

SKRIPSI
TINJAUAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP
KETIDAKSESUAIAN BARANG DALAM *PLATFORM*
JUAL BELI *ONLINE*



OLEH

SELVIANA
NIM : 19.2200.012

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE

2024 M / 1445 H

**TINJAUAN HUKUM PERLINDUNGAN
KONSUMEN TERHADAP KETIDAKSESUAIAN
BARANG DALAM *PLATFORM* JUAL BELI *ONLINE***



OLEH

**SELVIANA
NIM : 19.2200.012**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H)
pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu
Hukum Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI HUKUM KELUARGA ISLAM
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2024 M / 1445 H

PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Barang dalam Platform Jual Beli Online

Nama Mahasiswa : Selviana

NIM : 19.2200.012

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam Nomor: 2947 Tahun 2022

Disetujui oleh :

Pembimbing Utama : Dr. Zainal Said, M.H.
NIP : 19761118 200501 1 002




Pembimbing Pendamping : Azlan Thamrin, S.H., M.H.
NIDN : 2014098902



Mengetahui:
Fakultas syariah dan ilmu hukum Islam
Dekan,




Dr. Rahmawati, M.Ag.
NIP. 19760901 200604 2 001

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Barang dalam Platform Jual Beli Online

Nama Mahasiswa : Selviana

NIM : 19.2200.012

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam Nomor: 2947 Tahun 2022

Tanggal Kelulusan : 4 Januari 2024

Disahkan Oleh Komisi Penguji :

| | | |
|--------------------------|--------------|---------|
| Dr. Zainal Said, M.H. | (Ketua) | (.....) |
| Azlan Thamrin, S.H., M.H | (Sekretaris) | (.....) |
| Dr. H. Mahsyar, M. Ag | (Anggota) | (.....) |
| Dr. Fikri, S.Ag., M. HI | (Anggota) | (.....) |

Mengetahui:

Fakultas syariah dan ilmu hukum Islam

Dekan,



Dr. Rahmawati, M.Ag.

NIP. 19760901 200604 2 001

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَ الْمُرْسَلِينَ وَعَلَى
آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt berkat hidayah, taufik dan perlindungan-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar “ Sarjana Hukum Ekonomi Islam pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam” di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan judul penelitian “ Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Ketidakesesuaian Barang dalam *Platform* Jual Beli *Online*”

Penulis menghanturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada bapak Adi dan Ibu Nursia, dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan Bapak Dr. Zainal Said, M.H selaku pembimbing I dan Bapak Azlan Thamrin, S.H., M.H. selaku pembimbing II atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih .

Selanjutnya penulis juga menyampaikan terima kasih *kepada:*

1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola lembaga pendidikan ini demi kemajuan IAIN Parepare.

2. Ibu Dr. Rahmawati, S.Ag, M.Ag. sebagai Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.

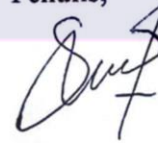


3. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam yang selama ini telah mendidik penulis hingga dapat menyelesaikan studi yang masing-masing mempunyai kehebatan tersendiri dalam menyampaikan materi perkuliahan.
4. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare.
5. Jajaran staf administrasi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam serta staf akademik yang telah begitu banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai pengurusan berkas ujian penyelesaian studi.
6. Semua teman-teman penulis senasib dan seperjuangan prodi Hukum Ekonomi Islam yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu yang memberikan warna tersendiri pada alur kehidupan penulis menjalani studi di IAIN Parepare.

Penulis tak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 9 Juli 2023
Penulis,



Selviana
NIM.19.2200.012

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Selviana
NIM : 19.2200.012
Tempat/Tgl Lahir : Parepare, 28 Januari 2001
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen
Terhadap Ketidaksesuaian Barang dalam *Platform*
Jual Beli Online

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 9 Juli 2023
Penulis,


Selviana
NIM.19.2200.012

ABSTRAK

Selviana, *Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Barang dalam Platform Jual Beli Online* (Dibimbing oleh Zainal Said dan Azlan Thamrin)

Skripsi ini membahas tentang hukum perlindungan konsumen terhadap ketidaksesuaian barang dalam *platform* Jual Beli *Online*, permasalahan yang diajukan yaitu: Bagaimana bentuk transaksi *online* dalam ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online*, Bagaimana bentuk perlindungan konsumen terhadap ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online*, Bagaimana pandangan islam terhadap ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online*.

Jenis penelitian yang digunakan kualitatif pendekatan studi pustaka (*Library Research*). Data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Dengan teknik pengumpulan data yaitu teknik kajian pustaka pada buku, jurnal dan referensi terkait dengan hukum perlindungan konsumen terhadap ketidaksesuaian barang dalam *platform* Jual Beli *Online*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Bentuk transaksi *online* terkait dengan ketidaksesuaian barang pada *platform* jual beli *online* yaitu jual beli *online* melibatkan pembelian dan penjualan barang melalui media elektronik *shopee* yang konsumen melakukan pembelian barang secara virtual tanpa melihat atau memegang barang secara fisik sebelumnya, barang dengan kualitas yang ditampilkan menunjukkan bahwa jumlah kuantitas barang yang dipesan dan barang yang sampai kepada konsumen. 2) Bentuk Perlindungan konsumen dilakukan melalui 2 tahap yaitu non litigasi dan secara litigasi di pengadilan dengan melakukan tahapan secara jalur hukum. 3) Pandangan hukum ekonomi syariah terhadap ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online* yaitu menekankan prinsip-prinsip kejujuran, keadilan, dan saling memenuhi hak dalam transaksi jual beliantara konsumen dan pelaku usaha jual beli dengan mendorong penyelesaian masalah secara damai dan adil melalui komunikasi dan mediasi secara persaudaraan mencari solusi yang saling menguntungkan dan jika tidak mendapatkan solusi maka konsumen dapat mencari bantuan dari lembaga penyelesaian sengketa yang diakui oleh otoritas Islam atau mempertimbangkan proses litigasi yang sesuai dengan hukum yang berlaku

Kata kunci : *Perlindungan Konsumen, Ketidaksesuaian Barang, Jual Beli Online*

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN KOMISI PEMBIMBING | ii |
| HALAMAN KOMISI PENGUJI | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| PERNYATAAN KEASLIAN | vi |
| ABSTRAK | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| PEDOMAN LITERASI | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 6 |
| C. Tujuan penelitian | 6 |
| D. Kegunaan Penelitian | 7 |
| E. Definisi Istilah..... | 7 |
| F. Tinjauan Penelitian Relevan | 8 |
| G. Landasan Teori | 9 |
| H. Kerangka Konseptual..... | 21 |
| I. Kerangka Pikir | 23 |
| J. Metode Penelitian | 24 |
| BAB II BENTUK TRANSAKSI ONLINE DALAM KETIDAKSESUAIAN BARANG DALAM PLATFORM JUAL BELI ONLINE | 44 |
| BAB III BENTUK PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP KETIDAKSESUAIAN BARANG DALAM PLATFORM JUAL BELI ONLINE | 61 |

| | |
|---|-----------|
| BAB IV PANDANGAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP KETIDAK PASTIAN BARANG DALAM PLATFORM JUAL BELI ONLINE | 74 |
| BAB V PENUTUP | 84 |
| A. Kesimpulan | 84 |
| B. Saran | 85 |
| DAFTAR PUSTAKA | I |
| LAMPIRAN | II |



DAFTAR GAMBAR

| No. Gambar | Judul Gambar | Halaman |
|------------|----------------|---------|
| 2.1 | Kerangka Pikir | 40 |



DAFTAR LAMPIRAN

| No Lampiran | Judul Lampiran |
|-------------|------------------|
| 1 | Dokumentasi |
| 2 | Biografi Penulis |



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|------|--------------------|----------------------------|
| ا | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | Ba | B | Be |
| ت | Ta | T | Te |
| ث | Ṣa | ṣ | es (dengan titik di atas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | Ḥa | ḥ | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | Kha | Kh | ka dan ha |
| د | Dal | D | De |
| ذ | Ḍal | Ḍ | Zet (dengan titik di atas) |
| ر | Ra | R | Er |
| ز | Zai | Z | Zet |
| س | Sin | S | Es |
| ش | Syin | Sy | es dan ye |
| ص | Ṣad | ṣ | es (dengan titik di bawah) |
| ض | Ḍad | Ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | Ṭa | ṭ | te (dengan titik di bawah) |

| | | | |
|---|--------|---|-----------------------------|
| ظ | Za | z | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | \`ain | ` | koma terbalik (di atas) |
| غ | Gain | G | Ge |
| ف | Fa | F | Ef |
| ق | Qaf | Q | Ki |
| ك | Kaf | K | Ka |
| ل | Lam | L | El |
| م | Mim | M | Em |
| ن | Nun | N | En |
| و | Wau | W | We |
| ه | Ha | H | Ha |
| ء | Hamzah | ‘ | Apostrof |
| ي | Ya | Y | Ye |

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|--------|-------------|------|
| ـَ | Fathah | A | A |
| ـِ | Kasrah | I | I |
| ـُ | Dammah | U | U |

2. Vokal Rangkap

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

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|----------------|-------------|---------|
| ...ي | Fathah dan ya | Ai | a dan u |
| ...و | Fathah dan wau | Au | a dan u |

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------------|-------------------------|-------------|---------------------|
| ...ا...ى... | Fathah dan alif atau ya | Ā | a dan garis di atas |
| ...ى | Kasrah dan ya | Ī | i dan garis di atas |
| ...و | Dammah dan wau | Ū | u dan garis di atas |

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “ t” .

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “ h” .

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan “ h” .

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab

berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- نَسِيئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ / Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا / Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

A. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah :

| | | |
|------|---|---------------------------------------|
| swt. | = | <i>subhānahu wata`ālā</i> |
| saw. | = | <i>Shallallahu `Alaihi wa Sallam`</i> |
| a.s. | = | <i>alaihis salam</i> |
| H | = | <i>Hijriah</i> |
| M | = | <i>Masehi</i> |
| SM | = | <i>Sebelum Masehi</i> |
| l. | = | Lahir Tahun |
| w. | = | Wafat tahun |

QS.../...:4 = QS. al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat
4

HR = Hadis Riwayat

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam Bahasa Indonesia kata “ editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

et al, : “ Dan lain-lain” atau “ dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“ dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan untuk karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahannya.

Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam Bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan teknologi informasi yang terlihat dari masifnya penggunaan jaringan internet juga meningkatkan kebutuhan masyarakat untuk selalu melakukan transaksi perdagangan dengan menggunakan jaringan internet. Berbagai aspek transaksi yang termasuk dalam proses interaksi bisnis konvensional berubah dengan cepat seiring digantikannya perdagangan tatap muka oleh perdagangan online berbasis internet. Transaksi komersial (transaksi keuntungan) yang biasanya dilakukan secara konvensional kini beralih ke arah yang lebih dinamis melalui pemanfaatan jaringan internet. Transaksi melalui jaringan internet diyakini dapat memudahkan para penggiat ekonomi dalam bertransaksi dan memberikan solusi dalam ruang dan waktu yang terbatas. Bahkan, dalam hal ini bentuk transaksi tersebut bisa terjadi secara bersamaan tanpa harus mengadakan pertemuan sehingga dapat menghemat waktu.¹

Masalah dalam transaksi jual beli *online* timbul karena secara obyektif para pihak tidak bertatap muka secara langsung sebagaimana dalam jual beli biasa atau konvensional. Pelaksanaan jual beli melalui media *internet* ini dalam prakteknya menimbulkan beberapa permasalahan, misalnya pembeli yang seharusnya bertanggung jawab untuk membayar sejumlah harga dari produk atau jasa yang dibelinya, tapi tidak melakukan pembayaran. Bagi para pihak yang tidak melaksanakan tanggung jawabnya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dapat digugat oleh pihak yang merasa dirugikan untuk mendapatkan ganti rugi.

¹ Ashabul Fadhli, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Akad As-Salam Dalam Transaksi E-Commerce", Jurnal Mazahib (Jurnal Pemikiran Hukum Islam), Vol. XV, No. 1, 2016, hlm. 2.

Salah satu bentuk permasalahan yang muncul dalam transaksi jual beli *online* adalah sering kali barang yang dikirimkan oleh penjual kepada konsumen tidak sama dengan barang yang ada dalam iklan di *internet*. Penjual untuk menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan adalah dengan menampilkan barang yang bagus di dalam iklan yang dimuat di internet, akan tetapi waktu pengiriman barang ternyata barang yang dikirim tidak sama dengan barang yang ada di iklan.

Di era globalisasi yang sangat maju ini, banyak orang yang ingin tampil modis dengan mengenakan pakaian atau barang dari brand ternama di luar negeri, padahal harga barang tersebut bisa dikatakan sangat mahal dan tidak terjangkau. Hal ini memicu masyarakat untuk tidak lagi menggunakan atau membeli barang-barang buatan dalam negeri.²

Berbagai barang dari brand ternama mulai beredar luas di Indonesia dengan bantuan fasilitas pemesanan online yang kini sudah tersebar luas di kalangan masyarakat, sehingga memudahkan masyarakat untuk membeli barang yang diinginkannya dari luar negeri dengan cara yang mudah, di harga yang ditawarkan. Dalam belanja online, barang dari brand ternama bisa dikatakan tidak murah, sehingga masih banyak masyarakat kelas atas yang berminat untuk mendapatkan izin. Namun terkadang dalam bisnis jual beli online terdapat oknum-oknum penipu yang memanfaatkan kemajuan era digital ini untuk kepentingan pribadi, seperti barang tidak sesuai gambar yang dipesan, ketidaksesuaian kualitas dengan spesifikasi barang yang ada. telah dicantumkan dalam uraian, resiko barang, cara penggunaan barang, serta kerusakan dan cacat barang yang dapat merugikan

² Moh.Nafri, 2017, Perlindungan Hukum terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing di Indonesia, URL: file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/254-475-1- SM.pdf.

konsumen.³

Bisnis dalam bidang jual beli semakin maju, kemajuan teknologi menjadi salah satu media pertemuan pedagang dan pembeli dengan cara menawarkan dagangannya melalui jejaring sosial mulai dari forum jual beli *online* resmi ataupun aplikasi pribadi seperti facebook line, dan instagram. Dalam jual beli *online*, penjual harus beroperasi tanpa kontradiksi yang disengaja antara perkataan dan tindakan. Mereka wajib menepati janji, tepat waktu, menerima kelemahan dan kekurangan, senantiasa meningkatkan mutu barang atau jasa, dan tidak boleh menipu atau berbohong. Penjual harus dapat diandalkan, menunjukkan keterbukaan, kejujuran, pelayanan optimal dan baik dalam segala hal terutama dalam hal yang berkaitan dengan pelayanan masyarakat. Karena sifat perwalian, pelaku usaha bertanggung jawab untuk memenuhi kewajibannya.

Pembahasan dan permasalahan yang telah penulis uraikan di atas sangat kontradiktif dan berbanding terbalik dengan apa yang terjadi pada masa sekarang ini dalam hal ini pedagang *online* yang menampilkan jualannya tidak sesuai dengan ketentuan yang telah penulis uraikan di atas. Problematika itu menjadi salah satu alasan penelitian ini lakukan.

Fenomena yang terjadi di tengah-tengah masyarakat sekarang ini sangat mudah ditemui penjual yang menjual barang merek terkenal tanpa sepengetahuan dari pemilik merek asli, contohnya penjual yang menjual barang-barang palsu berupa baju, celana, tas, dan sepatu di pinggir jalan serta ada juga melalui transaksi *online* untuk memperjual belikan barang-barang palsu tersebut dengan harga

³ Ryan Samuel Sitohang, 2019, Analisis Yuridis Pertanggungjawaban Provider Jual Beli Online atas Penjualan Barang-Barang Palsu, URL : <http://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/16180/140200264.pdf?sequence=1>.

miring. Transaksi *online* tersebut selain berdampak positif yaitu memudahkan dan mempercepat proses pembelian barang yang diinginkan, tetapi memiliki dampak negatif juga bagi konsumen yaitu misalnya seperti kasus yang marak terjadi dalam proses transaksi jual beli *online*, yang mana barang yang dipesan tidak sesuai dengan apa yang diterima konsumen.

Bukti nyata terkait kasus ini dapat kita temui di kolom komentar salah satu *marketplace* ternama yang ada di Indonesia, *shopee* adalah salah satu *marketplace* terkemuka di Asia Tenggara, sebagai sebuah *marketplace* yang di luncurkan di Singapura pada tahun 2015 dan menjadi pasar utama untuk *Shopee* di Asia Tenggara. *Shopee* telah menjadi salah satu pasar berbasis *online* terkemuka dan digunakan oleh masyarakat lebih dari 200 juta pengguna di seluruh Asia Tenggara. Di Indonesia, *Shopee* menjadi salah satu *platform* belanja *online* yang paling populer.

Sebagai *marketplace online*, *Shopee* menyediakan *platform* yang mempertemukan penjual dan pembeli. Pengguna dapat menjual produk mereka melalui *Shopee*, baik sebagai penjual individu atau sebagai toko resmi. Di sisi pembeli, *Shopee* menawarkan berbagai macam produk dengan beragam kategori, mulai dari pakaian, elektronik, peralatan rumah tangga, kebutuhan sehari-hari, hingga produk-produk kreatif. *Shopee* memiliki beberapa keunggulan yang membuatnya diminati oleh pengguna di Indonesia. Antarmuka yang mudah digunakan, sistem pencarian yang efisien, dan fitur-fitur interaktif seperti chat dan komentar membantu pengguna untuk menemukan produk yang mereka cari dan berinteraksi dengan penjual atau pembeli lainnya. Selain itu, *Shopee* juga menawarkan berbagai metode pembayaran yang aman dan nyaman serta program perlindungan pembeli untuk memastikan pengalaman berbelanja yang lebih

terjamin.

Shopee juga aktif dalam mengadakan promosi, diskon, dan program cashback yang menarik bagi pengguna di Indonesia. Hal ini memberikan kesempatan kepada pengguna untuk mendapatkan produk dengan harga lebih terjangkau atau mendapatkan keuntungan tambahan dari pembelanjaan mereka. Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa dalam kasus yang di temukan adanya konsumen yang menunjukkan ketidakpuasan dengan memberi bintang satu dengan disertai dengan komplain konsumen bahwa gambar tidak sesuai dengan barang yang konsumen dapatkan atau barang yang sampai di lokasi konsumen tidak sesuai. Selain itu, salah satu kasus pula yang sering terjadi di kalangan mahasiswa ialah kasus reseller yang share barang bukan barang dengan dokumentasi yang asli melainkan hasil editan sehingga banyak konsumen komplain secara langsung kepada reseller dan hasilnya nihil karena di tutupi dengan alasan bahwa konsumen sudah terlanjur order.

Pedagang *online* yang melakukan praktik penggunaan gambar yang tidak sesuai atau pencantuman gambar yang berbeda mendapat keuntungan karena barang palsu yang dijual banyak pelanggan yang membelinya, sedangkan dari pihak pemilik merek dan konsumen pasti dirugikan karena pedagang tersebut telah menjual barang-barang palsu tersebut kepada konsumen sehingga membuat konsumen tidak mendapatkan kepuasan dalam melakukan transaksi jual beli *online*.

Posisi konsumen ketika terjadi hak seperti ini tentu saja mendapat banyak kerugian dan sistem keadilan dan perlindungan konsumen tidak dapat tercapai di karenakan konsumen telah menyepakati transaksi jual beli tersebut yang mana ketika kepuasan dan aspek penipuan terjadi hal ini sangat bertentangan dengan pandangan hukum islam atau dasar hukum islam yang melarang hal tersebut,

melihat urgensi dan berkaca pada keresahan dan fenomena yang terjadi ini maka peneliti tertarik untuk mengupas lebih dalam dan lebih lanjut terkait fenomena dan permasalahan yang telah peneliti uraikan di atas.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang di atas, sehingga dapat ditentukan rumusan masalah, yakni:

1. Bagaimana bentuk transaksi *online* dalam ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online*?
2. Bagaimana bentuk perlindungan konsumen terhadap ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online*?
3. Bagaimana pandangan hukum ekonomi syariah terhadap ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat ditemukan tujuan dilakukannyapenelitian ini:

1. Untuk mendeskripsikan bentuk transaksi *online* dalam ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online*.
2. Untuk mendeskripsikan bentuk perlindungan konsumen terhadap ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online*.
3. Untuk mendeskripsikan pandangan hukum ekonomi syariah terhadap ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online*.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Sebagai sarana untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya mengenai Tinjauan hukum perlindungan konsumen terhadap ketidaksesuaian barang dalam jual beli *online*.

