.⁶ Dalam transaksi *E-Commerce* melalui internet perintah pembayaran (*payment instruction*) melibatkan beberapa pihak selain dari pembeli (*cardholder*) dan penjual (*merchant*).⁷ Para pihak itu adalah *payment gateway*, *acquirer* dan *issuer*. Pihak-pihak tersebut merupakan sebuah keharusan adanya dalam transaksi online.

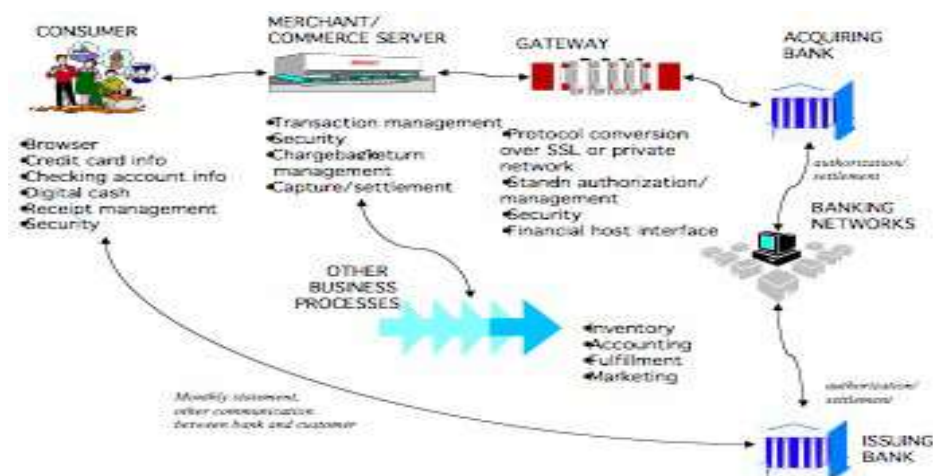
⁵ <https://yurindra.wordpress.com/E-Commerce/mekanisme-transaksi-pembayaran-di-internet/> diakses pada 28 mei 2017

⁶ Indrajid, *E-Commerce*, h. 80.

⁷ Muhammad Aulia Adnan, *aspek hukum pembayaran elektronik transaction*), h. 54.

Dalam bisnis konvensional sehari-hari, biasanya seseorang melakukan pembayaran terhadap produk atau jasa yang dibelinya melalui berbagai cara. Cara yang paling umum adalah membayar langsung dengan alat pembayaran yang sah (uang), secara tunai (*cash*). Cara lain adalah dengan menggunakan kartu kredit (*credit card*), kartu debit (*debit card*), cek pribadi (*personal check*), atau transfer antara rekening. Proses pembayaran biasanya dilakukan di tempat diperjual belikannya produk atau jasa tersebut. Lokasi tersebut biasa disebut POS (*point of sale*).⁸

Gambar 4.2
POS (*point of sale*)



Prinsip pembayaran dalam *E-Commerce* sebenarnya tidak jauh berbeda dengan dunia nyata semuanya serba digital dan serta didesain serba elektronik (tidak ada uang) kertas, koin, atau cek yang ditandatangani dengan pena).⁹ Mekanisme jual beli Alshaya dengan transaksi jual beli online jual beli online ini sangat membantu konsumen

⁸ www.articlesmekanisme pembayaran internet.com/ diakses pada 15 juni 2017 pkl 10.42

