

TINJAUAN FIQH MUAMALAH TERHADAP KONSUMEN JUAL BELI *ONLINE* DI INDONESIA

Sasmika Hermita Siagian
Sekolah Tinggi Agama Islam Barumun Raya
sasmikahermita@gmail.com

Abstract

This journal is entitled the role of law on online buying and selling consumers in Indonesia. In its writing it uses normative legal research methods, namely by reading, studying, analyzing various statutory regulations, literature, scientific writings and papers related to the material being researched. Online buying and selling is a way of shopping via cyberspace or the internet where the payer uses a credit card or debit card, so without the need to meet face to face. Buyers or in this case consumers can order goods from sellers throughout Indonesia very easily. Therefore, this article will explain in general about legal protection for online buying and selling consumers in Indonesia.

Keywords: Online buying and selling, consumers, Muamalah Fiqh

Abstrak

Jurnal ini berjudul peranan hukum terhadap konsumen jual beli online di indonesia, di dalam penulisannya menggunakan metode penelitian hukum normatif yaitu dengan cara membaca, mempelajari, menganalisis berbagai peraturan perundang-undangan, literatur, tulisan ilmiah, dan makalah yang berkaitan dengan materi yang di teliti. Jual beli *online* merupakan cara berbelanja melalui dunia maya atau internet dimana pembayarannya menggunakan kartu kredit atau kartu debit, jadi tanpa perlu bertatap muka. Pembeli atau dalam hal ini adalah konsumen dapat memesan barang kepada penjual di seluruh indonesia dengan begitu mudah. Oleh karena itu dalam tulisan ini akan menjelaskan secara umum mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen jual beli *online* di indonesia.

Kata Kunci : Jual beli *Online*, Konsumen, Fiqh Muamalah

A. Pendahuluan

Jual beli *Online* adalah cara berbelanja melalui dunia maya atau internet, dimana pembayarannya menggunakan kartu kredit atau kartu debit. Sebelum adanya era globalisasi, kegiatan transaksi jual beli di lakukan dengan cara bertemu secara langsung antara penjual dan pembeli atau *face to face* (Nabila A'yun et al., 2021). Transaksi perdagangan yang di dukung

oleh perkembangan teknologi ini sering juga disebut *E- Commerce*. Akan tetapi banyak masyarakat yang menyebutnya sebagai transaksi perdagangan *online* atau saat ini dikenal dengan nama *online shopping*. Sejak adanya internet ini, masyarakat yang ingin menjual barang-barang, atau jasa dapat menggunakan website situs jejaring sosial, maupun blog. Akan tetapi ternyata praktik jual beli secara *online* ini belum terlalu benar pelaksanaannya (Siregar, 2017). Berdasarkan pengalaman dari beberapa orang yang pernah melakukan transaksi melalui orderan *online* merasa menjadi korban penipuan.

Di mana barang-barang yang diperjual belikan tidak sesuai dengan pesanan pembeli atau barang yang di pesan tidak sampai ke tangan pembeli padahal proses pembayaran telah selesai di lakukan atau contoh yang di pasang pada website, situs jejaring sosial seperti *Instagram, facebook, twitter*, dan blog maupun yang ada pada forum jual beli lainnya (Nabila A'yun et al., 2021). Sehingga dalam hal ini pembeli merasa dirugikan, karena pembeli tidak memiliki perjanjian tertulis yang membolehkannya mengembalikan barang yang tidak sesuai pesanan tersebut dan biasanya ada juga para penjual yang tidak membolehkan para pembeli untuk mengembalikannya. Pembeli sendiri bingung untuk melakukan tindakan, dikarenakan tidak memiliki bukti tertulis yang dapat menunjukkan bahwa pelaku usaha atau penjual telah melakukan kelalaian (Wahyuni, 2019). Oleh karena itu kedudukan konsumen di indonesia memerlukan perhatian yang cukup besar.

Di dalam masyarakat dijumpai berbagai institusi yang masing-masing diperlukan oleh masyarakat itu untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan memperlancar jalanya pemenuhan kebutuhan tersebut. Oleh karena fungsinya yang demikian itu maka masyarakat sangat membutuhkan kehadiran institusi tersebut. Institusi bergerak di sekitar kebutuhan tertentu manusia (Saprida et al., 2023). Agar kita bisa berbicara mengenai adanya suatu insttiusi yang demikian itu, kebutuhan yang dilayaninya terlebih dulu harus medapatkan pengakuan masyarakat. Pengakuan di sini diartikan,

bahwa masyarakat di situ memang telah mengakui pentingnya kebutuhan tersebut bagi kehidupan manusia (Solim et al., 2019).