2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini adalah sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan studi pada program studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Parepare. Hasil penelitian ini juga diharapkan bermanfaat secara praktis bagi semua pihak yang berkompeten. Penelitian ini juga diharapkan agar dapat di manfaatkan sebagai pedoman dan pertimbangan masyarakat dalam melakukan jual beli secara *online*.

E. Definisi Istilah

Penelitian ini berfokus pada kajian terkait dengan beberapa permasalahan sebagaimana dijelaskan dalam pembahasan pendahuluan penelitian, adapun fokus kajian ini yaitu:

1. Pembahasan pertama terkait dengan bagaimana bentuk transaksi *online* dalam ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online*.
2. Pembahasan kedua terkait dengan bagaimana bentuk perlindungan konsumen terhadap ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online*.
3. Pembahasan ketiga terkait dengan bagaimana pandangan islam terhadap ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online*.

F. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian terdahulu sangat diperlukan dalam penelitian. Penelitian terdahulu memungkinkan kita melihat kelebihan dan kekurangan antara penulis dengan penulis sebelumnya dalam berbagai teori dan konsep yang diungkapkan penulis mengenai permasalahan penelitian. Penelitian sebelumnya juga membantu pembaca melihat dan mengapresiasi persamaan dan perbedaan antara teori penulis dengan teori penulis lain yang membahas masalah yang sama. Beberapa diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh:

Cici Febrianty “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pemasangan Gambar Palsu Di Marketplace Facebook (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Palopo)” membahas mengenai pandangan hukum islam terhadap pemasangan gambar palsu di marketplace facebook dilihat dari syarat sahnya belum bisa dikatakan sebagai bisnis *online* yang sesuai dengan syariat Islam karena terdapat pedagang yang menjual barang tidak sesuai dengan spesifikasi barang atau gambar yang diiklankan, karena dalam hukum ekonomi syariah pemasangan gambar palsu di marketplace facebook tidak di perbolehkan karena adanya unsur kezaliman, monopoli dan penipuan karena dalam bermuamalah manusia dilarang merugikan pihak lain, manusia diperintahkan untuk memelihara tali persaudaraan antar sesama makhluk sosial sehingga dalam aturan hukum Islam dilarang memakan harta yang diperoleh dengan jalan yang tidak dibenarkan agama Islam.

Dalam penelitian ini terdapat kesamaan tentang pandangan hukum islam terhadap jual beli dari aspek manfaat objek jual beli yang mengandung unsur penipuan. Namun yang membedakan dengan penelitian ini terletak pada objek yang diteliti yaitu penelitian sebelumnya meneliti tentang pemasangan gambar palsu di marketplace facebook sedangkan penelitian saat ini meneliti tentang ketidaksesuaian

barang dalam *platform* jual beli *online*.

Febrina Fitri Permatasari Santoso “ Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Online* Yang Mencantumkan Gambar Dan Testimoni Hoax Di Ponorogo” penelitian ini membahas pandangan hukum islam mengenai jual beli yang mencantumkan testimoni atau gambar hoax adalah tidak sah karena sifat objeknya tidak diketahui dengan jelas serta terdapat unsur gharar, namun apabila pembeli tidak merasa dirugikan dengan adanya gambar hoax, jual beli tersebut diperbolehkan dan dianggap sebagai keringanan serta dispensasi khusus bagi pelaku bisnis.

Dalam penelitian ini terdapat kesamaan tentang pandangan hukum islam terhadap jual beli dari aspek manfaat objek jual beli yang mengandung unsur gharar. Namun yang membedakan dengan penelitian ini terletak pada objek dan sumber data yang di pakai, objek yang dipakai penelitian terdahulu membahas tentang Jual Beli *Online* Yang Mencantumkan Gambar Dan Testimoni Hoax Di Ponorogo sedangkan penelitian saat ini meneliti tentang ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online* di kota parepare. Sejauh ini peneliti belum menemukan judul penelitian yang serupa dengan penelitian ini. Oleh karena itu, dalam skripsi ini penyusun bermaksud meneliti mengenai tinjauan hukum perlindungan konsumen terhadap ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online*.

G. Landasan Teori

Penelitian ini menggunakan kerangka teoritis atau konsep-konsep yang menjadicaun teori dalam menganalisis dan menjawab permasalahan-permasalahan yang akanditeliti. Adapun tinjauan teori yang digunakan dalam penelitian, yaitu:

1. Teori Jual Beli

Teori jual beli adalah konsep yang digunakan dalam ekonomi untuk menjelaskan interaksi antara penjual dan pembeli dalam transaksi komersial. Teori ini didasarkan pada hukum permintaan dan penawaran, di mana permintaan

cenderung turun saat harga naik, dan penawaran cenderung naik saat harga naik.⁴ Pembeli mempertimbangkan manfaat dan biaya dalam memutuskan untuk membeli, sementara penjual mempertimbangkan keuntungan dan biaya dalam memutuskan untuk menjual.

Secara definisi, jual beli adalah suatu proses atau tindakan saling menukar barang atau jasa antara penjual dan pembeli dengan kesepakatan yang mencakup pertukaran nilai. Dalam jual beli, penjual menawarkan barang atau jasa yang diinginkan oleh pembeli, dan pembeli memberikan imbalan berupa uang, barang, atau jasa lain yang dianggap setara dengan nilai yang ditawarkan.⁵

Teori jual beli merupakan konsep yang sangat relevan dalam konteks ekonomi, yang bertujuan menjelaskan dinamika interaksi antara penjual dan pembeli dalam suatu transaksi komersial. Dasar dari teori ini adalah hukum permintaan dan penawaran, di mana permintaan suatu barang atau jasa cenderung menurun seiring dengan kenaikan harga, sementara penawaran cenderung meningkat seiring dengan kenaikan harga. Dengan kata lain, harga suatu barang atau jasa ditentukan oleh interaksi kompleks antara keinginan pembeli dan ketersediaan penjual.

Dalam konteks teori jual beli, pembeli dan penjual memiliki peran dan pertimbangan masing-masing. Pembeli cenderung mempertimbangkan manfaat dan biaya sebelum membuat keputusan untuk membeli. Pertimbangan ini melibatkan evaluasi apakah kepuasan atau manfaat yang diperoleh dari barang atau jasa tersebut sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Selain itu, keinginan pembeli juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti preferensi pribadi, kebutuhan, dan faktor

⁴ Jamil, Fathurahman, Hukum Ekonomi Islam, (Jakarta : Sinar Grafika, 2013)

⁵ Jurnal JESTT Departemen Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. Vol. 1 No. 2 Februari 2014

ekonomi lainnya.

Penjual dalam teori jual beli mempertimbangkan keuntungan dan biaya dalam membuat keputusan untuk menjual suatu barang atau jasa. Keuntungan penjual bergantung pada harga yang dikenakan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Penjual akan cenderung menentukan harga yang optimal untuk memaksimalkan keuntungan mereka, sambil tetap mempertimbangkan kompetisi di pasar dan harga yang dapat diterima oleh pembeli potensial.

Secara definisi, jual beli adalah suatu proses atau tindakan saling menukar barang atau jasa antara penjual dan pembeli dengan kesepakatan yang mencakup pertukaran nilai. Dalam transaksi jual beli, penjual menyajikan barang atau jasa yang diinginkan oleh pembeli, dan pembeli memberikan imbalan berupa uang, barang, atau jasa lain yang dianggap setara dengan nilai yang ditawarkan oleh penjual. Kesepakatan ini menjadi dasar bagi pertukaran yang adil dan saling menguntungkan antara kedua belah pihak.

Melalui teori jual beli, ekonomi memahami bahwa dinamika pasar dipengaruhi oleh interaksi kompleks antara penjual dan pembeli, serta faktor-faktor ekonomi lainnya. Perubahan dalam preferensi konsumen, kondisi ekonomi, dan faktor-faktor lainnya dapat memengaruhi perilaku jual beli, menciptakan fluktuasi dalam harga dan jumlah barang atau jasa yang diperdagangkan. Dengan pemahaman ini, para ekonom dapat mengembangkan model dan strategi untuk memahami dan merespons perubahan dalam perilaku pasar dan mencapai efisiensi ekonomi.

Sebagaimana dijelaskan dala QS. Al Baqarah 2:275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
 مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ
 وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ
 وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا

Terjemahnya:

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, disebabkan mereka berkata: "Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba", padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat teguran dari Tuhannya lalu berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah lalu dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa kembali (mengambil riba), maka mereka itulah adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

Berdasarkan ayat diatas, jual beli pada hakikatnya adalah pertukaran barang.

Hal ini dilakukan oleh masyarakat primitif, ketika uang belum digunakan sebagai alat tukar barang, yaitu dengan sistem barter. Walaupun sistem barter sudah digantikan dan ditinggalkan dengan sistem mata uang, namun sifat jual beli masih berlaku pada saat itu.

Jual beli melibatkan perjanjian antara penjual dan pembeli mengenai harga, kualitas, jumlah, waktu, dan syarat-syarat lain yang berkaitan dengan transaksi tersebut. Dalam proses ini, penjual bertujuan untuk memasarkan produk atau jasanya kepada calon pembeli, sedangkan pembeli mencari barang atau jasa yang memenuhi kebutuhan atau keinginannya.

Tujuan utama jual beli adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sambil memastikan penjual mendapatkan imbalan yang sesuai atas

produk atau jasa yang ditawarkan. Aktivitas jual beli juga berperan dalam menggerakkan aktivitas ekonomi, menghasilkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja, dan memfasilitasi pertukaran nilai antara individu, bisnis, atau lembaga.

Berdasarkan ayat yang disebutkan, esensi jual beli pada dasarnya adalah proses tukar-menukar barang. Praktik ini bukanlah konsep baru dan telah dilakukan oleh masyarakat primitif sejak zaman uang belum menjadi alat tukar-menukar yang umum digunakan. Sistem barter, di mana barang atau jasa ditukar langsung tanpa melibatkan uang, menjadi bentuk awal dari kegiatan jual beli. Meskipun uang kemudian menggantikan sistem barter, esensi tukar-menukar barang tetap melekat dan terkadang tercermin dalam dinamika jual beli modern.

Jual beli, baik dalam sistem barter maupun dengan menggunakan mata uang, melibatkan perjanjian antara penjual dan pembeli. Perjanjian ini mencakup berbagai aspek, seperti harga, kualitas, jumlah, waktu, dan syarat-syarat lain yang relevan dengan transaksi tersebut. Penjual bertujuan untuk memasarkan produk atau jasanya kepada calon pembeli, sedangkan pembeli mencari barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginannya.

Inti dari jual beli tidak hanya sebatas pertukaran materi, tetapi juga mencakup elemen perjanjian yang memastikan bahwa setiap pihak terlibat dapat memahami dan menyetujui kondisi transaksi. Dalam proses ini, terdapat upaya penjual untuk mempromosikan produk atau jasanya, sementara pembeli melakukan pencarian untuk mendapatkan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginannya.

Tujuan utama dari kegiatan jual beli adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sementara itu, penjual berusaha memastikan bahwa imbalan

yang diterima sesuai dengan nilai dari produk atau jasa yang ditawarkan. Jual beli bukan hanya sekadar transaksi komersial, melainkan juga berperan dalam menggerakkan aktivitas ekonomi secara lebih luas.

Aktivitas jual beli memiliki dampak positif dalam ekonomi, seperti menghasilkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja, dan memfasilitasi pertukaran nilai antara individu, bisnis, atau lembaga. Dengan melibatkan interaksi antara penjual dan pembeli, kegiatan ini memberikan kontribusi penting terhadap pertumbuhan ekonomi dan dinamika pasar. Dengan melihat esensi jual beli dalam perspektif ini, dapat disimpulkan bahwa prinsip-prinsip dasar seperti kejujuran, saling menguntungkan, dan transparansi tetap relevan dalam setiap bentuk transaksi. Meskipun konteksnya berkembang seiring waktu, jual beli tetap menjadi pijakan utama dalam menjalankan aktivitas ekonomi, menciptakan keseimbangan antara kebutuhan konsumen dan kepentingan penjual.

Secara konsep Jual Beli menurut para ahli mendefinisikan bahwa:

1. Adam Smith

Adam Smith seorang ekonom klasik, menyatakan bahwa jual beli adalah hasil dari kebutuhan manusia akan pertukaran barang dan keinginan untuk meningkatkan kesejahteraan. Menurutnya, pasar bebas dan persaingan adalah elemen penting dalam jual beli yang efisien.

2. Philip Kotler

Philip Kotler seorang ahli pemasaran terkemuka, mengemukakan bahwa jual beli adalah proses pertukaran nilai antara penjual dan pembeli. Dia menekankan pentingnya memahami kebutuhan dan keinginan pembeli serta menciptakan nilai bagi mereka melalui produk, harga, promosi, dan distribusi.

3. Peter Drucker

Peter Drucker, seorang pakar manajemen, melihat jual beli sebagai aliran aktivitas yang melibatkan proses produksi, pemasaran, dan distribusi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurutnya, fokus utama haruslah pada penciptaan dan pemeliharaan pelanggan.

4. Michael Porter

Michael Porter, seorang ahli strategi bisnis, menganggap jual beli sebagai elemen penting dalam persaingan bisnis. Dia menekankan pentingnya memahami kekuatan persaingan, diferensiasi produk, dan nilai tambah yang dapat ditawarkan kepada pelanggan.

5. Theodore Levitt

Theodore Levitt, seorang profesor pemasaran, berpendapat bahwa jual beli bukan hanya tentang transaksi satu kali, tetapi tentang membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dia menekankan pentingnya pelayanan pelanggan yang baik dan pemenuhan kebutuhan yang berkelanjutan.⁶

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa Teori jual beli merupakan konsep yang digunakan dalam bidang ekonomi untuk menjelaskan hubungan antara penjual dan pembeli dalam suatu transaksi komersial. Teori ini melibatkan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penjualan, serta dinamika pasar yang melibatkan penawaran dan permintaan.

Pengertian tersebut sama dengan istilah jual beli. Jual beli dalam istilah fiqih disebut dengan al-bai yang berarti menjual sesuatu, menukarkan dan

⁶ Priyono dan Zainuddin Ismail, *Teori Ekonomi Cet II*, (Surabaya : Dharma Ilmu, 2021)

menukarkannya dengan sesuatu yang lain. Pengucapan bahasa arab al- bai⁷ terkadang digunakan untuk mengartikan kebalikannya, yaitu asy-syira (membeli). Jadi, kata al-bai berarti menjual, tetapi juga membeli.

Dalam jual beli terbagi menjadi 3 bagian yaitu :

1. Transaksi jual beli yang barangnya dapat dilihat merupakan jenis jual beli yang memungkinkan kedua belah pihak untuk melihat secara langsung barang yang akan diperjualbelikan. Hal ini memungkinkan pembeli untuk menilai apakah barang tersebut sesuai dengan kebutuhan atau tidak sebelum melakukan transaksi. Jenis jual beli seperti ini dianggap sah menurut hukum.
2. Transaksi jual beli yang melibatkan karakteristik atau atribut tertentu. Barang yang diperdagangkan tidak dapat dilihat secara langsung, namun pembeli memberikan spesifikasi atau kriteria barang yang diinginkan, sehingga penjual dapat menyiapkan barang yang sesuai dengan permintaan pembeli. Jenis jual beli yang kedua sering disebut sebagai salam dan diizinkan dalam hukum Islam.
3. Transaksi jual beli sesuatu yang tidak ada dan tidak dapat dilihat oleh kedua belah pihak. Jual beli yang ketiga hukumnya tidak sah, karena penjual tidak mampu menghadirkan dari obyek jual beli, sehingga kedua belah pihak tidak dapat melihatnya, bahkan penjual menjual barang yang tidak ada maksudnya ialah tidak dimiliki oleh penjual.⁷

Jika dilihat dari konsep jual beli online, maka jual beli online secara garis besar masuk dalam kategori jual beli yang ketiga, yaitu jual beli sesuatu yang tidak ada dan tidak dapat dilihat oleh kedua belah pihak. Karena dari segi barang memang jual beli online tidak dapat memperlihatkan kepada pembeli secara

⁷ Muhammad bin Qasim, (t.t). Terjemah Fathul Qarib. Kudus: Menara Kudus

nyata, hanya dapat dilihat melalui gambar dan information. Selain tidak dapat dilihat secara langsung, barang tersebut tidak ada. Gambar bisa saja mengalami perubahan pada saat barang tersebut tiba setelah melakukan transaksi. Dengan adanya kemungkinan perubahan antara gambar yang ditampilkan dengan kenyataan merupakan hal yang harus diantisipasi dengan baik, sehingga pihak penjual harus memberikan opsi untuk mengembalikan jika barang yang dipesan tidak sesuai dengan pesanan. Dengan adanya opsi pengembalian maka akan terhindar dari unsur penipuan. Adanya opsi tersebut dalam fikih dikenal dengan sebutan khiyar. Salah satu khiyar dalam pandangan fikih mumalah ialah khiyar aib (cacat) yakni jika barang yang telah dibeli ternyata ada kerusakan sehingga pembeli berhak mengembalikan barang tersebut kepada penjual. Khiyar aib ini berlaku semenjak pembeli mengetahui cacat setelah berlangsungnya akad.

Dalam konteks jual beli, terdapat tiga kategori utama yang dapat merangkum berbagai jenis transaksi. *Pertama*, jual beli yang obyeknya dapat dilihat oleh kedua belah pihak. Ini merujuk pada situasi di mana barang yang menjadi objek transaksi berada di tempat yang dapat dilihat oleh penjual dan pembeli. Keberadaan barang yang nyata memungkinkan pembeli untuk menilai langsung apakah barang tersebut sesuai dengan kebutuhan atau preferensinya. Jenis jual beli seperti ini dianggap sah menurut hukum Islam, karena transparansi dalam obyek transaksi memungkinkan adanya penilaian yang jujur dari pembeli.

Kedua, terdapat jual beli yang melibatkan sesuatu yang tidak dapat dilihat secara fisik, namun pembeli memberikan ciri-ciri atau sifat tertentu dari barang yang diinginkan. Dalam konteks ini, penjual mempersiapkan barang yang sesuai dengan pesanan pembeli. Jenis transaksi ini dikenal dengan istilah "salam," dan

jual beli salam dianggap diperbolehkan dalam hukum Islam. Meskipun obyeknya tidak terlihat, adanya ciri-ciri yang dijelaskan oleh pembeli memberikan landasan bagi kesepakatan transaksi.

Ketiga, terdapat jual beli yang melibatkan sesuatu yang tidak ada dan tidak dapat dilihat oleh kedua belah pihak. Transaksi ini dianggap tidak sah dalam hukum Islam, karena penjual tidak mampu menghadirkan obyek jual beli tersebut. Dalam kasus ini, penjual menjual barang yang sebenarnya tidak dimilikinya atau barang yang tidak ada. Kedua belah pihak tidak dapat melihat barang tersebut, dan hal ini menjadi dasar ketidaksahean transaksi. Dengan merinci tiga kategori ini, hukum Islam mengatur prinsip-prinsip yang berkaitan dengan jual beli, menekankan pentingnya transparansi, keterlihatan obyek transaksi, dan ketepatan dalam menyediakan barang yang sesuai dengan pesanan pembeli. Keseluruhan kerangka hukum ini dirancang untuk memastikan bahwa transaksi jual beli dilakukan dengan kejujuran, saling menguntungkan, dan sesuai dengan prinsip-prinsip moral yang diakui dalam ajaran Islam.