⁹ Kosiur, *Understanding Electronic Commerce*, h. 36 dan 41

untuk mempermudah memilih fashion yang berkembang pesat dengan kecanggihan gadget saat ini, konsumen tidak perlu membuang waktu untuk keluar rumah mencari fashion yang ia butuhkan. Namun cukup dengan membuka instagram di kolom *serch* @alshayaalshaya dan bisa langsung memilih produk yang diinginkan.¹⁰ Transaksi secara online bergantung dengan kartu kredit, karena hampir semua teknologi yang tersedia menghendaki transaksi yang dilakukan lewat kartu kredit. Terjadinya transaksi antara konsumen dan pihak merchant/pedagang dijumpai oleh pihak ketiga yang dapat berupa bank atau lembaga keuangan. Jika seorang konsumen menggunakan kartu kredit untuk berbelanja ke satu merchant tertentu, misalnya ke www.alshaya.com maka transaksi tersebut akan dijumpai oleh bank yang mengurus masalah rekening bank pihak merchant¹¹ Tapi jelasnya tersedia sejumlah solusi yang berbeda-beda, selain dengan kartu kredit/debit pada pembayaran online melalui internet, seperti dengan menggunakan cek elektronik (e-check) dan uang digital.

- c. Pembayaran dengan kartu kredit Dalam dunia kartu kredit/debit, ada beberapa pihak yang berperan dalam transaksi. Pemegang kartu kredit/debit, disebut dengan istilah *cardholder*. Kartu kredit/debit diterbitkan oleh sebuah bank, yang disebut issuer. Nama dan logo bank biasanya tercantum pada kartu kredit/ debit tersebut. Bank-bank tersebut melakukan lisensi merek (*brand*) kartu kredit/debit dari institusi kartu

¹⁰ Data hasil wawancara alshaya Ibu Puput pada 16 juni 2017

¹¹ Ibid.,

kredit/debit seperti visa, master card atau maestro. Selanjutnya, pedagang (*merchant*) yang dapat menerima kartu kredit/debit, juga memiliki hubungan dengan sebuah bank, yang dikenal dengan istilah inilah merchant memiliki *account* yang akan ”menampung” uang dari *cardholder*. Ada beberapa langkah yang dilakukan saat melakukan sebuah transaksi online dengan kartu kredit:

- 1) consumer memilih barang yang akan dibeli pada *website merchant*
- 2) Setelah harga ditotal, kemudian consumer memasukkan informasi kartu kredit/debit-nya pada form slip pembelian yang telah disediakan website merchant
- 3) Informasi tersebut selanjutnya dikirim ke web server merchant bersama informasi pembelian lainnya.
- 4) Merchant akan melakukan proses otorisasi.
- 5) Merchant melakukan otorisasi ke acquirer untuk selanjutnya diteruskan ke issuer melalui jaringan kartu kredit/debit
- 6) Setelah memeriksa validitas informasi kartu kredit/ debit, issuer akan mengirimkan hasil otorisasi kembali ke acquirer Accuierer kemudian mengirimkan hasil otorisasi kepada merchant dan diinformasikan kepada consumer melalui website merchant.
- 7) Jika otorisasi berhasil, merchant mengesahkan transaksi tersebut dan mengirimkan sesuatu yang telah dibeli ke alamat yang telah disepakati.

- 8) Berbagai cara biasanya dilakukan oleh merchant maupun bank untuk membuktikan kepada consumer bahwa proses pembayaran telah dilakukan dengan baik¹²

2. Hasil analisis terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online dalam hukum Islam.

Dalam Islam jual beli online disebut bai as-salam. Bai as-salam merupakan istilah dalam bahasa arab yang mengandung makna “penyerahan”. Secara terminologi ulama fiqih mendefinisikannya “menjual suatu barang yang penyerahannya ditunda, atau menjual suatu barang yang ciri-ciri nya jelas dengan pembayaran modal diawal, sedangkan barangnya diserahkan kemudian”¹³

Dalam pandangan Islam perlindungan konsumen bukan hanya hubungan keperdataan saja tetapi menyangkut hubungan yang luas seperti hubungan manusia dan Allah SWT.¹⁴ Pedoman pada prinsip dan sisi normatif seperti kehalalalalan dan keharaman dan sanksi hukum positif dan dewan hisbah dan peradilan, menjadi gagasan utama dalam perlindungan konsumen menurut hukum Islam.¹⁵ Berbeda dengan perlindungan konsumen yang mengacu pada hukum positif dengan dasar undang-undang yang berlaku. Dalam konsep Islam, perlindungan konsumen lebih mengacu kepada konsep halal dan haram serta keadilan ekonomi

