

**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL  
BELI *ONLINE* MENGGUNAKAN MEDIA *INSTAGRAM* MENURUT  
UU NO. 8 TAHUN 1999 DAN PERSPEKTIF KOMPILASI  
HUKUM EKONOMI SYARIAH (KHES)**

**SKRIPSI**



**Diajukan oleh:**

**MUHAMMAD IKHSAN**

**NIM. 160102028**

**Mahasiswa Fakultas Syari'ah Dan Hukum  
Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah**

**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
DARUSSALAM - BANDA ACEH  
2022 M / 1443 H**

**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL  
BELI *ONLINE* MENGGUNAKAN MEDIA *INSTAGRAM* MENURUT  
UU NO. 8 TAHUN 1999 DAN PERSPEKTIF KOMPILASI  
HUKUM EKONOMI SYARIAH (KHES)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum  
Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh  
Sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana (SI)  
dalam Ilmu Hukum Ekonomi Syari'ah

Oleh:


**MUHAMMAD IKHSAN**  
**NIM. 160102028**

**Mahasiswa Fakultas Syari'ah Dan Hukum  
Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah**

Disetujui untuk *Dimunaqasyahkan* oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
**Dr. Muhammad Yusuf, S.Ag., M.Ag**  
NIP 197005152007011038

**Riza Afrian Mustaqim, M.H**  
N.P 199310142019031013

**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL  
BELI *ONLINE* MENGGUNAKAN MEDIA *INSTAGRAM* MENURUT  
UU NO. 8 TAHUN 1999 DAN PERSPEKTIF KOMPILASI  
HUKUM EKONOMI SYARIAH (KHES)**

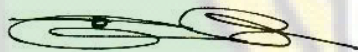
**SKRIPSI**

Telah Diuji oleh Panitia Ujian *Munaqasyah* Skripsi  
Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry  
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima  
Sebagai Salah Satu Beban Studi  
Program Sarjana (S-I)  
dalam Ilmu Hukum  
Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: Rabu, 20 Juli 2022 M  
20 Zulhijjah 1443 H

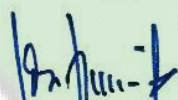
di Darussalam, Banda Aceh  
Panitia Ujian *Munaqasyah* Skripsi:

Ketua,



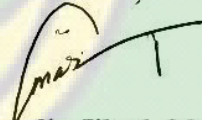
Dr. Muhammad Yusuf, S.Ag., M.Ag  
NIP 197005152007011038

Penguji I,



Ida Frjatna, M.Ag  
NIP 197705052006042010

Sekretaris,



Azka Amalia Jihad, M.E.I.  
NIP 199102172018032001

Penguji II,



Auli Amri, M.H  
NIP 199005082019031016

Mengetahui,

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh



Fr. Kamaruzzaman, M.Sh  
NIP. 197809172009121006



### LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Ikhsan  
NIM : 160102028  
Prodi : Hukum Ekonomi Syari'ah  
Fakultas : Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini:

1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan;
2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain;
3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya;
4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data;
5. Mengerjakan sendiri dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 12 Mei 2023

Yang Menyatakan,



Muhammad Ikhsan

## ABSTRAK

Nama : Muhammad Ikhsan  
NIM : 160102028  
Fakultas/Prodi : Syari'ah dan Hukum /Hukum Ekonomi Syari'ah  
Judul : Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Menggunakan Media *Instagram* Menurut UU No. 8 Tahun 1999 Dan Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)  
Tanggal Sidang : 20 Juli 2022  
Tebal Skripsi : Halaman  
Pembimbing I : Dr. Muhammad Yusuf, S.Ag., M.Ag  
Pembimbing II : Riza Afrian Mustaqim, M.H  
Kata Kunci : Jual Beli *Online*, Konsumen, Hukum Islam

Perkembangan teknologi internet ini menimbulkan permasalahan baru dibidang hukum, khususnya untuk bidang hukum perlindungan konsumen. Dalam lingkup pembicaraan hukum dan teknologi, perlindungan konsumen menjadi hal yang sangat efektif dalam perkembangan dan penerapan teknologi tersebut di tengah masyarakat. Salah satunya, jual beli *online* via Instagram, transaksi jual beli via *instagram* terbilang sangat mudah salah satunya yakni, dengan cara menghubungi admin via *whatsapp* yang nomornya sudah terhubung melalui *Instagram*. Pertama bagaimana praktik transaksi jual beli *online* melalui media *instagram* menurut UU No.08 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen? kedua bagaimana sistem perlindungan hukum konsumen menurut UU No.8 tahun 1999 dan kompilasi hukum ekonomi syariah (KHES) pada jual beli *online* melalui media *instagram*?. Metode penelitian menggunakan deskriptif analisis dengan menggunakan data primer berupa wawancara langsung ke tempat instansi terkait (*field research*) menggunakan teknik wawancara dan observasi serta penelitian kepustakaan (*library research*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *pertama* jual beli *online* melalui media *instagram* dibolehkan terlebih pada jual beli *online* ini menggunakan akad *salam*, penjual akan memberitahu sebelum nya bahwa barang akan dikirim setelah melakukan transaksi pembayaran dan pembeli hanya tunggu kiriman barang tersebut melalui bukti resi pengiriman dan barang akan dikirim dalam waktu 5-7 hari melalui ekspedisi. *Kedua*, Menurut hukum perlindungan konsumen dan kompilasi hukum ekonomi syariah, apabila pembeli telah membayar transaksi tersebut, apabila terjadi sesuatu disaat pertengahan jalan sebelum barang tersebut sampai maka, pihak pembeli dapat komplain ataupun membawa permasalahan tersebut ke jalur hukum sesuai dengan kerugian yang ditaksir apabila terjadi penipuan, maka setiap bukti transaksi para penjual dan pembeli harap menyimpan bukti transaksi pembayaran tersebut.



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT dan segala nikmat iman, Islam, kesehatan serta kekuatan yang diberikan oleh Allah SWT atas anugerah dan nikmat yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya, maka skripsi ini dapat terselesaikan . Shalawat dan salam kepada pangkuan besar baginda Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam kegelapan hingga ke alam yang terang benderang, dari alam jahiliyah hingga ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan dan suka cita serta mengangkat setinggi-tingginya menara tauhid dan keimanan.

Berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Menggunakan Media Instagram Menurut UU No. 8 Tahun 1999 Dan Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)”**. Skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas-tugas dan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana Hukum dari program Studi Hukum Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis telah banyak mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik itu bantuan moril maupun materil. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Kamaruzzaman, M.S.H selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum, Bapak Dr. Iur Chairul fahmi, MA selaku Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah dan Bapak Dr. Khairuddin, M.Ag selaku Penasehat Akademik
2. Bapak Dr. Muhammad Yusuf, S.Ag., M.Ag selaku pembimbing I beserta Bapak Riza Afrian Mustaqim, M.H selaku pembimbing II yang dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan pada waktu yang dijadwalkan.

3. Kepada Bapak/Ibu Dosen Fakultas Syariah dan Hukum dan seluruh civitas akademik Uin Ar Raniry Banda Aceh yang telah banyak membantu serta mencurahkan ilmunya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi sejak semester awal hingga ke tahap penyusunan skripsi ini.
4. Secara khusus ucapan terimakasih setulus-tulusnya penulis haturkan kepada kedua orangtua tercinta Ibunda Alm. Musalmina dan Ayahanda Zai Irawan yang telah menjadi sumber penyemangat dalam hidup penulis, yang tak henti-henti terus memberikan doa-doa terbaiknya untuk kesuksesan penulis serta yang telah memberikan dukungan moril maupun materil dari pertama masuk ke perguruan tinggi hingga selesai.
5. Ucapan terima kasih kepada teman-teman terdekat saya dalam menyemangati dan memotivasi dalam mengejar skripsi, Kenzy Luthfy, Rayyan Muhajir, Maulana Putra, Nizar Dzulham, Muhammad Tamlikha, Teuku Aditia Razak, Said Muhammad Fadhil, Wahyu Ridho, Muhammad Abdan Syukra

Tiada harapan yang paling mulia, selain permohonan penulis kepada Allah SWT. Agar setiap kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis, semoga dibalas oleh Allah SWT dengan kebaikan, ganjaran, dan pahala yang setimpal. Akhirnya pada Allah jualah penulis memohon perlindungan dan pertolongan-Nya Amin ya Rabbal Alamin.

Banda Aceh, 12 Mei 2023  
Penulis,

Muhammad Ikhsan

# TRANSLITERASI

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

## 1. Konsonan

No	Arab	Latin	Ket	No	Arab	Latin	Ket
1	ا	Tidak dilambangkan		16	ط	ṭ	t dengan titik di bawahnya
2	ب	B		17	ظ	ẓ	z dengan titik di bawahnya
3	ت	T		18	ع	‘	
4	ث	ṡ	s dengan titik di atasnya	19	غ	G	
5	ج	J		20	ف	F	
6	ح	ḥ	h dengan titik di bawahnya	21	ق	Q	
7	خ	kh		22	ك	K	
8	د	D		23	ل	L	
9	ذ	Ẓ	z dengan titik di atasnya	24	م	M	
10	ر	R		25	ن	N	
11	ز	Z		26	و	W	
12	س	S		27	ه	H	
13	ش	Sy		28	ء	’	



14	ص	ṣ	s dengan titik di bawahnya	29	ي	Y	
15	ض	ḍ	d dengan titik di bawahnya				

## 2. Vokal

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

### a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

### b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌ِي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌ِو	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haua*

### 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ/يَ	<i>Fathah</i> dan alif atau ya	Ā
اِ/يِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
اُ/يُ	<i>Dammah</i> dan waw	Ū

Contoh:

قال : *qāla*

رمى : *ramā*

فيل : *qāla*

يقول : *yaqūlu*

### 4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

الاطفال روضة : *raudah al-atfāl/ raudatul atfāl*

المدينة المنورة : *al-Madīnah al-Munawwarah/  
al-Madīnatul Munawwarah*

طلحة : *ṭalḥah*

### Catatan:

#### Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus bahasa Indonesia tidak ditransliterasikan. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf

## DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Surat Keterangan Pembimbing Skripsi
- LAMPIRAN 2 : Surat Permohonan Kesiediaan Memberi Data
- LAMPIRAN 3 : Bukti Wawancara
- LAMPIRAN 4 : Lembar Konsul Bimbingan
- LAMPIRAN 5 : Lembar Konsul Bimbingan
- LAMPIRAN 6 : Daftar Riwayat Hidup

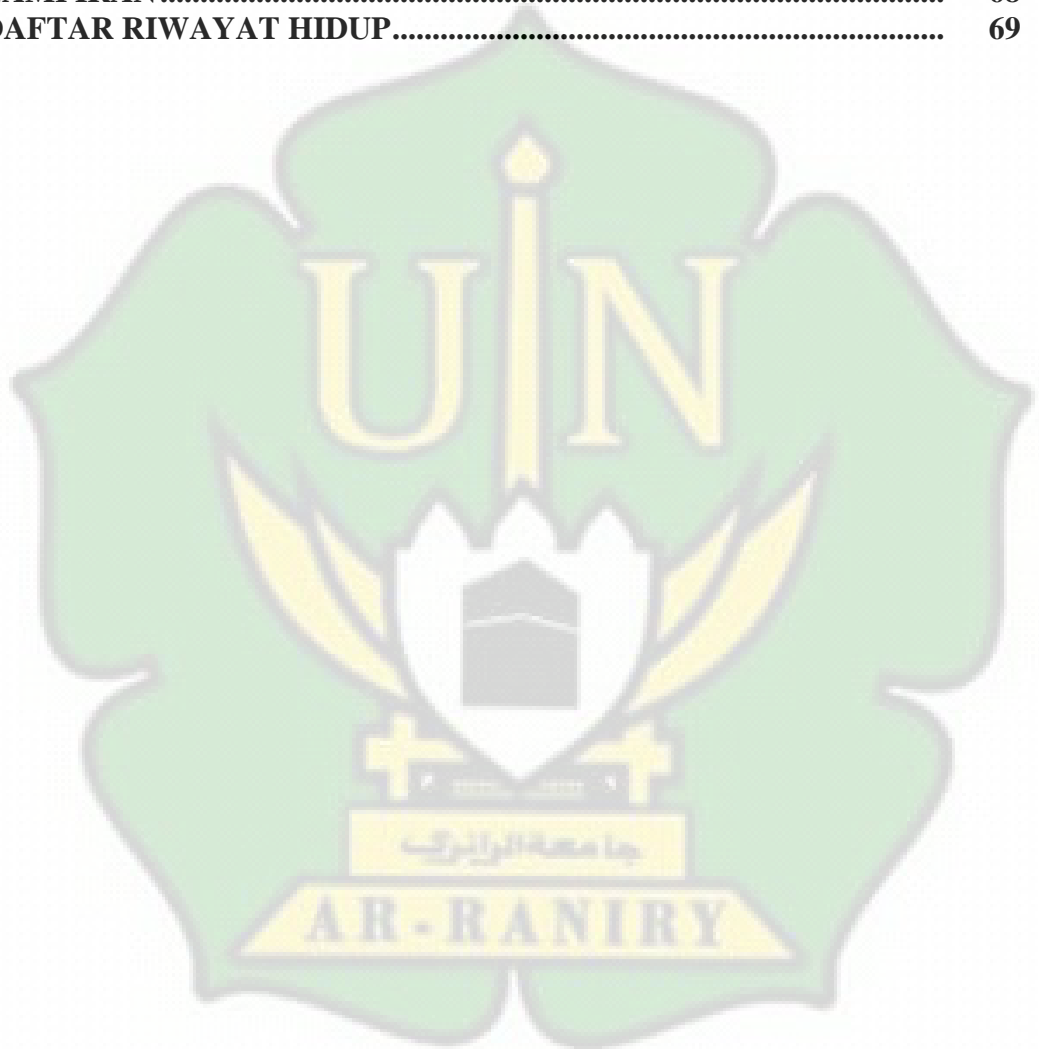


# DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBARAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SIDANG</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB SATU    PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Penjelasan Istilah .....	7
E. Kajian Pustaka .....	9
F. Metode Penelitian.....	14
G. Sistematika Pembahasan.....	18
<b>BAB DUA    HUKUM    PERLINDUNGAN    KONSUMEN MENURUT UU NO. 8 TAHUN 1999 DAN KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH (KHES) PADA JUAL BELI <i>ONLINE</i> MELALUI MEDIA <i>INSTAGRAM</i></b>	
A. Pengertian Jual Beli <i>Online</i> dan Jenis-Jenisnya .....	20
B. Konsep Jual Beli Dalam KHES .....	29
C. Perlindungan Hukum Konsumen Dalam UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) .....	34
<b>BAB TIGA    JUAL BELI <i>ONLINE</i> BERDASARKAN KONSEP UU NO.8 TAHUN 1999 DAN PERSPEKTIF KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH (KHES)</b>	
A. Gambaran Umum Tentang Jual Beli <i>Online</i> Melalui Media <i>Instagram</i> .....	47
a. Jual Beli <i>Online</i> Melalui <i>Instagram</i> .....	48
b. Perbedaan Jual Beli <i>Online</i> dengan Jual Beli Lainnya .....	49
B. Mekanisme Jual Beli <i>Online</i> Pada Praktik Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Media <i>Instagram</i> .....	52



C. Kepastian Hukum Terhadap Jual Beli <i>Online</i> Melalui Media <i>Instagram</i> Pada UU No. 8 Tahun 1999 Dan KHES .....	55
<b>BAB EMPAT PENUTUP .....</b>	
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>68</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>69</b>



# BAB SATU

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di era teknologi saat ini, perkembangan terjadi di seluruh aspek kehidupan termasuk di dalamnya kegiatan perdagangan. Pada awalnya perdagangan dilakukan dengan cara konvensional, yaitu dengan bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli. Seiring perkembangan teknologi, pasar sebagai tempat jual beli mengalami perubahan, pembeli dan penjual tidak lagi harus bertatap muka untuk melakukan transaksi. Munculnya internet sebagai sarana yang baru, mendorong perubahan ini menjadi lebih maju untuk kedepannya. Kecepatan, kemudahan, serta murahnya biaya internet menjadi pertimbangan banyak orang untuk melakukannya, termasuk melakukan transaksi.<sup>1</sup>

Dengan munculnya media internet sebagai sarana baru dalam bertransaksi, bentuk jarak dan waktu tidak lagi menjadi hambatan setiap orang untuk melakukan transaksi. Selain untuk berkomunikasi, internet diluar perkiraan sebelumnya telah berkembang menjadi media untuk berbisnis. Transaksi jual beli yang dilakukan media internet pada dasarnya sama dengan transaksi jual beli pada umumnya.<sup>2</sup>

Dengan perdagangan lewat internet ini berkembang pula sistem bisnis *virtual*, seperti *virtual store* dan *virtual company*, pelaku bisnis menjalankan bisnis dan perdagangannya melalui media internet. Dengan adanya fenomena demikian ini, yakni semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktifitas bagi efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai target usaha, maka perlindungan hukum terhadap konsumen dipandang sangat penting

---

<sup>1</sup> Iman Sjahputra, *Problematika Hukum Internet Indonesia* (Jakarta: Prenhallindo, 2002), hlm. 92.