Berdasarkan penjabaran tinjauan teoritis diatas, dikaitkan dengan dasar hukum jual beli menurut ahli yaitu:

1. Adanya Kontrak

Dasar hukum jual beli adalah kontrak antara penjual dan pembeli. Kontrak merupakan kesepakatan yang sah antara pihak-pihak yang terlibat, yang menetapkan hak, kewajiban, dan syarat-syarat yang mengatur transaksi jual beli. Dasar hukum jual beli terletak pada kontrak yang dibuat antara penjual dan pembeli. Kontrak ini mencakup persetujuan bersama tentang hak, kewajiban, dan syarat-syarat transaksi. Kontrak adalah perjanjian hukum

yang sah dan mengikat kedua belah pihak, memberikan landasan untuk melaksanakan transaksi jual beli dengan jelas dan teratur.

2. Pertukaran Kepemilikan

Dasar hukum jual beli terletak pada transfer kepemilikan suatu barang atau properti dari penjual kepada pembeli. Jual beli adalah mekanisme yang diatur oleh hukum untuk mentransfer hak kepemilikan secara sah. Jual beli melibatkan transfer kepemilikan barang atau properti dari penjual kepada pembeli. Dasar hukum ini menegaskan bahwa jual beli adalah mekanisme yang diatur oleh hukum untuk mentransfer hak kepemilikan secara sah. Pertukaran kepemilikan ini menandai berakhirnya hak milik penjual dan dimulainya hak milik pembeli.

3. Adanya Kesepakatan

Pendekatan ini menekankan bahwa dasar hukum jual beli terletak pada kesepakatan bersama antara penjual dan pembeli. Transaksi jual beli terjadi ketika pihak-pihak yang terlibat mencapai konsensus mengenai harga, barang, dan syarat-syarat lainnya. Dasar hukum jual beli bergantung pada kesepakatan antara penjual dan pembeli. Transaksi jual beli hanya dianggap sah ketika pihak-pihak yang terlibat mencapai kesepakatan mengenai harga, barang, dan syarat-syarat lainnya. Kesepakatan ini menciptakan konsensus yang menjadi dasar sah dari transaksi tersebut.

4. Pertukaran Nilai

Jual beli adalah pertukaran barang atau jasa dengan nilai yang setara antara penjual dan pembeli. Transaksi jual beli didasarkan pada pertukaran nilai yang dianggap bermanfaat bagi kedua belah pihak. Jual beli adalah

pertukaran barang atau jasa dengan nilai yang setara antara penjual dan pembeli. Dasar hukum ini menekankan bahwa transaksi jual beli didasarkan pada pertukaran nilai yang dianggap bermanfaat bagi kedua belah pihak. Kesetaraan nilai ini menjadi dasar dari keadilan dalam transaksi.

5. Perlindungan Konsumen

Pentingnya perlindungan hak konsumen dalam transaksi jual beli. Landasan hukum jual beli adalah upaya melindungi konsumen dari praktik yang merugikan dan memastikan bahwa mereka menerima produk atau jasa yang sesuai dengan harapannya. Salah satu aspek penting yang menjadi landasan hukum jual beli adalah perlindungan hak-hak konsumen. Landasan ini menekankan pentingnya upaya melindungi konsumen dari praktik-praktik yang merugikan, termasuk informasi yang salah, produk cacat, atau praktik bisnis yang tidak etis. Perlindungan konsumen mencakup hak untuk menerima produk atau jasa yang sesuai dengan harapannya.⁸

Perlu diperhatikan bahwa teori-teori ini mencerminkan pemahaman ahli dan pandangan mereka tentang dasar hukum jual beli. Pendekatan yang diterapkan dalam suatu negara atau sistem hukum tertentu dapat bervariasi tergantung pada interpretasi hukum dan norma-norma yang berlaku di wilayah tersebut. hukum jual beli memberikan kerangka kerja yang jelas untuk melaksanakan transaksi dengan adil, transparan, dan sesuai dengan prinsip-prinsip keadilan dan moral yang diakui dalam konteks hukum. Kesepakatan, kontrak, pertukaran kepemilikan, nilai, dan perlindungan konsumen menjadi fondasi yang memastikan integritas dan keabsahan setiap transaksi jual beli.

⁸ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018),

2. Transaksi Jual Beli Online

Transaksi jual beli *online* sering kali disebut dengan istilah *electronic commerce* yang dapat dikatakan masih terdengar asing disebagian besar masyarakat Indonesia. Pada umumnya transaksi jual beli diterapkan oleh golongan menengah ke atas. Sampai dengan saat ini, masih belum ada suatu pendefisian yang baku tentang keberadaannya dikenal juga sebagai transaksi jual beli.⁹

Pengertian transaksi jual beli *online* dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah proses pembelian dan penjualan barang atau jasa yang dilakukan melalui internet. Dalam transaksi ini, pembeli dan penjual berinteraksi melalui *platform* atau situs web *e-commerce* untuk melakukan transaksi bisnis.¹⁰

Sedangkan menurut (terminologi) adalah menurut pandangan WTO (*World Trade Organization*), jual beli *online* ini menyangkut semua kegiatan seperti produksi, distribusi, pemasaran, penjualan, pengiriman barang atau jasa melalui cara elektronik. Sementara Alliance For Global Business mengartikan jual beli *online* sebagai seluruh transaksi nilai yang melibatkan transfer informasi, produk, jasa atau pembayaran melalui jaringan elektronika sebagai media. Melalui media tersebut barang dan jasa yang bernilai ekonomi yang diracang, dihasilkan, diiklankan, dikatalogkan, diinventarisasi, dibeli atau dikirimkan.¹¹

Menurut Kalakota dan Whinston meninjau pengertian jual beli *online* dari empat perspektif, yaitu:

⁹ Adi Sulistyono Nugroho, *E-commerce Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: Ekuilibria, 2018), h. 5

¹⁰ Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 209

¹¹ Arsyad Sanusi, *Hukum E-commerce*, (Jakarta: Sasrawarna Printing, 2019), h. 217

1. Perspektif komunikasi Pada perspektif jual beli *online* merupakan sebuah proses pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui komputer ataupun peralatan elektronik lainnya.
2. Perspektif proses bisnis Pada perspektif ini Jual Beli *Online* merupakan sebuah aplikasi dari suatu teknologi menuju otomatisasi dari transaksi-transaksi bisnis dan alur kerja (work flow)
3. Perspektif layanan Pada perspektif ini jual beli *online* ialah suatu alat yang memenuhi keinginan yang memenuhi keinginan perusahaan, manajemen, dan konsumen untuk menurunkan biaya-biaya pelayanan di satu sisi dan untuk meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman.
4. Perspektif *online* Pada perspektif ini jual beli *online* menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual produk atau barang serta informasi melalui layanan internet maupun sarana *online* yang lainnya.¹²

Definisi lain dikemukakan oleh Amir Hartman secara lebih terperinci lagi mendefinisikan sebagai suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antar dua buah institusi (B-to-C) maupun antar institusi dan konsumen langsung (B-to-c).¹³

Definisi jual beli *online* yang lain dapat ditemukan di dalam website Uni Eropa, yaitu *E-commerce* merupakan sebuah konsep umum yang mencakup keseluruhan bentuk transaksi bisnis atau pertukaran informasi yang dilaksanakan dengan menggunakan/memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, yang terjadi antara perusahaan dan konsumen, atau antara perusahaan dan lembaga-

¹² Indrajit, *E-commerce Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, (Jakarta:Gramedia, 2021)

¹³Indrajit, *E-commerce Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, (Jakarta:Gramedia, 2021), h. 4

lembaga administrasi publik.¹⁴

Menurut Pasal 1 angka (2) UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Selain itu, Menurut Adi Nugroho mendefinisikan transaksi elektronik (*e-commerce*), adalah persetujuan jual beli antara pihak pembeli dengan penjual secara elektronik yang biasanya menggunakan jaringan computer pribadi.¹⁵ Dalam hal ini, konsumen yang menggunakan browser web untuk melakukan pemesanan dan menyediakan informasi dengan bentuk pembayaran seperti kartu kredit, digital cash atau cek elektronik.

B. Dasar Hukum Transaksi

Bila dilihat dari sistemnya serta prinsip operasionalnya, Berdasarkan pendapat yang membolehkan transaksi Jual beli *online* menurut Setiwan Budi Utomo, dalam Fiqih Aktual Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer menyatakan bahwa Jual beli *online* menurut fiqih kontemporer sebenarnya merupakan alat, media, metode teknis ataupun sarana (wasilah) yang dalam kaidah syariah bersifat fleksibel, dinamis dan variabel. Hal ini termasuk dalam kategori *umuriddunya* (persoalan teknis keduniawian) yang Rasulullah SAW pasrahkan sepenuhnya selama dalam koridor syariah kepada umat Islam untuk menguasai dan memanfaatkannya demi kemakmuran bersama.

Namun dalam hal ini ada yang tidak boleh berubah atau bersifat konstan dan prinsipil yakni prinsip-prinsip syariah dalam muamalah tersebut di atas yang tidak

¹⁴Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2015)

¹⁵Adi Sulisty Nugroho, *E-commerce Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: Ekuilibria,2018)

boleh dilanggar dalam mengikuti perkembangan. Menurut Wahbah Az-Zuhaili, bahwa prinsip dasar dalam transaksi muamalah dan persyaratannya yang terkait dengannya adalah boleh selama tidak dilarang oleh syariah atau bertentangan dengan dalil (nash) syariah.¹⁶

Oleh karena itu hukum transaksi dengan menggunakan media Jual beli *online* adalah boleh dilihat dari segi kemaslahatan dan kebutuhan manusia akan kemajuan teknologi yang cepat berubah sesuai dengan perkembangan zaman. Landasan shari'ah tentang transaksi Jual beli *online* adalah sebagai berikut:

1. Surat an-Nisa ayat 29

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.¹⁷

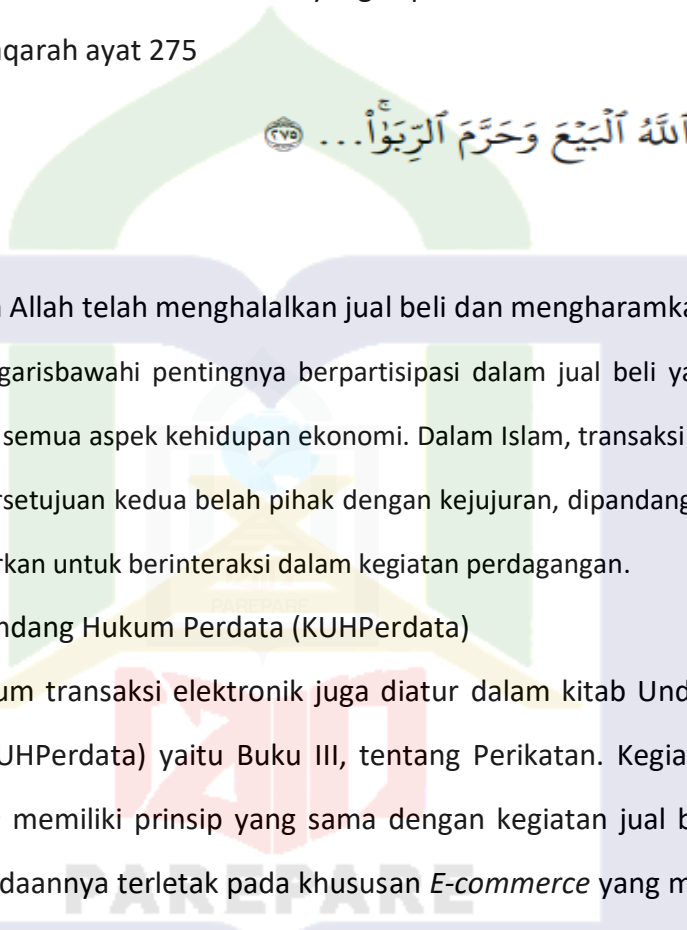
Ayat ini menerangkan hukum transaksi secara umum, lebih khusus kepada transaksi perdagangan, bisnis jual beli. Dalam ayat ini Allah mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan harta orang lain dengan jalan yang bathil, yaitu yang tidak dibenarkan oleh syariat. Kita boleh melakukan

¹⁶ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2021), h. 108

¹⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Cet. Ke-16, (Jakarta, CV Darus Sunnah: 2015)

transaksi terhadap harta orang lain dengan jalan perdagangan dengan asas saling ridha, saling ikhlas. Dalam ayat ini Allah juga melarang untuk bunuh diri sendiri maupun saling membunuh. Dan Allah melarang semua ini, sehingga wujud dari kasih sayang-Nya, karena Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kita.

2. Surat al-Baqarah ayat 275

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا... 

Terjemahnya:

dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.¹⁸

Ayat ini menggarisbawahi pentingnya berpartisipasi dalam jual beli yang halal dan menjauhi riba dalam semua aspek kehidupan ekonomi. Dalam Islam, transaksi jual beli yang adil, berdasarkan persetujuan kedua belah pihak dengan kejujuran, dipandang sebagai cara yang baik dan dianjurkan untuk berinteraksi dalam kegiatan perdagangan.

3. Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

Dasar hukum transaksi elektronik juga diatur dalam kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yaitu Buku III, tentang Perikatan. Kegiatan jual beli dalam *E-commerce* memiliki prinsip yang sama dengan kegiatan jual beli menurut KUHPerdata. Perbedaannya terletak pada khususnya *E-commerce* yang menggunakan alat elektronik untuk menunjang aktivitasnya. Menurut Pasal 1457 KUH Perdata, jual beli adalah suatu perjanjian, di mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain mengikatkan dirinya untuk membayar dengan harga yang telah dijanjikan. Dijelaskan dalam Pasal 1458 KUH Perdata, jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, setelah orang-

¹⁸ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Cet. Ke-16, (Jakarta, CV Darus Sunnah: 2015)

orang tersebut mencapai kesepakatan tentang barang dan harganya, meskipun barang tersebut belum diserahkan, dan harganya belum dibayar.¹⁹

C. Rukun dan Syarat

Setelah melihat dari pengertian dan proses terjadinya Jual Beli *Online*, transaksi Jual Beli *Online* dapat diqiyaskan atau disamakan dengan transaksi as-salam, dimana rukun dan syarat transaksi Jual Beli *Online* diqiyaskan kepada transaksi as-salam. Transaksi as-salam merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara tunai/disegerakan tetapi penyerahan barang di kemudian hari.²⁰

Transaksi *as-salam* merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara tunai/disegerakan tetapi penyerahan barang di kemudian hari.²¹

1. Rukun *as-Salam*

Pelaksanaan *bai' as-salam* harus memenuhi sejumlah rukun berikut:

- a. Orang yang memesan (Muslim) atau pembeli
- b. Orang yang menerima pesanan (Muslim ilaih) atau penjual.
- c. Modal atau uang
- d. Muslim fiihi atau barang yang dipesan.
- e. Shighat (ijab dan qabul) atau ucapan.²²

2. Syarat as-Salam

¹⁹ R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2016)

²⁰ Muhammad Syafi' Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2021), h. 108.

²¹ Endang Purwaningsih, *Hukum Bisnis*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2019)

²² Muhammad Syafi' Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jurnal AHKAM, Vol 21.2018)

Syarat-syarat yang ditetapkan dalam transaksi jual beli salam, yaitu:

- a. Uangnya hendak dibayar ditempat akad, berarti pembayaran dilakukan lebih dahulu.
- b. Berupa utang dalam tanggungan yang ditanggungkan hingga tempo yang jelas.
- c. Barangnya dapat diberikan sesuai waktu yang dijanjikan berarti pada waktu yang dijanjikan barang itu harus sudah ada.
- d. Harus berupa sesuatu yang spesifikasinya ditetapkan, yang nilainya akan berbeda dengan perbedaan spesifikasi tersebut.
- e. Kadarnya ditentukan.
- f. Harga jelas, disebutkan tempat menerimanya dan diserahkan di majelis akad.²³

Semua syarat yang ditetapkan dalam jual beli salam atau salaf di atas juga berlaku dalam transaksi *e-commerce*. Dengan demikian, dari aspek akad salam dan salaf, sesungguhnya transaksi *e-commerce* ini sah dan diperbolehkan. Dengan catatan, jika seluruh syarat dan ketentuan salam dan salaf di atas terpenuhi. *E-commerce* adalah perdagangan (jual beli) dimana para pihak yang bertransaksi berhubungan secara elektronik melalui internet. Akad yang terkandung dalam mekanisme *e-commerce* dapat disamakan dengan akad salam dengan melihat bahwa yang ditransaksikan belum ada ketika terjadi transaksi. Dalam akad assalam calon pembeli menentukan barang yang akan dibeli dengan menyebutkan spesifikasinya kepada penyedia barang. Ketika akad terjadi barang yang diinginkan belum ada dihadapan pembeli namun pihak penjual mampu menyediakan apa yang dipesan oleh calon pembeli berdasarkan sifat-sifat yang telah disebutkan dan calon pembeli menyerahkan pembayaran terlebih dahulu. Kemudian barang akan

²³ Hafidz Abdurrahman dan Yahya Abdurrahman, *Bisnis dan Muamalah Kontemporer*, (Bogor: Al-Azhar Freshzone Publishing, 2014), h. 107

diserahkan kepada pembeli pada waktu yang telah ditentukan.²⁴

D. Perkembangan dan Manfaat

E-commerce pertamakali diperkenalkan pada tahun 1994 pada saat pertamakali banner-elektronik dipakai untuk tujuan promosi dan periklanan disuatu halaman-web (website). Menurut Riset Forrester, perdagangan elektronik menghasilkan penjualan seharga AS\$12,,2 miliar pada 2003. Menurut laporan yang lain pada bulan oktober 2006, pendapatan ritel *online* yang bersifat non-travel di Amerika Serikat diramalkan akan mencapai seperempat trilyun dolar US pada tahun 2011. Istilah "perdagangan elektronik" telah berubah sejalan dengan waktu. Awalnya, perdagangan elektronik berarti pemanfaatan transaksi komersial, seperti penggunaan EDI untuk mengirim dokumen komersial seperti pesanan pembelian atau invoice secara elektronik. Kemudian dia berkembang menjadi suatu aktivitas yang mempunyai istilah yang lebih tepat "perdagangan web" pembelian barang dan jasa melalui World Wide Web melalui server aman (HTTPS), protokol server khusus yang menggunakan enkripsi untuk merahasiakan data penting pelanggan.²⁵

Pada awalnya ketika web mulai terkenal di masyarakat pada 1994, banyak jurnalis memperkirakan bahwa *e-commerce* akan menjadi sebuah sektor ekonomi baru. Namun, baru sekitar empat tahun kemudian protokol aman seperti HTTPS (Hypertext Transfer Protocol Secure) memasuki tahap matang dan banyak digunakan. Antara 1998 dan 2000 banyak bisnis di AS dan Eropa mengembangkan situs web perdagangan ini.²⁶

Sejarah Perkembangan *E-commerce* di dunia di mulai dari kemunculan

²⁴ Muhammad Syafi' Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2021), h. 108.

²⁵ Tim Wikipedia, Perdagangan Elektronik.

²⁶ Tim Wikipedia, Perdagangan Elektronik.

Internet yang kemudian terus berkembang sehingga muncullah *E-commerce*. Pada awalnya, Internet merupakan koperasi komputer yang tidak dimiliki oleh siapa pun.²⁷ Di Indonesia ditandai dengan berdirinya Dyviacom Intrabumi atau D-Net sebagai printis transaksi *online*. Wahana transaksi berupa mall *online* yang disebut D-Mall (diakses lewat D-Net) ini telah menampung sekitar 33 toko *online/merchant*. Dan sekarang sudah tidak asing lagi bahkan booming khususnya yang berfokus kepada transaksi jual-beli *online* dalam bentuk toko *online*, seperti: www.shope.com, dll.

E. Jenis-Jenis Transaksi

E-commerce dapat dibedakan menjadi beberapa jenis yaitu:

1. Bisnis ke Bisnis (*Business to Business*)

Bisnis ke Bisnis (*Business to Business*) yang disingkat B2B adalah transaksi elektronik antar badan atau objek usaha atau dengan objek usaha lainnya. Transaksi B2B merupakan suatu sistem komunikasi bisnis online antar pelaku bisnis. Kegiatan e-commerce dalam lingkup ini dimaksudkan untuk menunjang kegiatan para pelaku usaha itu sendiri. Pelaku usaha yang mengadakan suatu perjanjian tentunya adalah pihak-pihak yang bergerak dalam bidang usaha yang dalam hal ini meningkatkan diri dalam suatu perjanjian untuk melakukan usaha dengan pihak-pihak usaha yang lain.