¹² Indrajid, *E-Commerce*, ha. 82

¹³ Zulham. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Kencana, 2013), h. 24

¹⁴ Ibid

¹⁵ Azharudin Lathif dan Nahrowi. *Pengantar Hukum Bisnis: Pendekatan Hukum Positif dan Hukum Islam*. (Tangerang Selatan: UIN Jakarta Press, 2013), h.14

berdasarkan prinsip-prinsip syariah, yaitu al-quraan dan as-sunnah¹⁶ tentu saja walau tidak disebut dengan hukum perlindungan konsumen, Islam sudah dulu mengenalkan pentingnya jual beli yang merugikan hak-hak konsumen.

Konsumen menurut prinsip islam tidak dipandang sebagai perseorangan saja, tetapi juga dipandang lebih luas yaitu setiap orang, kelompok, atau badan hukum pemakai suatu benda atau jasa karena adanya hak yang sah, yang dimana produk tersebut baik dipakai dalam pemakaian terakhir maupun untuk produksi.¹⁷ aktivitas ekonomi Islam dalam perlindungan konsumen meliputi perlindungan terhadap zat, produksi, distribusi dan tujuan produksi hingga pada akibat mengkonsumsi barang tersebut.¹⁸

Adapun hak-hak konsumen yang melekat menurut Islam antara lain :¹⁹

- a. Hak untuk mengetahui informasi atas barang dan jasa.

Informasi tentang suatu barang atau jasa yang ditawarkan dalam transaksi jual beli harus di jelaskan secara benar dan jelas, termasuk dalam kuantitas, kualitas, bahkan jumlah harga dan kesucian dari barang atau jasa tersebut. Hal itu dilakukan agar konsumen tidak terjebak dalam sistem pemasaran dari sebuah iklan yang tidak wajar

¹⁶ Muhammad dan Alimin. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BFP,2004), h.132

¹⁷ *Ibid*

¹⁸ Zulham. *Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Kencana, 2013), h.25

¹⁹ Azharuddin Lathif, dan Nahrowi. *Pengantar Hukum Bisnis: Pendekatan Hukum Positif dan Hukum Islam*. (Tangerang Selatan: UIN Jakarta Press, 2013), h.16

dan menimbulkan kerugian. Dalam Islam perbuatan seperti itu disebut perbuatan gharar yang dimana jual beli yang samar sehingga ada kemungkinan penipuan²⁰ dan termasuk hal yang sangat tercela.

b. Hak konsumen atas kebebasan memilih

Hak ini dimaksudkan bahwa seorang konsumen mempunyai sebuah hak memilih dalam transaksi jual beli, hak tersebut adalah hak untuk melanjutkan ataupun membatalkan jual beli yang biasa disebut hak *khiyar*.²¹

3. Hasil Analilis terhadap penerapan Perlindungan Konsumen di Butik Al-shaya menurut undang-undang perlindungan konsumen.

Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang lebih luas yang memuat asas-asas atau kaidah kaidah yang bersifat mengatur dan juga mengandung sifat melindungi kepentingan konsumen. Hukum konsumen adalah keseluruhan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak yang satu sama lain berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.²²

Dengan munculnya undang-undang No 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) memberikan dua hal penting yakni, pertama pengakuan transaksi elektronik dan dokumen elektronik dalam kerangka hukum perikatan dan hukum pembuktian, sehingga

²⁰ *Ibid*

²¹ *Ibid*

²² Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2008),h.58.

kepastian hukum transaksi elektronik dapat terjamin dan yang kedua diklasifikasikannya tindakan-tindakan yang termasuk kualifikasi pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan TI (Teknologi Informasi) disertai dengan sanksi pidananya. Dengan adanya pengakuan terhadap transaksi elektronik dan dokumen elektronik maka setidaknya kegiatan *E-Commerce* mempunyai basis legalnya.²³

