

**ANALISIS PERJANJIAN JUAL BELI MELALUI *E-COMMERCE*
DITINJAU DARI HUKUM ISLAM DAN HUKUM
PERLINDUNGAN KONSUMEN**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Makassar*

**Oleh
Hasyim Mubarak. P
NIM: 105251101619**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
1444 H/ 2023 M**

ANALISIS PERJANJIAN JUAL BELI MELALUI *E-COMMERCE*
DITINJAU DARI HUKUM ISLAM DAN HUKUM
PERLINDUNGAN KONSUMEN

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)

Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas

Universitas Muhammadiyah Makassar

Oleh

Hasyim Mubarak. P

NIM: 105251101619

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
1444 H/ 2023 M



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259, Mansara Iqra Lt. IV Telp. (0411) 866972 Fax 865 588 Makassar 90221

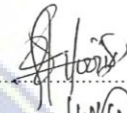
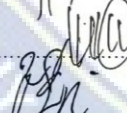
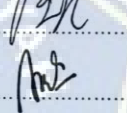
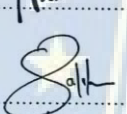
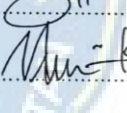



PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudara **Hasyim Mubarak, P**, NIM. 105 25 11016 19 yang berjudul "**Analisis Perjanjian Jual Beli Melalui E Commerce ditinjau dari Hukum Islam dan Hukum Perlindungan Konsumen.**" telah diujikan pada hari Sabtu, 24 Ramadhan 1444 H/ 15 April 2023 M. dihadapan Tim Penguji dan dinyatakan telah dapat diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H.) pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

24 Ramadhan 1444 H.
Makassar, -----
15 April 2023 M.

Dewan Penguji :

Ketua	: Hurriah Ali Hasan, ST., ME., Ph.D.	(..... )
Sekretaris	: Hasanuddin, SE., Sy., ME.	(..... )
Anggota	: Saidin Mansyur, SS., M. Hum.	(..... )
	: Siti Walida Mustamin, S. Pd., M. Si.	(..... )
Pembimbing I	: Dr. St. Saleha Madjid, S. Ag., M.H.I.	(..... )
Pembimbing II	: Mega Mustika, SE.Sy., M.H.	(..... )

Disahkan Oleh :

Dekan FAI Unismuh Makassar,

Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.
NIM. 774 234



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Menara Iqra' Lt. IV Telp. (0411) 866972 Fax 865 588 Makassar 90221

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

BERITA ACARA MUNAQASYAH

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah Mengadakan Sidang Munaqasyah pada : Hari/Tanggal : Sabtu, 24 Ramadhan 1444 H/ 15 April 2023 M. Tempat : Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, Jalan Sultan Alauddin No. 259 (Menara Iqra' Lantai 4) Makassar.

MEMUTUSKAN

Bahwa Saudara (i)

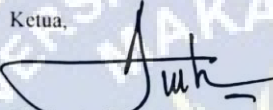
Nama : **Hasyim Mubarak P**

NIM : 105 25 11016 19

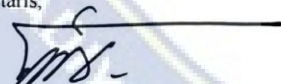
Judul Skripsi : Analisis Perjanjian Jual Beli Melalui *E Commerce* ditinjau dari Hukum Islam dan Hukum Perlindungan Konsumen.

Dinyatakan : **LULUS**

Ketua,


Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.
NIDN. 0906077301

Sekretaris,

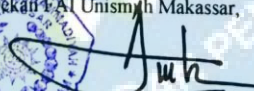

Dr. M. Ilham Muchtar, Lc., MA.
NIDN. 0909107201

Dewan Penguji :

1. Hurriah Ali Hasan, ST., ME., Ph.D. (.....)
2. Hasanuddin, SE., Sy., ME. (.....)
3. Saidin Mansyur, SS., M. Hum. (.....)
4. Siti Walida Mustamin, S. Pd., M. Si. (.....)

Disahkan Oleh :

Dekan FAI Unismuh Makassar,


Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.
NIDN. 0906077301



FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Kantor : Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. IV Telp. (0411) 851914 Makassar 90223

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hasyim Mubarak, P
NIM : 105251101619
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Agama Islam
Kelas : A

Dengan ini menyatakan hal sebagai berikut :

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesai penyusunan skripsi ini, saya menyusun sendiri skripsi saya (tidak dibuatkan oleh siapapun)
2. Saya tidak melakukan penjiplakan (Plagiat) dalam menyusun skripsi.
3. Apabila saya melanggar perjanjian seperti pada butir 1, 2, dan 3 saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran

Makassar, 7 Ramadhan 1445H
18 Maret 2024

buat pernyataan

Hasyim Mubarak, P
NIM: 105251101619

PERSETUJUAN PEMBIMBING

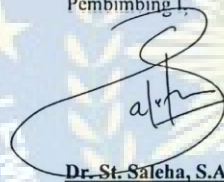
Judul Skripsi : Analisis Perjanjian Jual-Beli Melalui *E-commerce*
Ditinjau dari Hukum Islam dan Hukum Perlindungan
Konsumen
Nama : Hasyim Mubarak. P
NIM : 105251101619
Fakultas/Prodi : Agama Islam/Hukum Ekonomi Syari'ah (Mu'amalah)

Setelah dengan seksama memeriksa dan meneliti, maka skripsi ini dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diujikan di depan tim penguji ujian pskripsi pada Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 19 Ramadhan 1444 H
10 April 202 M

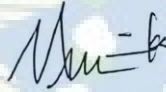
Disetujui Oleh:

Pembimbing I,



Dr. St. Salcha, S.Ag., M.H.I
NIDN. 0911037502

Pembimbing II,



Mega Mustika, SE.Sy.,MH
NIDN. 0907109401

Abstrak

Hasyim Mubarak. P 105 251 1016 19. 2023. Judul Skripsi : Analisis perjanjian jual beli melalui *e-commerce* ditinjau dari hukum islam dan hukum perlindungan konsumen. Dibimbing oleh Siti Saleha dan Mega Mustika.

Perkembangan teknologi informasi saat ini semakin gencar didukung oleh infrastruktur pendukung yang telah dibangun oleh pemerintah maupun swasta. Seiring dengan penetrasi teknologi ke segala bidang kehidupan, penetrasi teknologi informasi kini juga telah menghasilkan perkembangan di bidang perdagangan elektronik atau *e-commerce*. Konsekuensi dari berkembangnya *e-commerce* ditengah masyarakat telah memberikan sebuah dampak yang positif dan juga dampak negative. Lalu bagaimana tinjauan hukum islam terhadap perjanjian jual beli melalui internet atau *e-commerce*. Bagaimana tinjauan hukum perlindungan konsumen terhadap permasalahan dalam transaksi jual beli melalui internet *e-commerce*.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan atau *library research* (Kualitatif), yaitu suatu penelitian yang sumber datanya diperoleh dari sumber tertulis, mencakup buku-buku, undang-undang, kitab fiqih, jurnal, ensiklopedi, internet, dan karya-karya tulis lain yang berhubungan dengan objek yang diteliti.

Berdasarkan hasil penelitian Asal dari setiap kegiatan muamalah adalah mubah (diperbolehkan), hingga ada hal yang mengubahnya. Dalam hal ini, baik transaksi jual beli melalui internet atau *e-commerce* maupun jual beli tradisional tidak dilarang oleh syari'at Islam kecuali transaksi yang didalamnya terdapat unsur-unsur haram, seperti riba, penipuan, bahaya, ketidakjelasan, merugikan hak orang lain, pemaksaan, dan barang atau jasa yang menjadi objek transaksi adalah halal, bukan yang diharamkan seperti khamr, bangkai, babi, narkoba, judi *online*, dan sebagainya. Melalui Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pemerintah Indonesia mengatur hak-hak konsumen yang harus dilindungi. Undang-undang Perlindungan Konsumen Bukanlah anti terhadap pelaku usaha, namun sebaliknya malah merupakan apresiasi terhadap hak-hak konsumen secara universal.

Kata Kunci: Jual Beli, E-commerce dan Perlindungan Konsumen

Abstract

Hasyim Mubarak. P 105 251 1016 19. 2023. Thesis Title: Analysis of buying and selling agreements via e-commerce in terms of Islamic law and consumer protection law. Supervised by Siti Saleha and Mega Mustika.

The development of information technology is currently increasingly supported by supporting infrastructure that has been built by the government and the private sector. Along with the penetration of technology into all areas of life, the penetration of information technology has now also resulted in developments in the field of electronic commerce or e-commerce. The consequences of the development of e-commerce in the midst of society have had a positive impact and also a negative impact. Then how is the review of Islamic law on buying and selling agreements via the internet or e-commerce. How is the review of consumer protection law on problems in buying and selling transactions through internet e-commerce?

The type of research used in this research is library research (Qualitative), which is a research whose data sources are obtained from written sources, including books, laws, fiqh books, journals, encyclopedias, the internet, and other written works related to the object under study.

Based on the results of the research, the origin of every muamalah activity is mubah (permissible), until there is something that changes it. In this case, both buying and selling transactions via the internet or e-commerce and traditional buying and selling are not prohibited by Islamic law except transactions in which there are haram elements, such as usury, fraud, danger, uncertainty, harming other people's rights, coercion, and the goods or services that are the object of the transaction are halal, not forbidden such as khamr, carrion, pork, drugs, online gambling, and so on. Through Law Number 8 Year 1999 on Consumer Protection, the Indonesian government regulates consumer rights that must be protected. The Consumer Protection Law is not anti-business, but on the contrary, it is an appreciation of universal consumer rights.

Keywords: Buying and Selling, E-commerce and Consumer Protection

KATA PENGANTAR



Segala Puji dan Syukur atas kehadiran Allah SWT yang Maha Kuasa atas segala limpahan berkat dan karunia – Nya yang selalu menyertai dalam setiap aktivitas, sehingga penulis dapat menyelesaikan Penelitian Skripsi yang berjudul **“Analisis Perjanjian Jual Beli Melalui *E-commerce* Ditinjau dari Hukum Islam dan Hukum Perlindungan Konsumen”**

Sholawat serta salam kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW., yang menjadi teladan terbaik sepanjang zaman, sosok pemimpin yang paling berpengaruh sepanjang sejarah kepemimpinan, sosok yang mampu mengangkat derajat manusia dari lembah kemaksiatan menuju alam yang mulia, yang dengannya manusia mampu berhijrah dari satu masa yang tidak mengenal peradaban menuju masa yang berperadaban.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan Kedua Orang Tua tercinta, Ayahanda Jumaidin dan Ibunda Nurjannah, yang selalu memberikan support terbaik berupa doa, motivasi, dan materi sehingga penelitian ini bisa berjalan dengan lancar sebagaimana mestinya. Kemudian bantuan dari berbagai pihak dan selayaknya menyampaikan terima kasih atas bantuan dan andil dari mereka semua, baik materil maupun moril. Untuk itu, terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar;

2. Ibu Dr. Amirah Mawardi, S.Ag., M.Si. selaku Dekan Fakultas Agama Islam;
3. Bapak Hasanuddin, SE.Sy.,ME. selaku Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah dan Bapak Dr. Ridwan, S.H.I., M.H.I. selaku Sekretaris Prodi Hukum Ekonomi Syariah;
4. Ibu Dr. Saleha, S.Ag., M.H.I. selaku Pembimbing I dan Ibu Mega Mustika, SE.Sy., M.H. selaku Pembimbing II , yang senantiasa membimbing dan memberikan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar yang selalu setia membimbing Penulis selama menempuh pendidikan di Hukum Ekonomi Syariah;
6. Saudara/i ku Riski Abdullah, Suci Ramadhani, Arifah Zurahmah yang senantiasa memberikan doa dan dukungan;
7. Teman-teman terdekat saya Reski Saputra, Nurul Hidayah, Rasyid Ridha, dan Nurul Islamiah yang selalu membersamai, memberikan semangat serta menghibur dalam suka maupun duka sampai pada saat ini;
8. Teman-teman Pengurus HMJ HES Periode Responsif dan BPH Pikom FAI Periode Profetik yang selalu memberikan semangat selama penyelesaian skripsi ini;
9. Teman-teman PKL Nasional Pengadilan Agama Jakarta Utara yang senantiasa memberikan dukungan dan masukan selama pengerjaan skripsi ini;

10. Alumni *Exact One* SMANSA LUTRA angkatan 52 yang sampai saat ini masih memberikan dukungan;
11. Rekan-rekan kelas HES A angkatan 19 yang kebersamai dalam dunia akademik dari awal perkuliahan hingga saat ini;
12. Semua Pihak yang turut membantu, mendukung dan mendoakan selama proses perkuliahan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Upaya penulisan dan penyusunan skripsi telah dilakukan secara maksimal dan penulis menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Untuk itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga Allah SWT. Akhir kata semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi semua pembacanya.