<sup>2</sup> *Ibid*, hlm. 92.

keberadaannya. Sebab dalam mengejar produktivitas dan efisiensi tersebut, pada akhirnya baik secara langsung atau tidak langsung, konsumen lah yang menanggung dampaknya<sup>3</sup>. Dengan kemudahan yang ditawarkan internet, adalah salah satu hal yang wajar ketika transaksi jual beli konvensional mulai ditinggalkan. Saat ini transaksi melalui media internet lebih banyak dipilih karena kemudahan yang ditawarkan. Transaksi perdagangan melalui sistem internet ini menjanjikan sejumlah keuntungan yang menjanjikan, namun pada saat yang sama juga berpotensi terhadap sejumlah kerugian<sup>4</sup>.

Perkembangan teknologi internet ini menimbulkan permasalahan baru dibidang hukum, khususnya untuk bidang hukum perlindungan konsumen. Dalam lingkup pembicaraan hukum dan teknologi, perlindungan konsumen menjadi hal yang sangat efektif dalam perkembangan dan penerapan teknologi tersebut di tengah masyarakat.<sup>5</sup> Di dalam jual beli melalui internet, seringkali didapati kecurangan, kecurangan-kecurangan tersebut dapat terjadi yang diantaranya menyangkut keberadaan pelaku usaha, barang yang dibeli, harga barang, dan pembayaran yang dilakukan oleh konsumen. Kecurangan para pelaku usaha, misalnya pelaku usaha yang bersangkutan merupakan toko yang fiktif<sup>6</sup>.

Saat ini sudah semakin marak terjadi kejahatan dalam bentuk penipuan di dalam dunia maya yang dimana itu sudah meresahkan banyak masyarakat saat ini, kebijakan pemerintah dalam penanganan masalah ini masih sangat kurang, seperti kurangnya edukasi kepada masyarakat luas terhadap kejahatan *e-commerce*. Akan tetapi semua itu juga bukan hanya kesalahan dalam satu pihak

---

<sup>3</sup> Sri Redjeki Hartono, *Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Pada Era Perdagangan Bebas, Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*( Bandung: Mandar Maju, 2002), hlm. 33.

<sup>4</sup> Edmon, Makarim, *Pengantar Hukum Telematika Suatu Kompilasi Kajian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 342.

<sup>5</sup> Ibid, hlm. 342.

<sup>6</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi E-commerce Lintas Negara di Indonesia*, (Yogyakarta: FH UII Press, 2009), hlm. 4.

saja karena masyarakat sendiri juga masih kurang edukasi tentang masalah ini dan rasa ingin tahunya yang masih kurang seperti apa-apa saja yang bisa masyarakat lakukan ketika terjadi penipuan. Kebanyakan masyarakat saat ini setelah mengalami tindak kriminal penipuan seperti itu tidak tahu harus bagaimana, padahal itu semua sudah diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.

Oleh karena itu saat ini dengan teknologi yang sudah maju seperti sekarang ini kejahatan-kejahatan yang dilakukan oleh para penjahat digital bisa dihindarkan dengan menggunakan teknologi pelacakan id pada akun penjualan *online* yang terdaftar pada aplikasi tertentu. Tentu saja cara seperti ini harus melibatkan perusahaan-perusahaan tersebut agar perusahaan tersebut menambahkan alamat yang benar dan bisa dilacak dengan mudah, dengan cara menambahkannya saat pendaftaran akun untuk berjualan dibuat. Jadi jika hal ini memungkinkan untuk diberlakukan maka permasalahan ini akan menemui titik terang untuk mengatasi kejahatan dalam jual-beli *online* yang saat ini marak terjadi.

Seperti kasus penipuan transaksi *online* yang dialami seorang mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-raniry. Kronologisnya mahasiswa tersebut memesan baju di salah satu toko *online* melalui media *instagram*, lalu si penjual tersebut mengirim ukuran baju yang akan dibeli oleh si pembeli. Setelah itu si penjual dan pembeli melanjutkan komunikasi melalui media *whatsapp*, kemudian si penjual meminta agar si pembeli mengirimkan nama dan alamatnya. Setelah si pembeli mengirimkan alamatnya si penjual memberikan nomor rekeningnya ke si pembeli, lalu si pembeli pun menuju ke ATM untuk melakukan transaksi tersebut, setelah si pembeli sudah melakukan transaksi tersebut si pembeli kembali menghubungi si penjual tersebut akan tetapi si penjual tidak membalasnya sama sekali. Si pembeli pun merasa sudah curiga lalu keesokan harinya si penjual sudah memblokir si pembeli tersebut dari media

*instagram* dan *whatsapp* sehingga si pembeli tidak bisa berkomunikasi lagi dengan si penjual.<sup>7</sup>

Lalu kasus penipuan berikutnya dialami oleh seorang mahasiswa Universitas Malikussaleh. Kronologisnya mahasiswi tersebut ingin memesan baju, tas, dan sepatu di salah satu *olshop* di *instagram* korban memesan barang tersebut untuk di jual kembali atau menjadi *Reseller*. Lalu korban memesan barangnya setelah itu pelaku mengatakan kalau barangnya sudah tersedia, lalu si pelaku meminta korban untuk mentransfer uangnya dengan harga yang ditentukan si pelaku yaitu seharga Rp.800.000. Setelah si korban mentransfer barangnya belum sampai juga sudah seminggu dari waktu yang ditentukan, lalu si korban menanyakan perihal tersebut dimana barangnya belum sampai juga setelah seminggu, lalu si pelaku mengaku kalau barangnya sudah dikirim akan tetapi barangnya sampai tidak sesuai dengan alamat yang dikirimkan, dimana alamat korban tersebut berada di kota Bireuen akan tetapi barangnya sampai di Nagan Raya. Lalu si pelaku berjanji akan mengirimkan barangnya kembali dan ternyata paketnya tidak sampai juga. Karena korban selalu menanyakan keberadaan barangnya akhirnya si pelaku memblokir semua akses komunikasi agar korban tidak bisa menghubunginya lagi.<sup>8</sup>

Kasus selanjutnya dialami oleh seorang mahasiswa Politeknik Negeri Lhokseumawe, dimana dalam kasus tersebut si korban memesan barang kap mesin mobil seharga Rp. 3.000.000 di *olshop* tersebut lalu si korban melakukan transaksi setelah uangnya di transfer kan akun *olshop* tersebut memblokir korbannya dan menonaktifkan akun *instagramnya*.<sup>9</sup>

Kejahatan dalam *online shop* terus merajalela karena tidak adanya kesadaran masyarakat dalam bidang pengetahuan tentang hak-hak konsumen

---

<sup>7</sup> Abdan Syukra, Jurusan Bahasa Inggris, Uin Ar Raniry, salah satu wawancara dari kasus penipuan jual beli *online* pada tanggal 17 Juli 2022.

<sup>8</sup> Ammar Khadafi, Jurusan Arsitektur, Universitas malikul Saleh, salah satu wawancara dari kasus penipuan jual beli *online* pada tanggal 17 Juli 2022.

<sup>9</sup> Raisya Mulia, Jurusan Teknik Elektro, Politeknik Lhokseumawe, salah satu wawancara dari kasus penipuan jual beli *online* pada tanggal 17 Juli 2022.



yang kritis dan mandiri.<sup>10</sup> Tujuannya jika adanya tindakan yang tidak adil konsumen secara spontan menyadari hal itu, konsumen kemudian dapat bertindak lebih jauh untuk memperjuangkan hak-haknya. Dengan kata lain, konsumen tidak tinggal diam ketika menyadari hak-haknya dilanggar oleh pelaku usaha. Bisnis *online* diperbolehkan dalam ekonomi syariah dengan sejumlah prinsip dasar dan kaidah akad yang mesti dipenuhi agar tidak mencederai aspek syariah dari jual beli itu sendiri. Islam sebagai suatu sistem nilai yang kaffah dan universal memiliki roadmaps yang jelas tentang tuntutan bagi manusia dalam melakukan jual beli (*al-ba'i*).<sup>11</sup>

Untuk mengetahui apakah jual beli *online* bertentangan atau tidak dengan hukum Islam, maka rukun dan syarat dalam jual beli *online* tersebut perlu diperhatikan apakah sesuai atau tidak dengan jual beli biasa pada umumnya, karena jual beli *online* dan jual beli biasa tidak ada bedanya, yang berbeda hanya di pertemuan langsung antara pembeli dengan penjual atau tidaknya. Dalam jual beli *online* banyak sekali resiko kerugian yang akan berdampak pada kegiatan jual beli tersebut. Oleh sebab itu sebagian ulama sangat mengkhawatirkan jual beli dengan cara ini, tetapi bukan berarti jual beli *online* tidak diperbolehkan. Dalam kaidah *fiqh* dijelaskan bahwa “pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”, dan pada masalah ini tidak ada dalil yang melarang kegiatan jual beli *online*.

Hukum perlindungan konsumen terkait transaksi jual beli *online* tidak berbeda dengan hukum yang berlaku dalam transaksi jual beli secara nyata. Pembedanya hanya pada penggunaan sarana internet atau sarana telekomunikasi lainnya. Akibatnya adalah dalam transaksi jual beli secara *online* sulit dilakukan eksekusi ataupun tindakan nyata apabila terjadi sengketa maupun tindak pidana penipuan. Sifat penipuan dalam transaksi secara elektronik memungkinkan

---

<sup>10</sup> Andi Sunarto, *Seluk Beluk E-commerce*, (Yogyakarta: Gaya Ilmu, 2009), hlm. 99.

<sup>11</sup> Asnawi, *Transaksi Bisnis E-commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Laskar Press, 2011), hlm. 73.

setiap orang baik penjual maupun pembeli menyamakan atau memalsukan identitas dalam setiap transaksi maupun perjanjian jual beli. Berdasarkan penjelasan di atas tersebut, maka diperlukan suatu penelitian terkait jual beli *online* tersebut dirujuk pada konsep hukum perlindungan konsumen dan kompilasi hukum ekonomi syariah. Terkait dengan penelitian ini penulis mengangkat judul: **“Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Menggunakan Media Instagram Menurut UU No. 8 Tahun 1999 Dan Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan di atas maka peneliti dapat merumuskan beberapa pokok permasalahan dalam melakukan penelitian proposal ini. Adapun rumusan masalahnya yaitu:

1. Bagaimana praktik transaksi jual beli *online* melalui media *instagram* menurut Undang-Undang No. 08 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen?
2. Bagaimana sistem perlindungan hukum konsumen menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) pada jual beli *online* melalui media *instagram*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penulisan karya ilmiah ini adalah :

1. Untuk mengetahui praktik transaksi jual beli *online* melalui media *instagram* menurut Undang-Undang No. 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk mengetahui sistem perlindungan hukum konsumen menurut Undang-Undang No.8 Tahun 1999 dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) pada jual beli *online* melalui media *instagram*.

## D. Penjelasan Istilah

Untuk memudahkan dalam memahami proposal skripsi ini, maka penulis terlebih dahulu menjelaskan beberapa istilah yang terdapat dalam judul proposal skripsi penulis, sehingga tidak menimbulkan berbagai macam makna yang saling bertentangan. Adapun istilah-istilah yang perlu dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Konsumen

Konsumen menurut ketentuan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/ atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>12</sup>

### 2. Transaksi

Transaksi menurut KBBI adalah (1) persetujuan jual beli (dalam perdagangan) antara dua pihak. (2) pelunasan (pemberesan) pembayaran (seperti dalam bank).<sup>13</sup> Dalam arti lain dapat disimpulkan transaksi adalah sebuah bentuk kesepakatan antara penjual dan pembeli, kesepakatan ini berguna sebagai bentuk pengikat adanya pertukaran barang, jasa, atau asset investasi.

### 3. Jual Beli *Online*

Jual beli *online* menurut UU No. 19 Tahun 2019 pasal 1 ayat 2 Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya.<sup>14</sup> Jual beli *online* juga dapat diartikan dengan suatu jual beli dimana antara penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi dan negosiasi, dimana transaksi dan negosiasi

---

<sup>12</sup> Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>13</sup> [kbbi.kemendikbud.go.id](http://kbbi.kemendikbud.go.id), di akses pada tanggal 08 Juli 2022.

<sup>14</sup> Undang-Undang No. 19 Tahun 2019 Pasal 1 Ayat 2 Transaksi Elektronik.

tersebut dilakukan melalui via gadget baik melalui situs aplikasi atau *online shop* via *instagram* dan lainnya.

#### 4. Hukum Islam

Hukum Islam adalah peraturan yang diturunkan Allah kepada manusia agar di pedomani dalam berhubungan dengan Tuhannya, dengan sesamanya, dengan lingkungannya, dan kehidupannya.<sup>15</sup> Istilah Hukum Islam terdiri dari dua kata yang berasal dari bahasa Arab yakni kata Hukum dan kata Islam. Kata Hukum berarti ketentuan dan ketetapan. Sedangkan kata Islam terdapat dalam al-Qur'an, yakni kata benda yang berasal dari kata kerja "*Salima*" selanjutnya menjadi Islam yang berarti kedamaian, kesejahteraan, keselamatan dan penyerahan diri kepatuhan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Hukum Islam secara etimologis adalah segala macam ketentuan atau ketetapan mengenai satu hal dimana ketentuan itu telah di atur dan di tetapkan oleh agama Islam.

#### E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan bagian penting dalam skripsi, karena dapat menyebutkan rujukan dan kedudukan pembahasan penulis dalam kajian tersebut. Beberapa kajian pustaka yang terkait dengan pembahasan tersebut yaitu;

Pertama, hasil penelitian Desy Ary Setyawati, Dahlan, dan M. Nur Rasyid, *Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik*, 2017. Tulisan ini berasal dari jurnal pada Universitas Syiah Kuala, Aceh. Hasil penelitian pada jurnal ini adalah, Transaksi elektronik adalah suatu transaksi perdagangan atau perniagaan baik berupa penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa dengan menggunakan media elektronik. Dengan adanya transaksi melalui internet

---

<sup>15</sup> Ahmad Rofiq, *Hukum Islam di Indonesia*, (Jakarta: PT. Grafindo, 1995), hlm. 4.

sangat menguntungkan bagi pihak konsumen dalam memilih berbagai jenis barang namun pelanggaran hak-hak konsumen sangat memungkinkan terjadi mengingat transaksi melalui internet mempunyai karakteristik yang berbeda dengan transaksi konvensional. Untuk itu diperlukannya perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli barang yang mengandung unsur penyalahgunaan sistem keamanan transaksi yang dikaitkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Penyalahgunaan sistem keamanan transaksi yang sering dilakukan oleh pihak pelaku usaha adalah melanggar Pasal 4 UUPK tentang hak-hak konsumen. Penyalahgunaan tersebut juga dapat dilakukan oleh pihak pelaku usaha dengan mencantumkan klausula baku tidak sesuai dengan Pasal 18 UUPK tentang larangan pencantuman klausula baku.<sup>16</sup>

Kedua, hasil penelitian Nurhafni dan Sanusi Bintang, *Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Perjanjian Baku Elektronik*, 2018. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyebutkan klausula baku sebagai ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha. Hasil penelitian membuktikan bahwa perlindungan kepada konsumen dalam kontrak elektronik Telkomsel, perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk memberikan alternatif penyelesaian masalah sengketa dengan cara pengajuan klaim keberatan pelanggan baik lisan maupun tulisan melalui Grapari PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk dan apabila ditetapkan suatu ganti rugi, maka ganti rugi yang dibayar oleh pihak PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk mengganti rugi dalam bentuk pengembalian uang atas kesalahan penghitungan biaya tagihan.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Desy Ary Setyawati, Dahlan, dan M. Nur Rasyid, "Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik", (*Syah Kuala Law Journal* : Vol. 1, No.3 Desember 2017), hlm. 5.