Walaupun beberapa permasalahan yang ada sudah dapat diselesaikan dengan munculnya UU ITE ini, namun mengenai masalah perlindungan konsumen dalam *E-Commerce* masih perlu untuk dikaji lebih dalam, apakah UU ITE sudah mampu memberikan perlindungan hukum bagi konsumen. Hak konsumen yang diabaikan oleh pelaku usaha perlu dicermati secara seksama. Pada era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini, banyak bermunculan berbagai macam produk barang/pelayanan jasa yang dipasarkan kepada konsumen, baik melalui promosi, iklan, maupun penawaran secara langsung.²⁴

Dari hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada staff butik alshya²⁵ dapat disimpulkan beberapa penerapan perlindungan konsumen dalam transaksi online di butik ini, yaitu sebagai berikut:

- a. Dalam Pasal 4 huruf a UUPK menyatakan *bahwa hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi*

²³ Ghufron A. Masadi, *Perundang-Undangan E-Commerce*, cet. 1, (Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada, 2010). h. 71.

²⁴ *Ibid*

²⁵ Data hasil wawancara alshya Ibu Puput pada 16 juni 2017

*barang atau jasa.*²⁶ Penerapan ketentuan pasal 4 huruf a tersebut oleh butik alshaya diwujudkan dalam bentuk barang yang dikirim selalu datang tepat waktu.

- b. Dalam pasal 4 huruf c UUPK menyatakan bahwa *hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa.*²⁷ Penerapan ketentuan pasal 4 huruf c tersebut di butik alshaya dengan cara memberikan informasi secara jelas dan terperinci di website/ display butik al-shaya yang sesuai dengan kondisi barangnya.
- c. Dalam pasal 7 huruf a UUPK menyatakan bahwa *pelaku usaha berkewajiban untuk bertikad baik dalam melakukan usahanya.*²⁸ Penerapan ketentuan pasal 7 huruf a tersebut di butik alshaya diwujudkan dengan bertikad baik dalam bentuk menerima pengembalian barang apabila pesanan tidak sesuai dengan gambar/ display.
- d. Dalam Pasal 6 huruf a UUPK menyatakan *menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan.*²⁹ Penerapan ketentuan pasal 6 huruf a UUPK tersebut di butik alshaya dalam hal ini pihak al-shaya mendapatkan pembayaran yang sesuai dari konsumen dari membeli produk al-shaya.

²⁶ Pasal 4 huruf a Undang-undang perlindungan konsumen tahun 1999

²⁷ Pasal 4 huruf c Undang-undang perlindungan konsumen tahun 1999

²⁸ Pasal 7 huruf a Undang-undang perlindungan konsumen tahun 1999

²⁹ Pasal 6 huruf a Undang-undang perlindungan konsumen tahun 1999

- e. Dalam Pasal 19 angka 1 UUPK menyatakan *pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.*³⁰ Penerapan ketentuan pasal 19 angka 1 tersebut oleh butik alshaya diwujudkan dalam bentuk pihak al-shaya memberikan ganti rugi dari barang yang rusak atau cacat kondisi barang nya ke barang yang baru untuk konsumen.
- f. Dalam Pasal 9 UURI tentang informasi dan transaksi elektronik menyatakan *pelaku usaha menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.*³¹ Penerapan ketentuan pasal 9 tersebut oleh butik alshaya diwujudkan dalam bentuk produk alshaya yang dijual bisa dilihat di instagram alshaya dari model dan bahan yang diinginkan konsumen serta harganya sudah tertera di sosial media yaitu instagram.
- g. Dalam Pasal 41 angka 1 UURI tentang informasi dan transaksi elektronik menyatakan *masyarakat dapat berperan meningkatkan pemanfaatan teknologi informasi melalui penggunaan dan penyelenggaraan sistem elektronik dan transaksi elektronik sesuai dengan ketentuan undang-undang ini.*³² Penerapan ketentuan pasal 41 angka 1 tersebut di butik alshaya dengan cara memberikan keuntungan

³⁰ Pasal 19 angka 1 Undang-undang perlindungan konsumen tahun 1999

³¹ Pasal 9 Undang-undang republik indonesia tahun 1999

³² Pasal 41 angka 1 Undang-undang republik indonesia tahun 1999

dari konsumen maupun pihak alshaya selaku penjual online ini, sangat dimudahkan dengan menjual atau membeli produk nya dan siapa saja bisa mengakses internet karena kemajuan teknologi saat ini.

