

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks penelitian

Di era Globalisasi saat ini, perkembangan terjadi pada seluruh aspek kehidupan termasuk dalam hal adanya jual beli secara online, transaksi jual beli negara ini mendorong perubahan menjadi lebih maju. Jual beli adalah salah satu pemenuhan bagi manusia, sebelum adanya moderanisasi sebagian besar jual beli dilakukan dengan bertemu langsung disuatu tempat, misal tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli. Seperti: Supermarket, pasar, mall dan pusat perbelanjaan lainnya.¹

Dalam melakukan transaksi mu'amalah hal yang paling penting untuk diingat adalah akad (perjanjian). Akad adalah salah satu cara untuk memperoleh harta menurut syariat Islam dalam kehidupan sehari-hari. Akad berasal dari bahasa Arab al-'aqd yang artinya perikatan, perjanjian dan pemufakatan. Pertalian ijab (pernyataan melakukan ikatan) dan Kabul (pernyataan menerima ikatan) sesuai dengan kehendak syar'iat yang berpengaruh pada obyek perikatan bahwa semua perikatan (transaksi) yang dilakukan oleh dua belah pihak atau lebih, tidak boleh menyimpang dan harus sejalan dengan kehendak syar'iat. Tidak boleh ada kesepakatan untuk menipu orang lain, transaksi barang-barang yang haram dan kesepakatan untuk membunuh seseorang. Mustafa Az-Zarqa menyatakan, tindakan berupa perkataan yang bersifat akad terjadi bila dua atau beberapa pihak mengikatkan diri untuk melakukan sesuatu perjanjian.²

¹ Putu Erick Sanjaya Putra, *Perlindungan Hukum Terhadap Jual Beli Barang Melalui E-Commerce*, Jurnal Analogi Hukum, Vol. 1 No 2, 2019, hlm.240

² M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2004), hlm. 101

Dalam Islam segala sesuatu pekerjaan sudah ada aturannya, termasuk aturan dalam perdagangan. Pada dasarnya, akad merupakan sesuatu yang di perbolehkan atau bebas tanpa ikatan. Kebebasan akad dalam makna ini menyatakan bahwa setiap bentuk akad dipandang bebas untuk dilakukan selama rukun dan persyaratan untuk melakukannya telah terwujud. Artinya akad yang dilakukan dengan adanya unsur pemaksaan menjadi batal atau tidak sah. Salah satu akad yang paling mendekati konsep dan penerapannya dalam transaksi *ecommerce* adalah akad as-Salam.³

Dalam kasus jual beli online ini, penyerahan barang tidak diberikan secara langsung dari penjual kepada pembeli, namun diwakilkan kepada orang lain atau melalui kurir. Menurut madzhab ini jual beli bisa diwakilkan, baik untuk berjualan atau membeli suatu barang, yang dinamakan jual beli dengan wakalah (diwakilkan). Menurut Madzhab Asy-Syafi'i jual beli dengan diwakilkan diperbolehkan dengan dasar jual beli wakalah yang diwakilkan kepada kurir atau *delivery service*, dengan catatan bahwa kurir atau *delivery service* tersebut memiliki surat tugas atau surat kuasa dalam melakukan penjualannya. Jual beli secara umum diatur dalam KUHPerdara, tetapi secara khusus transaksi jual beli secara elektronik ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 (Menjamin kepastian hukum untuk masyarakat yang melakukan transaksi elektronik. Mendorong adanya pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Salah satu upaya mencegah adanya kejahatan yang dilakukan melalui internet). tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 (Setiap Orang berhak menggunakan jasa Penyelenggara Sertifikasi Elektronik untuk pembuatan Tanda Tangan Elektronik. 2. Penyelenggara Sertifikasi

³Ashabul Fadhli, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Akad as-Salam Dalam Transaksi E-commerce*, Jurnal pemikiran hukum islam, 2016, UPI Padang, hal 3.