<sup>17</sup> Nurhafni dan Sanusi Bintang, "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Perjanjian Baku Elektronik", *Qanun Jurnal Ilmu Hukum* ; Vol. 20, No. 3, (Desember, 2018), hlm. 437-494



Ketiga, hasil penelitian Arfian Setiantoro, Fayreizha Destika Putri, Anisah Novitarani, dan Rinitami Njatrijani, *Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen dan Penyelesaian Sengketa E-commerce di Era Masyarakat Ekonomi Asean*, 2018. Tulisan ini berasal dari jurnal pada Universitas Diponegoro, Semarang. Hasil penelitian pada jurnal ini adalah, Di era globalisasi, Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) mendorong perkembangan *e-commerce* yang belum sepenuhnya terlindungi dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Berkaitan dengan masalah tersebut, maka tulisan ini akan membahas mengenai urgensi perlindungan konsumen dan alternatif penyelesaian sengketa terhadap transaksi *e-commerce* di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perangkat hukum di Indonesia saat ini belum mengatur sepenuhnya perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Mekanisme penyelesaian sengketa yang ada baik melalui peradilan maupun di luar peradilan. Lembaga non-litigasi seperti BPSK, ODR maupun ACCP diharapkan dapat lebih memperhatikan dan melindungi konsumen untuk menemukan win-win solution. Di masa yang akan datang, perlindungan konsumen haruslah bersifat preventif dan diperlukan sinergitas antara peraturan yang dibuat pemerintah agar terdapat perlindungan hukum yang semakin kompleks bagi konsumen.<sup>18</sup>

Keempat, hasil penelitian Widi Nugrahaningsih dan Mira Erlinawati, *Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Kons umen Terhadap Bisnis Online*, 2017. Kegiatan bisnis *online* saat ini sering dimanfaatkan banyak orang, dan pada perkembangannya pada saat ini ada konflik antara penjual dan pembeli terkait transaksi *online*. Tujuan penelitian ini; Untuk mengetahui implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) terkait bisnis *online*, dan untuk

---

<sup>18</sup> Arfian Setiantoro, Fayreizha Destika Putri, Anisah Novitarani, dan Rinitami Njatrijani, "Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen dan Penyelesaian Sengketa E-commerce di Era Masyarakat Ekonomi Asean", *Jurnal Rechtsvinding Media Pembinaan Hukum Nasional* ; Volume 7, Nomor 1, April 2018, hlm. 5.

mengetahui faktor yang mempengaruhi efektivitas UUPK terhadap bisnis *online*. Hasil penelitian, bahwa UUPK dan UU No.11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik (UU ITE) agar konsumen bisa aktif dan agar konsumen yang ingin mengeluh, datang ke kantor LPKSM untuk mengadukan keluhannya. Jika konsumen memberi kuasa kepada LPKSM, LPKSM kemudian membuat surat kuasa yang ditandatangani dan disetujui oleh konsumen LPKSM, tindakan yang harus dilakukan terlebih dahulu dengan upaya kekeluargaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas UUPK yaitu; Pemerintah kurang responsif terhadap perkembangan kemajuan masyarakat dalam transaksi elektronik, tidak adanya peraturan yang secara teknis memberikan perlindungan kepada konsumen terhadap adanya transaksi *online*, pelaku usaha dan konsumen tidak memahami hak dan kewajibannya. Kesimpulan dari penelitian ini, LPKSM sebagai perantara dari pemerintah telah aktif namun tidak ada kebijakan yang secara teknis mengatur dan melindungi konsumen dalam transaksi elektronik, faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas UUPK adalah pemerintah yang kurang responsif terhadap masyarakat, ketidaktahuan terhadap Konsumen dan pelaku usaha terkait hak dan kewajibannya.<sup>19</sup>

Kelima, hasil penelitian Sulasi Rongiyati, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik*, 2019. Transaksi *online* di Indonesia terus berkembang. Sebagai transaksi yang memiliki karakteristik khusus yang melibatkan para pihak lintas yurisdiksi tanpa harus bertemu tatap muka, sangat diperlukan perlindungan hukum bagi konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan perlindungan terhadap konsumen pada transaksi jual beli melalui sistem elektronik belum dapat dilakukan secara maksimal karena pengaturannya masih tersebar dalam beberapa Undang-Undang (UU) yang memerlukan peraturan pelaksanaan. Di samping itu UU No. 8 Tahun 1999

---

<sup>19</sup> Widi Nugrahaningsih dan Mira Erlinawati, "Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis *Online*", *Jurnal Serambii Hukum* : Vol. 11, No. 1, Februari-Juli 2017, hlm. 6.

tentang Perlindungan Konsumen belum mampu menjangkau dan menerapkan perlindungan konsumen dalam transaksi *online* secara keseluruhan, khususnya dalam hal para pihak memiliki perbedaan yurisdiksi. Sedangkan dalam hal sengketa konsumen, para pihak dapat menempuh jalur pengadilan maupun di luar pengadilan yang sesuai kesepakatan para pihak, namun alternatif penyelesaian sengketa secara *online* atau tidak bertemu fisik dapat dilaksanakan secara penuh. Penelitian ini menyarankan kepada pemerintah agar segera membentuk Peraturan Pemerintah tentang transaksi dagang melalui sistem elektronik dan mengatur mengenai penyelesaian sengketa secara *online*.<sup>20</sup>

Keenam, hasil penelitian Rizka Syafriana, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik*, 2016. Tulisan ini berasal dari jurnal pada Universitas Muhammadiyah, Sumatera Utara. Hasil penelitian pada jurnal ini adalah perlindungan konsumen menjamin adanya kepastian hukum bagi konsumen yang merasa dirugikan sehingga dapat terwujud tujuan perlindungan konsumen, jika terjadi sengketa atau konflik antar pelaku usaha dan konsumen maka dapat diselesaikan melalui: Litigasi dan Non litigasi atau didalam peradilan maupun diluar peradilan. Perdagangan elektronik merupakan model transaksi dengan karakteristik yang berbeda dengan perdagangan konvensional. Daya jangkauannya tidak hanya local tapi juga bersifat global sehingga dalam transaksi elektronik atau e-commerce jika terdapat permasalahan maka dapat menggunakan instrumen undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.<sup>21</sup>

Ketujuh, hasil penelitian Fitri Wisma Hayati dan Lili Naili Hidayah, *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Pada Situs Belanja Online Shopee ditinjau Dari Perundang-undangan*, 2020. Tulisan ini berasal dari jurnal pada

---

<sup>20</sup> Sulasi Rongiyati, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik", *Negara Hukum* : Vol. 10, No. 1, Juni 2019, hlm. 5.

<sup>21</sup> Rizka Syafriana, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik", *De Lega Lata*,: Volume 1, Nomor 2, Juli-Desember 2016, hlm. 4.

Universitas Jambi, Sumatera. Hasil penelitian pada jurnal ini adalah tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bentuk perlindungan hukum bagi konsumen berkaitan dengan pencantuman klausula baku oleh pelaku usaha dan akibat hukum dari pencantuman klausula baku yang cenderung merugikan dan membatasi hak-hak konsumen dan bertentangan dengan undang-undang perlindungan konsumen yang tercantum pada pasal 18 ayat (1) klausula baku yang tidak diperbolehkan dicantumkan pada suatu perjanjian. Pembahasan penelitian adalah, bagaimana undang-undangan perlindungan konsumen melindungi konsumen yang dirugikan dengan pencantuman klausula baku dalam transaksi dagang *online* ini, dari hasil penelitian pada situs jual beli *online* Shopee dimana pelaku usaha sering kali mencantumkan klausula yang merugikan konsumen pada beranda dan deskripsi produk di toko *online* milik pelaku usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Akibat hukum dari perjanjian yang menggunakan klausula yang bertentangan dengan undang-undang perlindungan konsumen adalah batal demi hukum jika ditinjau dari Undang – Undang Perlindungan Konsumen pasal 18 ayat (3).<sup>22</sup>

#### **F. Metodologi Penelitian**

Metode penelitian merupakan suatu cara untuk mendapatkan pemecahan permasalahan secara ilmiah dalam suatu riset sehingga masalah tersebut dapat dianalisis secara ilmiah dengan pola yang telah disistematisasi secara logis dari fakta-fakta empiriknya serta menggunakan yuridis formal sebagai pendekatan risetnya.

Di dalam penelitian ini diperlukan adanya beberapa teori untuk membantu memilih salah satu metode yang paling relevan terhadap permasalahan yang diajukan. Dalam rangka mencari jawaban atas permasalahan yang penulis ajukan pada rumusan masalah, maka metode penelitian menjadi aspek yang

---

<sup>22</sup> Putri Wisma Hayati dan Lili Naili Hidayah, “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Pada Situs Belanja *Online* Shopee ditinjau Dari Perundang-undangan”, *Zaaken* : Volume 1, Nomor 1, Februari 2020, hlm. 5.

sangat penting guna memperoleh data yang relevan. Untuk mencapai tujuan tersebut maka penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

### 1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan normatif sosiologis yaitu penelitian yang mengkaji tentang implementasi dari suatu ketentuan hukum islam secara empiris/sosiologis dengan jelas pada objeknya. Pada pendekatan penelitian ini merupakan penelitian hukum yang menggunakan data skunder sebagai data awal, kemudian dilanjutkan dengan data primer yang dilakukan dilapangan guna mendapatkan keefektifan suatu hukum dan penelitian yang akan dicari penyebab dan permasalahannya. Pengumpulan data yang diperoleh melalui studi pustaka dan wawancara yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* melalui media *Instagram*. Penelitian ini dapat mengungkapkan permasalahan-permasalahan yang ada dibalik pelaksanaan dan penegakan hukum.

### 2. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Menurut Supardi dalam bukunya *Ekonomi dan Bisnis* bahwa penelitian deskriptif adalah jenis penelitian ini dilakukan pada taraf atau kadar kajian dan analisis semata-mata ingin menetapkan suatu gejala/pertanda dan keadaan sebagaimana adanya. Hasil penelitian dan kesimpulan yang diambil semata-mata menggambarkan dan memaparkan suatu gejala ataupun peristiwa yang terjadi seperti apa adanya.<sup>23</sup>

### 3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

---

<sup>23</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), hlm. 27.



#### a. Data Primer

Data primer yaitu jenis data yang diperoleh dan diteliti dari sumber utamanya (sumber asli) dan merupakan data murni yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan secara langsung yang masih membutuhkan pengolahan kembali oleh peneliti.<sup>24</sup> Data primer yang diperoleh dari penelitian ini merupakan hasil wawancara langsung dengan sumber utama yaitu dengan beberapa orang yang melakukan transaksi jual beli melalui media *Instagram*.

#### b. Data Sekunder

Data skunder merupakan pendekatan penelitian yang menggunakan data-data yang telah ada. Selanjutnya dilakukan proses analisa terhadap data tersebut sesuai dengan tujuan penelitian. Data skunder dalam penelitian ini adalah bahan pendukung seperti (*library research*)<sup>25</sup> buku-buku kepustakaan yang berkaitan dengan judul penelitian, skripsi, jurnal, artikel dan dokumen lainnya. Data skunder merupakan data pendukung bagi data primer yang diharapkan sebagai pelengkap data penelitian.<sup>26</sup>

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian yang digunakan untuk memperoleh semua informasi. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data, di antaranya:

#### a. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung. Dalam wawancara terjadi interaksi komunikasi

---

<sup>24</sup> Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 122.

<sup>25</sup> *Library research* adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitiannya.

<sup>26</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 225.



antara pihak peneliti selaku penanya dan responden selaku pihak yang diharapkan memberikan jawaban.<sup>27</sup> Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara dengan salah satu pihak konsumen yang membeli *online* melalui media *instagram*.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pemberian atau pengumpulan data dari hasil keterangan seperti gambar. Dalam penelitian ini, pengambilan data dilakukan dengan kamera Smartphone dan Internet.

c. Pengamatan (Observasi)

Observasi atau pengamatan yang penulis lakukan dengan pengamatan secara teliti terhadap objek penelitian dan sistematis.<sup>28</sup> Observasi yang penulis lakukan dengan cara mengamati objek penelitian berupa mekanisme perlindungan konsumen terhadap jual beli *online* melalui media *instagram* dan sesuai dengan kompilasi hukum ekonomi syariah (KHES).

5. Instrument Pengumpulan Data.

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis. Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan teknik wawancara adalah buku tulis, pulpen, alat perekam untuk mencatat serta merekam keterangan-keterangan yang disampaikan oleh pihak informan serta data/keterangan yang berkaitan dengan topik pembahasan.

---

<sup>27</sup> Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 136.

<sup>28</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), hlm. 27.

## 6. Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data dalam suatu uraian dasar yang keseluruhan ini bertujuan untuk menemukan suatu jawaban sebagai tujuan dari penelitian. Sehingga menghasilkan data yang akurat dan dapat dipertanggung jawabkan. Untuk melakukan analisis data dibutuhkan tahapan-tahapan sebagai berikut:

### a. Klarifikasi Data

Klasifikasi data ini dilakukan untuk memilah dan mengelompokkan data sehingga data-data tersebut dapat diketahui sumber primer dan sumber sekunder. Demikian juga data yang diperoleh melalui interview ataupun melalui observasi.

### b. Penelitian Data

Seluruh data yang telah dikumpulkan harus dilakukan penilaian agar diketahui tingkat akurasi dan objektivitasnya, sehingga dengan penilaian tersebut akan lebih memudahkan proses analisis data.

### c. Interpretasi Data

Interpretasi data penulis lakukan sebagai tahapan akhir dari analisis data. Pada interpretasi data ini penulis melakukan penafsiran dan pembahasan terhadap semua informasi yang telah terkumpul. Sehingga diketahui tingkat validitas data.

## 7. Pedoman penulisan

Pedoman pada penulisan karya ilmiah ini yaitu adalah buku panduan penulisan skripsi yang diterbitkan oleh Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh Tahun 2019, serta diiringi pula dengan pedoman Al-qur'an dan hadis serta terjemahannya. Dengan adanya pedoman penulis akan menyusun hasil penelitian yang dirangkum dalam

sebuah karya ilmiah sehingga pembaca mudah dalam memahami maksud, alur dan tujuan dalam karya ilmiah ini.

### **G. Sistematika Pembahasan**

Agar memperoleh tulisan yang baik dan mudah dipahami serta dimengerti maka sistematika pembahasannya dibagi dalam bab-bab dan tiap bab terbagi dalam sub-sub bab. Adapun rincian dan sistematika pembahasan ini adalah:

Bab *satu*, merupakan bab pendahuluan, dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, penjelasan istilah, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan,

Bab *dua*, merupakan bab pembahasan yang membahas tentang konsep dari sistem perlindungan konsumen jual beli. Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang pengertian perlindungan konsumen, kemudian pengertian jual beli *online* melalui media *instagram* menurut KHES dasar hukum jual beli.

Bab *tiga*, merupakan pembahasan jual beli melalui media *instagram* yang ditinjau menurut Undang-Undang No.8 Tahun 1999 dan kompilasi hukum ekonomi syariah (KHES). Bab pembahasan ini menguraikan tentang mekanisme praktik perlindungan hukum yang diberikan oleh pihak *instagram* dan pembahasan tentang hukum yang dikaji dalam jual belinya dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 dan KHES.