Makassar, 29 Rajab 1444 H
20 Februari 2023 M

Hasyim Mubarak. P

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
BERITA ACARA MUNAQASYAH	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR PUSTAKA	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Jual Beli.....	6
1. Pengertian.....	6
2. Dasar Hukum	7
3. Syarat- syarat Jual Beli.....	8
4. Rukun-rukun Jual Beli	9
5. Macam-macam Jual Beli.....	10
6. Macam-macam Akad Jual Beli	12

B. Jual Beli Melalui Internet (<i>E-commerce</i>).....	18
C. Hukum Perlindungan Konsumen	21
a. Konsumen dan Pelaku Usaha.....	21
b. Sejarah Hukum Perlindungan Konsumen	22
c. Ruang Lingkup Hukum Perlindungan Konsumen	23
d. Hak dan Kewajiban Konsumen.....	24
e. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha	26
f. Tujuan Perlindungan Konsumen.....	28
D. Kerangka Konseptual	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Pendekatan Penelitian	30
C. Metode Pengumpulan Data	31
D. Teknik Pengelolaan dan Analisis Data	31
E. Instrumen Penelitian.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	33
A. Pandangan Hukum Islam Terhadap Akad Jual Beli Melalui Internet (<i>e-commerce</i>).....	33
B. Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Melalui Internet (<i>e-commerce</i>).....	41
BAB V PENUTUP	46
A. Kesimpulan	46
B. Saran.....	47

DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN.....	51
RIWAYAT HIDUP	60



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi saat ini semakin gencar didukung oleh infrastruktur pendukung yang telah dibangun oleh pemerintah maupun swasta. Seiring dengan penetrasi teknologi ke segala bidang kehidupan, penetrasi teknologi informasi kini juga telah menghasilkan perkembangan di bidang perdagangan elektronik atau *e-commerce*. Teknologi informasi adalah suatu bentuk teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah, dan menggunakan informasi dalam segala bentuknya. Melalui pemanfaatan teknologi informasi ini, perusahaan-perusahaan mikro, kecil, dan menengah dapat memasuki pasar global. Perusahaan yang awalnya kecil seperti perusahaan Tokopedia, Shopee, dan Lazada, ketiganya kini menjadi perusahaan raksasa hanya dalam waktu singkat karena memanfaatkan teknologi informasi dalam mengembangkan usahanya¹.

Hingga saat ini sudah banyak situs yang menyediakan layanan jual beli online, seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, Tiktok shop, berniaga.com, olx.co.id, kutubuku.com, gojek, grab, maksindo dan lain-lain. Dalam bisnis di bidang teknologi, selain situs-situs yang menyediakan layanan dengan berbagai pilihan, hal tersebut perlu didukung dengan kemajuan komunikasi antara penjual dan pembeli. Dukungan dan layanan kepada konsumen saat ini banyak menggunakan website, e-mail, Facebook Messenger, WhatsApp, Line, Telegram, Instagram dan lain

¹ Suyanto, M uhammad. 2003b. *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta : Penerbit Andi

sebagainya. Kolaborasi antara media penyedia jasa dan media komunikasi jasa sebagai upaya yang tidak dapat ditolak dalam perkembangan era globalisasi.²

Konsekuensi dari berkembangnya *e-commerce* ditengah masyarakat telah memberikan sebuah dampak yang positif maupun negatif. Bahwa dampak positif adanya transaksi *e-commerce* memberikan kemudahan dan praktis bagi pelaku usaha untuk menawarkan barang-barang yang dijual kepada konsumen secara *online* tanpa harus konsumen datang langsung ke toko, terdapat pula dampak negatif dalam hal keamanan berbelanja *online* yang dapat merugikan kedua belah pihak dan secara hukum hal ini terkait dengan adanya perlindungan hukum dan jaminan kepastian hukum dalam bertransaksi di *e-commerce*. Perlu dipahami beberapa permasalahan dalam transaksi *e-commerce*, yaitu:³ *Pertama*, barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai, dalam arti penjual lalai pengirim barang yang sesuai dengan yang dipesan oleh konsumen. *Kedua*, potensi adanya penipuan yang mana konsumen gagal menerima barang dari penjual padahal telah melakukan pembayaran. *Ketiga*, adanya tawaran atau diskon palsu yang menggiurkan supaya menjebak konsumen untuk membeli barang yang ada. *Keempat*, potensi adanya hacker (peretas) yang mengambil alih akun e-commerce konsumen untuk mengambil data atau menggunakan akun tersebut untuk hal yang tidak baik sehingga merugikan konsumen.

Pada prinsipnya, transaksi *e-commerce* dapat dikatakan seperti transaksi jual beli yang ada pada umumnya, tetapi hal yang membedakan yaitu kalau transaksi ini

² Safira, Dessi. 2015. Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam

³ Ida Kurnia dan Imelda Martinelli, permasalahan dalam transaksi e-commerce, 2021. Hlm 345.

menggunakan media *online* sehingga keamanan dalam transaksi *e-commerce* sering menjadi masalah utama. Salah satunya dalam bentuk penipuan. Penipuan ini dapat dilakukan oleh banyak oknum yang berbeda, baik pelaku usaha ataupun konsumen yang buruk.

Salah satu jenis kejahatan komputer adalah penipuan. Bentuk penipuan ini menjadi semakin populer. Secara khusus, banyak orang ingin dengan mudah memenuhi kebutuhan mereka dan menghemat waktu dan uang. Kegiatan tersebut bersifat *online*, tetapi dapat dikategorikan sebagai tindakan dan proses nyata. Penipuan ini adalah penjahat dunia maya yang memanfaatkan kelemahan dan kebiasaan keamanan saat menggunakan Internet.⁴

Melihat permasalahan-permasalahan yang disebutkan di atas, pemerintah Indonesia mengeluarkan kebijakan berupa undang-undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen yang dimana tujuannya untuk melindungi hak-hak dari konsumen dalam mengonsumsi barang atau jasa, serta UU ITE untuk perlindungan transaksi yang dilakukan secara online.

Dengan telah dikeluarkannya undang-undang tentang perlindungan konsumen dan UU ITE dalam upaya melindungi hak-hak konsumen transaksi *e-commerce*, setidaknya hal ini diharapkan dapat mendidik masyarakat Indonesia yang melakukan transaksi bisnisnya melalui *e-commerce* untuk lebih menyadari akan segala hak-hak dan kewajiban-kewajiban yang dimiliki, dan pula hak dan kewajiban pelaku usaha seperti dapat dibaca dari konsederan undang-undang ini

⁴ ibid

dimana dikatakan bahwa untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya, serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.⁵

Hukum Islam sendiri telah mengatur kegiatan jual beli ini dengan baik dalam Al-Qur'an, Hadist-hadist nabi, serta pendapat-pendapat para ulama. Yang dimana membahas tentang bagaimana syarat-syarat penjual, pembeli, barang yang dijual, dan juga akad-akad jual beli yang dilarang karena menimbulkan kerugian di salah-satu pihak.

Dengan beberapa alasan yang telah disebutkan, penulis merasa perlu mengangkat tema diatas untuk membahas lebih lanjut mengenai bagaimana tinjauan hukum islam dan hukum perlindungan konsumen terhadap pernjian jual beli melalui internet atau e-commerce.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pandangan hukum islam terhadap perjanjian jual beli melalui internet (*e-commerce*) ?
2. Bagaimana tinjauan hukum perlindungan konsumen terhadap jual beli melalui internet (*e-commerce*) ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah diatas yaitu:

⁵ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, hukum tentang perlindungan konsumen, (jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm 1-2.

1. Untuk mengetahui pandangan hukum islam terhadap perjanjian jual beli melalui internet (e-commerce)
2. Untuk mengetahui tinjauan hukum perlindungan konsumen terhadap perjanjian jual beli melalui internet (e-commerce)

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat menambah wawasan atau ilmu pengetahuan mengenai pentingnya pandangan hukum islam dan hukum perlindungan konsumen dalam melaksanakan perjanjian jual beli melalui internet (e-commerce) agar tidak ada pihak yang dirugikan dalam pelaksanaannya.

2. Manfaat Praktis

- a. Peneliti

Menambah wawasan agar lebih baik lagi dalam pelaksanaan jual beli melalui internet (e-commerce). Serta dapat dijadikan sebagai sumber referensi untuk peneliti selanjutnya.

- b. Masyarakat :

Sebagai sumbangan ide pemikiran bagi masyarakat khususnya dalam pelaksanaan jual beli melalui internet (e-commerce) yang berlandas pada hukum islam serta hukum perlindungan konsumen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Jual Beli

1. Pengertian

Secara Bahasa jual beli (al-bai') adalah "muqaabaltu syai'in bi sya'in" yaitu menyerahtherimakan sesuatu dengan sesuatu. Adapun terminology hukum islam, jual beli adalah pemindah-alihan kepemilikan atas suatu benda (barang) dengan alat barter tertentu yang diperbolehkan oleh syariat atau juga pemindah-alihan kepemilikan atas manfaat suatu benda (barang untuk selamanya dengan kompensasi berupa nilai (harga) materil tertentu yang telah disepakati dengan cara suka rela. Dengan demikian, proses pemindah-alihan kepemilikan yang dilakukan dengan paksaan atau cara-cara yang batil, maka itu tidak dinamakan jual beli dan haram hukumnya.⁶

Sedangkan menurut istilah yang dimaksud jual beli atau bisnis adalah:

1. menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan⁷.
2. Menurut Syekh Muhammad ibn Qâsim al-Ghazzi

واما شرعا فأحسن ما قيل في تعريفه انه تملك مالية بمعاوضة باذن شرعي

⁶ DR. KH. M Hamdan Rasyid, M.A.dkk. 2016. Panduan muslim sehari-hari dari kandungan sampai mati. hlm. 592

⁷ Ahmad, Idris, 1986. *Fiqh al-Syafi'iyah*, Jakarta: Karya Indah. hlm. 5

أوتملك منفعة مباحة على التآ بيد بثنى مالى

Artinya:

Menurut syara, pengertian jual beli yang paling tepat ialah memiliki sesuatu harta (uang) dengan mengganti sesuatu atas dasar izin syara, sekedar memiliki manfaatnya saja yang diperbolehkan syara untuk selamanya yang demikian itu harus dengan melalui pembayaran yang berupa uang⁸.