- h. Dalam Pasal 1 UURI tentang perlindungan konsumen menyatakan *perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.*³³

Penerapan ketentuan pasal 1 tersebut oleh butik alshaya diwujudkan dalam bentuk pihak alshaya sangat merespon sekali jika terjadi kesalahan kepada konsumen dengan memberi penjelasan serta informasi kepada konsumen atas kesalahannya dan mengganti barang yang baru.

- i. Dalam Pasal 7 huruf d UURI tentang perlindungan konsumen menyatakan *menjamin mutu barang dan atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang atau jasa yang berlaku.*³⁴ Penerapan ketentuan pasal 7 huruf d tersebut oleh butik alshaya diwujudkan dalam bentuk memproduksi produk nya sendiri dari membeli bahan, mendesain dan menjahitnya. Yang mendesain yaitu pemilik alshaya dan yang menjahitnya khusus penjahit yang sudah berpengalaman selama 5 tahun jadi, sudah pasti kualitas sangat diutamakan untuk konsumen.

³³ Pasal 1 huruf Undang-undang republik indonesia tahun 1999

³⁴ Pasal 7 huruf d Undang-undang republik indonesia tahun 1999

Untuk memberikan gambaran lebih jelas mengenai penerapan perlindungan konsumen dalam undang-undang perlindungan konsumen akan dijelaskan kedalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Perbandingan antara UUPK dengan Pemesanan di Butik Al shaya

No	UUPK	Pemesanan di butik	Keterangan
1	Pasal 4 huruf a UUPK menyatakan <i>bahwa hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa</i>	Penerapan ketentuan pasal 4 huruf a terkait oleh butik alshaya diwujudkan dalam bentuk barang yang dikirim selalu datang tepat waktu.	Sudah diterapkannya perlindungan konsumen
2	pasal 4 huruf c UUPK menyatakan <i>bahwa hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa</i>	Penerapan ketentuan pasal 4 huruf c tersebut di butik alshaya dengan cara memberikan informasi secara jelas dan terperinci di website/ display butik al-shaya sudah sesuai dengan kondisi barangnya.	Sudah diterapkannya perlindungan konsumen
3	pasal 7 huruf a UUPK menyatakan <i>bahwa pelaku usaha berkewajiban untuk beritikad baik dalam melakukan usaha nya</i>	Penerapan ketentuan pasal 7 huruf a terkait di butik alshaya akan bertikad baik dalam bentuk menerima pengembalian barang apabila pesanan tidak sesuai dengan gambar/ display.	Sudah diterapkannya perlindungan konsumen
4	Pasal 6 huruf a UUPK menyatakan <i>menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan</i>	Penerapan ketentuan pasal 6 huruf a UUPK tersebut di butik alshaya dalam hal ini pihak al-shaya mendapatkan pembayaran yang sesuai dari konsumen dari membeli produk al-shaya.	Sudah diterapkannya perlindungan konsumen
5	Pasal 9 UURI tentang informasi dan transaksi elektronik menyatakan <i>pelaku usaha menawarkan produk melalui sistem</i>	Penerapan ketentuan pasal 9 tersebut oleh butik alshaya diwujudkan dalam bentuk produk alshaya yang dijual bisa dilihat di	Sudah diterapkannya perlindungan konsumen