Bab *empat*, merupakan bab penutup yang berisi tentang kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan penelitian yang kemudian dilengkapi dengan saran-saran yang kiranya dapat bermanfaat sebagai masukan dan pertimbangan..

## **BAB DUA**

# **HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN MENURUT UU NO. 8 TAHUN 1999 DAN KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH (KHES) PADA JUAL BELI *ONLINE* MELALUI MEDIA *INSTAGRAM***

### **A. Pengertian Jual Beli *Online* dan Jenis-Jenisnya**

Era globalisasi seluruh dunia maya dimulai dengan era revolusi informasi, dimana berkembangnya teknologi informatika yang semakin memudahkan setiap orang dalam bertukar informasi teknologi. Salah satu pertukaran informasi teknologi yang menjadi topik di dunia internet adalah bisnis *online*. Bisnis *online* adalah pemasaran barang dan jasa yang dilakukan melalui media internet. Internet hanya sebagai media menyampaikan para pelaku bisnis kepada konsumen. Biasanya media *website*, *blog*, *facebook*, *instagram*, dan lain-lain. Untuk melakukan bisnis *online* ini dituntut untuk melakukan dan mengoperasikan berbagai media. Media di sini antara lain adalah *Laptop*, *Netebook*, *Telepon Seluler*, dan lain sebagainya. Guna dari perangkat media disini adalah sebagai jalur untuk melakukan *browsing* melalui internet.

Bisnis *online* ini dikenal dengan istilah *e-commerce* atau *Electronic Commerce* yaitu perdagangan yang dilakukan dengan menggunakan fasilitas elektronik (internet). Untuk membangun bisnis dengan *e-commerce* dapat dilakukan dengan cara berbisnis *online*, dan barang dagangan yang diperjual belikan dapat berupa barang jadi dan jasa, seperti: toko *online*, *home industri online*, *agency online*, dan lain sebagainya.

Jual beli *online* atau familiar disebut *online shop* merupakan perdagangan yang mengikuti perkembangan zaman, dimana hampir seluruh lapisan masyarakat mengalami modifikasi sedemikian rupa.<sup>29</sup> Pada mulanya sistem penukaran barang hanya bisa dilakukan secara manual (*barter*) dengan

---

<sup>29</sup> Suhartono, *Perniagaan Online Syariah: suatu kajian dalam perspektif hukum perikatan islam*, (Jakarta: Bina Cipta, 2010), hlm. 85.

mengharuskan kehadiran antara penjual dan pembeli di suatu tempat dengan adanya barang disertai dengan transaksi (ijab dan qabul). Namun dengan kemudahan fasilitas dan semakin canggihnya teknologi, proses jual beli yang tadinya mengharuskan cara manual bisa saja dilakukan via internet. Adapun jual beli *online* merupakan transaksi pesanan dalam model bisnis era global yang *non face*, dengan hanya melakukan transfer data lewat jaringan internet (data *interchange*), yang mana kedua belah pihak antara penjual dan pembeli, atau menembus batas sistem pemasaran dan bisnis *online* dengan menggunakan sentral *shop*. Perkembangan teknologi inilah yang bisa memudahkan transaksi jarak jauh, dimana manusia bisa dapat berinteraksi secara singkat walaupun tanpa *face to face*, akan tetapi di dalam bisnis yang terpenting adalah memberi informasi dan memberi keuntungan. *E-commerce* secara umumnya merujuk pada semua bentuk transaksi komersial, yang menyangkut organisasi dan transmisi data yang digeneralisasikan dalam bentuk teks, suara dan gambar secara lengkap.<sup>30</sup>

Jual beli *online* yaitu sebuah akad jual beli yang dilakukan dengan menggunakan sarana elektronik (internet) baik berupa barang maupun berupa jasa. Atau akad yang disepakati dengan menentukan ciri-ciri tertentu dengan membayar harganya terlebih dahulu sedangkan barangnya diserahkan kemudian. Bisnis *online* sebenarnya tidak jauh berbeda dengan bisnis *offline*. Hanya saja area pemasarannya yang berbeda. Pemasaran di internet jauh lebih luas dan terbuka. Dalam perkembangannya, bisnis *online* tidak lagi hanya sebatas menjual dan membeli. Tapi juga merambah sistem periklanan, sistem *makelar/afiliasi*, dan sistem jaringan/*network*. Hal itu menyebabkan semakin banyaknya peluang yang terbuka untuk ikut menuai penghasilan melalui internet. Sudah banyak orang-orang sukses yang bertebaran di bisnis *online*. Hebatnya lagi, sebagian

---

<sup>30</sup> Mukti Fajar, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Persaingan Usaha*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2019), hlm. 4



besar mereka bukanlah pemilik atau pembuat produk/jasa, tapi hanya sebagai tukang promosikan barang/jasa milik orang atau perusahaan yang bersedia memberikan komisi atas tiap-tiap barang/jasa yang berhasil terjual. Dalam membangun bisnis *online* juga dibutuhkan persiapan yang memadai seperti halnya bisnis *offline*. Baik dari faktor modal, ketersediaan barang, pasar, dan lain sebagainya. Meskipun demikian, persiapan dalam bisnis *online* lebih sederhana dibandingkan dengan bisnis *offline*. Selain itu, modal yang dibutuhkan juga tidak terlalu besar seperti pada bisnis *offline*.<sup>31</sup>

Dalam bisnis *online* pelaku usaha harus memiliki barang yang menjadi obyek transaksi atau barang yang diperjual belikan. Untuk menyediakan barang pastilah dibutuhkan modal, meskipun demikian modal yang dibutuhkan lebih kecil, karna pelaku usaha tidak memerlukan barang dalam jumlah missal. Selain itu pelaku usaha juga tidak perlu menyewa ruangan sebagai toko untuk memajang barang dagangan. Bahkan apabila pelaku usaha mampu menjalin kerjasama dengan vendor lain, maka modal yang dibutuhkan untuk memulai bisnis *online* ini dapat lebih diminimalkan. Vendor yang dimaksudkan dalam hal ini adalah toko atau distributor barang yang menjadi obyek transaksi dalam bisnis *online* yang akan dijalankan. Satu hal yang harus diperhatikan dalam menekuni bisnis *online* adalah kejujuran. Bisnis ini dijalankan dengan berlandaskan asas kejujuran dan iktikad baik dari masingmasing pihak yang bertransaksi. Oleh sebab itu, pastikan pelaku usaha memberikan informasi yang jujur dan valid seputar barang yang dijual. Jika barang siap jual, maka berikan keterangan ready stock. Namun, apabila barang yang dijual tidak ready stock dan membutuhkan waktu untuk membuatnya, maka berilah keterangan yang jelas. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi salah paham antara pelaku usaha

---

<sup>31</sup> Ahmad Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 41.



sebagai *seller* dengan calon konsumen sebagai *buyer* yang berminat untuk bertransaksi.<sup>32</sup>

Mekanisme transaksi dalam bisnis *online* dimulai dengan men-display foto produk oleh *seller* pada *blogstore* atau *webstore*. Selain foto produk, *seller* juga menampilkan alamat email dan nomor telepon (ponsel). Selanjutnya bagi *buyer* yang berminat dengan produk yang dipajang oleh *seller* bisa langsung menghubungi *seller* via email, telepon, ataupun SMS (*Short Message Service*). Jika produk yang diminatai *buyer* masih tersedia stoknya, maka *seller* mengkonfirmasi ketersediaan produk tersebut kepada *buyer* serta memberikan informasi mengenai total biaya yang harus dibayarkan mencakup harga produk dan ongkos kirim ke alamat *buyer*. Selain itu, *seller* juga mengirimkan informasi nomor rekening bank tujuan transfer kepada *buyer*. Apabila *buyer* sudah mentransfer sejumlah uang yang sudah ditetapkan, maka *buyer* memberikan konfirmasi balik kepada *seller* dengan cara mengirimkan foto bukti transfer kepada *seller* bahwa pembelian atas produk yang diinginkan *buyer* telah dibayarkan via transfer. Meskipun *buyer* sudah memberikan konfirmasi pembayaran, sebaiknya *seller* mengecek ke rekening bank yang dimiliki. Jika pembayaran telah diterima *seller*, maka barang siap dikirimkan ke alamat *buyer*.

Transaksi dalam bisnis *online* tidak ada pertemuan antara *seller* dengan *buyer*, sehingga *buyer* tidak bisa membawa langsung barang yang diinginkannya. Oleh sebab itu, bisnis ini membutuhkan jasa pengiriman atau ekspedisi untuk mengirimkan barang pesanan kepada *buyer*. Penggunaan jasa pengiriman tersebut pastilah membutuhkan biaya kirim dan sudah menjadi ketentuan tidak tertulis bahwa biaya kirim ditanggung oleh *buyer*. Ada banyak jasa pengiriman yang bisa digunakan misalnya TIKI, JNE, Pos Indonesia, ESL Express, MEX Berlian, dan lain sebagainya.

---

<sup>32</sup> Munir Fuady, *Hukum Bisnis dalam Teori dan Praktik*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1994), hlm. 165.

Dengan makin berkembangnya trend jual beli *online* saat ini, tentunya membawa semakin banyak orang yang ingin mencoba berjual beli *online*, entah sebagai pembeli ataupun sebagai penjual. Tentunya para pelaku jual beli *online* menginginkan proses transaksi yang aman dan nyaman bagi kedua belah pihak. Pelaku jual beli *online* dituntut untuk mengetahui lebih dalam mengenai proses, resiko serta keamanan dari sebuah transaksi *online*. Oleh karena itu, pelaku jual beli *online* terutama yang masih awam mengenai transaksi berjual beli *online* dituntut untuk mengetahui 3 (tiga) jenis transaksi berjual beli *online* yang umum dilakukan di Indonesia yaitu:<sup>33</sup>

#### 1. Transfer Antar Bank

Transaksi dengan cara ini merupakan jenis yang paling umum dan populer digunakan oleh para pelaku jual beli *online*. Selain cukup simple, jenis transaksi ini juga memudahkan proses karena dana bisa dengan cepat di cek oleh penjual. Prosesnya adalah pembeli mengirim dana yang telah disepakati lalu setelah dana masuk, maka penjual akan mengirimkan barang yang dijanjikan. Kekurangan transaksi ini adalah diperlukannya kepercayaan yang tinggi dari para pembeli sebelum memutuskan mengirim dana. Disini tidak jarang terjadi penipuan, setelah dana terkirim ternyata barang tidak kunjung diterima.

#### 2. COD (*Cash On Delivery*)

Pada sistem COD sebenarnya masih menganut cara lama yaitu bertemu antara penjual dan pembeli. Biasanya sistem transaksi ini dilakukan dalam jual beli barang second karena pembeli harus memeriksa dengan baik keadaan barang tersebut. Keuntungan dari sistem ini adalah antara penjual dan pembeli lebih leluasa dalam proses transaksi. Pembeli bisa melihat dengan detail barang yang akan dibeli, dan juga

---

<sup>33</sup> Ahmad Miru, Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 41

memungkinkan tawar menawar. Transaksi ini dipopulerkan oleh website jual beli seperti Tokobagus, Berniaga, dan lainnya. Kekurangan dari sistem ini adalah keamanan baik penjual maupun pembeli. Karena mungkin saja pihak yang akan kita temui adalah orang yang berniat jahat. Oleh karena itu, hal yang bisa dilakukan adalah dengan menentukan tempat transaksi yang aman bisa ditempat keramaian atau pergi bersama orang yang dapat dipercaya.

### 3. Rekening Bersama

Pada transaksi ini cara pembayarannya sedikit berbeda dengan proses pembayaran melalui transfer bank. Jika dalam transfer bank, pihak ketiganya adalah bank, sedangkan dalam sistem rekber yang menjadi pihak ketiga adalah lembaga pembayaran yang telah dipercaya baik oleh pihak penjual maupun pembeli. Prosesnya yaitu pertama pembeli mentransfer dana ke pihak lembaga Rekber. Setelah dana dikonfirmasi masuk, lalu pihak rekber meminta penjual mengirim barang yang sudah disepakati. Dengan sistem ini dana yang diberikan oleh pembeli bisa lebih terjamin keamanannya. Karena dananya hanya akan dilepas jika barang benar-benar sudah ditangan. Sistem ini banyak digunakan pada proses jual beli antara member forum Kaskus, Tokopedia, dan lainnya.

Pertumbuhan belanja *online* juga telah mempengaruhi struktur industri. *E-commerce* telah merevolusi cara bertransaksi berbagai bisnis, seperti toko buku dan agen perjalanan. Umumnya, perusahaan besar dapat menggunakan skala ekonomi dan menawarkan harga yang lebih rendah. Individu atau pelaku bisnis yang terlibat dalam *e-commerce*, baik itu pembeli maupun penjual mengandalkan teknologi berbasis internet untuk melaksanakan transaksi mereka. *E-commerce* memiliki kemampuan untuk memungkinkan transaksi kapan saja dan di mana saja. Jika

menghubungkan karakteristik masyarakat Indonesia dengan jenis-jenis interaksi bisnis berikut variasi bisnis *e-commerce* di Indonesia :<sup>34</sup>

1. *Listing* / iklan baris

Berfungsi sebagai sebuah platform yang mana para individu dapat memasang barang jualan mereka secara gratis. Pendapatan diperoleh dari iklan premium. Jenis iklan baris seperti ini cocok bagi penjual yang hanya ingin menjual barang dengan kuantitas kecil. Contohnya seperti di OLX dan *berniaga.com*.

2. *Online Marketplace*

*Online marketplace* ini adalah model bisnis dimana *website* yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, tapi juga memfasilitasi transaksi uang secara *online*. Seluruh transaksi *online* harus difasilitasi oleh *website* yang bersangkutan. Contohnya seperti *bukalapak.com* dan *tokopedia*.

3. *Shopping Mall*

Model bisnis ini mirip dengan *marketplace*, tapi penjual yang bisa berjualan disana haruslah penjual atau brand ternama karena proses verifikasi yang ketat. Contohnya seperti *blibli.com* dan *zalora*.

4. Toko *Online*

Model bisnis ini cukup sederhana, yakni sebuah toko *online* dengan alamat *website* (*domain*) sendiri di mana penjual memiliki stok produk dan menjualnya secara *online* kepada pembeli. Contohnya seperti *lazada* dan *shopee*.

---

<sup>34</sup> Mahir Pradana, Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-commerce di Indonesia, *Jurnal Neo-Bisnis Vol. 9 No.2*, Desember 2015, (Bandung, Universitas Telkom Bandung, 2015), hlm. 37-38.

### 5. Toko *online* di media sosial

Banyak penjual di Indonesia yang menggunakan situs media social seperti *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram* untuk mempromosikan barang dagangan mereka.

### 6. Jenis-Jenis *website crowdsourcing* dan *crowdfunding*

Website dipakai sebagai *platform* untuk mengumpulkan orang-orang dengan skill yang sama atau untuk penggalangan dana secara *online*. Contohnya seperti *kitabisa.com*

*E-commerce* memungkinkan untuk meningkatkan keseluruhan nilai bisnis perusahaan. Oleh karena itu, sangat perlu untuk memahami ciri-ciri dan jenis-jenis bisnis *e-commerce* yang berbeda-beda. Namun, biaya kesempatan bisa terjadi, jika strategi lokal tidak cocok untuk pasar baru, perusahaan bisa kehilangan pelanggan potensial.

Setiap perubahan pasti membawa pengaruh bagi kehidupan sehari. Berikut ini dampak positif dan negatif dari jual beli *online*.<sup>35</sup>

Dampak positif jual beli *online* bagi kalangan pengusaha:

1. Dapat memperluas pasar sampai dengan tingkat internasional dengan modal kecil karena melalui internet para pengusaha dengan mudah bisa mendapatkan lebih banyak konsumen
2. Memungkinkan pengusaha untuk menurunkan jumlah persediaan barang dan kelebihan persediaan barang karena penyimpanan barang akan tergantung pada pemesanan konsumen
3. Dapat meningkatkan citra perusahaan dengan semakin baiknya pelayanan pada konsumen, ditemukannya mitra-mitra bisnis baru

---

<sup>35</sup> Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), hlm. 5.