3. Ada sebagian ulama memberikan pemaknaan tentang jual beli (bisnis), diantaranya; ulamak Hanafiyah “Jual beli adalah pertukaran harta dengan harta (benda) berdasarkan cara khusus (yang di bolehkan) syara’ yang disepakati”. Menurut Imam nawawi dalam al-majmu’ mengatakan “Jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan”. Menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik atas dasar saling merelakan⁹.

2. Dasar Hukum

Jual-beli adalah aktifitas ekonomi yang hukumnya boleh berdasarkan kitabullah dan sunnah rasul-Nya serta ijma' dari seluruh umat Islam.

a. Al-Qur'an

Di dalam ayat-ayat Al-Quran bertebaran banyak ayat tentang jual-beli.

Salah satunya adalah firman Allah SWT :

⁸ Al-Ghazzi, Muhammad ibn Qâsim, t.th, *Fath al-Qarîb al-Mujîb*, Indonesia: Dâr al-Ihya al Kitab, al-Arabiah. h30

⁹ Suhendi, Hendi, 2007, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada. h69-70

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا^ق

Terjemahnya :

Dan Allah telah menghalalkan jual-beli dan telah mengharamkan riba. (QS. Al-Baqarah : 275.

b. Hadist

Sedangkan dari sunnah nabawiyah, Rasulullah SAW bersabda :

Dari Ibnu Umar radhiyallahuanhu. bahwa Rasulullah SAW bersabda: “Apabila dua orang melakukan jual-beli, maka masing-masing orang mempunyai hak khiyar (memilih antara membatalkan atau meneruskan jual-beli) selama mereka belum berpisah dan masih bersama; atau selama salah seorang di antara keduanya tidak menemukan khiyar kepada yang lainnya. Jika salah seorang menentukan khiyar pada yang lain, lalu mereka berjual-beli atas dasar itu, maka jadilah jual-beli itu”. (HR. Muttafaq alaih).

3. Syarat-syarat Jual Beli

Adapun syarat jual beli harus sesuai rukun jual beli sebagaimana berdasarkan pendapat jumbuh ulama, sebagai berikut:¹⁰

1. Syarat orang yang sedang berakad antara lain berakal maksudnya orang gila atau belum orang yang belum *mumayiz* tidak sah dan yang mengerjakan akad tersebut harus orang yang berbeda.
2. Syarat yang berhubungan dengan *ijab* dan *qabul*, semua ulama sepakat unsur utama dalam jual beli yakni kerelaan kedua belah pihak. Kerelaan

¹⁰ Akhmad Farroh Hasan, 2018. *Fiqh Muammalah dari Klasik hingga Kontemporer* (Penerbit; UIN-Maliki Malang Press). Hlm 32-33

kedua belah pihak dapat dilihat dari *ijab* dan *qabul*. Para ulama' fiqih berpendapat syarat-syarat dalam *ijab qabul* di antaranya: orang yang mengucapkan telah *balig* dan berakal, *qabul* yang dilaksanakan harus sesuai *ijab*, *ijab* dan *qabul* harus dilaksanakan dalam satu majlis.

3. Syarat barang yang diperjual belikan (*ma'qud alaih*), antara lain: barang ada atau tidak ada di tempat tapi penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang tersebut, dapat berfungsi atau difungsikan.
4. barang sudah ada pemiliknya, boleh diserahkan pada saat akad berlangsung atau waktu yang ditentukan ketika transaksi berlangsung.
5. Syarat nilai tukar (harga barang), tergolong unsur yang mendasar dalam jual beli ialah nilai tukar, dan kebanyakan manusia memakai uang. Terkait dengan nilai tukar Para ulama fiqih membedakan *al-staman* dengan *al-si'r*. *staman* ialah harga pasar yang berlaku di tengah-tengah masyarakat, *al-sir* ialah modal barang yang seharusnya diterima semua pedagang sebelum dijual ke konsumen.

4. Rukun-Rukun Jual Beli

Rukun dalam jual beli berdasarkan pendapat ulama Hanfiah ada dua yakni *ijab* dan *qobul*. Sedangkan berdasarkan pendapat jamhur ulama' rukun jual beli harus mencakup empat macam, antara lain:¹¹

- a. *Akidain* (penjual dan pembeli).
- b. Ada barang yang dibeli.
- c. *Sighat* (lafad *ijab* dan *qabul*).

¹¹ Abdurahman, dkk, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), hlm 70

- d. Ada nilai tukar pengganti barang.

5. Macam-macam Jual Beli

Jual beli dapat ditinjau dari beberapa sisi, yakni dari sisi obyek dan Subjek jual beli. Pembahasannya sebagai berikut:

- a. Ditinjau dari sisi benda yang dijadikan obyek jual beli ada tiga macam¹²:
1. Jual beli benda yang kelihatan, yakni pada waktu mengerjakan akad jual beli benda atau barang yang diperjualbelikan ada di depan penjual dan pembeli. Hal ini lazim dilaksanakan masyarakat Umum.
 2. Jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam perjanjian, yakni jual beli salam (pesanan). Salam merupakan jual beli yang tidak tunai (kontan), pada awalnya meminjamkan barang atau sesuatu yang seimbang dengan harga tertentu, maksudnya ialah perjanjian sesuatu yang penyerahan barangbarangnya ditangguhkan hingga masa-masa tertentu, sebagai imbalan harga yang telah diputuskan ketika akad.
 3. Jual beli benda yang tidak ada serta tidak bisa dilihat, yakni jual beli yang dilarang oleh agama Islam, sebab barangnya tidak pasti atau masih gelap, sehingga dikhawatirkan barang tersebut diperoleh dari curian atau barang titipan yang akibatnya dapat memunculkan kerugian diantara pihak.
- b. Dari segi obyeknya jual beli dibedakan menjadi empat macam:¹³

¹² Hendi Suhendi, 2007, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada. hlm 75-76

¹³ Ghufroon A. Masadi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), hlm 141.

1. Bai' al-muqayadhah, yakni jual beli barang dengan barang, atau yang lazim disebut dengan barter. Seperti menjual garam dengan sapi.
 2. Ba'i al-muthlaq, yakni jual beli barang dengan barang lain secara tangguh atau menjual barang dengan saman secara mutlaq, seperti dirham, dolar atau rupiah.
 3. Ba'i al-sharf, yakni menjualbelikan saman (alat pembayaran) dengan tsaman lainnya, seperti rupiah, dolar atau alat-alat pembayaran lainnya yang berlaku secara umum.
 4. Ba'i as-salam. Dalam hal ini barang yang diakadkan bukan berfungsi sebagai mabi' melainkan berupa dain (tangguhan) sedangkan uang yang dibayarkan sebagai saman, bisa jadi berupa 'ain bisa jadi berupa dain namun harus diserahkan sebelum keduanya berpisah. Oleh karena itu saman dalam akad salam berlaku sebagai 'ain".
- c. Ditinjau dari segi pelaku akad (subyek) jual beli terbagi menjadi tiga bagian, yakni:¹⁴
- Akad jual beli yang dilaksanakan dengan lisan, yakni akad yang dilaksanakan oleh kebanyakan orang, bagi orang bisu diganti dengan isyarat yang merupakan pembawaan alami dalam menampakkan kehendak, dan yang dipandang dalam akad ialah maksud atau kehendak dan Definisi, bukan pembicaraan dan pernyataan.

¹⁴ Hendi Suhendi, 2007, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada. hlm 77-78

- Penyampaian akad jual beli melewati utusan, perantara, tulisan atau surat-menyurat, jual beli seperti ini sama dengan ijab kabul dengan ucapan, misalnya JNE TIKI dan lain sebagainya. Jual beli ini dilaksanakan antara penjual dan pembeli tidak berhadapan dalam satu majlis akad, tapi melalui JNE TIKI. Jual beli seperti ini dibolehkan berdasarkan pendapat syara'. Dalam pemahaman sebagian Ulama', format ini hampir sama dengan format jual beli salam, hanya saja jual beli salam antara penjual dan pembeli saling berhadapan dalam satu majlis akad. Sedangkan dalam jual beli via pos dan giro antara penjual dan pembeli tidak berada dalam satu majlis akad.
- Jual beli dengan tindakan (saling memberikan) atau dikenal dengan istilah mu'athah, yakni mengambil dan menyerahkan barang tanpa ijab dan qabul, seperti seseorang mengambil rokok yang sudah bertuliskan label harganya, dibandrol oleh penjual dan kemudian memberikan uang pembayarannya kepada penjual. Jual beli dengan cara demikian dilaksanakan tanpa ijab qabul antara penjual dan pembeli, berdasarkan pendapat sebagian ulama' Syafi'iyah tentu hal ini dilarang, tetapi berdasarkan pendapat sebagian lainnya, seperti Imam Nawawi membolehkan jual beli barang kebutuhan sehari-hari dengan cara yang demikian, yakni tanpa ijab qabul terlebih dahulu.

6. Macam-macam Akad Jual Beli

1. Akad *Murâbahah*

Murâbahah berasal dari kata *ribh*, yang berarti perolehan, keuntungan, atau tambahan.¹⁰ Pelaksanaan jual beli dengan akad *murâbahah*, penjual harus mengungkapkan biayanya pada saat akad terjadi serta penetapan marjin keuntungan yang disetujui. *Bay' al-Murâbahah* adalah menjual barang dengan harga yang ditetapkan di pasaran dengan tambahan keuntungan yang diketahui.¹⁵

2. Akad Istishna'

Secara bahasa *Istishnâ'* berasal dari akar kata *sana'a* (صنع) ditambah alif, sin, dan ta' menjadi *istishnâ'* (استصناع) yang dapat diartikan meminta dibuatkan barang atau "meminta untuk dibuatkan sesuatu".¹⁶

Pengertian *istishnâ'* menurut istilah, didefinisikan sebagai akad meminta seseorang untuk membuat sebuah barang tertentu dalam bentuk tertentu.¹⁹ Pengertian *istishnâ'* merupakan akad yang dilakukan dengan seseorang untuk membuat barang tertentu dalam tanggungan dan akad tersebut merupakan akad membeli sesuatu yang akan dibuat oleh seseorang.

Menurut ahli fikih, pengertian *istishnâ'* adalah suatu permintaan untuk mengerjakan sesuatu yang tertentu menurut cara tertentu yang materinya (bahan bakunya) dari pihak pembuat (tukang).¹⁷

Menurut jumhur ulama, hukum transaksi *istishnâ'* hukumnya boleh, begitu pula pendapat ahli fikih Hanâfiyah, jual beli *istishnâ'* diperbolehkan karena telah lama menjadi kebiasaan (*'urf*) yang mengandung unsur

¹⁵ Muhammad Rawwas Qal'ahji, *Urusan Kewangan Semasa Menurut Perspektif Syariah Islam*, Basri bin Ibrahim al-Hasan al Azhari, (Pent.), (Selangor: 2009), h.131.

¹⁶ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Amzah, 2010), h. 252.