Elektronik harus memastikan keterkaitan suatu Tanda Tangan Elektronik dengan pemiliknya) Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.⁴

Perkembangan bisnis melalui Media internet semakin hari semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya pengguna internet di dunia terutama di Indonesia, Saat ini media internet telah menjadi Salah satu sarana promosi produk yang memiliki prospek sangat baik, Dimana melalui media internet ini penjual dapat menjangkau jarak dan waktu yang tidak lagi menjadi hambatan untuk melakukan transaksi. Selain untuk berkomunikasi, internet di luar dugaan sebelumnya telah berkembang menjadi media untuk berbisnis. Kelebihan-kelebihan dari Online Shop inilah yang menyebabkan bisnis online menjadi tren yang sangat luar biasa, dalam lima tahun terakhir bisnis via internet semakin meluas bahkan perusahaan-perusahaan besar pada akhirnya menggunakan Online Shop sebagai citra diri perusahaan untuk lebih menjangkau konsumennya.⁵

Dalam transaksi jual beli secara online sudah ada beberapa undang-undang yang melindungi diantaranya Pasal 4 No. 8 Tahun 1999 UUPK (undang-undang perlindungan konsumen) yang menyebutkan bahwa hak konsumen diantaranya; hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

⁴Fitriah, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial, Jurnal UNPAL, Vol. 18 No. 3, 2020, hlm. 372

⁵ Jurnal Serambi Hukum Vol.08 No.02 Agustus 2014-Januari 2015 Page

Shopee juga bermitra dengan lebih dari 70 penyedia layanan kurir diantaranya seperti J&T EXPRESS, SICEPAT EXPRESS, GOSEND, JNE diseluruh pasarnya untuk menyediakan dukungan logistik bagi penggunanya. Shopee juga berkolaborasi dengan berbagai jasa logistik lokal, serta penyedia jasa transportasi daring. Sebagai salah satu *e-commerce*, permasalahan tentang perlindungan konsumen dan kekecewaan ketidak sesuaian barang sudah dapat diminimalisir, Namun faktanya hingga kini banyak kasus yang di alami beberapa konsumen Shopee yang tidak sedikit merasa seakan tertipu. Namun komplain yang terkadang susah dan waktu yang lama menjadikan beberapa orang menerima dan hanya tidak akan membeli dari toko tersebut.

Selain itu transaksi online ini ternyata turut menimbulkan berbagai permasalahan. Beberapa permasalahan yang dapat muncul dalam transaksi online diantaranya adalah ketidak sesuai barang yang sudah didapatkan oleh konsumen dengan barang yang dipaparkan diposting atau iklan. Tentunya di dalam transaksi jual beli sudah sepastinya tidak ada yang ingin dirugikan satu sama lain, akan tetapi bagaimana jika terdapat kasus-kasus seperti barang tidak sesuai dengan apa yang diiklankan, atau barang rusak ketika sampai kepada pembeli, barang tidak sampai yang akan tetapi pihak pembeli sudah menyerahkan uangnya kepada pihak penjual, dan masih banyak lagi. Maka dari itu sudah seharusnya ada yang menerapkan dengan apa yang sudah tercantum dalam Undang-undang Perlindungan konsumen pasal 4 sebagaimana yang sudah sedikit banyak dipaparkan diatas, supaya konsumen dapat perlindungan dengan semestinya terhadap transaksi *e-commerce*.

Dengan semua pemaparan di atas peneliti tertarik untuk menjadikan Desa Lobuk Kecamatan Bluto sebagai tempat penelitian dengan judul “*Perlindungan Konsumen pada Marketplace Shopee Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*”

B. Fokus penelitian

1. Bagaimana perlindungan konsumen pada *marketplace* shopee?
2. Bagaimana jual-beli online perspektif hukum ekonomi syariah?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana perlindungan konsumen pada *marketplace* shopee.
2. Untuk menegetahui Bagaimana praktik jual-beli online perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

D. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, baik secara akademis, teoritis, dan praktis.

1. Secara teoritis

a. Bagi peneliti

Bagi peneliti, diharapkan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta untuk mengetahui permasalahan yang terjadi di Desa Lobuk Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep

b. Bagi pembaca

Dari hasil penelitian ini, saya harap nantinya akan memberikan kemanfaatan, serta dapat dijadikan sebagai bahan bacaan sekaligus refrensi bagi pelajar yang fokus keilmuannya hukum ekonomi syariah.