Bagi Konsumen:

1. Belanja lebih praktis.
2. Bisa membandingkan harga dengan mudah dari satu toko *online* ke toko *online* yang lain dan memberikan banyak pilihan bagi para konsumen
3. Cakupan berbelanja lebih luas, bahkan konsumen bisa membeli barang dari luar kota atau luar negeri
4. Harga barang-barang yang dijual di *online* shop biasanya lebih murah dibandingkan dengan barang-barang yang dijual di toko-toko. Hal ini dikarenakan toko *online* tidak membutuhkan biaya sewa toko
5. Memungkinkan para konsumen untuk berbelanja atau melakukan transaksi selama 24 jam untuk seluruh lokasi diseluruh dunia

Selain dampak positif, ternyata jual beli *online* juga memiliki dampak negatif secara teknis dan hukum, diantaranya adalah:<sup>36</sup>

Dampak secara teknis:

1. Dapat mudah terjadi kesalahan pengiriman barang yang dapat memperlama dalam memperoleh barang tersebut
2. Model barang yang diinginkan kadang-kadang berbeda dengan yang tercantum di website
3. Rentan aksi penipuan, dimana banyak kasus ketika pembeli telah mengirimkan sejumlah uang yang telah disepakati, barang yang dibeli tidak dikirim
4. Rentan rusak atau pecah karena media pengiriman adalah pos

Dampak secara hukum;

1. Masih adanya beberapa permasalahan hukum yang belum terpecahkan, sedangkan peraturan perundangan-undangan yang dibuat oleh pemerintah Negara-negara cenderung belum sempurna

---

<sup>36</sup> *Ibid*, hlm. 6-7.



untuk dapat menjangkau beberapa permasalahan hukum seperti masalah terjadinya sengketa dalam perdagangan elektronik yang sifatnya lintas batas.

2. Keamanan dan privasi dalam perdagangan elektronik dapat merugikan pihak konsumen terutama dalam akses informasi pribadi konsumen.<sup>37</sup>

## **B. Konsep Jual Beli Dalam KHES**

Dilihat dari Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah pengertian jual beli (*al-bai'*) paling tidak harus memenuhi tiga unsur, yakni pihak-pihak, objek, dan kesepakatan (pasal 56).<sup>38</sup> Pihak-pihak yang terikat dalam perjanjian jual beli terdiri atas penjual, pembeli dan pihak lain yang terlibat di dalam perjanjian tersebut. Obyek jual beli terdiri atas benda yang berwujud maupun tidak berwujud, yang bergerak maupun tidak bergerak, dan yang terdaftar maupun tidak terdaftar. Sedangkan kesepakatan dapat dilakukan dengan tulisan, lisan dan isyarat yang mana semunyanya memiliki makna hukum yang sama.

Unsur ini nampaknya secara substantif tidak berbeda dengan unsur yang terangkum dalam pengertian KUHPerdara. Unsur inilah yang disebut rukun dalam istilah syariah (muamalah). Dalam suatu perbuatan jual beli, ketiga rukun itu hendaklah dipenuhi, sebab apabila salah satu rukun tidak terpenuhi maka perbuatan tersebut tidak dapat dikategorikan sebagai perbuatan jual beli.

1. Tentang pihak-pihak (subyek) Kedua belah pihak yang hendak melakukan perjanjian jual beli hendaklah:<sup>39</sup>
  - a. Berakal, orang gila atau bodoh tidak sah jual belinya. Maksudnya dapat membedakan atau memilih mana yang terbaik baginya.

---

<sup>37</sup> Sinta Dewi, *Perlindungan Privasi atas Informasi Pribadi dalam E-Commerce Menurut Hukum Internasional*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 60.

<sup>38</sup> Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), Pasal 56.

<sup>39</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 5

Apabila salah satu pihak tidak berakal maka jual beli yang diadakan tidak sah.

- b. Dengan kehendaknya sendiri (bukan dipaksa). Maksudnya, dalam melakukan perbuatan jual beli salah satu pihak tidak melakukan tekanan atau paksaan atas pihak lain.
- c. Keduanya tidak mubazir. Maksudnya, pihak yang mengikatkan diri dalam perjanjian jual beli bukanlah manusia yang boros (mubazir), sebab orang yang boros dalam hukum dikategorikan sebagai orang yang tidak caap bertindak.
- d. *Baligh*. Baligh atau dewasa dalam hukum Islam adalah apabila telah berumur 15 (lima belas) tahun atau telah bermimpi (bagi anak lakilaki) dan haid (bagi anak perempuan). Dengan demikian jual beli yang dilakukan anak kecil tidak sah.

## 2. Tentang benda (obyek)

Yang dimaksud obyek jual beli adalah benda yang menjadi sebab terjadinya jual beli. benda yang dijadikan sebagai obyek jual beli haruslah memenuhi syarat-syarat berikut:<sup>40</sup>

- a. Bersih barangnya. Maksudnya, barang yang diperjual belikan bukanlah benda najis atau benda yang digolongkan sebagai benda haram.
- b. Dapat dimanfaatkan. Yang dimaksudkan dengan barang yang bermanfaat adalah kemanfaatan barang tersebut sesuai dengan ketentuan hukum agama (syariat Islam). Maksudnya pemanfaatan barang tersebut tidak bertentangan dengan norma-norma agama. Misalnya, kalau sesuatu barang dibeli, yang tujuan pemanfaatannya untuk berbuat yang bertentangan dengan syariat Islam, maka barang tersebut dikatakan tidak bermanfaat

---

<sup>40</sup> Ibid, hlm. 6

- c. Milik orang yang melakukan akad. Maksudnya, bahwa orang yang melakukan perjanjian jual beli atau sesuatu barang adalah pemilik sah barang tersebut dan/atau telah mendapat izin dari pemilik sah barang tersebut. Dengan demikian, jual beli barang yang dilakukan oleh orang yang bukan pemilik atau yang berhak berdasarkan kuasa pemilik, dipandang sebagai perjanjian jual beli yang batal.
- d. Mampu menyerahkannya. Maksudnya ialah, penjual (baik sebagai pemilik maupun sebagai kuasa) dapat menyerahkan barang yang diadkannya sebagai obyek jual beli sesuai dengan bentuk dan jumlah yang diperjanjikan pada waktu penyerahan barang kepada pembeli.
- e. Barang yang diakadkan di tangan. Menyangkut perjanjian jual beli atas sesuatu barang yang belum di tangan (tidak berada dalam penguasaan penjual) dilarang, sebab bisa jadi barang tersebut rusak atau tidak dapat diserahkan sebagaimana telah diperjanjikan.<sup>41</sup>

Adapun dalam syariat Islam dasar hukum jual beli dapat ditemukan di dalam Al Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275:

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...  
 جامعة الزاوية

Artinya: "... Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..."

Sehubungan dengan dalil Al-Quran di atas, Nabi Muhammad SAW menjelaskan tentang jual beli dengan pembayaran yang ditangguhkan yaitu hadis yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah, sebagai berikut:

---

<sup>41</sup> Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, ( Jakarta: Sinar Grafika, 2014), hlm. 161.

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبِرْكَةُ: الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ، وَالْمُقَارَضَةُ، وَخَلْطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ  
(رواه ابن ماجه عن صهيب)

Artinya: "Dari Shalih bin Shuhaib dari ayahnya berkata, Rasulullah SAW bersabda, "Ada tiga hal yang didalamnya terdapat berkah: jual beli secara kredit (*murabahah*), *muqaradhah* (*mudharabah*) dan mencampuri gandum dengan jelai untuk (keperluan) di rumah, bukan untuk dijual." (HR. Ibnu Majah).<sup>42</sup>

Dari beberapa dasar yuridis jual beli dalam syariat yang diperkenankan dalam Islam dapat dipahami bahwa aktifitas jual beli guna memenuhi kebutuhan hidup diperkenankan dalam syariat. Demikian pula dalam perundangan yang lain sebagaimana yang tercantum dalam KUHPdt. Islam mengharamkan riba dan menekankan agar dalam aktivitas jual beli perlu dilakukan suka sama suka, dalam arti tidak ada paksaan di antara pihak.<sup>43</sup>

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah menyatakan bahwa kewajiban memikul kerugian yang tidak disebabkan kesalahan salah satu pihak dinyatakan sebagai resiko (pasal 42). Selanjutnya pasal 43 menjelaskan siapa yang wajib menanggung resiko. Pada ayat (1) dinyatakan bahwa kewajiban menanggung kerugian yang disebabkan oleh kejadian di luar kesalahan salah satu pihak dalam akad, dalam perjanjian sepihak dipikul oleh pihak peminjam. Sedangkan dalam ayat (2) dinyatakan bahwa kewajiban menanggung kerugian yang disebabkan oleh kejadian di luar kesalahan salah satu pihak dalam perjanjian timbal balik, dipikul oleh pihak yang meminjamkan.

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) pasal 20 menjelaskan bahwa *bai' salam* adalah jasa pembiayaan yang berkaitan dengan jual beli yang pembayarannya dilakukan bersamaan dengan pemesanan. *Bai' salam* dapat

---

<sup>42</sup> Abu Abduallah Muhammad bin Yazid al-Qazwini Ibnu Majah, *Ensklikopedia Hadits 8; Sunan Ibnu Majah*, (Penerjemah: saifuddin Zuhri), Cet-1, Jakarta: Almahira, 2003), hlm. 407.

<sup>43</sup> Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis*, (Malang: PT LKiS Printing Cemerlang, 2009), hlm. 175.

dimaknai juga sebagai akad jual beli barang pesanan diantara penjual dan pembeli. Spesifikasi dan harga barang pesanan harus sudah disepakati di awal akad. Ulama Syafi'iyah dan Hanabalah menjelaskan salam adalah akad atas barang pesanan dengan spesifikasi tertentu yang ditangguhkan penyerahannya pada waktu tertentu, dimana pembayaran dilakukan secara tunai di majlis akad. Sedangkan, ulama Malikiyyah menyatakan salam adalah akad jual beli dimana modal (pembayaran) dilakukan secara tunai (di muka) dan obyek pesanan diserahkan kemudian dengan jangka waktu tertentu.

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah pengaturan mengenai *bai' salam* terdapat dalam bagian ketiga KHES.

Pasal 100:

1. Akad *bai' salam* terikat dengan adanya ijab dan kabul seperti dalam penjualan biasa.
2. Akad *bai' salam* sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan sesuai kebiasaan dan kepatutan.

Pasal 101:

1. Jual beli salam dapat dilakukan dengan syarat kuantitas dan kualitas barang sudah jelas
2. Kuantitas barang dapat diukur dengan takaran atau timbangan dan atau meteran
3. Spesifikasi barang yang dipesan harus diketahui secara sempurna oleh para pihak

Pasal 102:

*Bai' salam* harus memenuhi syarat bahwa barang yang dijual, waktu, dan tempat penyerahan dinyatakan dengan jelas.

Pasal 103:

Pembayaran barang dalam *bai' salam* dapat dilakukan pada waktu dan tempat yang disepakati.

Jual beli secara *online* sejenis dengan jual beli *salam*. Dalam istilah hukum Islam as-salam atau dinamai juga as-salaf disebut dengan pembayaran yang didahulukan. Yang dimaksud dengan pembayaran yang didahulukan adalah penjualan suatu barang yang masih berada di tanggungan penjual, namun pembayaran terhadap barang tersebut telah dilakukan oleh pembeli terlebih dahulu.

Untuk hal itu, para *fuqaha* (ahli Hukum Islam) menamainya dengan *almahawi'ij*, yang dalam istilah Indonesiannya diartikan sebagai barang mendesak. Sebab, dalam jual beli barang yang menjadi objek perjanjian jual beli tidak ada di tempat. Sementara itu, kedua belah pihak (penjual dan pembeli) telah sepakat untuk melakukan pembayaran terlebih dahulu.

### **C. Perlindungan Hukum Konsumen Dalam UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)**

Istilah konsumen berasal dari *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Pengertian lain dari consumer atau *consument* itu tergantung dalam posisi dimana ia berada. Secara harfiah arti kata consumer adalah setiap orang yang menggunakan barang. Begitu pula kamus bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.<sup>44</sup>

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen didefinisikan sebagai “setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan.”<sup>45</sup> Pendapat lain merumuskan bahwa konsumen adalah setiap individu atau kelompok yang menjadi pembeli atau pemakai akhir

<sup>44</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm. 235.

<sup>45</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Bab II, Pasal 3 e.



dari kepemilikan khusus, produk, atau pelayanan dan kegiatan, tanpa memperhatikan apakah ia berasal dari pedagang, pemasok, produsen pribadi atau publik, atau apakah ia berbuat sendiri ataukah secara kolektif.<sup>46</sup>

Az. Nasution menegaskan beberapa batasan tentang konsumen:<sup>47</sup>

1. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu.
2. Konsumen antara setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang dan/atau jasa lain untuk diperdagangkan
3. Konsumen akhir adalah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali.<sup>48</sup>

Bagi konsumen antara, barang atau jasa itu adalah barang atau jasa kapital, berupa bahan baku, bahan penolong atau komponen dari produk lain yang akan diproduksinya (produsen). Kalau ia distributor atau pedagang berupa barang setengah jadi atau barang jadi yang menjadi mata dagangannya. Konsumen antara ini mendapatkan barang atau jasa itu dipasar industri atau pasar produsen.<sup>49</sup>

Bagi konsumen akhir, barang dan jasa itu adalah barang atau jasa konsumen, yaitu barang atau jasa yang biasanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga atau rumah tangganya (poduk konsumen).Barang atau jasa konsumen ini umumnya diperoleh di pasar-pasar konsumen, dan terdiri

---

<sup>46</sup> Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2010), hlm. 3.

<sup>47</sup> Celina Trisiwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 9.

<sup>48</sup> Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis*, (Malang: PT LKiS Printing Cemerlang, 2009), hlm. 355.

<sup>49</sup> Celina Trisiwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 11.

dari barang atau jasa yang umumnya digunakan di dalam rumah tangga masyarakat.

Dalam sejarahnya, pada tahun 1962 hak-hak konsumen telah dicetuskan oleh Presiden Amerika Serikat John F. Kennedy, yang disampaikan dalam Kongres Gabungan Negara-negara Bagian di Amerika Serikat, di mana hak-hak konsumen itu meliputi: Hak untuk memperoleh keamanan, Hak memilih, Hak mendapat informasi, dan Hak untuk didengar. Empat hak dasar ini diakui secara internasional. Dalam perkembangannya, organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *The International Organization of Consumers Union* (IOCU) menambahkan lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak untuk mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat. Namun, tidak semua organisasi konsumen menerima penambahan hak-hak tersebut. Mereka bebas untuk menerima semua atau sebagian. Yayasan Lembaga Perlindungan Konsumen Indonesia (YLKI) misalnya, memutuskan untuk menambahkan satu hak lagi sebagai pelengkap empat dasar hak konsumen, yaitu hak mendapat lingkungan hidup yang baik dan sehat sehingga keseluruhannya dikenal sebagai panca hak konsumen.

Dalam Rancangan Akademik Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang disusun oleh Tim Fakultas Hukum Universitas Indonesia dan Departemen Perdagangan, hak-hak dasar konsumen ditambahkan lagi dengan hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar yang diberikan, dan hak untuk mendapatkan penyelesaian hukum. Dalam hal ini ada dua pasal yang perlu diperhatikan, yaitu yang mengatur hak-hak konsumen, di samping kewajiban yang harus dilakukan.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1

### 1. Hak Konsumen (pasal 4)

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ atau jasa
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
- f. Hak untuk 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 perundang-undangan lainnya.

Akhirnya, jika semua hak-hak yang disebutkan itu disusun kembali secara sistematis (mulai dari yang diasumsikan yang paling mendasar), akan diperoleh urutan sebagai berikut:<sup>51</sup>

#### 1. Hak Konsumen Mendapatkan Keamanan

Konsumen berhak mendapatkan keamanan atas barang dan jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk barang dan jasa itu tidak boleh

---

<sup>51</sup> Celina Trisiwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 10.

membahayakan jika di konsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik secara jasmani atau rohani.