2 Pihak-pihak yang mengadakan perjanjian dalam hal ini adalah Internet Service Provider (ISP) dan Website atau Keybase. (ruang elektronik). ISP sendiri merupakan pengusaha yang menawarkan akses internet.

2. Bisnis ke Konsumen (*Business to Consumer*)

Salah satu bagian dari proses *E-commerce* Retail atau Jual Beli *Online*

²⁷ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2021), h. 108.

Business to Customer (B2C) ini adalah proses Dropship, yaitu proses pemesanan barang oleh konsumen untuk kemudian dilakukan proses pengiriman barang pesanan tersebut sesuai dengan alamat yang diberikan oleh konsumen.²⁸

Adapun karakteristik dari B2C sebagai berikut:

- a) Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarakan untuk umum
- b) Servis yang diberikan bersifat umum dengan menggunakan layanan sudah dinikmati masyarakat secara ramai.
- c) Servis diberikan berdasarkan permohonan. Konsumen melakukan inisiatif dan produser harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan.
- d) Pendekatan yang dilakukan adalah Client Server, dimana konsumen berada pada sisi Client, dengan menggunakan Web Browser untuk mengaksesnya, dan pelaku usaha berada pada sisi server.

3. Konsumer ke Konsumen (*Consumer to Consumer*)

Konsumen ke Konsumen merupakan tradisi bisnis secara elektronik yang dilakukan antar konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu. Adapun karakteristik dari C2C (*Consumer to Consumer*) sebagai berikut:

- a. Pada lingkup konsumen ke konsumen bersifat khusus karena transaksi yang dilakukan hanya antar konsumen saja, seperti Lelang Barang
- b. Internet dijadikan sebagai sarana tukar menukar informasi tentang produk baik mengenai harga, kualitas dan pelayanannya.
- c. Konsumen juga membentuk komunitas pengguna atau penggemar suatu produk.²⁹

²⁸ Endang Purwaningsih, *Hukum Bisnis*, (Bogor: GhaliaIndonesia,2019), h. 58

²⁹ Putu Agus Eka Pratama. *E-commerce, E-Business, dan Mobile Commerce*, (Bogor: GhaliaIndonesia,2019)

F. Keuntungan dan Kerugian dalam Transaksi

Seperti hal penggunaan teknologi lainnya, *E-commerce* mempunyai beberapa keuntungan dan kerugian. Berikut ini diuraikan beberapa keuntungan dan kerugian *E-commerce* terhadap individu, masyarakat dan negara.

1. Keuntungan *E-commerce*

- a. Bagi penjual memudahkan dalam pemasaran produk karena sudah terdapat banyak media sosial yang membantu para pebisnis *online* dalam pemasarannya.
- b. Memudahkan penjual dalam mengontrol semua aktivitas aliran produknya sehingga meminimalisir pencurian produk oleh beberapa oknum tidak bertanggung jawab.
- c. Banyak pebisnis *E-commerce* membuka jam pemesanan lebih lama bahkan dapat mencapai waktu 24 jam dalam sehari.
- d. Bagi pembeli juga *e-commerce* memudahkan dalam pencarian berbagai macam produk yang dilakukan dengan mudah tanpa harus mengunjungi toko yang menjual produk tersebut.³⁰

2. Kerugian *E-commerce*

- a. Bagi Individu rentannya terjadi penipuan *online* oleh para pebisnis *online* palsu.
- b. Membuat individu menjadi lebih malas untuk mendatangi langsung dan melihat kualitas barang secara langsung.
- c. Pembeli tidak semuanya mempergunakan teknologi yang sama.
- d. Tidak semua orang memiliki akses terhadap internet.

³⁰ Ita Nurhayati, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Bisnis Melalui *E-commerce* di Indonesia", (Skripsi, Serang, 2021)

- e. Organisasi/manajer butuh untuk meningkatkan pengetahuan mengenai teknologi informasi.³¹

Dalam perdagangan elektronik atau *E-commerce*, terdapat berbagai keuntungan dan kerugian yang perlu dipertimbangkan. Keuntungan *E-commerce* dapat dirasakan oleh penjual, seperti kemudahan dalam pemasaran produk melalui media sosial yang dapat mencapai banyak calon pembeli. Selain itu, penjual juga dapat mengontrol dengan lebih baik aliran produknya, mengurangi risiko pencurian yang mungkin terjadi. Fleksibilitas waktu pemesanan juga menjadi keunggulan, karena banyak pebisnis *E-commerce* yang memungkinkan pembeli melakukan pemesanan 24 jam sehari. Bagi pembeli, *E-commerce* memberikan kemudahan dalam mencari berbagai produk tanpa perlu mengunjungi toko fisik secara langsung.

3. Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen

a) Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen

Hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas dan aturan yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan permasalahan penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan pengguna, dalam kehidupan bermasyarakat. Hukum perlindungan konsumen adalah segala peraturan perundang-undangan, baik undang-undang maupun peraturan perundang-undangan lainnya serta keputusan hakim yang substansinya mengatur kepentingan konsumen..³²

Hal ini terkait dengan Pasal 64 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berbunyi: "Segala ketentuan peraturan perundang-undangan yang bertujuan melindungi konsumen yang telah ada pada saat undang-undang ini diundangkan,

³¹ Adi Sulisty Nugroho, *E-commerce Teori dan Implementasi* (Yogyakarta: Ekuilibria, 2018)

³² Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, 2018.

dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dan/atau tidak bertentangan dengan ketentuan dalam undang-undang ini”.³³

b) Asas-Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Penerapan undang-undang perlindungan konsumen merupakan bagian penting yang tidak dapat dipisahkan dari negara Indonesia, karena ukuran perkembangan undang-undang nasional diharapkan dapat memberikan kepercayaan masyarakat terhadap pelaksanaan reformasi yang komprehensif dari berbagai aspek.

Adapun lima asas yang relevan dalam perlindungan nasional, yaitu:

- 1) Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- 2) Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- 3) Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti material ataupun spiritual.
- 4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diisi

³³ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821).

atau digunakan.

- 5) Asas kepastian hukum dimaksudkan agar, baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum. Selanjutnya apabila memperhatikan substansi Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen beserta penjelasannya, tampak bahwa perumusannya mengacu pada filosofi pembangunan nasional yaitu pembangunan manusia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah negara Republik Indonesia.³⁴

Adapun tujuan dari perlindungan konsumen yaitu:

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- 2) Meningkatkan harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkan dari akses negatif pemakaian barang dan jasa.
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- 4) Menetapkan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berwirausaha.
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan jasa yang menjamin kelangsungan usaha

³⁴ Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen* (Depok: Prenadamedia Group, 2018), h. 33.

produksi, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.³⁵

Perlindungan hukum terhadap konsumen semakin penting karena antara lain disebabkan oleh relatif lemahnya kedudukan konsumen dibandingkan produsen. Kedua, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sebagai penggerak produktivitas dan efisiensi produsen dalam memproduksi barang dan jasa. Ketiga, perubahan konsep pemasaran yang fokus pada pelanggan dalam konteks lingkungan eksternal yang lebih luas dalam sistem perekonomian global.³⁶

Adapun mengenai prinsip-prinsip perlindungan konsumen yaitu:

- 1) Prinsip tanggung jawab yang timbul karena kelalaian/kesalahan. Tanggung jawab berdasarkan kesalahan merupakan prinsip tanggung jawab subjektif, yaitu tanggung jawab yang ditentukan pabrikan. Kelalaian produsen yang menimbulkan kerugian bagi konsumen merupakan faktor mengajukan tuntutan ganti rugi terhadap produsen.
- 2) Prinsip tanggung jawab yang timbul karena kelalaian tanggung jawab kontraktual juga mencakup tanggung jawab yang timbul karena kelalaian produsen. Oleh karena itu, jika produk rusak dan mengakibatkan kerugian konsumen melihat isi kontrak, baik tertulis maupun tidak tertulis. Manfaat konsumen berdasarkan teori ini merupakan realisasi komitmen tanpa syarat, yaitu kewajiban berdasarkan upaya produsen untuk memenuhi janjinya. Artinya meskipun produsen telah menepati janjinya, ia tetap bertanggung jawab.³⁷
- 3) Prinsip Tanggung Jawab Mutlak Secara umum hubungan anatar produsen dan

³⁵ Republik Indonesia, *Undang-Undang Perlindungan Konsumen* 1999, Bab II, Pasal 3.

³⁶ Ozi Nofandi, "Perlindungan Konsumen Bagi Pengguna Jasa Kartu Prabayar Pada PT. XL Axiata Tbk Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen" (Skripsi Sarjana; Jurusan Ilmu Hukum: Riau, 2013). h. .34.

³⁷ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Pranadamedia Group, 2016), h. 92.

konsumen merupakan hubungan yang terus-menerus dan berkesinambungan. Hubungan tersebut terjadi sejak proses produksi, distribusi, pemasaran, penawaran hingga pada akibat mengonsumsi barang tersebut. Prinsip tanggung jawab mutlak dalam perlindungan konsumen secara umum digunakan untuk menjerat pelaku usaha, yang memasarkan produknya yang berdampak pada kerugian konsumen.³⁸

Yang dimaksud dengan Perlindungan Konsumen adalah perlindungan hukum. Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Benda yang mendapat perlindungan tidak hanya bersifat fisik, namun lebih bersifat hak abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sebenarnya adalah perlindungan yang diberikan undang-undang terhadap hak-hak konsumen. Secara umum terdapat 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu:

- 1) Hak untuk mendapatkan keamanan (The right to safety) Konsumen berhak mendapatkan keamanan dari barang dan jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk barang dan jasa itu tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik secara jasmani atau rohani terlebih terhadap barang dan/ atau jasa yang dihasilkan dan dipasarkan oleh pelaku usaha yang berisiko sangat tinggi.
- 2) Hak untuk mendapatkan informasi (The right to be informed) Setiap produk yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar baik secara lisan, melalui iklan di berbagai media, atau mencantumkan dalam kemasan produk (barang). Hal ini bertujuan agar konsumen tidak mendapat pandangan dan gambaran yang keliru atas produk barang dan jasa.

³⁸ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Pranadamedia Group, 2016), h. 96.

- 3) Hak untuk memilih (The right to choose) Konsumen berhak menentukan pilihannya dalam mengkonsumsi suatu produk. Ia juga tidak boleh mendapat tekanan dan paksaan dari pihak luar sehingga ia tidak mempunyai kebebasan untuk membeli atau tidak.
- 4) Hak untuk didengar (The right to be heard) Hak ini berkaitan erat dengan hak untuk mendapatkan informasi karena informasi yang diberikan oleh pihak yang berkepentingan sering tidak cukup memuaskan konsumen.³⁹

Perlindungan konsumen merupakan suatu aspek hukum yang memberikan keamanan dan hak-hak abstrak kepada konsumen. Ini mencakup berbagai hak dasar konsumen yang secara umum dikenal sebagai hak-hak konsumen. Pertama, hak untuk mendapatkan keamanan (The right to safety) menggarisbawahi bahwa konsumen berhak mendapatkan keamanan dari barang dan jasa yang ditawarkan. Produk tersebut tidak boleh membahayakan konsumen baik secara fisik maupun mental. Hal ini memastikan bahwa barang atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha tidak menimbulkan risiko yang tinggi.

Di Indonesia hak konsumen untuk memperoleh data dan/ atau informasi secara benar, jelas dan jujur diatur secara tegas dijamin dalam UU Perlindungan Konsumen. Seperti diketahui Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen menentukan 9 (sembilan) hak konsumen, yaitu:⁴⁰

- 1) Hak atas kemudahan, keselamatan dan keamanan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa
- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa dan menerima barang dan/atau jasa

³⁹ Rifan Adi Nugraha, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online," *Jurnal Serambi Hukum* 8, No.2, 2014, h. 95.

⁴⁰ Sulasi Rongiyati, "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik," *Negara Hukum* 10, No.1, 2019, h.10.

tersebut menurut nilai tukar serta syarat-syarat dan jaminan yang diperbolehkan

- 3) Hak untuk memperoleh keterangan yang benar, jelas dan jujur mengenai keadaan dan jaminan barang dan/atau jasa
- 4) Hak menerima barang bekas dan/atau pendapat serta tuntutan atas jasa
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
- 6) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya
- 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.⁴¹

H. Kerangka Konseptual

Proposal skripsi ini berjudul "tinjauan hukum perlindungan konsumen terhadap ketidakseuaian barang pada *platform* jual beli *online*". Judul tersebut mengandung unsur-unsur pokok kata yang perlu dibatasi pengertiannya agar lebih spesifik. Selain itu, tinjauan konseptual memiliki pembatasan makna yang terkait dengan judul tersebut. Oleh karena itu, di bawah ini akan diuraikan tentang pembatasan dari judul tersebut.

1. Hukum perlindungan konsumen

Menurut Shidarta, bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian

⁴¹ Republik Indonesia, *Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Pasal 4.

dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen, sedangkan hukum konsumen adalah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.⁴² Hukum perlindungan konsumen memiliki unsur-unsur di dalamnya yang terbentuk dari pola hubungan perlindungan konsumen, unsurnya itu sendiri adalah konsumen, pelaku usaha, dan barang dan/atau jasa.

2. Pelaku usaha

Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara republik indonesia..⁴³

3. Jual beli

Jual beli adalah perkara muamalat yang hukumnya bisa berbeda-beda, tergantung dari mana terjadinya pelanggaran syariah. Secara asalnya jual beli itu merupakan hal yang hukumnya mubah atau di bolehkan. Al-imam asy-syafi⁴ menegaskan bahwa dasarnya hukum jual beli itu seluruhnya adalah mubah, yaitu apabila dengan keridhaan dari kedua belah pihak.⁴⁴

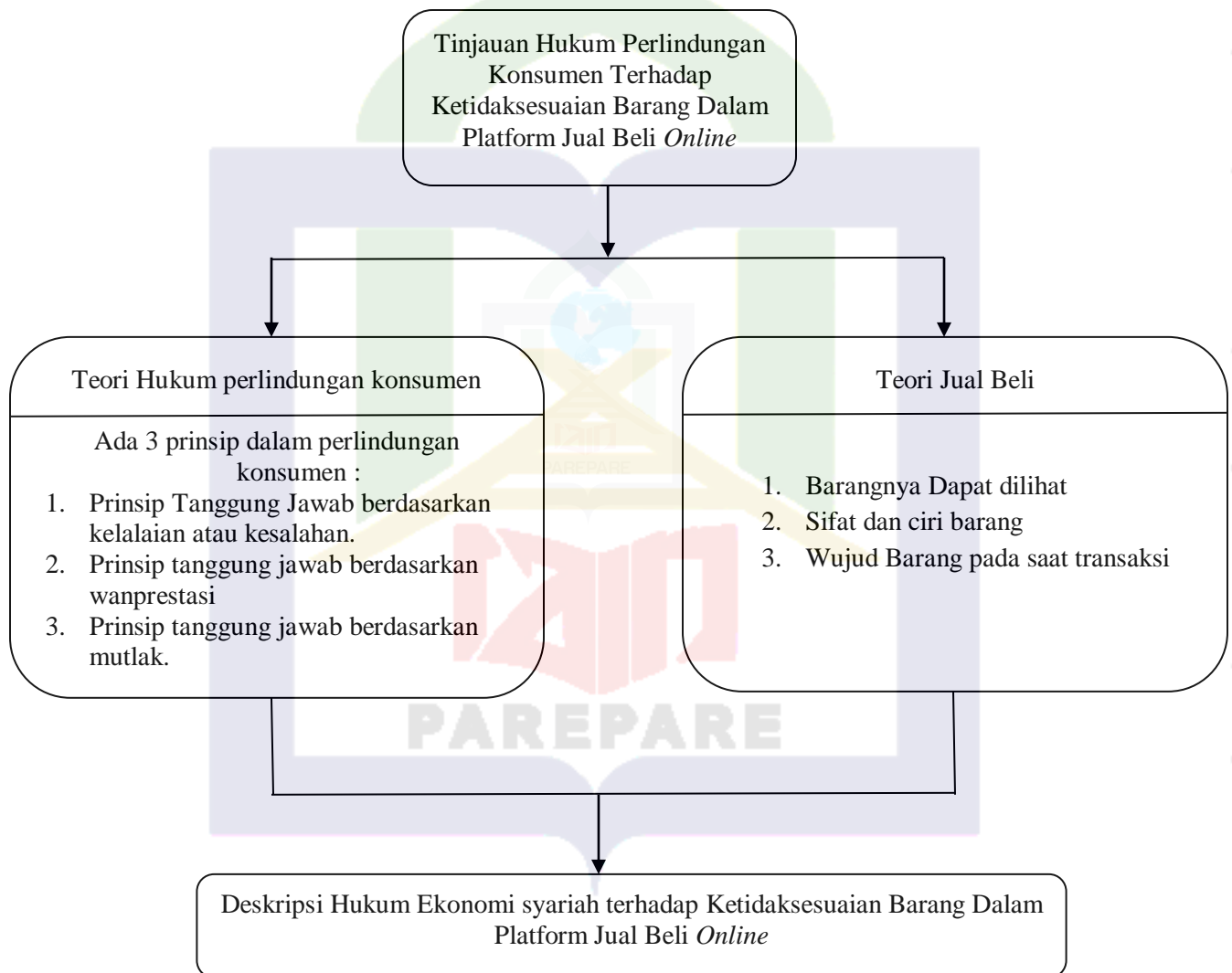
⁴² Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia Edisi Revisi 2006*, Gramedia Widiasarana, Jakarta, 2016, h. 3.

⁴³ Lihat pasal 1 angka 3 undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

⁴⁴ Ahmad Sarwat, *Fiqih Jual Beli*, (Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing, 2018), h.8

I. Kerangka Pikir

Dalam penelitian ini peneliti berusaha semaksimal mungkin untuk membahas dan menemukan permasalahan secara sistematis dengan harapan bahwa kajian ini dapat memenuhi syarat sebagai suatu karya ilmiah. Berdasarkan pembahasan di atas penulis dapat merumuskan kerangka pikir sebagai berikut.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

J. METODE PENELITIAN

Metode penelitian mendefinisikan langkah-langkah yang diambil peneliti untuk mengumpulkan, menganalisis, dan mengevaluasi data untuk menghasilkan kesimpulan penelitian. Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini merujuk pada Pedoman Karya Tulis Ilmiah Terbaru IAIN Parepare Berbasis Teknologi dan Informasi yang diterbitkan IAIN Parepare tahun 2020. Metode penelitian mencakup beberapa bagian, yakni jenis penelitian, pendekatan penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan dan teknik pengolahan data.⁴⁵

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini ditinjau dari sumber data termasuk penelitian pustaka (*library research*). Teknik ini digunakan karena pada dasarnya penelitian ini memerlukan bahan yang bersumber dari perpustakaan. Peneliti membutuhkan buku-buku, karya ilmiah, dan berbagai literatur baik cetak maupun yang dapat diakses via internet yang terkait dengan judul dan permasalahan yang diangkat oleh peneliti.

Penelitian ini bersifat Kualitatif non interaktif (*non interactive inquiry*) disebut juga dengan penelitian analisis, mengadakan pengkajian berdasarkan analisis dokumen, sesuai namanya penelitian ini tidak menghimpun data secara interaktif melalui interaksi dengan sumber data manusia, melainkan peneliti menghimpun, mengidentifikasi, menganalisis, dan mengadakan sintesis data untuk kemudian memberikan interpretasi terhadap konsep, kebijakan, peristiwa, yang secara langsung ataupun tidak langsung dapat diamati. Sumber datanya adalah

⁴⁵ M Kamal Zubair dan Dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare Tahun 2020* (M Kamal Zubair, 2020).

dokumen-dokumen.

Pertimbangan peneliti dalam menggunakan jenis penelitian ini adalah untuk mempermudah memperoleh sumber data dan informasi sebanyak-banyaknya untuk keperluan penelitian. Dan dirasa cocok untuk membantu menjawab rumusan masalah penelitian guna mencapai tujuan penelitian.

2. Jenis dan sumber data yang digunakan

Berdasarkan fokus penelitian, maka jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Data Primer

Data primer yaitu sumber data yang diperoleh langsung dari objek yang akan diteliti.