	<i>elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.</i>	instagram alshaya dari model dan bahan yang diinginkan konsumen serta harganya sudah tertera di sosial media yaitu instagram.	
6	Pasal 41 angka 1 UURI tentang informasi dan transaksi elektronik menyatakan <i>masyarakat dapat berperan meningkatkan pemanfaatan teknologi informasi melalui penggunaan dan penyelenggaraan sistem elektronik dan transaksi elektronik sesuai dengan ketentuan undang-undang ini</i>	Penerapan ketentuan pasal 41 angka 1 tersebut di butik alshaya dengan cara memberikan keuntungan dari konsumen maupun pihak alshaya selaku penjual online ini, sangat dimudahkan dengan menjual atau membeli produk nya dan siapa saja bisa mengakses internet karena kemajuan teknologi saat ini.	Sudah diterapkannya perlindungan konsumen
7	Pasal 9 UURI tentang informasi dan transaksi elektronik menyatakan <i>pelaku usaha menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.</i>	Penerapan ketentuan pasal 9 tersebut oleh butik alshaya diwujudkan dalam bentuk produk alshaya yang dijual bisa dilihat di instagram alshaya dari model dan bahan yang diinginkan konsumen serta harganya sudah tertera di sosial media yaitu instagram.	Sudah diterapkannya perlindungan konsumen
8	Pasal 1 UURI tentang perlindungan konsumen menyatakan <i>perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen</i>	Penerapan ketentuan pasal 1 tersebut oleh butik alshaya diwujudkan dalam bentuk pihak alshaya sangat merespon sekali jika terjadi kesalahan kepada konsumen dengan memberi penjelasan serta informasi kepada konsumen atas kesalahannya dan mengganti barang yang baru	Sudah diterapkannya perlindungan konsumen
9	Pasal 7 huruf d UURI tentang perlindungan	Penerapan ketentuan pasal 7 huruf d tersebut oleh	Sudah diterapkannya

	<p><i>konsumen menyatakan menjamin mutu barang dan atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang atau jasa yang berlaku</i></p>	<p>butik alshaya diwujudkan dalam bentuk alshaya memproduksi produk nya sendiri dari membeli bahan, mendesain dan menjahitnya. Yang mendesain yaitu pemilik alshaya dan yang menjahitnya khusus penjahit yang sudah berpengalaman selama 5 tahun jadi, sudah pasti kualitas sangat diutamakan untuk konsumen.</p>	<p>perlindungan konsumen</p>
--	---	---	------------------------------

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari skripsi ini adalah sebagai berikut.

Mekanisme transaksi jual beli secara online dilakukan melalui tahapan Pembeli memesan barang lewat media online, setelah itu pembeli melengkapi data pribadi berupa nama, nomor hp, dan alamat pengiriman yang lengkap. Kemudian tunggu konfirmasi stok dan total belanja dari Alshaya beserta biaya pengiriman jika pengirimian ke luar Jabodetabek. Apabila sudah mendapatkan konfirmasi tentang total belanja, konsumen yang berbelanja dapat mentransferkan pembayaran melalui Bank-bank yang ditunjuk oleh Alshaya.

Setelah melakukan transfer, konfirmasi pada Alshaya melalui *email* atau *whatsapp* yang ditunjuk oleh Alshaya, dan pihak Alshaya akan mengecek transfer pembeli tersebut kemudian mengirim barang pesanan ke alamat pembeli. Transaksi jual beli online berdasarkan hukum Islam didasarkan pada ketentuan al –Quraan dan as-Sunnah. Yaitu surat al-Baqarah ayat 282 dan Hadist Bukhari dan Muslim tentang jual beli. Pada dasarnya praktik jual beli online diperbolehkan selama tidak mengandung unsur yang dapat merusaknya yaitu seperti gharar, riba, kezhaliman, penipuan dan kecurangan. Sedangkan hukum yang mengatur perlindungan konsumen adalah UU No 8 tahun 1999 tentang

perlindungan konsumen. Secara umum bisnis online milik butik al-shaya telah menerapkan prinsip perlindungan konsumen.