¹⁷ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah*, h. 253.

kebaikan (*istihsân*). Jadi hikmah dibolehkannya jual beli *istisnâ'* karena keberadaannya telah menjadi keperluan manusia.¹⁸

3. Akad Salam

Akad *salam* disyaratkan berdasarkan dalil dari Alquran, sunnah dan ijma ulama. Akad *salam* atau *salaf* adalah penjualan sesuatu di masa yang akan datang dengan imbalan sesuatu yang sekarang, atau menjual sesuatu yang dijelaskan sifatnya dalam tanggungan. Para ulama *Syafi'iyah* dan *Hanabilah* mendefinisikan akad *salam* sebagai akad atas sesuatu yang disebutkan dalam sifatnya dalam perjanjian dengan penyerahan tempo dengan imbalan harga yang diserahkan dalam majelis akad.¹⁹

Pengertian *salaf* atau *istalafa* sama dengan *iqtarada* yang artinya “berutang”. Menurut istilah, mazhab Hanâfi mendefinisikan *salam* sebagai jual beli tempo dengan tunai. Menurut Mazhab Maliki, *salam* adalah akad jual beli dimana modal (harga) dibayar di muka, sedangkan barang diserahkan di belakang. Jadi *salam* adalah salah satu bentuk jual beli di mana uang harga barang dibayarkan secara tunai, sedangkan barang yang dibeli belum ada, hanya sifat-sifat, jenis, dan ukurannya sudah disebutkan pada waktu perjanjian dibuat.²⁰

4. Akad Bay al-Inah

Kata ‘*al-‘inah*’ berasal dari bahasa Arab yang berarti “tunai” atau “segera”. Tetapi, yang dimaksud dengan *bay-‘inah* adalah menjual harta

¹⁸ Burhanuddin S, *Fiqh Muamalah Dasar-dasar Transaksi dalam Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: Ijtihad Ilmu, 2010), h. 103.

¹⁹ Wahbah al-Zuhaylî, *Fiqh Islâm wa Adillatuhu*, Jilid 5, h. 242.

²⁰ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah*, h. 243.

dengan bayaran angsuran, kemudian segera membelinya kembali dengan bayaran tunai. Menurut al-Bahuty, *bay' al-'inah* adalah penjualan barang kepada seseorang dengan harga kredit dan barang diserahkan kepada pembeli, kemudian dibeli kembali oleh penjual sebelum mengambil bayarannya dengan uang tunai lebih kecil dari harga asalnya.²¹

5. Bay' Al-Dayn

Bay' al-Dayn adalah suatu akad jual beli dengan objek jual belinya adalah piutang atau tagihan (*dayn*). *Bay' al-dayn* adalah seseorang yang mempunyai hak mengutip hutang yang akan dibayar pada masa yang akan datang dan dia dapat menjual haknya kepada orang lain dengan harga yang disetujui bersama²².

Konsep *bay' al-dayn* sebenarnya merujuk kepada pembiayaan hutang yaitu peruntukkan sumber keuangan yang diperlukan oleh unit-unit pembiayaan, perdagangan dan jasa dengan cara menjual atau membeli kertas-kertas dan dokumen-dokumen perdagangan.

6. Akad Musyarakah

Pengertian *shirkah* (*mushârah*) secara harfiah berarti percampuran. Menurut bahasa, *shirkah* adalah bercampurnya suatu harta dengan harta yang lain sehingga keduanya tidak dapat dibedakan. Menurut ulama Syafi'iyah, *shirkah* adalah tetapnya hak kepemilikan bagi dua atau lebih sehingga tidak terbedakan antara hak pihak yang satu dengan hak

²¹ Nazaruddin Abdul Wahid, *Sukuk Memahami & Membedah Obligasi pada Perbankan Syariah*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2010), h. 57.

²² Nor Muhamed Yacop, *Sistem Keuangan Islam di Malaysia*, (Kuala Lumpur: Urusan Publications & Distributors Sdn.Bhd,1999), h. 2.

pihak yang lain dan menurut ulama Hanâfiyah, *shirkah* adalah transaksi antara dua orang yang bersekutu dalam modal dan keuntungan²³.

Pengertian *mushâarakah* menurut bahasa ialah pencampuran harta di antara dua orang atau lebih.²⁴ Menurut Saad Abdul Sattar al-Harran, *mushâarakah* (*shirkah*) sebagai bentuk perkongsian di mana dua orang atau lebih bergabung baik dalam bentuk modal atau tenaga kerja atau keduanya dalam kadar tertentu bagi masing-masing dengan pembagian keuntungan, kerugian, dan tanggung jawab masing-masing.

7. Akad Mudharabah

Mudhârabah dari segi bahasa berasal dari kata dasar *al-darb* yang berartinbergerak, menjalankan, memukul, kemudian mendapat tambahan huruf sehingga menjadi مضارب يضارب yang berarti saling bergerak, saling pergi, atau saling menjalankan atau saling memukul. Dalam arti lain, مضارب berarti berdagang atau memperdagangkan.²⁵

Istilah *Mudhârabah* dengan pengertian berpergian untuk berdagang digunakan oleh penduduk Irak. Sedangkan penduduk Hijaz menggunakan istilah *qirâd*, yang diambil dari kata *qard* yang artinya *al-qat'u* yakni memotong. Dinamakan demikian, karena pemilik modal memotong sebagian hartanya untuk diperdagangkan oleh *'âmil* dan memperoleh keuntungannya.

²³ Wahbah al-Zuhaylî, *Fikih Islam wa adillatuhu*, Jilid 5, h.441

²⁴ Nazaruddin Abdul Wahid, *Sukuk Memahami & Membedah Obligasi pada Perbankan Syariah*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2010) h. 62.

²⁵ Sohari Sahrani dan Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalah*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011), h. 187.

Praktik seperti ini dikenal sebagai “*al-muqâradah*” yang berarti sama rata karena masing-masing berkongsi modal dan akan turut sama mendapatkan keuntungan dari sesuatu perniagaan yang dijalankan.” *Mudhârabah* adalah akad yang berlaku antara dua pihak dengan syarat salah seorang dari keduanya menyerahkan sejumlah uang kepada pihak yang lain untuk didagangkan dan keuntungan yang diperoleh dibagi dua sesuai dengan kesepakatan.²⁶

8. Akad Ijarah

Sewa-menyewa dalam bahasa Arab dikenal dengan istilah *Ijârah*. *Ijârah* berasal dari kata “*ajara* (اجر) dan memiliki beberapa sinonim, dapat diartikan: menyewakan, memberinya upah dan memberinya pahala. Menurut bahasa, *ijârah* artinya, sewa menyewa atau jual beli manfaat.⁴² Sayid Sabiq mengemukakan, bahwa *al-ijârah* berasal dari kata ‘*al-ajru*’ (اجر) yang berarti ‘*al-‘iwâdh*’ (sewa atau imbalan, ganjaran atau pahala). Jadi Ijarah menurut bahasa dan secara syara’ memiliki makna jual beli manfaat.²⁷

Dalam pengertian istilah, terdapat perbedaan pendapat tentang *ijârah* di kalangan ulama Hanâfiah, Mâlikiyah, Syâfi’iyyah dan Hanâbilah. Ulama Hanâfiah, mendefinisikan *ijârah* sebagai akad atas manfaat disertai imbalan berupa harta. Namun ulama Mâlikiyah dan Hanâbilah memberi pengertian bahwa *ijârah* adalah suatu akad yang memberikan hak

²⁶ Muhammad al-Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, Jilid 6, h. 173.

²⁷ Muhammad al-Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, Jilid 6, h.155.

kepemilikan manfaat sesuatu yang mubah untuk masa tertentu disertai imbalan.²⁸

B. Jual Beli Melalui Internet (*E-commerce*)

E-Commerce berasal dari dua suku kata yaitu e adalah singkatan dari *electronic* dan *commerce*. Secara bahasa, *electronic* berarti ilmu elektronika, alat-alat elektronik, atau semua hal yang berhubungan dengan dunia elektronika dan teknologi. Sedangkan *commerce* berarti perdagangan atau perniagaan²⁹.

E-commerce merupakan prosedur berdagang atau mekanisme jual-beli di internet dimana pembeli dan penjual dipertemukan di dunia maya. E-commerce juga dapat didefinisikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara online atau direct selling yang memanfaatkan fasilitas Internet dimana terdapat website yang dapat menyediakan layanan “*get and deliver*“. E-commerce akan merubah semua kegiatan marketing dan juga sekaligus memangkas biaya-biaya operasional untuk kegiatan trading (perdagangan). Perdagangan dan pemasaran dengan menggunakan internet, memindahkan aktivitas tradisional tatap muka antar pembeli dan penjual, untuk tawar menawar, memeriksa barang yang akan dibeli sampai penggunaan uang kontan dalam transaksi. Penggunaan fasilitas internet memungkinkan aktivitas bisnis dilakukan di mana, dan kapan pun tanpa harus mempertemukan pihak yang bertransaksi secara fisik. Aktivitas dengan menggunakan media internet dinamakan *electronic commerce* (*E-commerce*), atau perniagaan elektronik. Karakteristik beberapa pelayanan elektronik dapat terlihat

²⁸ Wahbah al-Zuhaylî, *Fikih Islam wa Adillatuhu*, Jilid 5, h. 387.

²⁹ Anang anggarjito, 2008. e-commerce dalam perspektif islam.

juga pada pelayanan tradisional. Jasa internet bersifat tidak nyata, karena transaksi dan pengalaman jasa di sampaikan dengan jaringan elektronik yang tidak dapat dilihat, sehingga sulit untuk di ukur dan dipertimbangkan secara penuh. Perbedaan ini timbul karena adanya perbedaan kebutuhan, harapan, kemampuan pelayanan diri, kesadaran untuk berinteraksi, dan kontribusi persepsi konsumen terhadap adanya ketidak seragaman dalam pelayanan elektronik³⁰.

E-commerce sendiri merupakan metode penjualan yang sedang berkembang pesat seiring perkembangan teknologi di zaman sekarang ini. Penjualan online memudahkan kita mencari barang yang kita inginkan dengan cepat dan tentunya tidak menghabiskan banyak waktu dan energi karena yang kita butuhkan untuk mencari hanya komputer serta koneksi internet. Kita tidak perlu berjalan mengunjungi setiap toko yang menjual barang yang di inginkan, dengan begitu kita dapat menghemat waktu serta biaya untuk mencari suatu barang sehingga lebih efektif dan efisien. Penjualan online sangat menguntungkan kedua belah pihak, antara penjual dan pembeli. Untuk penjual, produk atau tokonya dapat tersebar luas di internet sehingga informasi tentang produknya dapat diketahui dan dilihat oleh calon pembeli. Sedangkan bagi pembeli, dapat melihat berbagai macam produk yang dicari dan dijual di internet serta dapat membandingkan suatu produk dengan produk lainnya dengan cepat³¹.

E-commerce memiliki dampak yang sangat banyak baik bagi pebisnis, konsumen maupun masyarakat secara umum. Dampak-dampak tersebut tentu akan

³⁰ Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h128

³¹ Hediana Runto, Ahmad Dasuki Aly, 2013. *Transaksi jual beli online perspektif ekonomi islam*. hlm. 44

mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah lebih cepat daripada perdagangan konvensional yang mengharuskan terjadinya tatap muka antara penjual dan pembeli. Dampak berkembangnya *e-commerce* bagi organisasi yang mengimplementasikan *e-commerce* bagi usahanya antara lain memperluas *market place* hingga ke pasar nasional dan internasional; menurunkan biaya pembuatan, pemrosesan, pendistribusian, penyimpanan dan pencarian informasi yang menggunakan kertas; memungkinkan pengurangan inventory dan *overhead* dengan menyederhanakan *supply chain* dan manajemen tipe “*pull*”; mengurangi waktu antara outlay modal dan penerimaan produk dan jasa; mendukung upaya-upaya *business process, reengineering*; memperkecil biaya telekomunikasi³².