⁴⁶Adapun objek yang menjadi sumber data primer dari penelitian ini yaitu Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Provinsi Sulawesi Selatan Nomor 1 Tahun 2021 Tentang Eksploitasi Dan Kegiatan Mengemis Di Jalanan Dan Ruang Publik.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian dalam bentuk laporan jurnal, skripsi dan tesis.⁴⁷ Dalam hal ini sumber data sekunder didapatkan dari beberapa jurnal, artikel, modul, skripsi terdahulu, blogspot, serta berbagai literatur lainnya yang dapat mendukung dan memperkuat data primer guna membantu peneliti dalam mengkaji penelitian ini.

b) Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah

⁴⁶ Bagong Suyanto dan Surtinah, *Metode Penelitian Sosial* (Cet.III; Jakarta: Prenada Media Group, 2017), h.55.

⁴⁷ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Cet.III; Jakarta: Sinar Grafika, 2019), h.106.

metode dokumentasi, yaitu cara mengumpulkan data yang dilakukan dengan mempergunakan bahan-bahan tertulis. Mengenai hal hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya.⁴⁸ Datatersebut diklasifikasikan dan dibuat kategorinya agar dapat dimanfaatkan untuk memecahkan masalah penelitian.

c) Teknik pengolahan data

a. *Editing*

Editing adalah pemeriksaan kembali semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapan data yang diperoleh, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian.

b. *Coding* dan kategorisasi

Menyusun kembali data yang telah diperoleh dalam penelitian yang diperlukan kemudian melakukan pengkodean yang dilanjutkan dengan pelaksanaan kategorisasi yang berarti penyusunan kategori.

c. Penafsiran *Data*

Pada tahap ini, penulis menganalisis data yang telah diperoleh dari peneliti untuk menghasilkan kesimpulan mengenai teori yang akan digunakan dan disesuaikan dengan kenyataan yang akan ditemukan, yang akhirnya merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah.

⁴⁸ Umar Sidiq dan Miftachul Choiri, *Integrasi Keterampilan 4C dalam Buku Teks Ekonomi SMA/MA*, ed. oleh Anwar Mujahidin (Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019), 73.

BAB II

BENTUK TRANSAKSI *ONLINE* DALAM KETIDAKSESUAIAN BARANG DALAM *PLATFORM* JUAL BELI *ONLINE*.

Penelitian ini mengkaji terkait dengan bentuk transaksi *online* dalam ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online*, pada penelitian ini, dilakukan pengamatan terhadap beberapa komentar dari konsumen terkait dengan transaksi *online* dalam ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online*.

Berdasarkan kajian analisis yang dilakukan sebagai data primer dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Transaksi *Online* dalam *platform* jual beli *online*

Transaksi *online* dalam *platform* jual beli *online* adalah proses pembelian dan penjualan barang atau layanan yang dilakukan melalui *platform e-commerce* di internet. Melalui *platform* ini, penjual dapat memasarkan produk atau layanan mereka, sedangkan pembeli dapat menelusuri, memilih, dan membeli barang yang mereka inginkan. Setelah mendaftar dan membuat akun di *platform e-commerce*, pembeli dapat menggunakan fitur pencarian untuk menemukan produk yang mereka cari. Deskripsi yang jelas tentang produk beserta informasi yang relevan, seperti spesifikasi dan kondisi, disertakan untuk membantu pembeli membuat keputusan yang tepat.⁴⁹

Harga produk ditampilkan dan pembeli dapat memilih metode

⁴⁹ Urnomo, W.A. *Konsumen dan Transaksi E-commerce*. (Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.2021)

pembayaran yang sesuai. Untuk menjaga keamanan transaksi, *platform e-commerce* menggunakan teknologi enkripsi dan protokol keamanan. Setelah pembelian, penjual akan mengatur pengiriman barang kepada pembeli, sementara *platform e-commerce* menyediakan fitur pelacakan pengiriman.⁵⁰ Jika ada masalah dengan produk atau jika pembeli ingin mengembalikan barang, mereka dapat mengikuti kebijakan pengembalian yang ditetapkan oleh *platform*. Ulasan dan rating dari pembeli juga dapat diberikan setelah transaksi selesai, memberikan umpan balik kepada penjual dan membantu calon pembeli dalam membuat keputusan yang lebih baik.

Tahapan transaksi dalam jual beli *online* melibatkan beberapa langkah yang harus diikuti baik oleh penjual maupun pembeli. Berikut adalah penjelasan mengenai tahapan-tahapan transaksi dalam jual beli *online*:

1. Pencarian Produk

Tahap pertama adalah pencarian produk oleh pembeli. Pembeli menggunakan fitur pencarian di *platform e-commerce* untuk menemukan produk yang mereka inginkan. Mereka dapat menggunakan kata kunci, kategori, atau filter lainnya untuk menyempurnakan hasil pencarian mereka.

2. Penjelajahan dan Pemilihan

Setelah menemukan produk yang diminati, pembeli menjelajahi halaman produk untuk melihat deskripsi, gambar, spesifikasi, dan informasi lainnya. Dalam tahap ini, pembeli dapat membandingkan produk, membaca ulasan dari pembeli lain, dan mempertimbangkan

⁵⁰ Richardus Eko Indrajit, *E-commerce: Kiat dan Strategi Bisnis Di Dunia Maya*, (PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2021)

faktor harga dan kualitas sebelum membuat keputusan pembelian.

3. Menambahkan ke Keranjang Belanja

Jika pembeli memutuskan untuk membeli produk, mereka dapat menambahkannya ke keranjang belanja mereka di *platform e-commerce*. Dalam keranjang belanja, pembeli dapat memeriksa kembali daftar produk yang akan dibeli dan melakukan perubahan jika diperlukan, seperti mengubah jumlah atau menghapus produk tertentu.

4. Pembayaran

Setelah selesai menambahkan produk ke keranjang belanja, pembeli melanjutkan ke tahap pembayaran. Di sini, mereka memilih metode pembayaran yang tersedia, seperti kartu kredit, transfer bank, atau dompet digital. Pembeli mengikuti langkah-langkah yang ditentukan untuk memasukkan informasi pembayaran yang diperlukan dan menyelesaikan transaksi.

5. Konfirmasi Pesanan

Setelah pembayaran berhasil, pembeli menerima konfirmasi pesanan yang berisi ringkasan pesanan, informasi pengiriman, dan nomor pesanan. Penjual juga akan menerima notifikasi mengenai pesanan yang diterima.

6. Pengiriman dan Pelacakan

Penjual akan mengatur pengiriman barang kepada pembeli sesuai dengan informasi pengiriman yang diberikan. Pembeli dapat menggunakan fitur pelacakan pengiriman yang disediakan oleh *platform e-commerce* untuk memantau status pengiriman dan perkiraan waktu

tiba barang.

7. Penerimaan dan Evaluasi

Setelah barang diterima, pembeli melakukan pemeriksaan terhadap produk yang mereka terima. Jika produk sesuai dengan harapan, mereka dapat memberikan ulasan positif atau memberikan rating yang baik kepada penjual. Jika ada masalah atau ketidaksesuaian, pembeli dapat mengajukan permintaan pengembalian atau melibatkan *platform e-commerce* dalam menyelesaikan masalah tersebut.⁵¹

Setiap tahapan transaksi tersebut penting untuk memastikan keberhasilan dan kepuasan dalam jual beli *online*. *Platform e-commerce* yang baik akan menyediakan pengalaman transaksi yang mudah, aman, dan terpercaya bagi pembeli dan penjual.

Penelitian ini mengkaji bentuk transaksi online dan permasalahan yang muncul terkait dengan ketidaksesuaian barang dalam platform jual beli online. Pada intinya, penelitian ini berfokus pada analisis komentar-komentar konsumen terkait pengalaman transaksi online yang tidak sesuai dengan harapan mereka. Dalam ranah jual beli online, terdapat beberapa tahapan transaksi yang melibatkan interaksi antara pembeli dan penjual. Proses dimulai dari pencarian produk hingga tahap evaluasi setelah barang diterima.

Transaksi online dalam platform jual beli online dapat dijelaskan sebagai suatu proses pembelian dan penjualan yang dilakukan secara elektronik melalui platform *e-commerce* di internet. Melalui platform ini, penjual dapat memasarkan produk atau layanannya, sementara pembeli dapat dengan

⁵¹ Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, (Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2015)

mudah menelusuri, memilih, dan membeli barang yang mereka butuhkan. Mereka dapat membuat akun, menggunakan fitur pencarian, dan melihat deskripsi produk untuk membantu mereka dalam membuat keputusan pembelian yang tepat.

Pentingnya tahapan transaksi dalam jual beli online tergambar melalui proses pencarian produk, penjelajahan dan pemilihan, penambahan ke keranjang belanja, pembayaran, konfirmasi pesanan, pengiriman dan pelacakan, serta penerimaan dan evaluasi. Setiap langkah ini memiliki peranan masing-masing dalam memastikan kelancaran dan keberhasilan transaksi. Pembeli melakukan perbandingan, membaca ulasan, dan mempertimbangkan faktor harga dan kualitas sebelum mereka memutuskan untuk membeli suatu produk. Mereka juga dapat memilih metode pembayaran yang sesuai dengan preferensi mereka.

Setelah tahapan pembayaran selesai, konfirmasi pesanan diterima oleh pembeli, yang mencakup ringkasan pesanan, informasi pengiriman, dan nomor pesanan. Selanjutnya, penjual akan mengatur pengiriman sesuai dengan informasi yang diberikan, dan pembeli dapat memantau status pengiriman melalui fitur pelacakan yang disediakan. Setelah barang diterima, pembeli melakukan evaluasi terhadap produk tersebut. Jika sesuai dengan harapan, mereka memberikan ulasan positif atau rating yang baik kepada penjual. Namun, jika terdapat masalah atau ketidaksesuaian, pembeli dapat mengajukan permintaan pengembalian atau melibatkan platform e-commerce dalam menyelesaikan masalah tersebut.

Setiap tahap dalam transaksi online memiliki peran penting dalam

menciptakan pengalaman yang positif bagi konsumen dan penjual. Platform e-commerce yang baik akan menyediakan lingkungan yang aman, mudah, dan terpercaya, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dalam bertransaksi secara online.

b. Ketidaksesuaian Barang dalam *Platform* Jual Beli *Online*

Salah satu isu yang sering muncul dalam transaksi jual beli *online* adalah ketidaksesuaian barang. Ketidaksesuaian barang merujuk pada situasi di mana barang yang diterima oleh pembeli tidak sesuai dengan harapan atau deskripsi yang diberikan oleh penjual di *platform* jual beli *online*. Isu ini dapat timbul karena beberapa alasan:

1. Deskripsi yang Tidak Akurat

Penjual mungkin memberikan deskripsi produk yang tidak akurat atau tidak lengkap. Mereka bisa menggunakan gambar yang menyesatkan atau tidak mencantumkan informasi penting tentang kondisi, ukuran, bahan, atau fitur produk. Akibatnya, pembeli mungkin menerima barang yang berbeda dari yang mereka harapkan.

2. Produk Palsu atau Tiruan

Di *platform* jual beli *online*, ada risiko pembelian produk palsu atau tiruan. Penjual yang tidak jujur atau pihak ketiga yang tidak sah dapat memasarkan produk palsu dengan mengklaim bahwa mereka adalah produk asli. Pembeli mungkin tidak menyadari hal ini sampai mereka menerima barang yang tidak sesuai dengan kualitas atau merek yang diharapkan.

3. Kerusakan selama Pengiriman

Meskipun pengiriman barang biasanya dilakukan dengan hati-hati, ada kemungkinan barang mengalami kerusakan selama proses pengiriman. Jika penjual atau pihak pengiriman tidak mengemas barang dengan baik atau tidak melindunginya dengan tepat, barang dapat rusak saat dalam perjalanan. Hal ini dapat menyebabkan ketidaksesuaian antara barang yang diterima dengan barang yang diharapkan.

4. Kesalahan Pengiriman

Terkadang, kesalahan dapat terjadi dalam proses pengiriman barang. Barang yang salah atau jumlahnya tidak sesuai dapat dikirim kepada pembeli. Misalnya, pembeli menerima warna atau ukuran yang berbeda, atau menerima produk yang seharusnya ditujukan untuk orang lain. Hal ini menyebabkan ketidaksesuaian antara barang yang diterima dengan pesanan yang ditempatkan oleh pembeli.

5. Perbedaan Ekspektasi

Kadang-kadang ketidaksesuaian barang dapat terjadi karena perbedaan ekspektasi antara pembeli dan penjual. Penjual mungkin memberikan deskripsi yang cukup jelas, tetapi pembeli memiliki harapan yang tidak realistis atau berbeda. Misalnya, pembeli mungkin mengharapkan kualitas yang sangat tinggi dengan harga yang rendah, sementara penjual menawarkan produk dengan kualitas yang sesuai dengan harganya.

Penting bagi penjual dan pembeli dalam *platform* jual beli *online* untuk memahami dan memperhatikan isu-isu yang terkait dengan ketidaksesuaian barang. Penjual harus memberikan deskripsi yang akurat dan jujur tentang

produk yang mereka jual, sementara pembeli perlu membaca dengan cermat deskripsi produk dan ulasan lainnya sebelum melakukan pembelian. Jika terjadi ketidaksesuaian, langkah-langkah yang tepat harus diambil, seperti mengajukan permintaan pengembalian atau menyelesaikan sengketa melalui mekanisme yang disediakan oleh *platform e-commerce*.

Konteks hukum perlindungan konsumen, konsumen memiliki beberapa cara untuk menyikapi ketidaksesuaian barang dalam transaksi jual beli *online*. Pertama, mereka dapat mengajukan klaim garansi atau jaminan jika barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi atau mengalami kerusakan. Hak ini memungkinkan konsumen untuk meminta penggantian barang yang sesuai atau perbaikan jika barang rusak.⁵²

Ketidaksesuaian barang dalam transaksi jual beli online merupakan masalah yang sering dihadapi oleh konsumen dan penjual di platform *e-commerce*. Isu ini dapat timbul dari beberapa faktor yang mencakup deskripsi yang tidak akurat, keberadaan produk palsu atau tiruan, kerusakan selama pengiriman, kesalahan pengiriman, dan perbedaan ekspektasi antara pembeli dan penjual.

Deskripsi yang tidak akurat menjadi salah satu penyebab utama ketidaksesuaian barang. Penjual mungkin tidak memberikan deskripsi yang lengkap atau bahkan menggunakan gambar yang menyesatkan. Hal ini dapat mengakibatkan pembeli menerima produk yang tidak sesuai dengan harapan atau deskripsi yang diberikan, menciptakan ketidaksesuaian yang dapat mengecewakan.

⁵² Az Nasution, *“Konsumen dan Hukum”*, (Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 2017)

Adanya risiko produk palsu atau tiruan di platform jual beli online juga dapat mengakibatkan ketidaksesuaian barang. Penjual tidak jujur atau pihak ketiga yang tidak sah dapat memasarkan produk palsu dengan klaim bahwa itu adalah produk asli. Pembeli mungkin hanya menyadari hal ini setelah menerima barang yang tidak sesuai dengan kualitas atau merek yang diharapkan.

Selain itu, kerusakan selama pengiriman menjadi faktor risiko lain yang dapat menyebabkan ketidaksesuaian barang. Proses pengemasan yang tidak memadai atau perlindungan yang kurang dapat mengakibatkan barang rusak saat dalam perjalanan. Kesalahan pengiriman juga dapat terjadi, di mana barang yang salah atau jumlahnya tidak sesuai dikirim kepada pembeli, menciptakan ketidaksesuaian antara pesanan dan barang yang diterima.

Perbedaan ekspektasi antara pembeli dan penjual juga dapat menyebabkan ketidaksesuaian barang. Meskipun deskripsi produk mungkin jelas, pembeli kadang-kadang memiliki harapan yang tidak realistis atau berbeda dengan kualitas yang ditawarkan. Ini dapat menciptakan ketidaksesuaian yang timbul dari persepsi yang berbeda antara kedua pihak.

Penting bagi penjual untuk memberikan deskripsi yang akurat dan jujur tentang produk yang mereka jual, sedangkan pembeli perlu melibatkan diri secara aktif dengan membaca deskripsi produk dan ulasan konsumen sebelum melakukan pembelian. Jika terjadi ketidaksesuaian, langkah-langkah yang tepat seperti mengajukan permintaan pengembalian atau menyelesaikan sengketa melalui mekanisme yang disediakan oleh platform e-commerce perlu

diambil. Dengan demikian, pemahaman dan perhatian terhadap isu-isu ini dapat membantu meningkatkan pengalaman transaksi online dan meminimalkan risiko ketidaksesuaian barang.

Hukum perjanjian Menurut Prof. R. Subyek, S.H. dalam bukunya tentang hukum kontrak, wanprestasi adalah kelalaian atau kealpaan, yang dapat berupa empat jenis syarat, yaitu :

1. Tidak melakukan apa yang telah disepakatinya;
2. Memenuhi apa yang dijanjikan tetapi tidak sesuai janjunya;
3. Melakukan apa yang dia janjikan tapi terlambat;
4. Melakukan sesuatu yang tidak dapat dilakukannyasesuai kontrak.⁵³

Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa Wanprestasi, menurut penjelasan Prof. R. Subekti, S.H. dalam bukunya tentang "Hukum Perjanjian", merujuk pada kegagalan atau pelanggaran kewajiban yang telah disepakati dalam suatu perjanjian. Terdapat empat kondisi yang dapat dianggap sebagai wanprestasi. Pertama, wanprestasi terjadi ketika salah satu pihak tidak memenuhi apa yang telah dijanjikan dalam perjanjian, tidak melakukan tindakan atau memberikan layanan yang diharapkan. Kedua, wanprestasi juga terjadi ketika pihak yang berkewajiban memenuhi perjanjian melakukannya, tetapi tidak sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara spesifik. Ketiga, wanprestasi dapat terjadi jika pelaksanaan kewajiban dilakukan terlambat, tidak sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dalam perjanjian. Terakhir, wanprestasi juga dapat terjadi jika salah satu pihak melakukan tindakan yang dilarang dengan tegas dalam perjanjian

⁵³ Subekti, R, Prof, S.H., Hukum Perjanjian, Cetakan ke-VIII, PT Intermasa, Jakarta, 2000, hlm.

Konsumen memiliki hak untuk meminta pengembalian atau penukaran barang yang tidak sesuai. Hukum perlindungan konsumen sering mengatur bahwa penjual harus memiliki kebijakan pengembalian yang jelas dan mematuhi permintaan tersebut. Jika konsumen mengalami kerugian akibat ketidaksesuaian barang, mereka juga memiliki hak untuk mendapatkan ganti rugi. Ganti rugi ini dapat berupa pengembalian harga pembelian, perbaikan barang, atau kompensasi atas kerugian lain yang dialami konsumen. Jika penjual atau *platform e-commerce* tidak merespons atau menyelesaikan masalah dengan baik, konsumen dapat melibatkan otoritas atau lembaga perlindungan konsumen yang berwenang.

Berdasarkan penjelasan di atas kemudian dikaitkan dengan teori jual beli bahwa dalam konteks jual beli *online*, meskipun barang yang diperdagangkan tidak dapat dilihat secara langsung oleh pembeli, namun sebagian besar transaksi jual beli *online* termasuk dalam kategori jual beli yang pertama, yaitu jual beli yang barangnya dapat dilihat. Hal ini dikarenakan pembeli dapat melihat gambar, deskripsi, dan spesifikasi produk yang ditampilkan di *platform e-commerce* sebelum melakukan pembelian. Meskipun tidak dapat melihat secara langsung, pembeli masih dapat mengevaluasi barang tersebut berdasarkan informasi yang diberikan.

Jual beli *online* tetap melibatkan konsep permintaan dan penawaran, di mana pembeli mempertimbangkan manfaat dan biaya dalam memutuskan untuk membeli, sementara penjual mempertimbangkan keuntungan dan biaya dalam memutuskan untuk menjual. Teori jual beli yang melibatkan hukum permintaan dan penawaran tetap berlaku dalam konteks jual beli *online*,

meskipun dengan beberapa perbedaan dalam mekanisme dan interaksi antara penjual dan pembeli.