## 2. Hak Untuk Mendapatkan Informasi Yang Benar

Setiap produk yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar. Informasi ini diperlukan agar konsumen tidak sampai mempunyai gambaran yang keliru atas produk barang dan jasa. Informasi ini dapat disampaikan dengan berbagai cara, seperti secara lisan kepada konsumen, melalui iklan diberbagai media, atau mencantumkan dalam kemasan produk (barang).

## 3. Hak Untuk Di Dengar

Hak yang erat kaitannya dengan hak untuk mendapatkan informasi adalah hak untuk didengar. Ini disebabkan informasi yang diberikan pihak yang berkepentingan atau berkompeten sering tidak cukup memuaskan konsumen. Untuk itu, konsumen berhak mengajukan permintaan informasi lebih lanjut.

## 4. Hak Untuk Memilih

Dalam mengkonsumsi suatu produk, konsumen berhak menentukan pilihannya. Ia tidak boleh mendapat tekanan dari pihak luar sehingga ia tidak lagi bebas untuk membeli atau tidak membeli. Seandainya ia jadi membeli, ia juga bebas menentukan produk mana yang akan dibeli.

## 5. Hak Untuk Mendapatkan Produk Barang Dan/Atau Jasa Sesuai Dengan Nilai Tukar Yang Diberikan

Dengan hak ini berarti konsumen harus dilindungi dari permainan harga yang tidak wajar. Dengan kata lain, kuantitas dan kualitas barang dan/atau jasa yang dikonsumsi harus sesuai dengan nilai uang yang dibayar sebagai pengantinya.

## 6. Hak Untuk Mendapatkan Ganti Kerugian

Jika konsumen merasakan, kuantitas dan kualitas barang dan/atau jasa yang dikonsumsinya tidak sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya, ia

berhak mendapat ganti kerugian yang pantas. Jenis dan jumlah ganti kerugian itu tentu saja harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau atas kesepakatan masing-masing pihak.

#### 7. Hak Untuk Mendapatkan Penyelesaian Hukum

Hak untuk mendapatkan ganti kerugian harus ditempatkan lebih tinggi daripada hak pelaku usaha (produsen/penyalur produk) untuk membuat klausula eksonerasi secara sepihak. Jika permintaan yang diajukan konsumen dirasa tidak mendapat tanggapan yang layak dari pihak terkait dalam hubungan hukum dengannya, maka konsumen berhak mendapatkan penyelesaian hukum termasuk advokasi. Dengan kata lain, konsumen berhak menuntut pertanggung jawaban hukum dari pihak yang dipandang merugikan karena mengkonsumsi produk itu.

#### 8. Hak Untuk Mendapat Lingkungan Hidup Yang Baik Dan Sehat

Hak konsumen atas lingkungan yang baik dan sehat merupakan hak yang diterima sebagai salah satu hak dasar konsumen oleh berbagai organisasi konsumen di dunia. Lingkungan hidup yang baik dan sehat berarti sangat luas, dan setiap makhluk hidup adalah konsumen atas lingkungan hidupnya. Lingkungan hidup meliputi lingkungan hidup dalam arti fisik dan lingkungan non fisik.

#### 9. Hak untuk dilindungi dari akibat negatif persaingan curang

Persaingan curang atau dalam Undang-Undang No. 5 tahun 1999 disebut dengan persaingan usaha tidak sehat dapat terjadi jika seorang pengusaha berusaha menarik langganan atau klien pengusaha lain untuk memajukan usahanya atau sarana yang bertentangan dengan iktikad baik dan kejujuran dalam pergaulan perekonomian.

#### 10. Hak Untuk Mendapatkan Pendidikan Konsumen

Masalah perlindungan konsumen di Indonesia termasuk masalah yang baru. Oleh karena itu, wajar bila masih banyak konsumen yang belum menyadari hak-haknya. Kesadaran akan hak tidak dapat dipungkiri sejalan

dengan kesadaran hukum. Makin tinggi tingkat kesadaran hukum masyarakat, makin tinggi penghormatannya pada hak-hak dirinya dan orang lain. Upaya pendidikan konsumen tidak selalu harus melewati jenjang pendidikan formal tetapi dapat melalui media massa dan kegiatan lembaga swadaya masyarakat.

#### 11. Kewajiban Konsumen (Pasal 5)

- a. Membaca dan mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan jasa
- b. Beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan jasa
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut

Dalam UU No 8 Tahun 1999 adapula dijelaskan didalmnya sebagai pelaku usaha, Dalam Pasal 1 angka 3 UU No. 8 Tahun 1999 disebutkan pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.<sup>52</sup> Dalam penjelasan undang-undang yang termasuk dalam pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importer, pedagang, distributor dan lain-lain.

---

<sup>52</sup> Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2010), hlm. 17.



Dalam Pasal 6 UU No. 8 Tahun 1999 Produsen disebut sebagai pelaku usaha yang mempunyai hak sebagai berikut:<sup>53</sup>

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beriktikad tidak baik
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan

Adapun dalam Pasal 7 diatur kewajiban pelaku usaha sebagai berikut: <sup>54</sup>

- a. Beriktikad 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

---

<sup>53</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 6.

<sup>54</sup> Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Pasal 7.

- dan/atau garasi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan
- f. Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian
  - g. Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
  - h. Menerima pembayaran sesuai kesepakatan
  - i. Mendapatkan perlindungan hukum dari perlakuan atau tindakan konsumen yang tidak beriktikad baik
  - j. Melakukan pembelaan

Dalam UUPK pelaku usaha diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sedangkan bagi konsumen diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Dalam UUPK tampak bahwa iktikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beriktikad baik dimulai sejak barang dirancang/diproduksi sampai pada tahap penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan oleh kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha), sedangkan bagi konsumen kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen.<sup>55</sup>

Pembahasan mengenai perlindungan konsumen, dalam Islam terdapat dua pengawasan perlindungan konsumen, yaitu sanksi religi berupa halal, haram,

---

<sup>55</sup> Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), hlm. 76.

doa dan pahala, dan sanksi hukum positif Islam dengan segala perangkatnya, seperti dewan hisbah dan peradilan.<sup>56</sup>

Di dalam KHES tidak ada pembahasan khusus mengenai perlindungan konsumen. Dalam KHES hanya dijelaskan mengenai hak khiyar. Bagi konsumen, hak khiyar merupakan hak pilihan bagi konsumen untuk melanjutkan akad atau membatalkan akad. Inilah salah satu bentuk perlindungan apabila konsumen merasa barang yang dipesan tidak sesuai dengan keinginan. Walaupun pada faktanya hak khiyar ini memiliki resiko yang cukup besar. Dalam transaksi jual beli terhadap sesuatu yang belum dilihat banyak sekali terjadi pada masa sekarang, seperti jual beli pesanan. Maka pemberian hak *khiyar ru'yah* tentu sangat berguna untuk melindungi para konsumen khususnya ketika ia menemukan obyek akad tersebut tidak sesuai dengan keinginan atau tujuannya, sehingga syarat saling rela (*taradhin*) benar-benar terwujud dalam jual beli ini.<sup>57</sup>

Dalam hal ini, hak pilih pembeli untuk membatalkan atau melanjutkan bisa hilang jika benda yang telah dibeli tersebut sudah dimanfaatkan oleh pembeli, dan hak pilih yang disebabkan karena telah diberi informasi yang salah maka dapat diwariskan. Jika dalam transaksi jual beli ada salah satu pihak yang merasa tertipu atau dirugikan dapat melakukan pembatalan dalam transaksi dan jika terjadi sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen maka dapat diselesaikan dengan cara berdamai atau musyawarah, namun jika tidak menghasilkan kesepakatan maka diselesaikan pada jalur pengadilan.

Banyak pelaku usaha yang melakukan bisnis tanpa memperhatikan nilai-nilai etik dan ajaran agama cenderung memanfaatkan kesempatan bisnis tidak untuk kemaslahatan manusia, karena dalam benaknya hanya terlintas bagaimana caranya mendapatkan keuntungan dan pendapatan material meski dengan cara

---

<sup>56</sup> Muhammad dan Alimin, *Etika Dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE Universitas Gadjah Mada, 2004), hlm. 133.

<sup>57</sup> Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *online pdf*, diakses pada tanggal 28 Januari 2023, hlm. 65.

yang melanggar etika dan salah sehingga selain terjadi kekerasan dan korupsi, mereka juga melakukan penipuan, perbuatan amoral, sampai dengan tindakan dan kebijakan yang bertentangan dengan ketentuan Tuhannya.<sup>58</sup>

Berkaitan dengan jual beli *online* pada prinsipnya harus memberikan kepastian terhadap konsumen. Namun, seringkali para pelaku usaha demi mendapatkan keuntungan yang besar melakukan segala hal bahkan bisa pula melakukan penipuan demi keuntungan sendiri. Memang kerentanan dalam transaksi *online* itu terjadi karena antara konsumen dan pelaku usaha seringkali belum mengenal satu dengan yang lainnya, mereka hanya kenal sebagai mitra bisnis yang hanya berhubungan dalam hal pekerjaan. Seharusnya dibutuhkan bisnis yang hanya berhubungan dalam hal pekerjaan. Seharusnya dibutuhkan tingkat kepercayaan satu sama lain dalam bertransaksi agar penipuan atau bahkan gharar yang sering terjadi pada barang pesanan bisa dihindari dan tidak akan terjadi.

Untuk melindungi konsumen dari hal-hal yang merugikan, maka Islam memberikan solusi yaitu dengan adanya ganti rugi atau tanggung jawab dari pelaku usaha yang sering disebut dengan *ta'wid*. Dalam pasal 20 poin 37 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *ta'wid* atau ganti rugi didefinisikan sebagai penggantian atas kerugian riil yang dibayarkan oleh pihak yang melakukan wanprestasi.<sup>59</sup>

Oleh karena itu, konsumen sangat membutuhkan perlindungan dalam sebuah transaksi. Apalagi dalam melakukan transaksi jual beli *online* seperti saat ini, konsumen tidak bisa bertemu langsung kepada pelaku usaha untuk memperoleh informasi dari barang yang dijual, tetapi konsumen hanya bisa mendapatkan informasinya dari iklan yang dimuat di media sosial.

---

<sup>58</sup> Emi R. Ernawan, *Bussines Ethics*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 214.

<sup>59</sup> Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *online* pdf, diakses pada tanggal 28 Januari 2023, hlm. 41.

Perlindungan konsumen menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Pasal 108 telah dijelaskan bahwa setelah akad jual beli pesanan mengikat, tidak satu pihak pun boleh tawar menawar kembali terhadap isi akad yang sudah disepakati serta jika obyek dari barang pesanan tidak sesuai dengan spesifikasinya, maka pemesan dapat menggunakan hak pilihan (*khiyar*) untuk melanjutkan atau membatalkan pesanan.<sup>60</sup>

Selain menggunakan hak *khiyar*, konsumen harus lebih berhati-hati sebelum memutuskan untuk membeli barang secara *online*. Konsumen harus mempertimbangkan secara matang-matang dan cermat agar di kemudian hari tidak merasa kecewa dengan produk yang dibeli. Dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen transaksi jual beli *online*, jika konsumen mengalami ketidaksesuaian terhadap pesanan seperti yang ada di iklan dan menimbulkan perselisihan antara pelaku usaha dan konsumen, maka konsumen dapat memilih hak *khiyar ghabn* dan *taghrib*.

---

<sup>60</sup> Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *online* pdf, diakses pada tanggal 28 Januari 2023, hlm. 38.

## **BAB TIGA**

### **JUAL BELI *ONLINE* BERDASARKAN KONSEP UU NO. 8 TAHUN 1999 DAN PERSPEKTIF KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH (KHES)**

#### **A. Gambaran Umum Tentang Jual Beli *Online* Melalui Media *Instagram***

Instagram merupakan salah satu media sosial yang terbilang populer untuk saat ini, yang layanannya terfokus pada media berbagi foto dan video. Tidak hanya foto dan video, kini instagram memiliki aplikasi yang memudahkan penggunanya melakukan siaran langsung (live), seperti laporan ditelevisi atau video singkat yang bernama Snapgram. Instagram juga memudahkan penggunanya untuk saling mengirim pesan, memberikan like, maupun berinteraksi melalui kolom komentar yang telah tersedia. Menurut data MAU (Monthly Active User) yang dilansir dalam DailySocial, pengguna instagram di Indonesia telah mencapai 22 juta. Sementara itu, berdasarkan riset emarketer, instagram menduduki peringkat ke-2 sebagai pengguna media sosial terbanyak setelah facebook. Dengan berbagai keunggulan yang ditawarkan, tidak heran jika pengguna instagram telah mengalami peningkatan yang cukup pesat.<sup>61</sup>

Media sosial instagram mungkin sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat indonesia. Sejak di luncurkan tahun 2013, salah satu media sosial yang di gandrungi anak muda ini semakin berkembang pesat hingga saat ini. Instagram adalah sebuah aplikasi yang di gunakan untuk membagi-bagikan foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari facebook yang memungkinkan teman facebook kita mem-follow akun instagram kita. Mungkin popularnya Instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto. Aplikasi instagram itu sendiri merupakan akses sosial media yang dapat terhubung keseluruh penjuru, baik untuk mencari teman, bisnis dan lain hal

---

<sup>61</sup> Muhamad Fadhool Tamimy, *Sharing-mu Personal Branding-mu*, (Jakarta: Visimedia, 2017), hlm. 172.



sebagainya yang berkaitan dengan media sosial. Untuk dapat menggunakan instagram diperlukan akun instagram terlebih dahulu, yaitu dengan cara mendownload aplikasi tersebut lalu daftarkan akun pribadi, dari situ kita dapat mendapatkan pengikut dan bias mengikuti orang banyak bahkan untuk digunakan bisnis pun lebih muda dalam beriteraksi. Dengan mengutamakan layanan posting melalui foto dan vidio, instagram tidak hanya di jadikan media untuk sekedar having fun, akan tetapi kini dimanfaatkan oleh banyak pembisnis sebagai lahan mencari keuntungan. Jual beli *online* kini telah banyak menggunakan instagram sebagai media untuk mempromosikan barang dagangan mereka.

#### **a. Jual Beli Online Melalui Instagram**

Seorang *entrepreneur* atau pengusaha *online* sangat bisa menggunakan instagram sebagai media pemasaran produk yang dijual. Alasannya, instagram adalah salah satu aplikasi yang menjanjikan untuk dijadikan senjata dalam content strategy. Selain itu, foto atau gambar termasuk dalam kategori konten yang paling appealing buat pelanggan, baik itu yang menjual produk, maupun yang menawarkan jasa.

Transaksi jual beli melalui Instagram merupakan salah satu pendukung dalam pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi, maka dari itu pemerintah perlu memberikan kepastian dan perlindungan hukum terkait transaksi jual beli melalui sistem elektronik seperti Instagram. Penjualan di instagram ini menggunakan sistem penawaran dan interaksi yang mudah dilakukan sehingga memunculkan banyak peminat yang tertarik untuk melakukan transaksi melalui media instagram ini. Hal ini dibuktikan oleh pengakuan Paul Webster selaku *Brand Development Lead Asia Pacific* dari instagram yang mengungkapkan, keterkaitan komunitas dengan salah satu media sosial instagram telah mengalami pertumbuhan pesat dan senantiasa berinteraksi dengan mereka. Raminya pengguna instagram menjadi

salah satu alasan kuat mengapa orang-orang menyukai media sosial tersebut sebagai tempat berjualan *online*. Instagram mempermudah untuk konsumen melihat produk yang dijual dan dapat langsung member komentar di bawah foto yang diminati. Instagram menjadi sosial media yang banyak sekali peluang untuk berbisnis. Para penggunanya biasa memanfaatkan sebagai media komunikasi pemasaran, melalui share foto-foto produk penjual, dan memiliki banyak follower instagram memudahkan untuk konsumen melihat produk yang dijual dan dapat langsung member komentar di bawah foto yang di minati. Jika akan berbelanja *online* melalui instagram, alangkah baiknya harus mengetahui tips belanja *online* agar pengguna tidak tertipu oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab menggunakan akun abal- abal. Seperti melihat testimony pembeli supaya tahu respon atau komentar-komentar para pembeli di akun tersebut mendapat respon yang baik atau bahkan mendapat trespun yang buruk.