E-commerce dapat berjalan dengan baik apabila dijalankan berdasarkan prinsip 4C, yaitu: *connection* (koneksi), *creation* (penciptaan), *consumption* (konsumsi) dan *control* (pengendalian). Prinsip-prinsip ini dapat memotivasi konsumen yang mengarah pada *return of investment* (ROI) perusahaan, yang diukur dengan partisipasi aktif seperti *feedback* atau *review* konsumen, dan *share* atau merekomendasikan kepada pengguna lain.³³

Pada Konsep perdagangan jual beli *e-commerce* menimbulkan perikatan antara para pihak untuk memberikan suatu prestasi. Implikasi dari perikatan itu adalah timbulnya hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh para pihak yang terlibat. Dalam jual beli yang menimbulkan adanya perikatan menyebabkan adanya

³² Suyanto, Muhammad. 2003b. *Strategi Periklanan pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta : Penerbit Andi

³³ Hoffman, Donna L., and Marek Fodor. "Can you measure the ROI of your social media marketing." MIT Sloan Management Review 52.1 (2010): hlm. 41-49.

hubungan para pihak, yakni pihak yang satu berhak prestasi dan pihak lainnya wajib memenuhi prestasi, begitu juga sebaliknya.³⁴

C. Hukum Perlindungan Konsumen

1. Konsumen dan Pelaku Usaha

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Secara harfiah berarti “orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu” atau “sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang”. Amerika Serikat mengemukakan pengertian konsumen yang berasal dari kata *consumer* yang berarti “pemakai”.

Menurut Inosentius samsul, konsumen adalah pengguna atau pemakai terakhir suatu produk, baik sebagai pembeli maupun diperoleh melalui cara lain, seperti pemberian, hadiah dan undangan.³⁵

Pakar Ekonomi Syariah memberikan pengertian konsumen berdasarkan konsep islam terhadap hukum harta kekayaan adalah setiap orang, kelompok badan hukum pemakai suatu harta benda dan jasa karena adanya hak yang sah baik dia dipakai untuk pemakai akhir ataupun untuk proses produksi selanjutnya.³⁶

Sedangkan, Berdasarkan UUPK Pelaku usaha merupakan perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain lain. UUPK memberikan pengertian terhadap pelaku usaha sangat luas hal ini bertujuan untuk

³⁴ Elsi Kartika Sari dan Advendi Simanunsong, *Hukum dalam Ekonomi*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2008, hlm. 28

³⁵ Inosentius Samsul, 2004, *Perlindungan konsumen, kemungkinan penerapan tanggungjawab mutlak*, Jakarta: Universitas Indonesia, h 34

³⁶ Muhammad dan Alimin, 2004, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPFEE, h 129

memudahkan konsumen dalam menuntut kerugian, konsumen yang dirugikan sebagai akibat dari mengonsumsi suatu produk dapat dengan mudah mencari pihak mana yang harus dituntut.³⁷

2. Sejarah Hukum Perlindungan Konsumen

Perkembangan perekonomian yang pesat, telah menghasilkan beragam jenis variasi barang dan/atau jasa. Dengan dukungan teknologi dan informasi, perluasan ruang, gerak dan arus transaksi barang dan/ atau jasa telah melintasi batas-batas wilayah negara, konsumen pada akhirnya dihadapkan pada berbagai pilihan jenis barang dan/atau jasa yang ditawarkan secara variatif.

Kondisi seperti ini, pada satu sisi menguntungkan konsumen, karena kebutuhan terhadap barang/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi dengan beragam pilihan. Namun, pada sisi lain, fenomena tersebut menempatkan kedudukan konsumen terhadap produsen menjadi tidak seimbang, dimana konsumen berada posisi yang lemah. Karena konsumen menjadi objek aktifitas bisnis untuk meraup keuntungan yang besarnya melalui kiat promosi dan cara penjualan yang merugikan konsumen.³⁸

Ketidakberdayaan konsumen dalam menghadapi produsen jelas sangat merugikan kepentingan rakyat. Pada umumnya produsen berlindung dibalik standart contract atau perjanjian baku yang telah ditandatangani oleh kedua belah pihak, yakni antara konsumen dan produsen, ataupun melalui informasi semu yang diberikan oleh produsen kepada konsumen. Hal tersebut bukan menjadi gejala

³⁷ Aulia Mthiah, 2018, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta, h 59

³⁸ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Gramedia, 2003). Hlm 12

regional saja, tetapi sudah menjadi persoalan global yang melanda seluruh konsumen di dunia. Timbulnya kesadaran konsumen ini telah melahirkan satu cabang ilmu hukum, yaitu hukum perlindungan konsumen.

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. Undang-undang perlindungan konsumen menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.³⁹

3. Ruang Lingkup Hukum Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut. Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu:⁴⁰ 1). Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati. 2). Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Keinginan yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup. Terbukti bahwa semua norma perlindungan konsumen memiliki sanksi pidana. Singkatnya, bahwa segala upaya yang dimaksudkan dalam perlindungan konsumen

³⁹ Pasal 1 angka 1 undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

⁴⁰ Andrianus Meliala, *Praktis Bisnis Curang*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1993), hlm

tersebut tidak saja terhadap tindakan preventif, akan tetapi juga tindakan represif dalam semua bidang perlindungan yang diberikan kepada konsumen, maka pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan:⁴¹

1. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses informasi, serta menjamin kepastian hukum.
2. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha
3. Meningkatkan pelayanan barang dan jasa.
4. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan.
5. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.

4. Hak dan Kewajiban Konsumen

Adapun hak-hak konsumen yang diatur dalam undang-undang perlindungan konsumen Pasal 4 yaitu :⁴²

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/ atau jasa serta mendapatkan barang dan/ atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;

⁴¹ Husni Syawali dan Neni Sri Imanayati, *Hukum Perlindungan Konsumen, mandar maju*, (Bandung, 2000), hlm 7

⁴² Undang-Undang Hukum Perlindungan Konsumen Pasal 4

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

Disamping Hak yang harus diperoleh oleh konsumen tentunya juga perlu menjalankan kewajibannya sebagai konsumen. Adapun ketentuan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh konsumen sudah diatur dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen Pasal 5 yaitu:⁴³

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/ atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/ atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;

⁴³ Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 5

- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Berdasarkan kewajiban yang harus dilakukan oleh konsumen, saat konsumen tidak melaksanakan apa yang menjadi kewajibannya maka jika terjadi kerugian pelaku usaha tidak akan menjadi penanggung jawab dan pelaku usaha juga dapat menahan hak dari konsumen yang sebagaimana telah dijelaskan diatas.⁴⁴

5. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Menciptakan keseimbangan atas hak-hak yang diberikan kepada konsumen maka undang-undangan juga memberikan hak-hak kepada pelaku usaha yang diatur dalam pasal 6 UUPK:⁴⁵

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/ atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila tidak terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

⁴⁴ Aulia Mthiah. *Op.cit*, h 68

⁴⁵ Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 6

- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sebagai konsekuensi dari hak konsumen, maka kepada pelaku usaha dibebankan pula kewajiban-kewajiban sebagaimana telah diatur dalam pasal 7 UUPK:⁴⁶

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/ atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/ atau garansi atas barang yang dibuat dan/ atau diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/ atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/ atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/ atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

⁴⁶ Undang-undang perlindungan konsumen pasal 7

UUPK dalam hal ini lebih menekankan kepada para pelaku usaha untuk beritikad baik karena sesungguhnya pelaku usaha bertanggung jawab dalam semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban dari para pelaku usaha untuk beritikad baik dimulai sejak barang dirancah atau diproduksi sampai pada tahap penjualan.

6. Tujuan Perlindungan Konsumen

Seperti halnya undang-undang yang lain, UUPK juga memiliki tujuan yang menjadi sasaran akhir yang harus dicapai dalam pelaksanaannya. Tujuan perlindungan konsumen dijelaskan dalam Pasal 3 UUPK, yaitu:⁴⁷

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang/ atau jasa.
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
4. Menciptakan 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 berusaha.

⁴⁷ Undang- undang perlindungan konsumen Pasal 3

6. Meningkatkan kualitas barang/jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

D. Kerangka Konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan atau *library research*, yaitu suatu penelitian yang sumber datanya diperoleh dari sumber tertulis, mencakup buku-buku, undang-undang, kitab fiqih, jurnal, ensiklopedi, internet, dan karya-karya tulis lain yang berhubungan dengan objek yang diteliti.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan Teologi Normatif. Pendekatan teologi normatif merupakan salah satu pendekatan teologis dalam upaya memahami agama secara harfiah. Pendekatan normatif ini dapat diartikan sebagai upaya memahami agama dengan menggunakan kerangka ilmu ketuhanan yang bertolak dari suatu keyakinan bahwa wujud empirik dari suatu keagamaan dianggap sebagai yang paling benar dibandingkan dengan lainnya.⁴⁸ Dalam hal ini digunakan untuk mengkaji dalil-dalil yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist serta pendapat para ulama terkait dengan Jual beli melalui internet (E-commerce).

Pendekatan Yuridis Normatif merupakan pendekatan yang dilakukan berdasarkan bahan hukum utama dengan cara mengkaji teori-teori, konsep-

⁴⁸ Abudin Nata, *Metodologi Study Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2000), hlm 28.

konsep, asas-asas hukum serta peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan tinjauan hukum perlindungan perlindungan konsumen terhadap jual beli melalui internet (E-commerce).

C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kepustakaan (*library Research*), yang dimana peneliti akan mengkaji pokok masalah melalui literatur atau referensi-referensi yang terkait dengan judul penelitian ini.

D. Teknik Pengelolaan Data dan Analisis Data

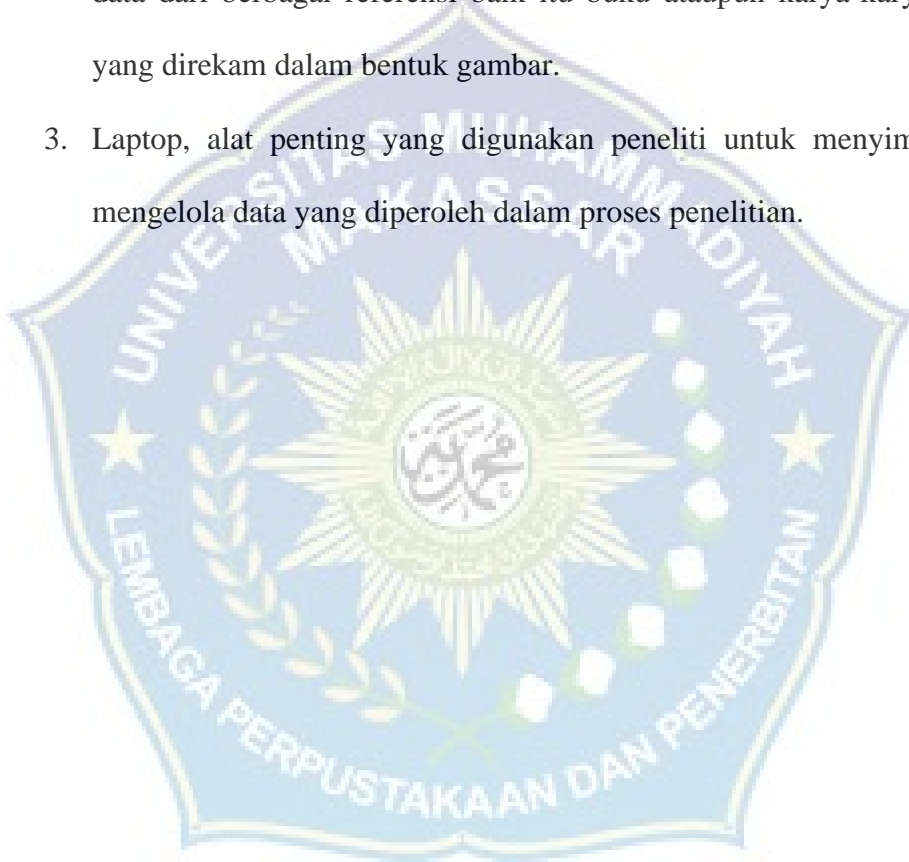
Setelah mengumpulkan beberapa data melalui sumber-sumber referensi (buku, jurnal, internet) yang terkait dengan judul yang diteliti maka peneliti mengklarifikasikan data tersebut dan kemudian akan menggunakan penelitian bersifat deskriptif analisis, yaitu metode yang dilakukan untuk memecahkan masalah dengan cara mengumpulkan data, menyusun, serta menganalisis kemudian menguraikannya. Sehingga permasalahan mengenai penelitian ini dideskripsikan berdasarkan data yang diperoleh kemudian dianalisis menjadi sebuah gagasan untuk ditampilkan dalam penelitian ini.