Secara teori jual beli bahwa jual beli terbagi menjadi 3 bagian yaitu :

1. Jual beli yang dapat dilihat barangnya. jual beli yang barangnya dapat dilihat, maksudnya ialah pada saat akan terjadi transaksi jual beli, obyek dari jual beli tersebut ada di tempat yang dapat dilihat oleh kedua belah pihak, sehingga pembeli dapat menilai dari barang itu sendiri apakah cocok sesuai dengan kebutuhan atau tidak. Jenis jual beli yang seperti ini hukumnya sah.
2. Jual beli sesuatu yang disertai dengan sifat atau ciri-ciri tertentu. obyek dalam jual beli tidak terlihat namun pembeli memberikan ciri-ciri atau sifat dari barang yang akan dibeli, sehingga penjual menyiapkan barang yang sesuai dengan pesanan pembeli. Jenis jual beli yang kedua biasa disebut dengan istilah salam dan jual beli salam diperbolehkan.
3. Jual beli sesuatu yang tidak ada dan tidak dapat dilihat oleh kedua belah pihak. Jual beli yang ketiga hukumnya tidak sah, karena penjual tidak mampu menghadirkan dari obyek jual beli, sehingga kedua belah pihak tidak dapat melihatnya, bahkan penjual menjual barang yang tidak ada maksudnya ialah tidak dimiliki oleh penjual⁵⁴.

Dalam konteks hukum perjanjian, konsep wanprestasi yang dijelaskan oleh Prof. R. Subekti, S.H. berkaitan erat dengan isu ketidaksesuaian barang dalam transaksi jual beli online. Wanprestasi, yang didefinisikan sebagai kelalaian atau kealpaan yang melibatkan empat kondisi, memberikan dasar

⁵⁴ Muhammad bin Qasim, (t.t). Terjemah Fathul Qarib. Kudus: Menara Kudus

hukum untuk menangani situasi di mana salah satu pihak tidak memenuhi kewajiban yang telah disepakati dalam perjanjian.

Ketidaksesuaian barang dalam platform jual beli online dapat diidentifikasi sebagai bentuk wanprestasi, terutama ketika barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi atau harapan yang diberikan oleh penjual. Misalnya, jika penjual tidak memberikan informasi yang akurat atau memasarkan produk palsu, hal ini dapat dianggap sebagai wanprestasi sesuai dengan kondisi yang dijelaskan oleh Prof. R. Subekti.

Dalam konteks hukum perlindungan konsumen, konsumen memiliki hak-hak yang dapat dilakukan sebagai tanggapan terhadap ketidaksesuaian barang. Mereka dapat meminta pengembalian atau penukaran barang yang tidak sesuai, dan hukum perlindungan konsumen mengharuskan penjual memiliki kebijakan pengembalian yang jelas. Jika konsumen mengalami kerugian, mereka juga berhak mendapatkan ganti rugi, seperti pengembalian harga pembelian atau kompensasi atas kerugian lainnya.

Kaitannya dengan teori jual beli, terutama dalam konteks jual beli online, meskipun pembeli tidak dapat melihat barang secara langsung, namun transaksi ini dapat dikategorikan sebagai jual beli yang barangnya dapat dilihat. Ini karena pembeli dapat mengevaluasi produk berdasarkan gambar, deskripsi, dan spesifikasi yang disediakan oleh platform e-commerce sebelum melakukan pembelian. Walaupun tidak melihat langsung, pembeli tetap dapat mempertimbangkan manfaat dan biaya produk sebelum mengambil keputusan.

Teori jual beli yang melibatkan hukum permintaan dan penawaran tetap

berlaku. Konsumen mempertimbangkan manfaat dan biaya sebelum memutuskan untuk membeli, sementara penjual mempertimbangkan keuntungan dan biaya sebelum memutuskan untuk menjual. Mekanisme transaksi dan interaksi antara penjual dan pembeli dapat berbeda dalam konteks online, tetapi konsep dasar permintaan dan penawaran tetap menjadi dasar bagi transaksi jual beli, walaupun dengan penyesuaian dalam mekanisme pelaksanaannya.

Berdasarkan penjelasan teori tersebut dalam konteks jual beli *online*, peneliti dapat mengaitkan ketiga jenis jual beli tersebut dengan pengalaman transaksi yang terjadi di *platform e-commerce*:

1. Jual beli yang dapat dilihat barangnya

Jenis jual beli ini mencakup sebagian besar transaksi jual beli *online*. Meskipun pembeli tidak dapat melihat langsung barang secara fisik sebelum membelinya, mereka dapat melihat gambar, deskripsi, dan spesifikasi yang disediakan oleh penjual di *platform e-commerce*. Pembeli dapat mengevaluasi barang tersebut berdasarkan informasi yang diberikan dan memutuskan apakah cocok dengan kebutuhan atau tidak sebelum melakukan pembelian. Jenis jual beli ini hukumnya sah dalam fikih karena pembeli dapat melihat barang yang akan dibeli secara virtual sebelum melakukan transaksi.

2. Jual beli sesuatu yang disertai dengan sifat atau ciri-ciri tertentu

Dalam konteks jual beli *online*, jenis jual beli ini dapat mencakup situasi di mana pembeli memberikan ciri-ciri atau spesifikasi khusus mengenai barang yang mereka inginkan kepada penjual. Pembeli

menginformasikan penjual mengenai sifat atau ciri-ciri tertentu yang diharapkan dari barang yang akan dibeli. Penjual kemudian menyiapkan barang yang sesuai dengan pesanan pembeli. Jenis jual beli ini serupa dengan istilah salam dalam fikih, di mana penjual menyerahkan barang sesuai dengan spesifikasi yang telah disepakati dengan pembeli. Jual beli semacam ini diperbolehkan dalam fikih.

3. Jual beli sesuatu yang tidak ada dan tidak dapat dilihat oleh kedua belah pihak

Dalam konteks jual beli *online*, jenis jual beli ini tidak berlaku. Jual beli yang tidak ada dan tidak dapat dilihat oleh kedua belah pihak dianggap tidak sah dalam fikih. Hal ini terkait dengan prinsip dalam fikih bahwa barang yang akan dibeli harus ada dan dimiliki oleh penjual. Dalam transaksi jual beli *online*, penjual harus memiliki barang yang akan dijual dan harus dapat menghadirkannya kepada pembeli. Jika penjual menjual barang yang tidak dimiliki atau tidak ada, maka transaksi tersebut dianggap tidak sah.

Prinsip-prinsip dalam fikih terkait dengan jual beli tetap berlaku dalam konteks jual beli *online*. Meskipun terdapat perbedaan dalam mekanisme dan interaksi antara penjual dan pembeli, konsep-konsep seperti keabsahan barang, pemenuhan spesifikasi, dan keberadaan barang tetap relevan dalam menilai sah atau tidaknya transaksi jual beli *online*.

Dalam konteks jual beli online, ketiga jenis jual beli yang dijelaskan jual beli yang dapat dilihat barangnya, jual beli sesuatu yang disertai dengan sifat atau ciri-ciri tertentu, dan jual beli sesuatu yang tidak ada dan

tidak dapat dilihat oleh kedua belah pihak menggambarkan dinamika transaksi di platform e-commerce. Kesimpulannya, prinsip-prinsip dalam fikih terkait dengan jual beli tetap relevan dan dapat diaplikasikan dalam menilai keabsahan dan sahnya transaksi jual beli online.

Pertama, jual beli yang dapat dilihat barangnya mencakup sebagian besar transaksi jual beli online. Meskipun pembeli tidak dapat melihat langsung barang fisik, mereka dapat memperoleh informasi melalui gambar, deskripsi, dan spesifikasi yang disediakan oleh penjual. Prinsip fikih yang mengharuskan pembeli melihat barang sebelum transaksi tetap dapat diterapkan dalam konteks ini, karena pembeli dapat melihat barang secara virtual sebelum melakukan pembelian.

Kedua, jual beli sesuatu yang disertai dengan sifat atau ciri-ciri tertentu mencerminkan praktik di mana pembeli memberikan spesifikasi khusus mengenai barang yang mereka inginkan. Analoginya dengan istilah salam dalam fikih, di mana penjual menyerahkan barang sesuai dengan spesifikasi yang telah disepakati. Prinsip-prinsip fikih tentang pemenuhan spesifikasi dan kesesuaian barang tetap berlaku dalam jenis jual beli ini.

Ketiga, jual beli sesuatu yang tidak ada dan tidak dapat dilihat oleh kedua belah pihak dianggap tidak sah dalam fikih. Prinsip bahwa barang yang akan dibeli harus ada dan dimiliki oleh penjual tetap relevan. Dalam konteks jual beli online, keberadaan barang yang akan dijual oleh penjual menjadi kriteria utama keabsahan transaksi. Dengan demikian, meskipun terdapat perbedaan dalam mekanisme dan interaksi antara penjual dan pembeli dalam transaksi jual beli online, prinsip-prinsip fikih yang

berkaitan dengan keabsahan barang, pemenuhan spesifikasi, dan keberadaan barang tetap berlaku dan relevan. Oleh karena itu, penggunaan prinsip fikih dalam menilai sah atau tidaknya transaksi jual beli online memberikan landasan hukum yang konsisten dengan nilai-nilai etika dan keadilan dalam konteks perdagangan elektronik.



BAB III
BENTUK PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP KETIDAKSESUAIAN
BARANG DALAM PLATFORM
JUAL BELI ONLINE.

Pembahasan penelitian merujuk pada bagian selanjutnya yaitu berkaitan dengan perlindungan konsumen terhadap ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online*, secara konsep dijelaskan bahwa perlindungan konsumen adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam upayanya memenuhi kebutuhannya terhadap hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri.⁵⁵

Sebelum masuk dalam substansi terkait ketentuan UUPK, ada baiknya anda kenali dahulu beberapa istilah yang familiar bagi konsumen. Dalam hal ini penggunaan setiap barang atau jasa konsumen yang bersangkutan adalah untuk keperluan pribadi, keluarga atau rumah tangga, bukan untuk memproduksi barang/jasa lain atau untuk dijual kembali, itu merupakan transaksi konsumen yang berarti perpindahan kepemilikan atau kenikmatan barang atau jasa kepada konsumen barang atau penyedia jasa.⁵⁶

Pasal 4 Undang-undang perlindungan konsumen menyebutkan hak konsumen meliputi: hak untuk memilih barang dan/atau jasa dan memperoleh barang dan/atau jasa tersebut dengan harga, syarat dan jaminan yang diperbolehkan; hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; hak atas ganti rugi, ganti rugi dan/atau penukaran apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak

⁵⁵ Abd. Haris, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. (Makassar: SAH Media, 2017)

⁵⁶ Az Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 37.

sesuai dengan kontrak atau sebagaimana mestinya.⁵⁷

Dalam pembahasan lain diketahui bahwa kewajiban pengusaha menurut pasal 7 Undang-undang perlindungan konsumen antara lain, misalnya memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan garansi barang dan/atau jasa serta penjelasan mengenai penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan kompensasi, pengembalian uang dan/atau penukaran jika barang dan/atau jasa yang diterima atau digunakan tidak sesuai dengan kontrak dll.⁵⁸

Pasal 8 Undang-undang perlindungan konsumen melarang pelaku usaha menjual barang/jasa yang tidak memenuhi janji yang tertera pada label, tanda, keterangan, iklan, atau kegiatan promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Perbedaan antara barang yang diterima berdasarkan pasal ini dengan barang yang disebutkan dalam iklan/gambar penawaran barang tersebut merupakan bentuk pelanggaran/larangan bagi pedagang.⁵⁹

Pembahasan mengenai konsumen dijelaskan pada pasal 4 huruf h Undang-undang perlindungan konsumen berhak mendapatkan ganti rugi, ganti rugi dan/atau penukaran apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan kontrak atau tidak sebagaimana mestinya. Sementara itu, pedagang sendiri wajib memberikan ganti rugi, penggantian dan/atau penukaran menurut pasal 7 ayat g Undang-undang perlindungan konsumen, apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau digunakan tidak sesuai dengan kontrak. Apabila kewajibannya maka pengusaha dapat dipidana

⁵⁷ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁵⁸ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁵⁹ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

berdasarkan pasal 62 Undang-undang perlindungan konsumen yang berbunyi:

“Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah)”⁶⁰

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Hal ini diatur dalam Pasal 4 huruf h UU PK. Konsumen berhak untuk memperoleh perlindungan hukum dan pemulihan atas kerugian yang dialami akibat ketidaksesuaian tersebut.

Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan oleh konsumen tidak sesuai dengan perjanjian. Kewajiban ini diatur dalam Pasal 7 huruf g UU PK. Jika pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya, mereka dapat dipidana sesuai dengan Pasal 62 UU PK

Merujuk pada kajian Hukum bahwa dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan: “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk perlindungan kepada konsumen”. Arti perlindungan

⁶⁰ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

konsumen yang diatur dalam Pasal 1 ayat (1) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen adalah segala tindakan yang menjamin kepastian hukum bagi perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen dalam perolehan barang dan jasa, mulai dari tahap perolehan barang dan jasa hingga akibat penggunaan barang dan jasa.⁶¹ Secara konsep penelitian ini, perlindungan konsumen dilakukan apabila dalam suatu transaksi terdapat kesalahan dari pihak penjual yang merugikan konsumen. Perlindungan ini diatur dalam UUPK yang melindungi konsumen dari praktik-praktik yang melanggar hukum yang dilakukan oleh penjual. Berdasarkan pendapat di atas, dikaitkan dengan bentuk transaksi yang dirasakan oleh beberapa konsumen terkait dengan adanya ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online*.

Berdasarkan deskripsi hasil dari fokus penelitian pertama yaitu deskripsi bentuk transaksi barang yang diperjualbelikan tidak sesuai dengan barang yang diterima maka untuk melindungi konsumen dalam transaksi jual beli *online*, mereka juga dapat dilindungi dengan cara hukum. Jika ada perselisihan antara pelaku bisnis dan konsumen dapat menempuh beberapa upaya untuk menyelesaikan permasalahan yang timbul akibat ketidaksesuaian barang yang dibeli melalui jual beli *online*.

Berdasarkan penelusuran peneliti, setidaknya terdapat 3 upaya yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha yang menggunakan *e-commerce* sebagai bentuk upaya perlindungan konsumen. Adapun upaya-upaya tersebut adalah sebagai

⁶¹ Janus Sibadolok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2019), h 7

berikut:

1. Perlindungan Konsumen secara Non Litigasi

Perlindungan konsumen secara non-litigasi merujuk pada metode penyelesaian sengketa konsumen yang tidak melibatkan proses peradilan atau litigasi di pengadilan. Pendekatan ini bertujuan untuk menyelesaikan sengketa dengan cara yang lebih cepat, efisien, dan terjangkau, serta mendorong dialog, mediasi, dan kerjasama antara konsumen dan pelaku usaha.⁶² Secara konsep bahwa perlindungan konsumen secara non-litigasi melibatkan pihak ketiga netral yang disebut mediator, yang membantu konsumen dan pelaku usaha untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Mediator membantu memfasilitasi dialog, mengidentifikasi masalah, dan mencari solusi yang memuaskan bagi kedua belah pihak. Mediasi biasanya dilakukan secara sukarela dan memberikan kesempatan kepada pihak-pihak yang bersengketa untuk berbicara dan mencari penyelesaian tanpa campur tangan pengadilan.

Perlindungan konsumen secara non-litigasi melibatkan pendekatan penyelesaian sengketa yang tidak melibatkan proses peradilan atau litigasi di pengadilan.⁶³ Salah satu metode yang umum digunakan dalam perlindungan konsumen secara non-litigasi adalah mediasi. Mediasi melibatkan pihak ketiga netral yang disebut mediator, yang membantu konsumen dan pelaku usaha untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan.

⁶² Abdulkadir. *Hukum Perjanjian*. (Bandung: PT. Alumni, 2019)

⁶³ Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Sinar Grafika, 2014)

Dalam konteks penyelesaian sengketa terkait barang yang berbeda dengan barang yang sampai, mediasi dapat menjadi sarana yang efektif untuk mencapai penyelesaian yang memuaskan kedua belah pihak. Mediator akan membantu memfasilitasi dialog antara konsumen dan pelaku usaha, mengidentifikasi masalah yang muncul, dan mencari solusi yang dapat diterima oleh kedua belah pihak.⁶⁴

Dalam kasus ketidaksesuaian jumlah barang yang diterima oleh konsumen dengan pesanan yang dibuat, mediasi dapat membantu menyelesaikan sengketa dengan cara mencari solusi yang memadai bagi kedua belah pihak. Misalnya, mediator dapat membantu dalam merundingkan pengiriman tambahan barang yang sesuai dengan pesanan konsumen atau kesepakatan pengembalian uang atau kredit untuk barang yang kurang.

Perlindungan konsumen dengan cara negosiasi melibatkan komunikasi langsung antara konsumen dan pelaku usaha untuk mencapai kesepakatan tanpa campur tangan pihak ketiga. Dalam negosiasi, pihak-pihak berusaha mencapai kata sepakat dengan cara bernegosiasi dan saling memberikan kompromi. Negosiasi dapat dilakukan secara langsung antara pihak-pihak yang bersengketa atau dengan bantuan mediator atau penasihat hukum.

Perlindungan konsumen melalui negosiasi adalah salah satu pendekatan yang dapat digunakan oleh pelaku usaha dan konsumen dalam menyelesaikan sengketa atau ketidakpuasan konsumen di *platform Shopee*.

⁶⁴ Nugraha, Rifan Adi, Jamaluddin Mukhtar, and Hardika Fajar Ardianto. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *Online*," (2019)

Negosiasi melibatkan komunikasi langsung antara pihak konsumen dan pelaku usaha dengan tujuan mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan tanpa melibatkan pihak ketiga.

Dalam konteks *Shopee*, ketika terjadi ketidaksesuaian antara jumlah barang yang diterima oleh konsumen dengan pesanan yang dibuat, pelaku usaha dan konsumen dapat menggunakan metode negosiasi untuk mencari solusi yang memadai. Pihak konsumen dan pelaku usaha dapat berkomunikasi secara langsung melalui pesan atau saluran komunikasi yang tersedia di *platform Shopee*.

Dalam negosiasi, pihak-pihak yang bersengketa berusaha untuk mencapai kesepakatan dengan cara berdiskusi dan saling memberikan kompromi. Pelaku usaha dapat mendengarkan keluhan konsumen, memahami masalah yang terjadi, dan bersedia mencari solusi yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Negosiasi juga dapat melibatkan mediator atau penasihat hukum sebagai pihak ketiga yang netral dan dapat membantu memfasilitasi komunikasi antara konsumen dan pelaku usaha. Mediator atau penasihat hukum dapat membantu dalam mengarahkan diskusi, membantu mengidentifikasi masalah yang muncul, dan mencari solusi yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Dalam perlindungan konsumen di *platform Shopee*, negosiasi dapat menjadi cara yang efektif untuk menyelesaikan sengketa atau ketidakpuasan konsumen dengan cepat dan tanpa melibatkan proses litigasi yang rumit. Dengan berkomunikasi langsung, pelaku usaha dan

konsumen dapat mencapai kesepakatan yang memadai, seperti pengiriman tambahan barang yang sesuai atau kesepakatan pengembalian uang.

Penggunaan negosiasi dalam perlindungan konsumen di *Shopee* menunjukkan komitmen pelaku usaha untuk mendengarkan dan memahami keluhan konsumen serta berupaya mencari solusi yang memuaskan. Hal ini juga memperkuat hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, dengan tujuan membangun kepercayaan dan kepuasan konsumen dalam pengalaman berbelanja di *platform* tersebut.