Setiap permasalahan yang terjadi akan diselesaikan secara musyawarah antara penjual dan pembeli, tetapi apabila penyelesaian tersebut tidak tercapai maka dapat diserahkan kepada pengadilan Negeri atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Seharusnya memang sedemikian rupa, namun ada beberapa akun olshop bodong yang karena keteledoran konsumen tersendiri tidak melihat riview atau keterangan dengan jelas.

#### **b. Perbedaan Jual Beli *Online* Instagram Dengan Jual Beli *Online* Lainnya**

Jual beli melalui media elektronik adalah transaksi jual beli yang dilakukan via teknologi modern sebagaimana disebutkan keabsahannya tergantung pada terpenuhi atau tidaknya rukun dan syarat yang berlaku dalam jual beli. Apabila rukun dan syarat terpenuhi maka transaksi

semacam ini sah. Sah sebagai sebuah transaksi yang mengikat, dan sebaliknya, apabila tidak terpenuhi maka tidak sah. Sebenarnya tidak ada yang membedakan secara terperinci jual beli *online instagram* dengan jual beli *online* lainnya, yang membedakan secara spesifik hanya beda jenis aplikasi *online* saja yang dipakai, jika *instagram*, aplikasi tersebut dapat dimuat dengan sosial media, jika aplikasi lainnya hanya aplikasi saja dan ada toko *online* di dalam aplikasi tersebut sedangkan *instagram* tidak mempunyai toko *online* secara khusus. Contoh toko *online* secara khusus seperti *shopee*, *lazada* dan *tokopedia*. Jual beli *online* melalui *instagram* biasanya muncul setelah ada postingan jualan pada akun tersebut, dan akun yang digunakan tersebut tidak hanya memposting namun dapat *live* secara langsung via *instagram* untuk memperjual belikan dagangannya secara *online*, sehingga *customer* dapat melihat barang-barang yang dijual walaupun tidak pergi secara langsung ke toko tersebut.

## **B. Praktik Transaksi Jual Beli Online Melalui Media Instagram Menurut UU No. 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Transaksi jual beli dengan media Instagram menawarkan banyak kemudahan baik itu bagi penjual ataupun pembeli. Kemudahan tersebut berupa penawaran dan interaksi yang lebih mudah dilakukan oleh penjual dan pembeli, sehingga memunculkan banyak minat untuk melakukan transaksi dengan Instagram. Instagram memberikan kemudahan bagi penjual dalam menampilkan produk dagangannya beserta keterangan dari produk tersebut dan mempermudah pembeli memilih dan melakukan penawaran serta transaksi. Transaksi jual beli via *instagram* terbilang sangat mudah yakni dengan cara menghubungi admin via *whatsapp* yang nomor *whatsapp* nya sudah terhubung melalui *instagram*, setelah itu memberitahu barang yang ingin di beli dengan cara *screenshot*, lalu melakukan pembayaran via *online* melalui rekening

setelah itu barang diproses dan akan dikirim dengan estimasi waktu sekitar 5-7 hari sesuai ekspedisi.

Banyaknya pengguna dari Instagram menjadikannya digunakan sebagai sarana untuk dijadikan media jual beli *online*. Berdasarkan data dari technasia yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang riset dan analisis asal Inggris menyatakan bahwa Indonesia merupakan negara dengan pengguna Instagram terbanyak ketiga di dunia, dengan rentang usia pengguna 89% berusia 18-34 tahun dan 63% merupakan perempuan. Dan riset dari TNS juga mengatakan bahwa 45% dari pengguna Instagram di Indonesia kerap membeli barang-barang yang mereka temui di Instagram. Jual beli melalui media Instagram telah menciptakan secara langsung hak serta kewajiban kepada kedua belah pihak yaitu konsumen dengan pelaku usaha. Hak dan kewajiban tersebut merupakan kontraprestasi dan prestasi yang harus dilaksanakan dalam hubungan hak dan kewajiban dalam jual beli melalui media Instagram, hak atas keselamatan dan kenyamanan yang diakibatkan dari konsumsi dan pemakaian barang, hak untuk memilih dan mendapatkan barang sesuai dengan apa yang sudah dipilih, hak atas informasi atas barang, hak mendapatkan advokasi dalam perlindungan hukum apabila barang tersebut merugikan, hak untuk mendapatkan pendidikan konsumen, hak atas pelayanan yang ramah dari pihak produsen, hak atas ganti rugi apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan permintaan dan beberapa hak yang telah diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain itu penulis juga mewawancarai salah seorang konsumen yang pernah melakukan transaksi jual beli *online* via Instagram. Dalam jual beli *online* sering terjadinya penipuan, Konsumen pernah melakukan transaksi jual beli *online* via Instagram dan bersengketa dengan pelaku usaha yaitu adanya kasus penipuan. Dan pelaku usaha tersebut menggunakan akun *online shop* untuk melakukan transaksi jual beli tersebut. Kronologisnya mahasiswi tersebut ingin memesan baju, tas, dan sepatu di salah satu *olshop* di Instagram korban

memesan barang tersebut untuk di jual kembali atau menjadi *reseller*. Lalu korban memesan barangnya setelah itu pelaku mengatakan kalau barangnya sudah tersedia, lalu si pelaku meminta korban untuk mentransfer uangnya dengan harga yang ditentukan si pelaku yaitu seharga Rp.800.000. Setelah si korban mentransfer barangnya belum sampai juga sudah seminggu dari waktu yang ditentukan, lalu si korban menanyakan perihal tersebut dimana barangnya belum sampai juga setelah seminggu, lalu si pelaku mengaku kalau barangnya sudah dikirim akan tetapi barangnya sampai tidak sesuai dengan alamat yang dikirimkan, dimana alamat korban tersebut berada di kota Bireuen akan tetapi barangnya sampai di Nagan Raya. Lalu si pelaku berjanji akan mengirimkan barangnya kembali dan ternyata paketnya tidak sampai juga. Karena korban selalu menanyakan keberadaan barangnya akhirnya si pelaku memblokir semua akses komunikasi agar korban tidak bisa menghubunginya lagi. Konsumen yang pernah melakukan transaksi jual beli *online* via Instagram ini dan mendapatkan kasus penipuan ini pernah melaporkan langsung kepada kepolisian dan tidak ada hasil di kepolisian.<sup>62</sup>

Tidak hanya konsumen, pelaku usaha juga memiliki hak-hak seperti yang tertuang dalam UU No. 8 Tahun 1999 yang menyatakan sebagai berikut: hak untuk menerima pembayaran dari barang yang telah dibeli konsumen, hak untuk mendapat perlindungan atas tindakan yang dilakukan konsumen, hak melakukan pembelaan apabila terjadi permasalahan dengan konsumen, hak atas pemulihan nama baik apabila telah terbukti tidak merugikan konsumen.<sup>63</sup> Jika diperhatikan hak dan kewajiban dari pelaku usaha dan konsumen sangat jelas ada timbal balik di dalamnya. Yang berarti hak bagi konsumen merupakan kewajiban bagi pelaku usaha dalam pemenuhannya sedangkan hak

---

<sup>62</sup> Ammar Khadafi, Jurusan Arsitektur, Universitas Malikul Saleh, salah satu wawancara dari kasus penipuan jual beli *online* pada tanggal 17 Juli 2022.

<sup>63</sup> Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2013), hlm. 41.



bagi pelaku usaha merupakan kewajiban bagi konsumen dalam pemenuhannya. Negara telah mengatur tentang kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha sesuai dengan pasal 7 UU No. 8 Tahun 1999 yang menyatakan: beritikad baik dalam melakukan usaha, memberikan informasi yang benar dan jujur atas produk atau jasa yang ditawarkan, melakukan pelayanan dengan konsumen, menjamin mutu dari barang atau jasa yang pelaku usaha tawarkan, memberikan kesempatan bagi konsumen untuk menguji ketahanan dari barang atau jasa yang ditawarkan, memberikan kompensasi atau penggantian atas barang yang dapat mengakibatkan kerugian bagi konsumen selama pemakaiannya.

Sebagaimana juga dipaparkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terdapat dalam pasal 4 yang berisi tentang hak-hak seorang konsumen diantaranya:<sup>64</sup>

1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan atas barang dan jasa
2. Hak untuk memilih barang dan jasa
3. Hak mendapatkan informasi yang benar, jujur, dan jelas atas barang atau jasa
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya
5. Hak untuk mendapatkan bantuan hukum, perlindungan, dan penyelesaian sengketa
6. Hak dalam pembinaan dan pendidikan konsumen
7. Hak untuk tidak di deskriminatif
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi atau barang jasa yang merugikan
9. Hak-hak yang ditentukan dalam perundang-undangan lain

Perlindungan konsumen dalam jual beli via instagram, dalam hal ini terdapat beberapa kasus yang merugikan atas wanprestasi pada jual beli melalui instagram, karena instagram termasuk jual beli *online* yang secara

---

<sup>64</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4



hukum masih sangat lemah, banyak *online* shop yang memanipulasi jumlah followers, meriview barang serta riview dari konsumen masih banyak juga yang menipu, oleh karena itu pada aplikasi instagram perlunya penekanan dalam hukum perlindungan konsumen agar tidak banyak memakan korban.<sup>65</sup>

Dari berbagai permasalahan diatas maka tidak hanya mengacu pada payung hukum perlindungan konsumen, penulis memasukkan satu undang-undang gunan memperkuat dan lebih mendetailkan spesifik terkait jual beli *online* tersebut, yakni dengan adanya Undang-undang RI Nomor 11 Tahun 2008 tentang ITE (Informasi dan Transaksi Elektronik) adalah wujud dari tanggung jawab yang harus di emban oleh negara dan telah di revisi menjadi UU No. 19 tahun 2016 tentang ITE, untuk memberikan perlindungan maksimal pada seluruh akitvitas pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi di dalam negeri agar terlindungi dengan baik dari potensi kejahatan dan penyalahgunaan teknologi. Transaksi jual beli yang dilakukan melalui alat elektronik dalam transaksi elektronik, harus memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional. Sebagaimana di tentukan pada Pasal 18 ayat (1) UU ITE yang berbunyi “transaksi elektronik yang di tuangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak”. Ketentuan Pasal 9 UU ITE menjelaskan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Setiap pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan informasi yang wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam UU ITE.

Hal ini merupakan bentuk perlindungan hukum bagi para pihak yang melakukan transaksi jual beli *online*, yang termuat dalam Pasal 25 Undang – Undang No. 19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang

---

<sup>65</sup> Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 47

berbunyi “ Informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang disusun menjadi karya intelektual, situs internet, dan karya intelektual yang ada di dalamnya dilindungi sebagai hak kekayaan intelektual berdasarkan ketentuan peraturan perundang -undangan ”. Perjanjian jual beli yang di lakukan melalui media elektronik di tegaskan dalam pasal 19 UU ITE tentang kesepakatan para pihak untuk melakukan perjanjian dengan menggunakan sistem elektronik yang disepakati. Artinya dalam perjanjian jual beli yang dilakukan melalui media elektronik dinyatakan bahwa dalam prakteknya perjanjian elektronik di perbolehkan atau sah dengan menggunakan alat elektronik misalnya dengan komputer atau dengan alat elektronik lainnya yang bisa digunakan sebagai alat komunikasi antara penjual dan pembeli.

Dalam transaksi jual beli yang dilakukan melalui aplikasi *instagram*, jika terjadi suatu perbuatan *wanprestasi* yang dapat merugikan orang lain, dapat diselesaikan sesuai aturan hukum yang terdapat dalam pasal 39 Undang undang No. 11 Tentang ITE yang berbunyi:<sup>66</sup> “ Gugatan perdata dilakukan sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.” Memang dalam pasal ini hanya diterangkan mengenai penyelesaian sengketa perdata harus menggunakan aturan hukum perdata yang terdapat dalam KUHPerdata, karena Undang-undang ini tidak mengatur mengenai Pasal 19 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Pasal 39 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik sistem penyelesaiannya secara khusus. Tidak seperti ketentuan pidananya, dalam Undang-undang ini ketentuan Pidana telah diatur secara khusus mengenai hukuman bagi para pihak jika melakukan perbuatan pidana mengenai informasi dan transaksi elektronik dapat dijatuhi hukuman penjara dan denda yang diatur dari pasal 45 A Undangundang UU No. 19 tahun 2016 tentang ITE.

---

<sup>66</sup> Pasal 39 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik

### **C. Sistem Perlindungan Hukum Konsumen Menurut UU No. 8 Tahun 1999 Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) Pada Jual Beli Online Melalui Media Instagram**

Pembangunan perekonomian dibidang industri telah menghasilkan berbagai *online shop* yang menyediakan berbagai variasi barang dan/atau jasa. Kondisi yang demikian memberi manfaat bagi konsumen karena semakin lebar kebebasan konsumen untuk memilih berbagai barang dan/atau jasa. Di sisi lain, kondisi seperti ini dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, serta cara penjualan, yang merugikan konsumen. Untuk itu konsumen harus mendapat informasi yang benar dalam transaksi jual beli *online*.<sup>67</sup>

Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen antara lain dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen yang membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa baginya, dan penumbuh kembangan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab. Tujuan yang ingin dicapai dalam perlindungan konsumen ada 6 (enam) yaitu :

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

---

<sup>67</sup> Janus Sidabalok, "Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia," dalam *Jurnal Hukum tentang Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, di *download* tanggal 29 Juni 2022, hlm. 45.

4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsure kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan akses untuk mendapat informasi
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Perlindungan konsumen yang dijamin oleh undang-undang ini terarah kepada adanya kepastian hukum terhadap segala perolehan kebutuhan konsumen, yang bermula dari “benih hidup dalam rahim ibu sampai dengan tempat pemakaman dan segala kebutuhan di antara keduanya”. Kepastian hukum itu meliputi segala upaya berdasarkan hukum untuk memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan/atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh perilaku pelaku usaha.

Pemberdayaan konsumen itu adalah dengan meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandiriannya melindungi diri sendiri sehingga mampu mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan menghindari berbagai akses negatif pemakaian, penggunaan dan pemanfaatan barang dan/atau jasa kebutuhannya. Di samping itu, juga kemudahan dalam proses menjalankan sengketa konsumen yang timbul karena kerugian yang harta bendanya, keselamatan serta kesehatan tubuhnya, penggunaan dan/atau pemanfaatan produk konsumen.<sup>68</sup>

Ada dua jenis perlindungan yang diberikan kepada konsumen yaitu:

1. Perlindungan Preventif

---

<sup>68</sup> Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000), hlm. 87.

Perlindungan yang diberikan kepada konsumen pada saat konsumen tersebut akan membeli atau menggunakan atau memanfaatkan suatu barang atau jasa tertentu, mulai melakukan proses pemilihan serangkaian atau sejumlah barang dan atau jasa tersebut dan selanjutnya memutuskan untuk membeli atau menggunakan atau memanfaatkan barang dan jasa dengan spesifikasi tertentu dan merek tertentu tersebut.

## 2. Perlindungan Kuratif

Perlindungan yang diberikan kepada konsumen sebagai akibat dari penggunaan atau pemanfaatan barang atau jasa tertentu oleh konsumen. Dalam hal ini perlu diperhatikan bahwa konsumen belum tentu dan tidak perlu, serta tidak boleh dipersamakan dengan pembeli barang dan/atau jasa, meskipun pada umumnya konsumen adalah mereka yang membeli suatu barang atau jasa. Dalam hal ini seseorang dikatakan konsumen, cukup jika orang tersebut adalah pengguna atau pemanfaat atau penikmat dari suatu barang atau jasa, tidak peduli ia mendapatkannya melalui pembelian dan pemberian.

