

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sebagai sang *khaliq*, Allah SWT menciptakan manusia sebagai makhluk sosial yang berinteraksi, dimana mereka hidup saling membutuhkan antara yang satu dengan yang lainnya. Tak ada seorang pun yang bisa memenuhi kebutuhannya tanpa bantuan orang lain. Dan untuk bisa memenuhi kebutuhan itulah mereka berkerja dengan cara bermuamalah. Sebagaimana pendapat Habib Syarief Muhammad Alaydrus: Allah SWT, telah menciptakan manusia sebagai makhluk sosial, artinya, makhluk yang saling membutuhkan satu sama lain. Allah juga yang menciptakan manusia dengan berbagai jenisnya, warna kulit, dan postur tubuhnya. Hikmah penciptaan tersebut adalah wujud kekuasaan dan kebesaran Allah SWT yang menggerakkan manusia melakukan interaksi.<sup>1</sup>

Definisi Terminology Muamalah, muamalah adalah hubungan antara manusia dengan manusia yang lainnya yang didasarkan pada ketentuan-ketentuan syariat. Muamalah meliputi persoalan tukar menukar barang yang memberi manfaat, jual beli, sewa-menyewa, upah-mengupah, pinjam-meminjam, urusan bercocok tanam, persero dan usaha-usaha lain yang tidak terlepas dari hubungan antar sesama manusia.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Habib Syarief Muhammad Alaydrus, *Agar Hidup Selalu Berkah: Meraih Ketentaman Hati Dengan Hidup Penuh Berkah*, (Bandung: Mizan Media Utama, 2010), 111-112

<sup>2</sup> Muksin Matheer, *1001 Tanya Jawab Dalam Islam*, (Jakarta: Penerbit HB, 2015). 191

Jual beli atau disebut dengan muamalah merupakan *ta'awun* (saling menolong). Bagi pembeli menolong penjual yang membutuhkan uang (keuntungan), sedangkan bagi penjual juga berarti menolong pembeli yang sedang membutuhkan barang, karenanya, jual beli merupakan perbuatan yang mulia dan kelak mendapatkan keridhaan Allah SWT.<sup>3</sup>

Perilaku perekonomian ini sudah terbentuk sejak manusia sudah membutuhkan individu lain yang memiliki barang atau jasa yang tidak dimilikinya, sedangkan ia membutuhkannya dan menginginkannya. Bentuk jual beli ini berkembang sesuai dengan perkembangan masyarakat dan perubahan sosial. Dalam masyarakat primitif jual beli mengambil bentuk tukar menukar barang yang tidak sejenis. Namun sistem jual beli ini perlahan ditinggalkan setelah mereka mengenal uang sebagai alat tukar-menukar.

Seiring dengan perkembangan kebudayaan dan teknologi. Jual beli yang hanya dulunya hanya barter, yaitu pertukaran barang satu dengan barang lain, lalu kemudian jual beli berubah dengan alat transaksi berupa uang, maka transaksi jual beli mulai dilaksanakan dengan pertukaran barang dengan uang. Beberapa dekade setelah itu manusia menemukan teknologi kartu kredit sebagai pengganti uang real dan kemudian pada masa ini manusia sudah mulai merubah kebiasaan jual beli dari yang bersifat fisik ke sistem *online*.

Dengan kemajuan teknologi dan informasi, telah membawa dampak pada kemajuan dalam dunia bisnis. Jual beli jarak jauh sudah menjadi kebiasaan yang berlaku di dunia bisnis saat ini. Dalam hal ini penjual dan pembeli tidak

---

<sup>3</sup> Abdul Rahman Ghazaly, et al., *Fiqih Muamalat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 89

memperhatikan lagi masalah ijab qabul secara lisan, tetapi cukup dengan pelantara kertas-kertas berharga, seperti cek, wesel dan sebagainya. Kecuali itu kehadiran fisik dalam satu tempat (satu majelis) tidak lagi berlaku, karena cukup dengan via telepon dan internet.<sup>4</sup>

Begitu juga dengan perkembangan pemasaran barang yang diperjual belikan (marketing). Media pemasaran yang awalnya hanya dilaksanakan dengan saling bertemu pihak penjual dan pembeli, sekarang hal-hal ini sudah bisa dilaksanakan tanpa harus bertemu langsung dengan adanya perkembangan alat telekomunikasi berupa jaringan internet. Dari perkembangan bentuk transaksi-transaksi jual beli dan pemasaran inilah kemudian kita mengenal istilah *online shop*.<sup>5</sup>

Bentuk kegiatan jual beli ini tentu mempunyai banyak nilai positif, diantaranya kemudahan dalam melakukan transaksi karena penjual dan pembeli tak perlu repot bertemu untuk melakukan transaksi. *Online shop* biasanya menawarkan barang, harga, dan gambar. Dari situ pembeli memilih dan kemudian memesan barang yang biasanya akan dikirim setelah pembeli mentransfer uang.

Transaksi perdagangan seperti ini dimana hubungan antar manusia memasuki wilayah hubungan dagang atau bisnis, suatu transaksi bisnis (*commerce*) yang tidak lagi dilakukan secara langsung (konvensional) melainkan dapat pula

---

<sup>4</sup> Sofyan AP. Kau, "Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Via Telepon dan Internet", Al-Mizan 3, no. 1 Desember (2007): h. 1.

<sup>5</sup> *Online Shop* adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet.

dilakukan melalui jasa layanan internet dan teknologi internet ini dikenal dengan nama *elektronik commerce* atau lebih populer dengan sebutan *e-commerce*.<sup>6</sup>

Namun dengan maraknya jual beli *online* terhadap dampak yang signifikan, yaitu banyak pembeli yang dirugikan karena barang yang diterima tidak sesuai dengan gambar atau barang yang diterima juga ternyata cacat atau juga barang tidak sampai kepada pembeli, dan banyak lagi kasus yang lainnya.