2. Perlindungan Konsumen secara Litigasi

Perlindungan konsumen secara litigasi merujuk pada metode penyelesaian sengketa konsumen yang melibatkan proses peradilan atau litigasi di pengadilan. Dalam kasus ketidakpuasan konsumen yang tidak dapat diselesaikan melalui negosiasi atau metode non-litigasi lainnya, pihak konsumen dapat memilih untuk mengajukan gugatan atau tuntutan hukum terhadap pelaku usaha di pengadilan.⁶⁵

Dalam konteks perlindungan konsumen terkait dengan barang yang diterima tidak sesuai dengan yang ditampilkan di *platform Shopee*, perlindungan konsumen secara litigasi dapat menjadi opsi jika upaya negosiasi atau penyelesaian non-litigasi lainnya tidak berhasil atau tidak memuaskan bagi konsumen. Konsumen menghadapi situasi di mana barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi atau gambar yang ditampilkan di *platform Shopee*, mereka dapat mengambil langkah-langkah hukum dengan mengajukan gugatan atau tuntutan hukum terhadap penjual atau

⁶⁵ Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2021)

pelaku usaha yang terlibat di pengadilan.

Secara konsep terdapat beberapa tahapan yang dilakukan untuk menempuh jalur litigasi bagi konsumen dan pelaku usaha yang merasa tidak mendapatkan solusi:

1. Kumpulkan Bukti: Dalam kasus ini konsumen harus mengumpulkan bukti yang kuat untuk mendukung klaim mereka, seperti tangkapan layar atau screenshot deskripsi barang, gambar, atau informasi yang menunjukkan perbedaan antara barang yang diterima dan yang ditampilkan di *platform Shopee*. Bukti-bukti ini akan menjadi dasar untuk memperjuangkan kasus di pengadilan.
2. Konsultasikan dengan Penasihat Hukum: Dalam kasus ini konsumen dapat mencari bantuan dari penasihat hukum atau advokat yang berpengalaman dalam perlindungan konsumen. Penasihat hukum akan membantu konsumen dalam memahami hak-hak mereka, merumuskan argumen hukum yang kuat, dan membimbing mereka melalui proses litigasi.
3. Ajukan Gugatan: Dalam kasus ini konsumen dapat mengajukan gugatan atau tuntutan hukum terhadap penjual atau pelaku usaha yang terlibat di pengadilan. Gugatan ini harus disampaikan sesuai dengan prosedur hukum yang berlaku di yurisdiksi terkait dan mematuhi batas waktu yang ditetapkan.
4. Sidang Pengadilan: Dalam kasus ini setelah mengajukan gugatan, kasus akan diajukan ke pengadilan. Pihak-pihak yang bersengketa akan menghadiri sidang pengadilan di mana argumen dan bukti-bukti akan

dipresentasikan. Hakim akan mempertimbangkan argumen dari kedua belah pihak dan memutuskan apakah konsumen berhak mendapatkan ganti rugi atau pemulihan hak-hak yang dirugikan.⁶⁶

Dalam situasi ketika barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi atau gambar yang ditampilkan di *Shopee*, perlindungan konsumen secara litigasi dapat memberikan konsumen akses ke pengadilan untuk memperjuangkan hak-hak mereka. Perlindungan konsumen secara litigasi memberikan beberapa keuntungan penting. Pertama, litigasi memberikan akses langsung ke pengadilan, memungkinkan konsumen untuk memperjuangkan hak-hak mereka dan mencari keadilan. Kedua, melalui litigasi, konsumen dapat mendapatkan penyelesaian sengketa melalui keputusan hukum yang dikeluarkan oleh pengadilan. Keputusan ini dapat memberikan pemulihan kerugian, pemulihan hak-hak yang dirugikan, atau tindakan lain yang sesuai dengan kasus yang dihadapi. Ketiga, proses litigasi memungkinkan konsumen untuk menyajikan bukti yang kuat dan argumen hukum yang terperinci, memperkuat kasus mereka di hadapan pengadilan. Keempat, jika konsumen berhasil memenangkan kasus, mereka memiliki kesempatan untuk mendapatkan pemulihan kerugian yang mungkin mereka alami. Terakhir, keputusan pengadilan dalam kasus perlindungan konsumen secara litigasi dapat membentuk preseden hukum yang dapat mempengaruhi perlindungan konsumen secara umum dan mendorong praktik bisnis yang lebih transparan dan bertanggung jawab.⁶⁷

⁶⁶ Mariam Darus. *Kompilasi Hukum Perikatan*. (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2021)

⁶⁷ Mariam Darus. *Kompilasi Hukum Perikatan*. (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2021)

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa meskipun demikian, penting bagi konsumen untuk mempertimbangkan biaya, waktu, dan ketidakpastian hasil di pengadilan sebelum memutuskan untuk mengambil langkah litigasi, dan mereka juga harus mencari nasihat hukum yang tepat untuk memandu mereka melalui proses tersebut.

Banyak konsumen yang memilih untuk tidak menggunakan jalur perlindungan konsumen dengan litigasi karena beberapa alasan. proses litigasi cenderung memakan waktu dan biaya yang signifikan. Konsumen harus menghabiskan waktu dan upaya untuk mempersiapkan dokumen-dokumen, menghadiri sidang pengadilan, dan menghadapi proses yang rumit. Selain itu, biaya hukum yang terkait dengan litigasi, seperti biaya pengacara dan biaya pengadilan, juga bisa menjadi beban finansial yang berat bagi konsumen.

Ketidakpastian terkait hasil litigasi. Meskipun konsumen memiliki argumen yang kuat dan bukti yang solid, hasil akhir dari persidangan tetap tergantung pada keputusan hakim atau juri. Tidak ada jaminan bahwa konsumen akan memenangkan kasus mereka atau mendapatkan pemulihan yang diharapkan, proses litigasi bisa memakan energi dan emosi konsumen. Terlibat dalam persidangan yang panjang dan rumit, serta menghadapi perdebatan dengan pihak lawan, dapat menyebabkan stres dan ketegangan yang berkepanjangan bagi konsumen. Beban emosional ini dapat membuat

beberapa konsumen memilih untuk mencari penyelesaian di luar jalur litigasi.

Perlindungan konsumen dalam konteks e-commerce dapat melibatkan berbagai upaya penyelesaian sengketa, baik yang melibatkan proses litigasi di pengadilan (perlindungan konsumen secara litigasi) maupun metode penyelesaian sengketa non-litigasi (perlindungan konsumen secara non-litigasi).

Perlindungan konsumen secara non-litigasi mencakup metode penyelesaian sengketa yang tidak melibatkan peradilan atau litigasi di pengadilan. Salah satu metode yang umum digunakan adalah mediasi, di mana pihak ketiga netral, disebut mediator, membantu konsumen dan pelaku usaha mencapai kesepakatan. Mediator memfasilitasi dialog, mengidentifikasi masalah, dan mencari solusi yang memuaskan kedua belah pihak. Metode ini memberikan kesempatan bagi pihak yang bersengketa untuk mencapai penyelesaian tanpa campur tangan pengadilan.

Negosiasi juga merupakan bentuk perlindungan konsumen secara non-litigasi. Dalam negosiasi, pihak-pihak yang bersengketa berkomunikasi langsung untuk mencapai kesepakatan tanpa melibatkan pihak ketiga. Pelaku usaha dan konsumen dapat berdiskusi, bernegosiasi, dan mencari kompromi untuk menyelesaikan sengketa. Dalam konteks e-commerce, negosiasi dapat dilakukan melalui pesan atau saluran komunikasi yang tersedia di platform, memungkinkan konsumen dan pelaku usaha mencapai kesepakatan yang memadai.

Sementara itu, perlindungan konsumen secara litigasi terjadi ketika upaya penyelesaian sengketa melibatkan proses peradilan atau litigasi di pengadilan. Dalam kasus ketidakpuasan konsumen terkait dengan ketidaksesuaian barang di platform Shopee, konsumen dapat memilih untuk mengajukan gugatan atau tuntutan hukum terhadap pelaku usaha di pengadilan. Proses ini melibatkan pengumpulan bukti, konsultasi dengan penasihat hukum, pengajuan gugatan, dan sidang pengadilan di mana hakim mempertimbangkan argumen dan bukti dari kedua belah pihak.

Upaya-upaya ini memberikan konsumen opsi dalam menyelesaikan sengketa, baik melalui jalur non-litigasi yang lebih cepat dan efisien, maupun melalui proses litigasi jika upaya non-litigasi tidak berhasil atau tidak memuaskan. Dengan demikian, perlindungan konsumen dalam e-commerce mencerminkan komitmen untuk menyelesaikan sengketa dengan cara yang adil dan efektif, menjaga kepercayaan konsumen, dan memperkuat integritas platform e-commerce.

Berdasarkan penelusuran peneliti, setidaknya terdapat 3 upaya yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha yang menggunakan e-commerce sebagai bentuk upaya perlindungan konsumen.

Secara kesimpulan bahwa beberapa konsumen tidak menyadari hak-hak mereka atau tidak memiliki pengetahuan tentang prosedur litigasi. Mereka mungkin merasa bahwa memulai tuntutan hukum adalah langkah yang rumit atau tidak layak dilakukan, terutama dalam kasus-kasus dengan kerugian kecil atau sengketa yang kompleks. Banyak konsumen lebih

memilih untuk menyelesaikan sengketa mereka melalui negosiasi atau metode alternatif penyelesaian sengketa, seperti mediasi atau arbitrase.



BAB IV
PANDANGAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP KETIDAKSESUAIAN
BARANG DALAM PLATFORM
JUAL BELI ONLINE

Penelitian ketiga terkait dengan pandangan hukum ekonomi syariah terhadap ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online*, dalam pandangan hukum ekonomi syariah, ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online* dapat dilihat dari beberapa perspektif. Pertama, prinsip kejujuran (*al-'adl*) sangat penting dalam transaksi jual beli dalam Islam. Para pedagang diharapkan untuk menyajikan barang dengan jelas dan akurat kepada konsumen, termasuk dalam *platform* jual beli *online*. Jika barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan deskripsi atau gambar yang ditampilkan, hal tersebut dapat dianggap sebagai pelanggaran terhadap prinsip kejujuran dalam Islam. Sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al Baqarah 2/188:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

□

Terjemahnya:

Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan cara yang batil dan janganlah kamu menghadapkan dengan hartamu kepada hakim-hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian harta benda manusia itu dengan (jalan) berbuat dosa, padahal kamu mengetahui.⁶⁸

Berkaitan dengan ayat diatas bahwa dalam pandangan Islam, ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online* dapat dilihat dari

⁶⁸ Al-Quran Kementerian Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya*, (Jakarta : Lajnah, 2015)

perspektif prinsip kejujuran (*al-'adl*) dalam transaksi jual beli. Islam menekankan pentingnya kejujuran dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam berbisnis dan bertransaksi. Prinsip kejujuran mengharuskan para pedagang untuk menyajikan barang dengan jelas dan akurat kepada konsumen. Dalam konteks *platform* jual beli *online*, penjual memiliki tanggung jawab untuk memberikan deskripsi yang benar, gambar yang representatif, dan informasi yang akurat mengenai barang yang dijual. Jika barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan deskripsi atau gambar yang ditampilkan, hal tersebut dapat dianggap sebagai pelanggaran terhadap prinsip kejujuran dalam Islam.

Ayat yang dapat menjadi pedoman dalam hal ini adalah QS. Al-Baqarah (2:188) yang mengingatkan tentang larangan memakan harta secara batil dan menghadapkan hartanya kepada hakim-hakim dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan yang tidak adil. Ayat ini menekankan pentingnya menjaga kejujuran dalam bertransaksi dan tidak melakukan tindakan yang melanggar prinsip keadilan.

Prinsip saling memenuhi hak (*al-ihsan*) juga relevan dalam konteks ini. Dalam Islam, konsumen memiliki hak untuk menerima barang yang sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh penjual. Jika terdapat ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online*, maka hak konsumen tersebut tidak terpenuhi. Dalam hal ini, penjual memiliki tanggung jawab untuk mengganti barang yang tidak sesuai atau memberikan kompensasi yang pantas kepada konsumen.

Prinsip perlindungan konsumen (*al-hifz al-mustamsik*) juga menjadi pertimbangan dalam pandangan Islam terhadap ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online*. Islam mendorong perlindungan terhadap konsumen

dari praktik-praktik yang merugikan, termasuk penipuan atau penjualan barang yang tidak sesuai. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan barang yang berkualitas dan sesuai dengan apa yang mereka beli.⁶⁹

Ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online*, Islam mendorong konsumen untuk mengambil tindakan yang adil dan proporsional. Konsumen dapat berkomunikasi dengan penjual untuk mencari penyelesaian yang saling menguntungkan, seperti penggantian barang atau pengembalian dana. Jika penyelesaian melalui negosiasi tidak membuahkan hasil, konsumen dapat mempertimbangkan opsi lain, termasuk melalui lembaga atau badan penyelesaian sengketa yang diakui oleh otoritas Islam atau, jika diperlukan, melalui proses litigasi yang sesuai dengan hukum yang berlaku.⁷⁰

Islam menggarisbawahi pentingnya kejujuran, saling memenuhi hak, dan perlindungan terhadap konsumen dalam konteks ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online*. Konsumen diharapkan untuk berpegang pada nilai-nilai Islam dalam menangani situasi ini, sementara penjual memiliki tanggung jawab untuk mematuhi prinsip-prinsip tersebut dalam memenuhi janji-janji mereka kepada konsumen.

Islam mendorong penyelesaian masalah secara damai dan adil. Konsumen yang menghadapi situasi di mana jumlah barang tidak sesuai dengan kuantitasnya diharapkan untuk berkomunikasi dengan penjual terlebih dahulu untuk mencari solusi yang saling menguntungkan. Konsumen dapat memberikan informasi yang jelas tentang kesalahan yang terjadi dan meminta penjual untuk mengganti barang yang kurang atau mengembalikan jumlah yang

⁶⁹ Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Daya Widya, Jakarta, 2019)

⁷⁰ Ahmad, *Hukum Islam Di Indonesia*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Perdata, 2021)

tidak sesuai.

Penyelesaian melalui komunikasi tidak berhasil, konsumen dapat mencari bantuan dari lembaga atau badan penyelesaian sengketa yang diakui oleh otoritas Islam. Lembaga-lembaga ini dapat memberikan mediasi atau arbitrase untuk mencapai penyelesaian yang adil bagi kedua belah pihak. Jika diperlukan, konsumen juga dapat mempertimbangkan proses litigasi yang sesuai dengan hukum yang berlaku.

Pandangan Islam menekankan pentingnya kejujuran, keadilan, dan saling memenuhi hak dalam transaksi jual beli. Penjual memiliki tanggung jawab untuk memberikan kuantitas barang yang sesuai dengan pesanan konsumen, sesuai dengan deskripsi produk, dan memenuhi janji yang telah dibuat. Konsumen, di sisi lain, memiliki hak untuk menerima jumlah barang yang sesuai dengan apa yang mereka bayar. Sebagaimana dijelaskan Dalam Al-Mutaffifin (83:1-4):

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَّزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ أَلَا يَظُنُّ أُولَٰئِكَ أَنَّهُمْ مَبْعُوثُونَ

Terjemahnya:

Celakalah orang-orang yang curang dalam menakar, yaitu orang-orang yang apabila menerima takar dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. Tidakkah mereka yakin, bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan.⁷¹

Ayat ini menyoroti pentingnya kejujuran dan keadilan dalam bertransaksi, khususnya dalam hal pengukuran dan penimbangan. Islam mengajarkan agar dalam transaksi jual beli, semua pihak harus menggunakan

⁷¹ Al-Quran Kementerian Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya*, (Jakarta : Lajnah, 2015)

takaran dan timbangan yang adil dan akurat, tanpa melakukan penipuan atau pemotongan yang merugikan pihak lain.

Ayat-ayat tersebut dan prinsip-prinsip dalam Al-Qur'an secara umum menggarisbawahi pentingnya kejujuran, keadilan, dan saling memenuhi hak dalam transaksi jual beli. Islam mendorong para pelaku bisnis untuk berlaku adil, jujur, dan menghormati hak-hak konsumen dalam setiap aspek bisnis, termasuk dalam *platform* jual beli *online*.

Konsumen memiliki hak-hak yang harus dihormati, termasuk hak atas kualitas barang yang sesuai dengan deskripsi dan gambar yang ditampilkan. Jika jumlah barang yang diterima tidak sesuai dengan kuantitas yang diharapkan atau diiklankan, konsumen berhak untuk mengajukan keluhan dan meminta penyelesaian yang adil.

Perlindungan konsumen yang baik, penting bagi penjual dan *platform* jual beli *online* untuk memperhatikan kualitas dan kuantitas barang yang ditawarkan. Penjual diharapkan untuk menjaga integritas dalam transaksi jual beli, termasuk mengirimkan jumlah barang yang sesuai dengan pesanan dan menjaga kualitas barang sesuai dengan deskripsi yang diberikan.

Dalam islam, berbisnis di internet diperbolehkan selama tidak melibatkan riba, ketidakadilan, monopoli atau penipuan. Nabi bersabda jual beli itu halal asalkan saling memuaskan (Antaradhin). Karena jual beli atau berbisnis online memberikan dampak positif karena dianggap praktis, cepat dan mudah.

Allah Swt berfirman dalam Alquran Surah Al Baqarah 2 : 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ

عَادَ فَأَوْلَيْكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Terjemahnya:

Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.⁷²

Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa bisnis *online* diperbolehkan selama tidak melibatkan unsur-unsur yang diharamkan seperti riba, kezaliman, penipuan, dan monopoli. Jual beli dalam Islam diharapkan dilakukan dengan prinsip kejujuran, keadilan, dan saling memenuhi hak antara penjual dan pembeli.

Bisnis *online* dianggap memiliki dampak positif karena memberikan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam bertransaksi. Namun, tetap perlu diingat bahwa prinsip-prinsip Islam harus tetap dijunjung tinggi dalam setiap aspek bisnis, termasuk dalam bisnis *online*. Adapun syarat-syarat dasar berdagang dan berjualan di internet adalah sebagai berikut :

1. Tidak melanggar ketentuan syariat agama seperti transaksi haram, curang, penipuan dan monopoli.
2. Terjadinya akad antara para pihak (penjual dan pembeli), apabila terjadi sesuatu yang tidak dikehendaki antara akad (Alimdhah) atau pembatalan

⁷² Al-Quran Kementerian Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya*, (Jakarta : Lajnah, 2015)

(fasakh).

3. Pemerintah (lembaga yang berwenang) memiliki kontrol, sanksi dan peraturan hukum yang tegas dan jelas untuk memastikan masyarakat memperbolehkan belanja *online*.⁷³

Bisnis *online* dianggap memiliki dampak positif karena memberikan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam bertransaksi. Namun, sebagai umat Muslim, penting untuk menjunjung tinggi prinsip-prinsip Islam dalam setiap aspek bisnis, termasuk dalam bisnis *online*. Terdapat syarat-syarat mendasar yang perlu dipenuhi untuk memperbolehkan jual beli lewat *online* dalam perspektif Islam.

Pertama, bisnis *online* harus mematuhi ketentuan syari'at agama. Hal ini berarti transaksi bisnis yang diharamkan, seperti transaksi yang melibatkan riba, gharar (ketidakpastian), maysir (perjudian), atau haram secara hukum Islam lainnya, harus dihindari. Selain itu, praktik kecurangan, penipuan, atau tindakan monopoli juga harus dihindari dalam bisnis *online*.

Kedua, dalam bisnis *online*, penting untuk terdapat kesepakatan perjanjian antara penjual dan pembeli. Hal ini dapat dilakukan dengan menyepakati syarat-syarat transaksi, kebijakan pengembalian, jaminan kualitas, dan aspek-aspek penting lainnya yang relevan dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Kesepakatan ini memberikan perlindungan dan panduan jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan, baik dalam hal pembatalan transaksi (fasakh) atau penyelesaian perselisihan (al-*imdhah*).

Ketiga, penting adanya kontrol, sanksi, dan aturan hukum yang tegas

⁷³ Hidayat, Enang. *Fiqih Jual Beli*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015)

dan jelas dari pemerintah atau lembaga yang berkompeten untuk menjaga keberlangsungan bisnis *online* yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Adanya aturan yang mengatur bisnis *online* akan membantu masyarakat untuk mengetahui dan memahami batasan dan kewajiban dalam bertransaksi secara *online*.

Penting untuk mencatat bahwa prinsip kejujuran ini ditegaskan dalam Al-Qur'an, khususnya dalam Surah Al-Baqarah (2:188). Ayat ini menegaskan larangan memakan harta dengan cara yang tidak adil dan menghadapkan harta kepada hakim-hakim dengan maksud memperoleh sebagian harta benda manusia dengan cara berbuat dosa. Dengan demikian, Islam menekankan pentingnya menjaga kejujuran dalam bertransaksi, termasuk dalam platform jual beli online.