E. Instrumen Penelitian

Intrumen penelitian yang utama pada penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri, karena dalam hal ini peneliti bekerja penuh untuk mendapatkan serta mengelola data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Peneliti juga harus menjaga keakuratan data yang diperoleh sehingga hasilnya sesuai dengan apa yang diharapkan.

Adapun alat-alat yang akan mendukung penelitian ini adalah:

1. Buku & Alat Tulis, yaitu salah satu alat yang digunakan oleh peneliti untuk mencatat beberapa kutipan referensi dalam proses pengumpulan data.
2. Handphone atau Smartphone, digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dari berbagai referensi baik itu buku ataupun karya-karya ilmiah yang direkam dalam bentuk gambar.
3. Laptop, alat penting yang digunakan peneliti untuk menyimpan dan mengelola data yang diperoleh dalam proses penelitian.



BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Pandangan Islam Terhadap Akad Jual Beli Melalui Internet (*E-commerce*)

Karakteristik yang khas hukum islam yang membedakan dengan sistem hukum lain, diantaranya dalam hal sumber hukum yang mengenal dua macam hukum, yaitu pertama, sumber hukum yang bersifat “naqliy” ialah Al-qur’an dan As-sunnah, sedangkan kedua, sumber hukum yang bersifat “aqliy” ialah menemukan hukum dengan mengutamakan olah pikir dengan beragam metodenya. Kandungan hukum dalam Al-qur’an dan hadist kadang kala bersifat prinsipil yang general (zanni) sehingga perlu interpretasi. Sumber hukum yang mengutamakan olah pikir ini terkait erat dengan istilah “fiqh” dan perkembangan penerapan hukum islam di berbagai Kawasan dunia, tak terkecuali di Indonesia. sumber hukum ini pulalah yang berperan banyak dalam perbedaan pendapat diantara ahli hukum islam menyangkut beragam aspek kehidupan dan menimbulkan mazhab-mazhab hukum islam. perbedaan pendapat mujtahid dalam merumuskan hukum disebabkan beberapa alasan dan dapat disimpulkan pada satu alasan utama yang dapat menampung alasan lainnya, yaitu perbedaan mereka dalam memahami dalil syara’, Al-qur’an maupun hadist.⁴⁹

Pada prinsipnya, jual beli merupakan pemindah-alihan kepemilikan atas suatu benda (barang) dengan alat tukar tertentu yang telah disepakati secara suka

⁴⁹ Muhammad Khundari Bek, *Tarikh Tasri’ islam* (cairo: matbaah istiqomah, 1934), hlm. 134-141.

rela yang dimana tidak dilakukan secara terpaksa atau dengan cara-cara yang batil. Dalam pandangan Islam, suatu transaksi jual beli dinyatakan sah apabila telah memenuhi rukun-rukun dan syarat-syarat sebagai berikut:⁵⁰

a. Pihak penjual (Al-baai') & Pihak Pembeli (al-musyitarii)

Pihak-pihak yang berakad harus sudah mencapai tingkatan *mumayyiz* dan menurut ulama Malikiyah dan Hanafiyah yang dikatakan *mumayyiz* mulai sejak usia minimal 7 tahun. Oleh karena itu, dipandang tidak sah suatu akad yang dilakukan oleh anak kecil yang belum *mumayyiz*, orang gila, dan lain-lain. Sedangkan menurut ulama Syafi'iyah dan Hanabilah mensyaratkan 'aqid harus *baligh*, berakal, mampu memelihara agama dan hartanya⁵¹.

Dalam transaksi jual beli internet (*e-commerce*), masing-masing pihak yang terlibat transaksi telah memenuhi kriteria *tamyiz*, dimana dalam hal ini pihak penjual dan pembeli tentunya telah mampu mengoperasikan komputer ataupun smartphone menandakan bahwa masing-masing pihak memiliki kecakapan yang sempurna dan mempunyai wewenang untuk melakukan transaksi dan hal ini tidak mungkin dilakukan oleh orang yang tidak memiliki kecakapan yang sempurna, seperti dilakukan oleh anak kecil yang belum berakal atau orang gila.

b. Barang yang diperjual-belian (al-mabii')

⁵⁰ Dr. KH. M. Hamdan Rasyid, M.A. & Saiful Hadi El-Sutha, S.Ag. 2016. Panduan Muslim Sehari-hari dari kandungan sampai mati. Wahyu Qolbu. H. 592-593

⁵¹ H. Suhartono, "Transaksi E-Commerce Syariah (Suatu Kajian terhadap Perniagaan Online dalam Perspektif Hukum Perikatan Islam)", *Mimbar Hukum dan Peradilan*, no. 72 (2010): h. 143.

Adapun barang yang diperjual-belikan harus bisa dimiliki dan diserahkan, suci dan memiliki manfaat. Contoh barang yang tidak sah diperjual belikan itu seperti menjual burung diudara, menjual ikan yang masih didalam sungai atau laut, menjual mobil yang telah dicuri orang, memperjual belikan hal yang najis dan sebgainya. Barang yang diperjual-belikan juga harus jelas, transparan, dan nyata, sehingga tidak ada unsur kesamaran dan penipuan atau penghianatan.

c. Transaksi ('aqd)

Transaksi antara pihak penjual dan pembeli harus dilakukan atas dasar suka sama suka dan tidak ada unsur paksaan. Sebagaimana yang telah ditegaskan dalam Al-Qur'an "*hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu*"⁵².

Dilihat dari tinjauan Hukum Islam pada dasarnya jual beli melalui internet (e-commerce) merupakan salah satu jenis mu'amalah yang diatur dalam Islam. yang dimana e-commerce merupakan model transaksi jual-beli juga, akan tetapi hal tersebut dikategorikan sebagai jual beli modern karena memanfaatkan dalam pelaksanaannya. Secara umum perdagangan secara Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut pada saat transaksi jual beli, sedangkan *e-commerce* tidak seperti itu, sehingga *e-commerce*

⁵² Al-Qur'an surah An-Nisa ayat 29

merupakan model perjanjian jual beli dengan karakteristik tersendiri yang melakukan kegiatan transaksi pada jangkauan lokal maupun global.

Transaksi jual beli melalui internet atau *e-commerce*, sama halnya dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata, dilakukan oleh penjual dan pembeli, namun dalam jual beli melalui internet ini pihak-pihaknya tidak bertemu secara langsung satu sama lain, tetapi berhubungan melalui internet.

Pada dasarnya pihak-pihak dalam *e-commerce* tersebut diatas, masing-masing memiliki hak dan kewajiban. Penjual/pelaku usaha/merchant merupakan pihak yang menawarkan produk melalui internet, oleh karena itu, seorang penjual wajib memberikan informasi secara benar dan jujur atas produk yang ditawarkannya kepada pembeli atau konsumen. Disamping itu, penjual juga harus menawarkan produk yang diperkenankan oleh undang-undang, maksudnya barang yang ditawarkan tersebut bukan barang yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, tidak rusak ataupun mengandung cacat tersembunyi, sehingga barang yang ditawarkan adalah barang yang layak untuk diperjualbelikan. Dengan demikian transaksi jual beli termaksud tidak menimbulkan kerugian bagi siapapun yang menjadi pembelinya⁵³. Dalam Hukum Islam hal tersebut merupakan syarat sah dari transaksi jual beli yaitu Barang yang diperjual-belikan harus jelas, transparan, dan nyata, sehingga tidak ada unsur kesamaran dan penipuan atau penghianatan⁵⁴.

⁵³ Ardiana Hidayah, 2019. *Jual Beli E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Islam*. hlm 90

⁵⁴ Op.cit Dr. KH. M. Hamdan Rasyid, M.A. & Saiful Hadi El-Sutha, S.Ag. *Panduan Muslim Sehari-hari dari kandungan sampai mati*. Wahyu Qolbu. H. 592-593

Ada lima tahap yang harus dilakukan untuk mengetahui validitas transaksi jual beli melalui internet atau *e-commerce*, yaitu:⁵⁵

1. Mengajukan kontrak (*at-ta' aqud*)

Ini adalah tahap pertama yang harus dilakukan dimana kedua belah pihak mengecek adanya empat pilar yang mengikat kontrak, yaitu: *sighat* (ijab qabul), dua pihak yang melakukan transaksi, barang yang diperjualbelikan, dan ungkapan yang harus disepakati. Jika pemilik produk tidak bisa hadir, maka seorang agen harus memastikan bahwa perusahaan tersebut benar-benar ada. Sehubungan dengan barang yang menjadi objek transaksi, selain syarat yang berlaku pada objek pada umumnya, dalam *e-commerce*, dimana transaksi dilakukan Via internet, maka barang tersebut harus tersedia di suatu tempat di pasar global.

2. Memastikan validitas (*shiha*)

Selama proses validitas, kontrak tersebut harus bebas dari elemen bunga (riba), ketidak pastian (*gharar*), penipuan, pemaksaan, atau salah satu dari jenis perjudian (*maisir*).

3. Implementasi/ pelaksanaan (*Nafadz*)

Dalam tahap ini, ada dua hal utama yang harus dilakukan: orang yang menawarkan produk adalah pemilik produk itu sebenarnya dan memiliki hak penuh terhadap barang tersebut. Barang tersebut terbebas dari semua hutang-piutang dan mengikat (*Ilzaam*). Dalam tahap ini, kedua pihak harus menandatangani kontrak yang mengikat. Sebelum

⁵⁵ Ardiana Hidayah, 2019. *Jual Beli E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Islam*. hlm 91

menandatangani kontrak, pembeli harus memeriksa perusahaan (penjual) dan produk yang dijual melalui agen atau pihak lain. Hal ini dilakukan karena konsumen tidak bisa melihat secara langsung kondisi barang, dan website bisa selalu dikembangkan. Setelah menandatangani kontrak, pembeli harus menyimpan copy dari kontrak tersebut untuk menghindari manipulasi.

4. Pengiriman

Tahapan Ini adalah tahapan dimana kedua pihak harus saling menukar antara barang dan harga yang harus dibayarkan. Pada umumnya, *e-commerce* menggunakan kartu kredit, namun muslim harus menghindari pemakaian kartu kredit yang mengandung riba, dan mencari alternatif pembayaran yang lain, seperti pembayaran melalui bank. Setelah menerima produk, konsumen juga harus memeriksa dan mengkonfirmasi apakah barang yang diterima sesuai dengan kondisi dan spesifikasi yang disepakati. Dalam Islam, ada beberapa opsi yang dilakukan jika hal ini terjadi, yaitu dengan *khiyar*⁵⁶.