Hal ini tentu saja tidak serta merta menjadi kesalahan yang dibebankan kepada pihak penjual karena pembeli sebagai pelaku ekonomi juga punya kewajiban untuk menjaga hak-haknya sendiri sebagai konsumen dengan berhati-hati ketika melakukan transaksi sesuai yang dituangkan di dalam undang-undang perlindungan konsumen mutlak berisi hukum-hukum yang bertujuan untuk melindungi konsumen.

Dengan telah dikeluarkan tentang undang-undang perlindungan konsumen (UUPK) dan UU ITE dalam upaya melindungi hak-hak konsumen transaksi *e-commerce*, setidaknya hal ini diharapkan dapat mendidik masyarakat Indonesia yang melakukan transaksi bisnisnya melalui *e-commerce* untuk lebih menyadari akan segala hak-hak dan kewajiban-kewajibannya yang dimiliki, dan terdapat pula hak dan kewajiban pelaku usaha yang dapat dibaca dari undang-undang ini, dimana dikatakan bahwa untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan,

---

<sup>6</sup> Menurut Pasal 1 butir 2 Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, “Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/media elektronik lainnya”.

kepedulian, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya, serta menumbuh kembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.<sup>7</sup>

Dengan alasan yang telah terpaparkan secara jelas dalam latar belakang diatas, maka penulis mengambil masalah ini untuk dikaji yang mana hal tersebut membahas tentang bagaimana perbandingan jual beli *online* menurut hukum Islam dan undang-undang perlindungan konsumen no. 8 tahun 1999.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan apa yang telah diuraikan pada latar belakang di atas, maka penulis mencoba untuk mengidentifikasi permasalahan yang timbul, sebagai berikut:

1. Bagaimanakah perbedaan hukum Islam terhadap jual beli konvensional dan jual beli *online*?
2. Bagaimanakah hak-hak konsumen dan pelaku usaha dalam hukum Islam dan undang-undang perlindungan konsumen (UUPK) no. 8 tahun 1999?
3. Bagaimanakah perbandingan hukum jual beli *online* menurut hukum Islam dan undang-undang perlindungan konsumen (UUPK) no. 8 tahun 1999?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perbedaan hukum Islam terhadap jual beli konvensional dan jual beli *online*.

---

<sup>7</sup> Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 1-2.

2. Untuk mengetahui hak-hak konsumen dan pelaku usaha dalam hukum Islam dan undang-undang perlindungan konsumen (UUPK) no. 8 tahun 1999.
3. Untuk mengetahui perbandingan hukum jual beli *online* menurut hukum Islam dan undang-undang perlindungan konsumen (UUPK) no. 8 tahun 1999.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Secara Teoritis

Dapat bermanfaat untuk pemahaman atau pengembangan wacana berfikir bagi kehidupan beragama berkenaan dengan masalah muamalah, khususnya dalam pengembangan hukum Islam dan undang-undang perlindungan konsumen berkaitan dengan hukum-hukum muamalah kontemporer.

2. Secara Praktis

Menjadi acuan bagi masyarakat terkait dengan jual beli *online* sesuai dengan hukum Islam atau peraturan-peraturan yang berlaku dan mengetahui hak-haknya sebagai konsumen yang harus dilindungi hak-haknya dalam transaksi jual beli *online*, yang tertuang pada Undang-undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah dalam pemahaman pembahasan penelitian ini, maka penulis membagi sistematika pembahasan menjadi lima bab. Setiap bab menimbulkan suatu hubungan antara bab pertama dengan bab yang selanjutnya, sehingga merupakan satu kesatuan yang paling menopang. Dan tiap-tiap bab dibagi ke dalam sub-sub yang rinciannya seperti berikut:

BAB I : Pendahuluan, meliputi: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan yang merupakan dasar pijakan bab-bab yang selanjutnya agar dalam penelitian ini saling terkait.

BAB II : Kajian Pustaka meliputi:

A. Penelitian Terdahulu

B. Kerangka Teori

1. Jual beli dalam hukum Islam, yang meliputi: pengertian jual beli, dasar hukum jual beli, rukun dan syarat jual beli, macam-macam jual beli, jual beli yang terlarang, unsur kelalaian dalam jual beli, etika dalam jual beli.
2. Prinsip-prinsip jual beli *online*, meliputi: pengertian jual beli *online*, dasar hukum jual beli *online*, subjek dan objek jual beli *online*, mekanisme transaksi jual beli *online*, kelebihan dan kekurangan jual beli *online*.
3. Jual beli dalam undang-undang perlindungan konsumen (UUPK) meliputi: pengertian jual beli dalam undang-undang perlindungan konsumen (UUPK), landasan jual beli dalam undang-undang perlindungan konsumen (UUPK).
4. Hak-hak dalam transaksi jual beli, meliputi: hak-hak konsumen dalam Islam, hak-hak pelaku usaha dalam hukum Islam, hak-hak konsumen dan kewajibannya dalam undang-undang perlindungan konsumen (UUPK), hak-hak pelaku usaha dan

kewajibannya dalam undang-undang perlindungan konsumen (UUPK).

BAB III : Metodologi Penelitian, meliputi: jenis penelitian, pendekatan jenis penelitian, sumber data, teknik pengelolaan, analisis data.

BAB IV : Paparan data dan hasil pembahasan dengan judul *Analisis Perbandingan Jual Beli Online Menurut Hukum Islam Dan Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) No. 8 Tahun 1999.*

BAB V : Penutup/kesimpulan

Daftar Pustaka

Lampiran-lampiran

Riwayat Hidup