B. Saran

Dari hasil penelitian ini terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan yaitu:

1. Bagi pihak alshaya perlu meningkatkan kualitas produk alshaya untuk konsumen antara lain mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online.
2. Bagi konsumen sendiri diharapkan untuk membaca dan melihat secara teliti detail barang yang telah ditawarkan. Agar dikemudian hari tidak timbul masalah terkait pembelian tersebut.
3. Diharapkan adanya mahasiswa yang meneliti lebih lanjut terkait dengan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online (e-commerce) berdasarkan peraturan perundang-undangan dan hukum islam, diharapkan untuk mahasiswa yang menindaklanjuti penelitian ini agar lebih memperluas lagi penelitiannya untuk mendapatkan data yang sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

- Suwikno Dwi, *Bisnis Online Syariah* (Yogyakarta: Trust Media, 2009), cetakan pertama.
- Billah Mohd Ma'sum, *Islamic E-commerce Terapan, Tinjauan Hukum dan Praktek* (Kuala Lumpur: sweet & Maxwell Asia, 2010).
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana, 2012).
- Baasyir Ahamad Azhaar, *Asas Asas Hukum Muamalah* (Yogyakarta: UII Press, 2000).
- Asyur Ahmad Isa, *fiqh islam praktis, edisi terjemah* (Libanon: Darul Fikr, 1995).
- Badruzaman, *KUHPERDATA BUKU III*, (Bandung: Fuady Munir, 2006).
- Riswandi Budi Agus, *Hukum Dan Internet Di Indonesia* (Yogyakarta: UII Pres Indonesia, 2003).
- Barkatullah Abdul Halim, *hak-hak konsumen*. (Bandung: Nusa Media, 2010).
- Susanto Happy, *Hak-hak Konsumen jika Dirugikan*, (Jakarta: Visimedia, 2008).
- Meliala Adrianus, *Praktik Bisnis Curang*. (Jakarta: Pustaka Sinar harapan, 1993).
- Zulham, *Hukum Perlindungan konsumen*. (Jakarta kencana, 2013).
- Nahrowi dan Asharrudin Lathif, *Pengantar Hukum Bisnis: Pendekatan Hukum Positif dan Hukum Islam* (Tangerang Selatan: UIN Jakarta Press, 2013).
- Nasution, AZ, *Hukum Perlindungan Konsumen, Suatu Pengantar* (Jakarta: Diadit Media, 2002).
- Makarim Edmon, *Kompilasi Hukum Telematika*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003).
- Yodo Sutarman dan Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Rajawali Pers: Jakarta, 2010).
- Subendi. Handi *Fikh Muamalah* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011).
- Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, cet.2. (Jakarta : PT Gramedia pustaka utama, 2014).

Lathif AH. Azharuddin, *Fiqh muamalat*, cet.1, (Jakarta UIN Jakarta Press, 2005).

Haroen Nasrun, *Fiqh muamalat*, cet.2. (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007).

Supyadillah Asep dan Rini Fatma, *Fikih Muamalah Kontemporer*, (Jakarta: 2013).

Billah Mohd Ma'sum, *Islamic E-Commerce Terapan*, (Jakarta : 2008).

Syafe'I Rachmat, *Fiqh Muamalah*. Bandung 2000.

Syafei Rachmat, *Mekanisme E-Commerce Bandung* : Pustaka Setia, 2000.

Prasetyo Teguh Abdul dan Halim Barakatullah, *Bisnis E-Commerce* (Yogyakarta : Pustaka pelajar, 2005).

Wahbah al-zuhailib, *Al-fiqh al Islam wa Adilatuh*, jilid V.

Sabiq Sayyid, *Fikh Sunnah*, cet.2, (Bandung: PT. Al-Ma'rif, 2010).

Abdullah, *Fikih Muamalat*, cet.1, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007).

Tuasikal Muhammad Abduh. rumaysho.com/3240-apa-pekerjaan-yang-terbaik.html (Kamis, 18 juni 2017, pukul 16.03)

Masadi Ghufron A., *Perundang-Undangan E-Commerce*, cet. 1, (Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada, 2010).