5. Pembayaran untuk transaksi *e-commerce*

Pembayaran *e-commerce* pada umumnya dengan kartu kredit. Dalam Islam, jika diasumsikan bahwa penggunaan kartu kredit adalah halal, maka pembeli harus membayar harga secara keseluruhan sebelum tanggal yang ditentukan. Bagaimanapun, masalah utama dalam

⁵⁶ *khiyar* adalah pihak yang berakad memiliki hak untuk melangsungkan atau membatalkan akad. Detik.com (diakses pada 2 april 2023 pukul 18:01 WITA)

keabsahan *e-commerce* menurut pandangan Islam adalah dimana konsumen hanya membayar 15% dari syarat minimum, sementara bank yang mengeluarkan akan menagih sebesar 2% setiap bulan dari neraca yang ada. Untuk itulah, solusi dari Islam adalah *murabahah*.

Asal dari setiap kegiatan muamalah adalah *mubah* (diperbolehkan), hingga ada hal yang mengubahnya. Dalam hal ini, baik transaksi *e-commerce* maupun jual beli tradisional tidak dilarang sesuai dengan firman Allah dalam Al Quran Surat Al-Jumua' ayat 10 yang artinya "Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung". Berdasarkan Tafsir Al-Wajiz oleh Prof. Dr. Wahbah az-Zuhail, maka jika selesai kalian dari mengerjakan shalat wahai orang-orang yang beriman; bertebaranlah di muka bumi untuk berikhtiar dan berdagang, dan carilah rezeki Allah dengan usaha dan amal, dan ingatlah Allah dengan banyak berdzikir pada segala kondisi kalian dan janganlah perdaganganmu melalikan dari dzikir kepada Allah, dan barangsiapa yang banyak mengingat Allah maka dia adalah orang-orang yang beruntung, menang dengan kemenangan yang besar.⁵⁷

Meskipun tidak dilakukan secara langsung, namun dengan mekanisme dan deskripsi yang rinci serta seluruh kesepakatan yang telah disetujui kedua belah pihak maka dalam hal ini internet bisa dianggap sebagai majelis dimana penjual dan pembeli bertemu dan melaksanakan akad. Mengenai *sighat*, meskipun tidak

⁵⁷ Prof. Dr. Wahbah az-Zuhail. At-Tafsir Al-Wajiz wa Mu'JAM Ma'ani Al-Qur'an Al-Aziz. 1997

dilakukan secara verbal (lisan), namun kesepakatan pembeli dengan meng-klik “*accept*” bisa dianggap sebagai qabul dan dianggap sah sesuai dengan Ijma.

Menurut Mazhab Asy-Syafi’i, dalam transaksi jual beli *online*, pihak penjual menyerahkan barangnya tidak secara langsung kepada pihak pembeli. Ada pihak ketiga yang menjadi perwakilan penjual yaitu kurir atau *service delivery* untuk menyerahkan barangnya kepada pembeli. Dalam madzhab Asy-Syafi’i jual beli bisa diwakilkan kepada orang lain untuk berjualan atau membeli suatu barang. Setiap perkara boleh dilakukan sendiri, seseorang boleh mewakilkan kepada orang lain, dan boleh menerima perwakilan dari orang lain. Maka dari itu transaksi melalui kurir atau *delivery service* secara hukum boleh dilakukan. Namun dengan catatan bahwa kurir atau *delivery service* tersebut memiliki surat tugas atau surat kuasa dalam melakukan penjualannya. Karena jual beli *fudhuli* (menjual harta milik orang lain tanpa surat kuasa atau perwakilan) hukumnya adalah batal. Ada tiga hal yang menjadi persyaratan bagi Seorang wakil dalam melakukan transaksi jual beli yaitu: a) Hendaklah menjual barang yang diamanahkan dengan harga yang berlaku berdasarkan perhitungan uang yang beredar di daerahnya; b) tidak menjual untuk dirinya sendiri; c) Ia tidak boleh mengatasnamakan orang yang mewakilkan kecuali dengan izin. Transaksi melalui kurir ini dalam Fiqh Madzhab Asy-Syafi’i dinamakan jual beli dengan *wakalah* (perwakilan). Madzhab Asy-Syafi’i memperbolehkan *wakalah* (perwakilan) dalam setiap hak-hak urusan manusia yaitu segala hal yang berkaitan dengan individunya bukan komunitasnya. Seperti dalam

hal mewakilkan jual beli, pernikahan, perceraian, *syirkah*, perdamaian dan lainnya.⁵⁸

Menurut Buya Yahya, dalam mazhab Imam Malik, jual beli bisa dikatakan sah hanya dengan penjual menyebutkan sifat-sifat yang bisa dibayangkan oleh pembeli. Pada prinsipnya tidak boleh ada penipuan didalam jual beli. Maka dari itu di dalam mazhab jumhur, termasuk Imam Abu Hanifah menjelaskan bahwa jika barang yang dipesan pembeli tidak sesuai dengan apa yang dijelaskan oleh penjual maka pembeli berhak untuk melakukan pembatalan (Khiyar) pada transaksi tersebut.⁵⁹

B. Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Melalui Internet (*E-Commerce*)

Di Indonesia, untuk melindungi kepentingan konsumen dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, maka pemerintah mengeluarkan kebijakan pengaturan hak hak konsumen melalui undang-undang. Pembentukan undang-undang tersebut merupakan bagian dari implementasi sebagai negara kesejahteraan, karena undang-undang dasar 1945 disamping sebagai konstitusi politif juga dapat disebut sebagai konstitusi ekonomi yang mengandung ide negara kesejahteraan.⁶⁰

⁵⁸ Romdhon. 2015. *Jual Beli Online Menurut Madzhab Asy-Syafi'i*. Pustaka Cipasung, Tasikmalaya.

⁵⁹ Buya Yahya. *Hukum Jual Beli Online dalam Perspektif Islam*. *Al Bahjah TV*, Minggu (21 Agustus 2022).

⁶⁰ Zulham, S.Hi., M.Hum. 2013. *Hukum perlindungan konsumen*. Hlm 6

Intervensi pemerintah sangat dibutuhkan dalam pembangunan ekonomi, untuk menepkan menegakkan peraturan perundang-undangan dalam bidang ekonomi, termasuk pengaturan konsumen. Namun jika tidak ada intervensi pemerintah dalam bidang ekonomi, maka hal ini dapat menimbulkan distorsi ekonomi. Pandangan ini berpendapat bahwa ekonomi hanya berfungsi bila ada kerangka hukum yang melandasinya.⁶¹

Melalui Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pemerintah Indonesia mengatur hak-hak konsumen yang harus dilindungi. Undang-undang Perlindungan Konsumen Bukanlah anti terhadap produsen, namun sebaliknya malah merupakan apresiasi terhadap hak-hak konsumen secara universal.⁶²

Karena sesungguhnya perlindungan konsumen adalah bagian dari perlindungan hak asasi manusia (HAM). Bahwa ruang lingkup konsep HAM tidak hanya dalam konteks hubungan antar rakyat dan negara, namun lebih luas lagi HAM perspektif hubungan antar masyarakat, yakni hubungan antar produsen dan konsumen. Dalam hal ini, produsen mengakui eksistensi konsumen sebagai manusia dan makhluk ciptaan Allah SWT yang memiliki hak hak universal dan patut memperoleh apresiasi secara positif.⁶³

⁶¹ A. Sony Keraf, *Pasar bebas, Keadilan dan perenaan pemerintah*, (Jakarta : Kanisius, 1996), hlm 186

⁶² Yusuf Sofie, *Pelaku usaha, Konsumen, dan Tindak Pidana Korporasi*, (Jakarta, Ghalia Indonesia, 2002), hlm 12

⁶³ Madja El Muhtaj, *Hak Asasi Manusia dalam Konstitusi Indonesia*, (Jakarta : Predana Media, 2005), hlm 6

Pasal 4 Undang-undang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa hak konsumen diantaranya: 1). Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; 2). Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; 3). Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dll.

Di sisi lain, kewajiban bagi pelaku usaha sesuai Pasal 7 UUPK diantaranya; memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan; memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian, dll.

Lebih tegas lagi Pasal 8 Undang-undang perlindungan konsumen melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Berdasarkan pasal tersebut, ketidaksesuaian spesifikasi barang yang Anda terima dengan barang tertera dalam iklan/foto penawaran barang merupakan bentuk pelanggaran/larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang.

Maka konsumen sesuai Pasal 4 huruf h Undang-Undang Perlindungan Konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Sedangkan, pelaku usaha itu sendiri sesuai Pasal 7 huruf g UU PK berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Apabila pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya, pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 UUPK, yang berbunyi:⁶⁴

“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).”

Informasi yang diperoleh oleh konsumen dari hasil iklan atau pun brosur yang disajikan oleh pelaku usaha dapat dijadikan sebagai alat bukti yang menyebabkan kerugian terhadap konsumen dengan tuntutan melawan hukum sehingga antar pelaku usaha dan konsumen tidak harus ada hubungan perjanjian, jadi UUPK telah memberikan perlindungan hukum kepada konsumen.

⁶⁴ Pasal 62 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-undang Perlindungan konsumen menghendaki perlindungan konsumen, baik jual beli secara langsung maupun jual beli melalui internet (*e-commerce*). Selain dari UU ITE, UUPK juga dapat dijadikan sebagai instrumen hukum di pengadilan jika terjadi pelanggaran terhadap hak-hak konsumen yang terdapat pada pasal 4 UUPK.

Kewajiban dari seorang pelaku usaha pada dasarnya adalah untuk mencegah timbulnya kerugian yang dapat dialami oleh konsumen. Maka dari itu sebagai pelaku usaha hendaknya menyediakan informasi yang jelas demi kesempurnaan suatu produk. Sebaliknya konsumen juga harus membaca dan mengikuti informasi yang telah dicantumkan oleh pelaku usaha demi menjaga keamanan dan keselamatan para konsumen.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Asal dari setiap kegiatan muamalah adalah mubah (diperbolehkan), hingga ada hal yang mengubahnya. Dalam hal ini, baik transaksi jual beli melalui internet atau *e-commerce* maupun jual beli tradisional tidak dilarang oleh syari'at Islam kecuali transaksi yang didalamnya terdapat unsur-unsur haram, seperti riba, penipuan, bahaya, ketidakjelasan, merugikan hak orang lain, pemaksaan, dan barang atau jasa yang menjadi objek transaksi adalah halal, bukan yang diharamkan seperti khamr, bangkai, babi, narkoba, judi *online*, dan sebagainya. Meskipun transaksi jual beli melalui internet atau *e-commerce* tidak dilakukan secara langsung, namun dengan mekanisme dan deskripsi yang rinci serta seluruh kesepakatan yang telah disetujui kedua belah pihak maka dalam hal ini internet bisa dianggap sebagai majelis dimana penjual dan pembeli bertemu dan melaksanakan akad. Mengenai *sighat*, meskipun tidak dilakukan secara verbal (lisan), namun kesepakatan pembeli dengan meng-klik "*accept*" bisa dianggap sebagai qabul dan dianggap sah sesuai dengan Ijma.
2. Melalui Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pemerintah Indonesia mengatur hak-hak konsumen yang harus dilindungi. Undang-undang Perlindungan Konsumen Bukanlah anti terhadap pelaku usaha, namun sebaliknya malah merupakan apresiasi

terhadap hak-hak konsumen secara universal. Disisi lain, UUPK dalam hal ini lebih menekankan kepada para pelaku usaha untuk beritikad baik karena sesungguhnya pelaku usaha bertanggung jawab dalam semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban dari para pelaku usaha untuk beritikad baik dimulai sejak barang dirancang atau diproduksi sampai pada tahap penjualan. Undang-undang Perlindungan konsumen menghendaki perlindungan konsumen, baik jual beli secara langsung maupun jual beli melalui internet (*e-commerce*). Selain dari UU ITE, UUPK juga dapat dijadikan sebagai instrumen hukum di pengadilan jika terjadi pelanggaran terhadap hak-hak konsumen yang terdapat pada pasal 4 UUPK.