2. Secara praktis

a. Bagi prodi hukum ekonomi syariah

Bahwa ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan informasi, dan juga dapat dijadikan referensi bagi semua pihak yang membutuhkan, khususnya mahasiswa/i hukum

ekonomi syariah dan untuk mengetahui dan memahami tentang perlindungan konsumen terhadap marketplace dalam pandangan hukum ekonomi syariah.

b. Bagi Institut Agama Islam Negeri Madura

Bahwasanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu tambahan literature di perpustakaan IAIN Madura sehingga dapat dijadikan sebagai referensi oleh Mahasiswa/i IAIN Madura terhadap materi perkuliahan dan untuk penelitian yang memiliki objek yang sama.

c. Bagi masyarakat

Bahwasanya penelitian ini dapat memberikan wawasan pemikiran terhadap masyarakat islam mengenai bagaimana perlindungan konsumen terhadap jual beli marketplace shopee.

E. Definisi oprasional

Definisi istilah ini bertujuan untuk didefinisikan secara operasional, agar pembaca memiliki perspeksi dan pemahaman yang sejalan dan untuk menghindari agar tidak terjadi kesalahan dalam memahami istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka dari itu perlu adanya penjelasan dan penegasan mengenai pokok-pokok yang dijadikan judul peneletian ini di antara lain sebagai berikut:

1. Jual beli online Di zaman modern ini seperti sekarang ini, banyak sekali orang yang melakukan bisnis. Salah satunya adalah melalui sesuatu kegiatan transaksi jual beli, transaksi jual beli sendiri berarti suatu kegiatan⁶

⁶ Artikel diakses tanggal 29 april, dari <http://www.bilvapeda.com/2013/04/pengertian-jual-beli-dan-ruang.html>.

2. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk komunitas sosial secara virtual karakteristik umum yang dimiliki setiap media sosial yaitu adanya keterbukaan dialog antar para pengguna.⁷
3. Pelanggaran adalah Perbuatan atau perkara melanggar sesuatu dan berhubungan dengan hukum yang mana dengan kata lain melakukan hal yang dilarang.
4. Shopee adalah marketplace jual beli online yang dapat diakses dengan mudah dan cepat dalam berbagai macam *website* untuk memudahkan penggunaannya dalam melakukan kegiatan belanja online.
5. Pembeli adalah serangkaian tindakan untuk mendapatkan barang dan jasa melalui penukaran, seorang yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri maupun orang lain
6. Penjual adalah orang yang menjual barang/jasanya ke konsumen/pembeli.
7. Akad salam, Akad didefinisikan sebagai hubungan antara ijab dan qabul sesuai dengan kehendak syariat yang menetapkan adanya pengaruh dalam objek perikatan. Dalam rumusan akad tersebut mengindikasikan bahwa perjanjian kedua belah pihak untuk mengikat diri tentang perbuatan yang akan dilakukan dalam suatu hal yang khusus,⁸
8. Produk adalah suatu yang bersifat kompleks, yang dapat diraba maupun tidak dapat diraba, yang di dalamnya termasuk kemasan, harga, *prestise* perusahaan dan pelayanan jasa perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Kemudian produk sendiri diklasifikasikan menjadi 2, yaitu jasa dan barang, produk jasa hanya

⁷Rulli Nasrullah. 2015 *media sosial perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media

⁸Mardani, *fiqh ekonomi syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 71.

bisa dapat dirasakan (*intangible*) sedangkan produk barang bisa dilihat dan dirasakan(*tangible*).⁹

9. Kualitas, Kualitas produk merupakan salah satu hal utama yang diperhatikan dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang utama memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing.¹⁰
10. Harga, Penerapan harga bertujuan untuk mencapai memperoleh keuntungan, penetapan harga sangatlah berpengaruh pada penetapan posisi produknya yang berdasarkan kualitas. Menurut basu swata (2003;241) “harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen atau pembeli untuk mendapatkan produk yang ditawarkan oleh penjual. Penetapan harga jual harus disesuaikan dengan daya beli konsumen yang disetujui dan dengan mempertimbangkan faktor biaya, laba, pesaing, dan perubahan keinginan pasar.¹¹
11. Perlindungan konsumen adalah istilah yg dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. Undang-perlindungan konsumen menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.¹²

⁹Arief rahman kurniawan, *total marketing*, (yogyakarta:kobis,2014),hlm,18.

¹⁰Jurnal Akutansi dan Menejemen Vol 16 No. 01, April 2019

¹¹Jurnal,Stie Semarang, Vol 8, No 2 Edisi Juni 2016 (Issn:2252-826)

¹²Pasal 1 angka 1 undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.