Perspektif lain yang relevan dalam Islam adalah prinsip saling memenuhi hak (al-ihsan). Dalam konteks jual beli online, konsumen memiliki hak untuk menerima barang yang sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh penjual. Jika terdapat ketidaksesuaian barang, hak konsumen tidak terpenuhi, dan penjual memiliki tanggung jawab untuk mengganti barang yang tidak sesuai atau memberikan kompensasi yang pantas kepada konsumen.

Perlindungan konsumen (al-hifz al-mustamsik) juga menjadi pertimbangan dalam pandangan Islam terhadap ketidaksesuaian barang dalam platform jual beli online. Islam mendorong perlindungan terhadap konsumen dari praktik-praktik merugikan, seperti penipuan atau penjualan barang yang tidak sesuai. Konsumen berhak mendapatkan barang yang berkualitas dan sesuai dengan apa yang mereka beli.

Ketika terjadi ketidaksesuaian barang, Islam mendorong konsumen untuk mengambil tindakan yang adil dan proporsional. Konsumen dapat berkomunikasi dengan penjual untuk mencari solusi yang saling menguntungkan, seperti penggantian barang atau pengembalian dana. Jika penyelesaian melalui negosiasi tidak berhasil, konsumen dapat mempertimbangkan opsi lain, termasuk melalui lembaga atau badan penyelesaian sengketa yang diakui oleh otoritas Islam atau, jika diperlukan, melalui proses litigasi yang sesuai dengan hukum yang berlaku.

Penting untuk dicatat bahwa pandangan Islam menekankan penyelesaian masalah secara damai dan adil. Konsumen diharapkan untuk berkomunikasi dengan penjual terlebih dahulu, memberikan informasi yang jelas tentang kesalahan yang terjadi, dan mencari solusi yang saling menguntungkan. Jika upaya tersebut tidak berhasil, konsumen dapat mencari bantuan dari lembaga penyelesaian sengketa atau mempertimbangkan proses litigasi.

Islam memberikan legitimasi asalkan tidak melibatkan unsur-unsur yang diharamkan, seperti riba, kezaliman, penipuan, dan monopoli. Bisnis online dianggap memiliki dampak positif karena memberikan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam bertransaksi. Namun, prinsip-prinsip Islam, seperti kejujuran, keadilan, dan saling memenuhi hak, harus tetap dijunjung tinggi dalam setiap aspek bisnis, termasuk dalam bisnis online.

Syarat-syarat mendasar untuk memperbolehkan jual beli online dalam perspektif Islam melibatkan kepatuhan terhadap ketentuan syari'at agama, adanya kesepakatan perjanjian antara penjual dan pembeli, dan keberadaan

kontrol, sanksi, dan aturan hukum yang jelas dari pemerintah atau lembaga berkompeten. Hal ini bertujuan untuk menjaga agar bisnis online tetap sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan memberikan keamanan serta keadilan dalam transaksi.

Keseluruhan pandangan hukum ekonomi syariah terhadap ketidaksesuaian barang dalam platform jual beli online mencerminkan komitmen untuk menjaga integritas, kejujuran, dan keadilan dalam setiap transaksi, sekaligus memberikan pedoman untuk penyelesaian sengketa yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Pandangan hukum ekonomi syariah terhadap ketidaksesuaian jumlah barang dengan kuantitasnya adalah bahwa konsumen memiliki hak untuk menerima jumlah barang yang sesuai dengan pesanan mereka. Islam mendorong penyelesaian masalah secara damai dan adil, dan konsumen diharapkan untuk berkomunikasi dengan penjual dan mencari penyelesaian yang saling menguntungkan. Jika diperlukan, konsumen dapat mencari bantuan dari lembaga penyelesaian sengketa yang diakui oleh otoritas Islam atau mempertimbangkan proses litigasi yang sesuai dengan hukum yang berlaku. Penting bagi penjual dan *platform* jual beli *online* untuk memperhatikan kualitas dan kuantitas barang yang ditawarkan agar dapat memenuhi hak-hak konsumen secara adil.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan fokus penelitian terkait dengan Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Barang dalam *Platform* Jual Beli *Online*, berikut kesimpulan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Bentuk transaksi *online* dalam ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online* yaitu transaksi jual beli *online* dalam konteks ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online* melibatkan pembelian dan penjualan barang melalui media elektronik *shope* dimana konsumen melakukan pembelian barang secara virtual tanpa melihat atau memegang barang secara fisik sebelumnya. Bentuk transaksi yaitu ketidaksesuaian barang dengan kualitas yang ditampilkan serta ketidak sesuaian jumlah kuantitas barang yang dipesan dan barang yang sampai kepada konsumen.
2. Bentuk perlindungan konsumen terhadap ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online* dilakukan melalui dua tahap yaitu perlindungan konsumen secara non litigasi yaitu dengan mediasi dan negosiasi meliputi pengembalian barang, penggantian barang, atau kompensasi finansial bagi konsumen yang menghadapi ketidaksesuaian barang. Serta tahapan lainnya yaitu perlindungan konsumen secara litigasi di pengadilan dengan melakukan tahapan secara formal administrasi yang dibutuhkan diajukan kepada pengadilan menempuh jalur hukum.
3. Pandangan hukum ekonomi syariah terhadap ketidaksesuaian barang dalam *platform* jual beli *online* yaitu menekankan prinsip-prinsip kejujuran,

keadilan, dan saling memenuhi hak dalam transaksi jual beliantara konsumen dan pelaku usaha jual beli dengan mendorong penyelesaian masalah secara damai dan adil melalui komunikasi dan mediasi secara persaudaraan mencari solusi yang saling menguntungkan dan jika tidak mendapatkan solusi maka konsumen dapat mencari bantuan dari lembaga penyelesaian sengketa yang diakui oleh otoritas Islam atau mempertimbangkan proses litigasi yang sesuai dengan hukum yang berlaku.

B. Saran

1. Kepada Penjual disarankan untuk pastikan kualitas barang yang ditawarkan sesuai dengan deskripsi dan gambar yang ditampilkan di *platform*. Hindari mengedit gambar atau memberikan informasi yang menyesatkan yang dapat menyebabkan ketidaksesuaian barang.
2. Kepada Konsumen disarankan teliti deskripsi dan gambar barang dengan cermat sebelum melakukan pembelian. Pastikan memahami dengan jelas mengenai kualitas, ukuran, bahan, dan fitur barang yang akan dibeli.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur' an Al Hakim

- Abd. Haris, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Makassar: SAH Media, 2017.
- Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2015.
- Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2015.
- Abdulkadir. *Hukum Perjanjian*. Bandung: PT. Alumni, 2019.
- Adi Sulisty Nugroho, *E-commerce Teori dan Implementasi* Yogyakarta: Ekuilibria,2018.
- Ahmad Sarwat, *Fiqh Jual Beli*, Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing, 2018.
- Ahmad, *Hukum Islam Di Indonesia*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Perdata, 2021.
- Albi Anggito & Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* Cet.1; Jawa Barat: CV Jejak: 2018.
- Al-Quran Kementerian Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya*, Jakarta : Lajnah, 2015.
- Arsyad Sanusi, *Hukum E-commerce*, Jakarta:Sasrawarna Printing, 2019.
- Az Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 2017.
- Basrowi Suwardi, *Memahami Penelitian Kualitatif* Jakarta: Rineka Indah, 2018.
- Budianto, Apri. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.2018.
- Business Insight. Infografik: Shopee Menjadi *E-commerce* yang Paling Banyak Dikunjungi Tahun Ini. 2020.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Cet. Ke-16, Jakarta, CV Darus Sunnah: 2015.
- Endang Purwaningsih, *Hukum Bisnis* , Bogor: Ghalia Indonesia, 2019.
- Fadhli, Ashabul. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Akad As-Salam Dalam Transaksi E- Commerce*, 2016.
- Faulidi, Haris. *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*. Yogyakarta : Magistra Insania Press.2019.
- Hafidz Abdurrahman dan Yahya Abdurrahman, *Bisnis dan Muamalah Kontemporer*, Bogor: Al-Azhar Freshzone Publishing, 2014.
- Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Hidayat, Enang. *Fiqh Jual Beli*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015.
- Indrajit, *E-commerce Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, Jakarta:Gramedia, 2021.
- Ita Nurhayati, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Bisnis Melalui E-commerce*

- di Indonesia, Skripsi, Serang, 2021.
- Jamaludin, Achmad. Zainul Arifin dan Kadarismasn Hidayat. Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. diakses 9 Oktober 2023.
- Jamil, Fathurahman, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta : Sinar Grafika, 2013.
- Janus Sibadolok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2019.
- Jurnal JESTT Departemen Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. Vol. 1 No. 2 Februari 2014.
- Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif Cet.IV*; Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993.
- Lihat pasal 1 angka 3 undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* Jakarta: Prenadamedia Group, 2018.
- Mariam Darus. *Kompilasi Hukum Perikatan*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2021.
- Moh.Nafri., *Perlindungan Hukum terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing di Indonesia*, 2017.
- Muhammad bin Qasim, t.t. Terjemah Fathul Qarib. Kudus: Menara Kudus
- Muhammad Syafi Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2021.
- Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Daya Widya, Jakarta, 2019.
- Nugraha, Rifan Adi, Jamaluddin Mukhtar, and Hardika Fajar Ardianto. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online," 2019.
- Ozi Nofandi, "Perlindungan Konsumen Bagi Pengguna Jasa Kartu Prabayar Pada PT. XL Axiata Tbk Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen" Skripsi Sarjana; Jurusan Ilmu Hukum: Riau, 2013.
- Priyono dan Zainuddin Ismail, *Teori Ekonomi Cet II*, Surabaya : Dharma Ilmu, 2021.
- Putu Agus Eka Pratama. *E-commerce, E-Business, dan Mobile Commerce*, Bogor: Ghali Indonesia, 2019.
- R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Jakarta: Balai Pustaka, 2016.
- Razak, Darmianti. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Impulse Buying Terhadap Produk Oriflame PT Orindo Alam Ayu di Kota Makasar. Makasar: Skripsi Universitas Hasanuddin, 2021.
- Republik Indonesia, *Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Pasal 4.
- Republik Indonesia, *Undang-Undang Perlindungan Konsumen 1999*, Bab II, Pasal 3.
- Richardus Eko Indrajit, *E-commerce: Kiat dan Strategi Bisnis Di Dunia Maya*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2021.

- Rifan Adi Nugraha, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online," *Jurnal Serambi Hukum* 8, No.2, 2014.
- Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen* Depok: Prenadamedia Group, 2018.
- Saifuddin Azwar, *Metodologi Penelitian* Cet. 2, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000.
- Sitohang, Ryan Samuel., Analisis Yuridis Pertanggungjawaban Provider Jual Beli Online atas Penjualan Barang-Barang Palsu, 2019.
- Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2021.
- Subekti, R, Prof, S.H., Hukum Perjanjian, Cetakan ke-VIII, PT Intermeda, Jakarta, 2000.
- Sulasi Rongiyati, "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik," *Negara Hukum* 10, No.1, 2019.
- Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2014.
- Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.
- Urnomo, W.A. *Konsumen dan Transaksi E-commerce*. Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. 2021.
- Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* Jakarta: Pranadamedia Group, 2016.

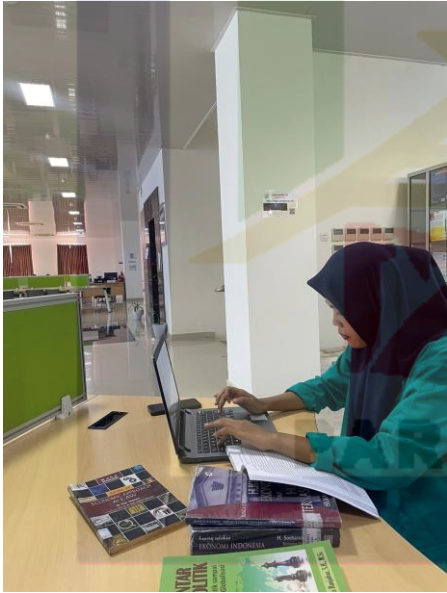
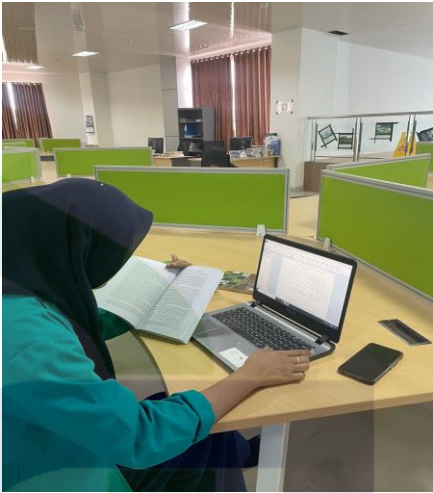




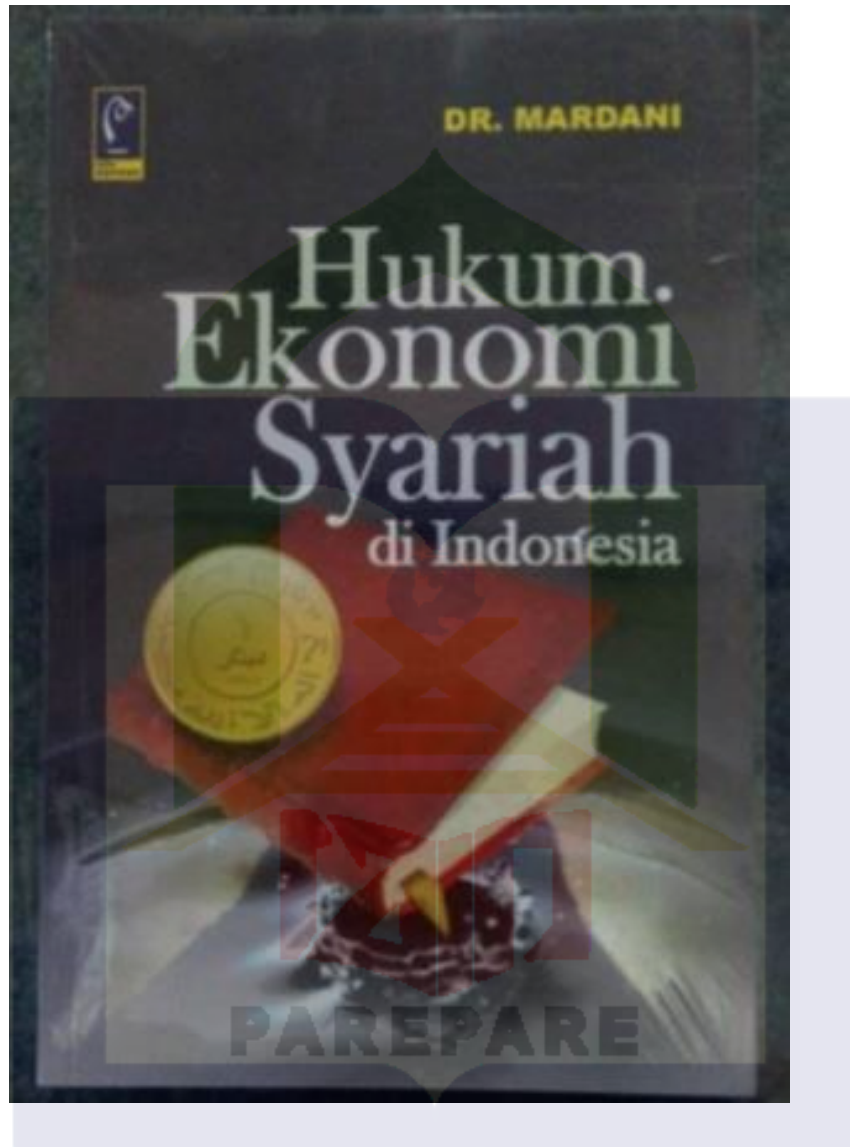
LAMPIRAN

PAREPARE

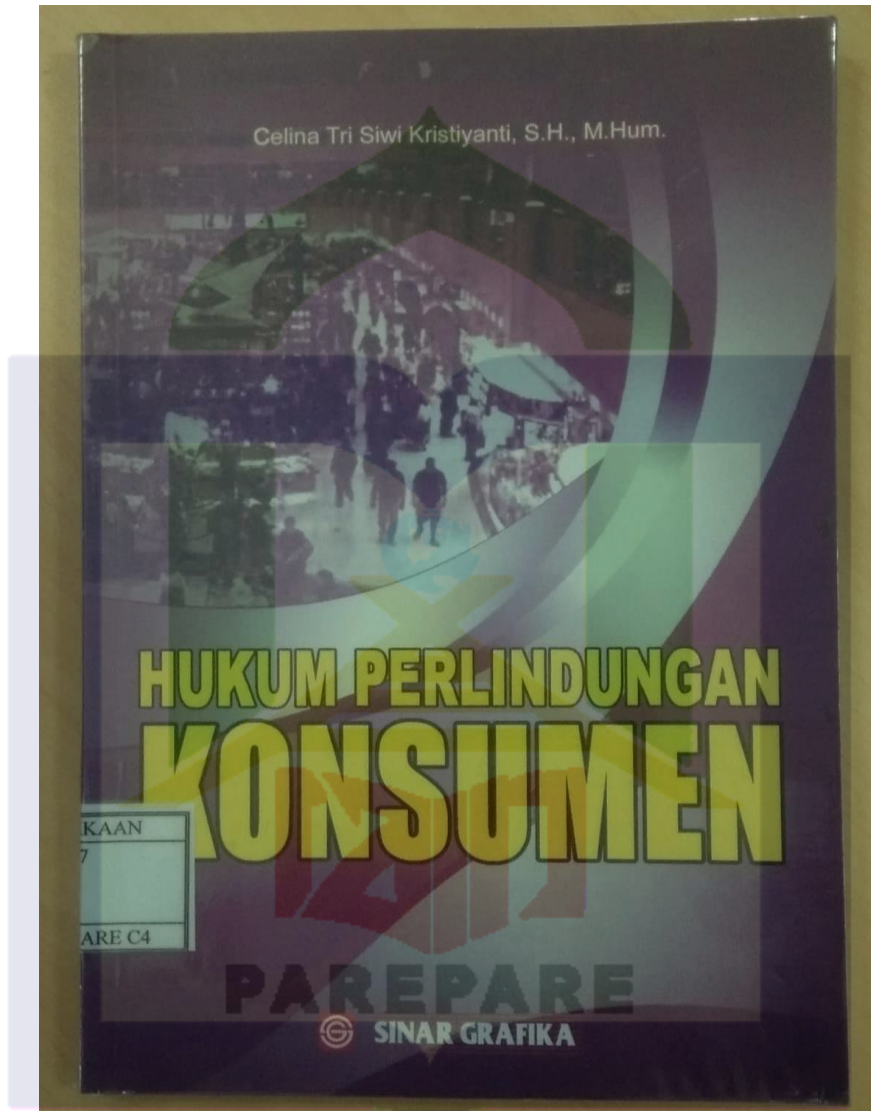
Lampiran 01 : Dokumentasi



Lampiran 02 : Buku Referensi 1



Lampiran 03 : Buku Referensi 2



Lampiran 04 : Buku Referensi 3



Lampiran 05 : Biodata Penulis

SELVIANA Lahir di Parepare, 28 Januari 2001. Anak kedua dari lima bersaudara yang lahir dari pasangan bapak Adi dan Ibu Nursia. Pendidikan yang di tempuh penulis yaitu SDN 82 Kota Parepare dan Lulus tahun 2013, SMPN 6 Parepare masuk pada tahun 2013 dan lulus tahun 2016, melanjutkan jenjang di MAN 1 Parepare dan lulus tahun 2019. Hingga kemudian melanjutkan studi ke jenjang S1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dan memilih program studi Hukum Ekonomi Syariah, penulis melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat di Desa Massulowalie kabupaten Pinrang pada tahun 2022 kemudian melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di BULOG Pinrang pada Tahun 2022 dan menyelesaikan tugas akhirnya yang berjudul "Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Barang Dalam Platform Jual Beli Online".