B. Saran

1. Dalam transaksi jual beli melalui internet atau *e-commerce* sebaiknya para pelaku usaha ataupun konsumen lebih memperhatikan hal-hal yang tidak diperbolehkan oleh syariah islam seperti transaksi yang mengandung unsur keharaman atau hal-hal yang bersifat merugikan kedua belah pihak.
2. Untuk mencegah timbulnya kerugian yang dapat dialami oleh konsumen maupun pelaku usaha. Maka dari itu sebagai pelaku usaha hendaknya menyediakan informasi yang jelas demi kesempurnaan suatu produk. Sebaliknya konsumen juga harus membaca dan mengikuti informasi yang telah dicantumkan oleh pelaku usaha demi menjaga keamanan dan keselamatan para konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya. Jakarta : Departemen Agama Republik Indonesia
- Abdurahman, dkk, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2010)
- Abudin, Nata, 2000. *Metodologi Study Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada)
- Al-Bugha, Musthafa Dib. 2010. *Fikih Islam lengkap penjelasan hukum-hukum islam madzhab Syafi'i*. (Solo: Media Zikir)
- Al-Ghazzi, Muhammad ibn Qâsim, t.th, *Fath al-Qarîb al-Mujîb*, Indonesia: Dâr al-Ihya al Kitab, al-Arabiah.
- Ahmad, Idris. 1986. *Fiqh al-Syafi'iyah*, Jakarta: Karya Indah.
- Anang anggarjito, 2008. *e-commerce dalam perspektif islam*.
- Andrianus Meliala, Praktis Bisnis Curang, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1993),
- Ardiana Hidayah, 2019. *Jual Beli E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Islam*. Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Gramedia, 2003).
- A. Sony Keraf, *Psar bebas, Keadilan dan perenaan pemerintah*, (Jakarta : Kanisius, 1996)
- Bek, Muhammad Khundari, 1934. *Tarikh Tasri' islam* (cairo: matbaah istiqomah)
- Burhanuddin S, 2010. *Fiqh Muamalah Dasar-dasar Transaksi dalam Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Ijtihad Ilmu,
- Elsi Kartika Sari dan Advendi Simanunsong, 2008. *Hukum dalam Ekonomi*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia
- Ernawati, S.H.I., M.H. 2020. *Hukum Acara Peradilan Agama*.
- Ghufron A. Masadi, 2002. *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada)
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, 2000. *hukum tentang perlindungan konsumen*, (jakarta: Gramedia Pustaka Utama)
- Hasan, Akhmad Farroh, 2018. *Fiqh Muammalah dari Klasik hingga Kontemporer* (Penerbit; UIN-Maliki Malang Press)

- Hoffman, Donna L., and Marek Fodor.2010. "*Can you measure the ROI of your social media marketing.*" MIT Sloan Management Review 52.1
- Hediana Runto, Ahmad Dasuki Aly, 2013. *Transaksi jual beli online perspektif ekonomi islam.*
- Husni Syawali dan Neni Sri Imanayati, 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen, mandar maju*, (Bandung)
- Ida Kurnia dan Imelda Martinelli, 2021. permasalahan dalam transaksi e-commerce
- Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008)
- Khotimah, Cindy Aulia, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (E-Commerce)*
- Madja El Muhtaj, 2005. *Hak Asasi Manusia dalam Konstitusi Indonesia*, (Jakarta : Predana Media)
- Muhammad dan Alimin, 2004, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPF
- Muslich ,Ahmad Wardi,2010. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Amzah,
- Muthiah , Aulia, 2018, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta
- Qal'ahji. Muhammad Rawwas,2009. *Urusan Kewangan Semasa Menurut Perspektif Syariah Islam*, Basri bin Ibrahim al-Hasan al-Azhari, Pent.Selangor
- Rasyid, M Hamdan, dkk. 2016. *Panduan muslim sehari-hari dari kandungan sampai mati.*
- Republik Indonesia. *Undang-Undang RI Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.*
- Romdhon. 2015. *Jual Beli Online Menurut Madzhab Asy-Syafi'i*. Pustaka Cipasung, Tasikmalaya.
- Sabiq, Muhammad al-Sayyid, *Fiqh Sunnah*, Jilid 6
- Safira, Dessi. 2015. *Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam*
- Samsul, Inosentius. 2004, *Perlindungan konsumen, kemungkinan penerapan tanggungjawab mutlak*, Jakarta: Universitas Indonesia

- Sohari Sahrani dan Ru'fah Abdullah, 2011. *Fikih Muamalah*, (Jakarta: Ghalia Indonesia)
- Suhartono, 2010. “*Transaksi E-Commerce Syariah (Suatu Kajian terhadap Perniagaan Online dalam Perspektif Hukum Perikatan Islam)*”, *Mimbar Hukum dan Peradilan*, no. 72
- Suhendi, Hendi, 2007, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suyanto, Muhammad. 2003b. *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Wahbah al-Zuhaylî, *Fiqh Islâm wa Adillatuhu*, Jilid 5
- Wahid, Nazaruddin Abdul, 2010. *Sukuk Memahami & Membedah Obligasi pada Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Yacop ,Nor Muhamed, 1999. *Sistem Keuangan Islam di Malaysia*, Kuala Lumpur: Urusan Publications & Distributors Sdn.Bhd
- Yusuf, Sofie, *Pelaku usaha, Konsumen, dan Tindak Pidana Korporasi*, (Jakarta, Ghalia Indonesia, 2002)
- Zulham, S.Hi., M.Hum. 2013. *Hukum perlindungan konsumen*.



LAMPIRAN 1 : SURAT IZIN PENELITIAN



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

Alamat kantor: Jl.Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

Nomor : 131/A.2-III/III/1444/2023
Lamp. :
Hal : Izin Penelitian

03 Ramadehan 1444 H
25 Maret 2023 M

Kepada Yth.
Bapak Ketua LP3M
Universitas Muhammadiyah Makassar
di -
Makassar

Berdasarkan surat LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 1026/05/C.4-VIII/III/1444/2023
Tanggal, 20 Maret 2023, perihal permohonan Izin Penelitian, dengan data lengkap mahasiswa yang
bersangkutan:

Nama : HASYIM MUBARAK P
No. Stambuk : 10525 11016 19
Fakultas : Fakultas Agama Islam
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Pekerjaan : Mahasiswa

Kami dari UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar pada dasarnya
mengizinkan kepada yang bersangkutan untuk mengadakan penelitian/pengumpulan data dan
memanfaatkan bahan pustaka yang ada dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul:

**"ANALISIS PERJANJIAN JUAL BELI MELALUI INTERNET (E-COMMERCE) DITINJAU DARI HUKUM
ISLAM DAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN "**

yang akan dilaksanakan pada tanggal, 24 Maret 2023 s/d 24 Mei 2023, dengan ketentuan mentaati
aturan dan tata tertib yang berlaku.

Demikianlah kami sampaikan, dengan kerjasama yang baik diucapkan banyak terima kasih.

Kepala UPT



Tembusan:
1.Rektor Unismuh Makassar
2.Mahasiswa yang bersangkutan
3.Arsip

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
Telepon (0411)866972,881 593,fax (0411)865 588
Website : www.library.unismuh.ac.id
E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id

LAMPIRAN 2 : DOKUMENTASI PENELITIAN





**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

Alamat kantor: Jl.Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

**UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:**

Nama : Hasyim Mubarak, P
NIM : 105251101619
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	9 %	10 %
2	Bab 2	24 %	25 %
3	Bab 3	10 %	10 %
4	Bab 4	9 %	10 %
5	Bab 5	4 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 12 April 2023

Mengetahui

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



Narsimha S. Ham, M.I.P.

NBM 064 591

BAB I Hasyim Mubarak. P 105251101619

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX



INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



1	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar Student Paper	3%
2	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	2%
3	repository.uinsu.ac.id Internet Source	2%
4	repository.ub.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

AB II Hasyim Mubarak. P 105251101619

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX



INTERNET SOURCES

20%

PUBLICATIONS

23%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.uir.ac.id Internet Source	3%
2	123dok.com Internet Source	3%
3	Umar Sagaf, Suci Surianah. "Analisis jual Beli Paket Data Internet dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Kecamatan Rasanae Barat Kota Bima", J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah), 2021 Publication	2%
4	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	2%
5	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	2%
6	core.ac.uk Internet Source	2%
7	Submitted to Universitas Samudra Student Paper	2%
8	Submitted to Universitas Jember Student Paper	2%

BAB III Hasyim Mubarak. P 105251101619

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX



0% INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.usd.ac.id
Internet Source

2%

2

kotamedan.wordpress.com
Internet Source

2%

3

journal3.uin-alauddin.ac.id
Internet Source

2%

4

repository.radenintan.ac.id
Internet Source

2%

5

www.researchgate.net
Internet Source

2%

Exclude quotes

Exclude bibliography

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

BAB IV Hasyim Mubarak. P 105251101619

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX



9%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

fatn10.blogspot.com

Internet Source

2%

2

ojs.unud.ac.id

Internet Source

2%

3

sekunden-namens.net

Internet Source

2%

4

Wawan Fransisco. "Peranan Hukum Terhadap Konsumen Jual Beli Online di Indonesia", Ajudikasi : Jurnal Ilmu Hukum, 2019

Publication

2%

5

Submitted to IAIN Pekalongan

Student Paper

2%

Exclude quotes

Exclude matches

Exclude bibliography

Exclude matches

AB V Hasyim Mubarak. P 105251101619

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX



PLAGIARISM
SOURCES

2%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

dyaayangkix.blogspot.com

Internet Source

2%

2

Scivi Junifer Kapph. "KAJIAN HUKUM
PENERAPAN KONTRAK BAKU ELEKTRONIK
PADA TRANSAKSI E-COMMERCE", LEX ET
SOCIETATIS, 2020

Publication

2%

Exclude quotes
Exclude bibliography

Exclude matches 2%



RIWAYAT HIDUP



Hasyim Mubarak. P lahir di Manado, Provinsi Sulawesi Utara pada tanggal 16 Maret 2001. Penulis lahir dari pasangan Jumaidin, S.Ag. dan Nurjannah, S.Ag. Merupakan anak sulung dari empat bersaudara.

Penulis pertama kali mengenyam pendidikan formal di TK Negeri 01 Mekar Sabbang pada tahun 2005. Kemudian lulus pada tahun 2007. Selanjutnya masuk ke SD 018 Pombuntang Luwu Utara dan lulus pada tahun 2013 di SDN 017 Manding, Kab. Polewali Mandar Sulawesi Barat. Selanjutnya masuk ke Pondok Pesantren Modern Al-Ikhlash Sulawesi Barat. Kemudian lulus di MTS Al-Falah Lemahabang Kab. Luwu Utara pada tahun 2016. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan di SMAN 1 Luwu Utara dan lulus pada tahun 2019. Lalu kemudian berhasil terdaftar sebagai mahasiswa pada tahun yang sama di Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Makassar. Semasa kuliah, penulis aktif mengikuti organisasi internal kampus yakni Himpunan Mahasiswa Jurusan HES FAI, Pimpinan Komisariat IMM FAI dan Badan Eksekutif Mahasiswa FAI Universitas Muhammadiyah Makassar.