J Moeloeng Lexy, *Metode Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosyada Karya, 2002).

Bungin Burhan, *Analisis Data Penelitian Kualitatif Kualitatif*, (Jakarta : Rajawali Press, 2010), Ed. 1 Cet VII.

Indrajid, *E-Commerce*.

Adnan Muhammad Aulia, *aspek hokum pembayaran elektronik transaction* .

Kosiur, *Understanding Electronic Commerce*.

Indrajid, *E-Commerce*.

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

Alimin. dan Muhammad, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPF, 2004).

Ghufron A. Masadi, *Perundang-Undangan E-Commerce*, cet. 1, (Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada, 2010).

Website

Aplikom1314t4g.blogspot.com/.../jual-beli-salam-dan-istishna.html, Di akses pada tanggal 23 Juli 2017 Pukul 14.30 WIB

Yusuf. Oik “*Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia*”.*Kompas*. Artikel diakses pada 19 Desember 2016 dari <http://tekno.kompas.com/read/2014/11/24/07430087/Pengguna.internet.Indonesia.Nomor.Enam.Dunia>

Ipsos. “*Interconnected World: Shopping dan Personal Finance*”. Artikel ini di akses pada 20 Desember 2016 dari <http://www.ipsos-oa.com/news-polls/pressrelease.aspx?id=5573>

Kaskus, artikel diakses pada 21 Desember 2016 dari, <http://www.kaskus.co.id/thread/531e9ad3f7ca172b768b4615/pelayanan-alshayacoid> dilihat pada 13.25 wib 18 januari 2017

<https://almanhaj.or.id/4319-kaidah-ke-50-hukum-asal-muamalah-adalah-halal-kecuali-ada-dalil-yang-melarangnya-2.html>

<https://rumaysho.com/3035-sistem-dropshipping-dan-solusinya.html> (diakses pada 26 desember. 16, pukul 15.19¹ Sakina Rakhma Diah Setiawan. “Ketika Orang Indonesia Lebih Senang Belanja Online” Kompas.

<https://www.alshaya.com/peluang-reseller-amp-dropship> (diakses pada 25 Desember 16, pukul 15.25)

<https://klikmarketin.wordpress.com/jaringan-internet> dilihat pada 11.11 wib 9 september 2016.

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/instagram> dilihat pada 10.13 wib 22 februari 2017.

<https://www.utopicomputers.com/pengertian-dan-cara-membuat-blog-di-blogspot-untuk-bisnis-online/> dilihat pada 10:15 wib 22 februari 2017.

<http://www.konsultasisyariah.com/> (diakses pada : Kamis, 22 Desember 2016, pukul 09.00 WIB

<http://www.hukumonline.com> ((diakses pada : Kamis, 22 Desember 2016, pukul 09.00 WIB)

<https://yurindra.wordpress.com/E-Commerce/mekanisme-transaksi-pembayaran-di-internet/> diakses pada 28 mei 2017

<https://yurindra.wordpress.com/E-Commerce/mekanisme-transaksi-pembayaran-di-internet/> diakses pada 28 mei 2017 pkl 10.42
www.articlesmekanisme-pembayaran-internet.com/ diakses pada 15 juni 2017 pkl 10.42

Dikutip dari website <https://Alshaya.com/> pada 15 Juni 2017

Undang-Undang

Pasal 4 huruf a Undang-undang perlindungan konsumen tahun 1999

Pasal 4 huruf c Undang-undang perlindungan konsumen tahun 1999

Pasal 7 huruf a Undang-undang perlindungan konsumen tahun 1999

Pasal 6 huruf a Undang-undang perlindungan konsumen tahun 1999

Pasal 19 angka 1 Undang-undang perlindungan konsumen tahun 1999

Pasal 9 Undang-undang republik indonesia tahun 1999

Pasal 41 angka 1 Undang-undang republik indonesia tahun 1999

Pasal 1 huruf Undang-undang republik indonesia tahun 1999

Pasal 7 huruf d Undang-undang republik indonesia tahun 1999