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah perlindungan konsumen diberinya hak *khiyar* (membatalkan atau melanjutkan akad). Disebutkan dalam Pasal 69 bahwa penjual dan pembeli mempunyai hak *khiyar* selama berada di tempat jual beli, sejak ijab dilakukan hingga berakhirnya pertemuan tersebut. *Khiyar* adalah hak memilih antara dua alternatif yaitu meneruskan atau mengurungkan jual beli. Gunanya *khiyar* oleh syara<sup>69</sup> supaya kedua belah pihak tidak menyesal atas apa yang telah dijual atau yang dibeli. Menurut KHES *khiyar* ada lima macam yaitu: <sup>69</sup>

1. *Khiyar syarth* (Pasal 227) yaitu penjual dan pembeli dapat bersepakat untuk mempertimbangkan melanjutkan atau

---

<sup>69</sup> Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, hlm. 63.



membatalkan akad dengan tenggang waktu tiga hari. Rasulullah bersabda:

Artinya: “kamu boleh khiyar pada setiap benda yang telah dibeli selama tiga hari tiga malam” (Riwayat Baihaqi).

2. *Khiyar naqdi* (Pasal 231) (1) penjual dan pembeli dapat melakukan akad dengan pembayaran yang ditangguhkan. (2) Jual beli sebagaimana ditetapkan pada ayat (1) batal jika pembeli tidak membayar benda yang dibelinya pada waktu yang dijanjikan. (3) Jual beli sebagaimana ditetapkan pada ayat (1) batal jika pembeli meninggal pada tenggang waktu khiyar sebelum melakukan pembayaran.
3. *Khiyar ru'yah* (Pasal 232) (1) pembeli berhak memeriksa contoh benda yang dibelinya. (2) pembeli berhak untuk meneruskan atau membatalkan akad jual beli yang telah diperiksanya. (3) pembeli berhak meneruskan atau membatalkan akad jual beli jika benda yang dibelinya tidak sesuai dengan contoh. (4) hak untuk memeriksa benda yang akan dibeli, dapat diwakilkan kepada pihak lain.
4. *Khiyar aib* (Pasal 235) benda yang diperjual belikan harus terbebas dari aib, kecuali telah dijelaskan sebelumnya. (Pasal 236) pembeli berhak meneruskan atau membatalkan akad jual beli yang obyeknya „aib tanpa penjelasan sebelumnya dari pihak penjual.
5. *Khiyar ghabn dan taghrib* (Pasal 243) penjual berhak untuk meneruskan atau membatalkan akad karena penjual memberi keterangan yang salah mengenai kualitas benda yang dijualnya.

Bisnis jual beli *online* via *instagram* bisa berjalan dengan baik apabila pelaku usaha benar-benar jujur dalam menjual barang yang akan dijual. Dalam bisnis jual beli *online* tidak sedikit pihak yang mengalami penipuan karena



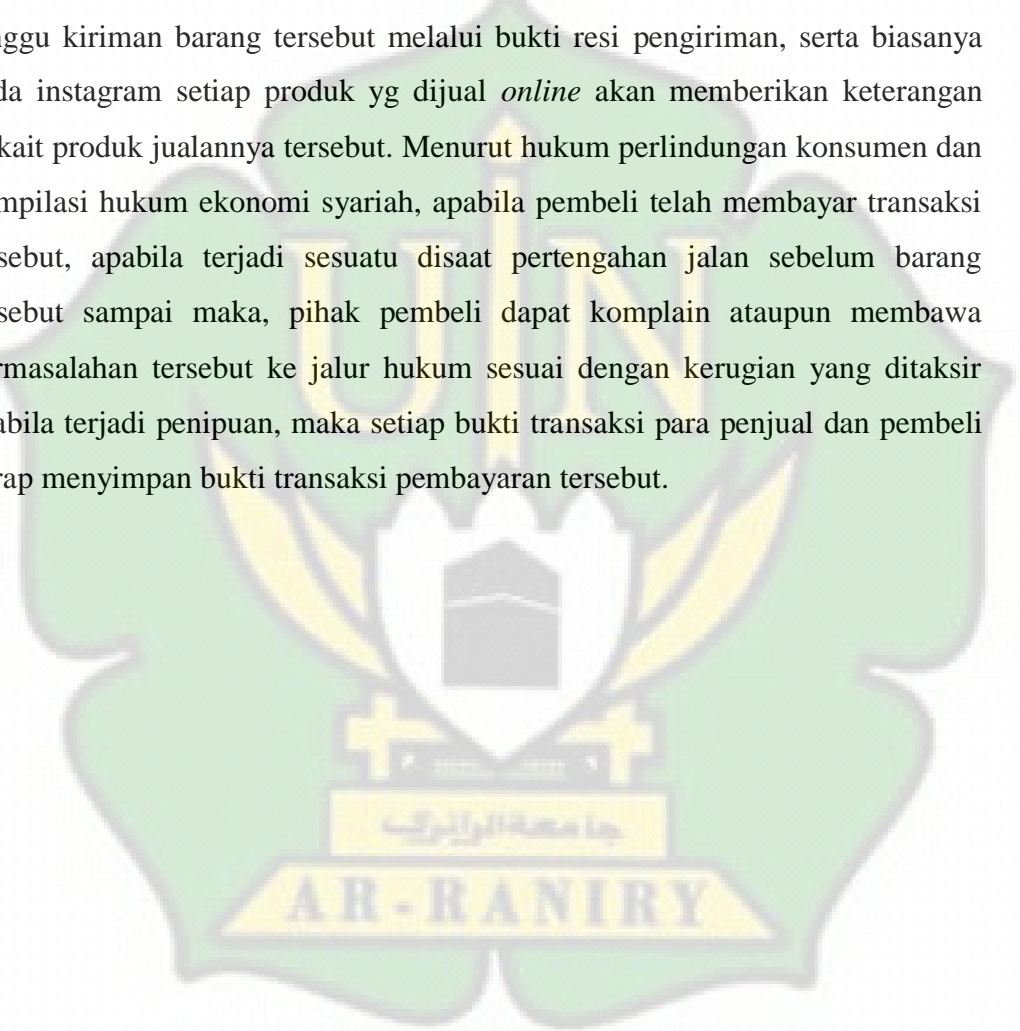
pihak pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab atas barang yang dijualnya. Transaksi jual-beli *online* yang dilakukan melalui media sosial instagram, pihak pembeli akan langsung bertransaksi dengan penjual. Biasanya transaksi ini dilakukan dengan cara mengirim uang terlebih dahulu dan akan di proses oleh pihak yang memiliki akun tersebut sehingga tidak ada pihak yang akan menjamin apabila terjadinya kesalahan terhadap transaksi tersebut. Karena tidak adanya yang menjamin terhadap transaksi ini, sehingga seringkali terjadi penipuan.

Pada prinsinya jual beli melalui media sosial Instagram ini menggunakan akad jual beli *salam* (pesanan). Dikatakan *salam* karena orang yang memesan menyerahkan uangnya terlebih dahulu sebelum menerima barang dagangannya. Hubungan antara produsen dan konsumen yang berkelanjutan terjadi sejak proses produksi, distribusi pada pemasaran dan penawaran. Rangkaian perbuatan dan perbuatan hukum yang tidak mempunyai akibat hukum dan yang mempunyai akibat hukum, baik terhadap semua pihak maupun hanya terhadap pihak tertentu saja. Undang-undang perlindungan konsumen perlu ada tidak lain karena lemahnya posisi konsumen dibandingkan posisi produsen.

Tujuan hukum perlindungan konsumen secara langsung adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen. Secara tidak langsung, hukum ini juga akan mendorong produsen untuk melakukan usaha dengan penuh tanggung jawab. Namun, semua tujuan tersebut hanya dapat dicapai bila hukum perlindungan konsumen dapat diterapkan secara konsekuen. Kendala yang dihadapi dalam upaya perlindungan konsumen di Indonesia tidak terbatas pada rendahnya kesadaran konsumen akan hak, tetapi juga adanya persepsi yang salah di kalangan sebagian besar produsen bahwa perlindungan terhadap konsumen akan menimbulkan kerugian terhadap produsen.

Maka dapat ditarik kesimpulan di atas, selama pihak penjual dan pembeli mempunyai kesepakatan awal bersama yang di setujui pada saat akan melakukan transaksi jual beli *online* ini tanpa ada unsur kerugian antara dua

belah pihak maka jual beli *online* ini tidak dilarang secara hukum Islam dan boleh dilakukan, dan transaksi jual beli nya dikatakan sah selama mengikuti rukun dan syarat jual beli, terlebih pada jual beli *online* ini menggunakan akad *salam*, dimana penjual akan memberitahu sebelum nya di awal bahwa barang akan dikirim setelah melakukan transaksi pembayaran dan pembeli hanya tunggu kiriman barang tersebut melalui bukti resi pengiriman, serta biasanya pada instagram setiap produk yg dijual *online* akan memberikan keterangan terkait produk jualannya tersebut. Menurut hukum perlindungan konsumen dan kompilasi hukum ekonomi syariah, apabila pembeli telah membayar transaksi tersebut, apabila terjadi sesuatu disaat pertengahan jalan sebelum barang tersebut sampai maka, pihak pembeli dapat komplain ataupun membawa permasalahan tersebut ke jalur hukum sesuai dengan kerugian yang ditaksir apabila terjadi penipuan, maka setiap bukti transaksi para penjual dan pembeli harap menyimpan bukti transaksi pembayaran tersebut.



## BAB EMPAT PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah peneliti paparkan pada bab sebelumnya maka dalam bab ini peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa “Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Menggunakan Media Instagram Menurut UU No.8 Tahun 1999 Dan Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)”:

1. Transaksi jual beli via *instagram* terbilang sangat mudah yakni dengan cara menghubungi admin via *whatsapp* yang nomor *whatsapp* nya sudah terhubung melalui *instagram*, setelah itu memberitahu barang yang ingin di beli dengan cara *screenshoot*, lalu melakukan pembayaran via *online* melalui rekening setelah itu barang diproses dan akan dikirim dengan estimasi waktu sekitar 5-7 hari sesuai ekspedisi. Jual beli melalui media *instagram* telah menciptakan secara langsung hak serta kewajiban kepada kedua belah pihak yaitu konsumen dengan pelaku usaha. Hak dan kewajiban tersebut merupakan kontraprestasi dan prestasi yang harus dilaksanakan dalam hubungan hak dan kewajiban dalam jual beli melalui media *instagram*, hak atas keselamatan dan kenyamanan yang diakibatkan dari konsumsi dan pemakaian barang, hak untuk memilih dan mendapatkan barang sesuai dengan apa yang sudah dipilih, hak atas informasi atas barang, hak mendapatkan advokasi dalam perlindungan hukum apabila barang tersebut merugikan, hak untuk mendapatkan pendidikan konsumen, hak atas pelayanan yang ramah dari pihak produsen, hak atas ganti rugi apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan permintaan dan beberapa hak yang telah diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya.

2. Dalam UU No 8 Tahun 1999 Sistem hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen antara lain dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen yang membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa baginya, dan penumbuh kembangan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab. Tujuan hukum perlindungan konsumen secara langsung adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen. Secara tidak langsung, hukum ini juga akan mendorong produsen untuk melakukan usaha dengan penuh tanggung jawab. Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah menyatakan bahwa kewajiban memikul kerugian yang tidak disebabkan kesalahan salah satu pihak dinyatakan sebagai resiko (pasal 42). Selanjutnya pasal 43 menjelaskan siapa yang wajib menanggung resiko. Pada ayat (1) dinyatakan bahwa kewajiban menanggung kerugian yang disebabkan oleh kejadian di luar kesalahan salah satu pihak dalam akad, dalam perjanjian sepihak dipikul oleh pihak peminjam Sedangkan dalam ayat (2) dinyatakan bahwa kewajiban menanggung kerugian yang disebabkan oleh kejadian di luar kesalahan salah satu pihak dalam perjanjian timbal balik, dipikul oleh pihak yang meminjamkan. Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) pasal 20 menjelaskan bahwa *ba'i salam* adalah jasa pembiayaan yang berkaitan dengan jual beli yang pembayarannya dilakukan bersamaan dengan pemesanan.

## B. Saran

Sesuai dengan permasalahan-permasalahan yang dibahas pada penelitian ini, maka penulis mengajukan beberapa saran:

1. Saran yang paling utama dari penulis yaitu untuk konsumen jual beli *online* via *instagram* berhati-hati dahulu sebelum bertransaksi *online*. Karena konsumen perlu mencari tahu kebenaran toko *online* tersebut pada *instagram* agar tidak tertipu dengan jumlah *followers*

dan *review* konsumen lainnya yang di posting pada akun bodong itu agar tidak terjadi sengketa dengan toko *online* tersebut.

2. Saran untuk pelaku usaha secara *online* melalui instagram, bersikaplah dengan jujur, benar, dan transparan agar tidak terjerat dengan hukum perlindungan konsumen yang telah diberlakukan dan taati sebagaimana dengan peraturan tersebut berlaku.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abu Abdulllah Muhammad bin Yazid al-Qazwini Ibnu Majah, *Ensklikopedia Hadits 8; Sunan Ibnu Majah*, Penerjemah: saifuddin Zuhri), Cet-1, Jakarta: Almahira, 2003
- Abdul Halim Barkatullah, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi E-commerce Lintas Negara di Indonesia*, Yogyakarta: FH UII Press, 2009
- Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2008
- Ahmad Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004
- Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media, 2010
- Celina Trisiwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008
- Edmon, Makarim, *pengantar Hukum Telematika Suatu Kompilasi Kajian*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005
- Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015
- Emi R. Ernawan, *Bussines Ethics*, Bandung: Alfabeta, 2011
- Iman,Sjahputra, *Problematika Hukum Internet Indonesia*, Jakarta: Prenhallindo, 2002
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana, 2012
- Mukti Fajar, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Persaingan Usaha*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2019



- Muhammad dan Alimin, *Etika Dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPFE Universitas Gadjah Mada, 2004
- Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis*, Malang: PT LKiS Printing Cemerlang, 2009
- Muhamad Fadhol Tamimy, *Sharing-mu Personal Branding-mu*, Jakarta: Visimedia, 2017
- Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005
- Munir Fuady, *Hukum Bisnis dalam Teori dan Praktik*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 1994
- Sinta Dewi, *Perlindungan Privasi atas Informasi Pribadi dalam E-Commerce Menurut Hukum Internasional*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009
- Suhartono, *Perniagaan Online Syariah: suatu kajian dalam perspektif hukum perikatan islam*, Jakarta: Bina Cipta, 2010
- Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2014
- Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: UII Press, 2005
- Sri Redjeki Hartono, *Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Pada Era Perdagangan Bebas, Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Mandar Maju, 2002
- Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000
- Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media, 2013
- Arfian Setiantoro, Fayreizha Destika Putri, Anisah Novitarani, dan Rinitami Njatrijani "Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen dan

Penyelesaian Sengketa E-commerce di Era Masyarakat Ekonomi Asean” *Jurnal Rechtsvinding Media Pembinaan Hukum Nasional* ; Volume 7, Nomor 1, April 2018.

Desy Ary Setyawati, Dahlan, dan M. Nur Rasyid “Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik” *Syiah Kuala Law Journal* : Vol. 1, No.3 Desember 2017.

Putri Wisma Hayati dan Lili Naili Hidayah “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Pada Situs Belanja Online Shopee ditinjau Dari Perundang-undangan” *Zaaken* : Volume 1, Nomor 1, Februari 2020.

Janus Sidabalok, “Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia,” dalam *Jurnal Hukum tentang Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, di *download* tanggal 29 Juni 2022

Mahir Pradana, *Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-commerce di Indonesia*, *Jurnal Neo-Bisnis Vol. 9 No.2*, Desember 2015, Bandung, Universitas Telkom Bandung, 2015

Nurhafni dan Sanusi Bintang “Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Perjanjian Baku Elektronik” *Qanun Jurnal Ilmu Hukum* ; Vol. 20, No. 3, Desember, 2018

Sulasi Rongiyati “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik” *Negara Hukum* : Vol. 10, No. 1, Juni 2019.

Rizka Syafriana “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik” *De Lega Lata*,: Volume 1, Nomor 2, Juli-Desember 2016.

Widi Nugrahaningsih dan Mira Erlinawati “Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online” *Jurnal Serambi Hukum* : Vol. 11, No. 1, Februari-Juli 2017.

## LAMPIRAN

Bukti wawancara dengan Ammar Khadafi, Jurusan Arsitektur, Universitas Malikul Saleh, salah satu yang mengalami kasus penipuan jual beli *online*