Apabila masyarakat telah mulai memperhatikan suatu kebutuhan tertentu maka akan berusaha agar dalam masyarakat dapat diciptakan suatu sarana untuk memnuhinya. Dari sinilah mulai dilahirkan suatu institusi tersebut. Jadi institusi itu pada hakikatnya merupakan alat perlengkapan masyarakat untuk menjamin agar kebutuhan-kebutuhan dalam masyarakat dapat dipenuhi secara seksama. Keadilan merupakan salah satu kebutuhan dalam hidup manusia yang umumnya diakui semua tempat di dunia ini (Dame Siregar, Fauzi Rizal, Sawaluddin Siregar, 2022). Apabila keadilan itu kemudian dikukuhkan ke dalam institusi yang namanya hukum, maka institusi hukum itu harus mampu untuk menjadi saluran agar keadilan itu dapat diselenggarakan secara seksama dalam masyarakat. Beberapa ciri yang umumnya melekat pada institusi sebagai perlengkapan masyarakat :

1. *Stabilitas*. Di sini kehadiran institusi hukum menimbulkan suatu kemantapan dan keteraturan dalam usaha manusia untuk memperoleh keadilan itu.
2. *Memberikan kerangka sosial terhadap kebutuhan-kebutuhan dalam masyarakat*. Di dalam ruang lingkup kerangka yang telah diberikan dan dibuat oleh masyarakat itu, anggota-anggota masyarakat memenuhi kebutuhan-kebutuhannya.
3. *Institusi menampilkan wujudnya dalam bentuk norma*. Norma-norma inilah yang merupakan sarana untuk menjamin agar anggota-anggota masyarakat dapat dipenuhi kebutuhannya secara terorganisasi.
4. *Jalinan antar institusi*. Terjadinya tumpang tindih antara institusi.

Hukum merupakan institusi sosial yang tujuannya untuk menyelenggarakan keadilan dalam masyarakat. Sebagai suatu institusi sosial, maka penyelenggaraannya yang demikian itu berkaitan dengan tingkat kemampuan masyarakat itu sendiri untuk melaksanakannya (Nasruddin Khalil Harahap, Sawaluddin Siregar, 2023). Oleh karena itu suatu masyarakat akan menyelenggarakannya dengan cara tertentu yang berbeda

dengan masyarakat pada masyarakat yang lain. Perbedaan ini berhubungan erat dengan persediaan perlengkapan yang terdapat dalam masyarakat untuk penyelenggaraan keadilan itu dan hak ini berarti adanya berhubungan yang erat antara institusi hukum suatu masyarakat dengan tingkat perkembangan organisasi sosialnya.

Suatu pengamatan terhadap masyarakat secara sosiologis memeperlihatkan, bahwa kekuasaan itu tidak tebagi secara merata dalam masyarakat. Struktur pembagian yang demikian itu menyebabkan, bahwa kekuasaan itu terhimpun pada sekelompok orang-orang tertentu, sedangkan orang-orang lain tidak atau kurang memiliki kekuasaan itu (Trivena Gabriel Miracle Tumbel, Emma V. T Senewe, 2020). Keadaan seperti inilah yang menimbulkan perlapisan sosial di dalam masyarakat. Bagaimana stuktur yang berlapis-lapis itu bisa terbentuk banyak tergantung dari sistem perekonomian suatu masyarakat. Terjadinya penumpukan kekuasaan di tangan sekelompok orang-orang tertentu berhubungan dengan sistem pembagian sumber daya dalam masyarakat (Fransisco, 2019). Kekuasaan itu tidak terlepas dari penguasaan barang-barang dalam masyarakat.

Oleh karena itu terjadinya perlapisan kekuasaan berhubungan erat dengan barang-barang yang bisa dibagi-bagikan itu tentunya susah dibayangkan timbulnya perlapisan sosial dalam masyarakat. Kondisi pengadaan barang-barang menentukan apakah dalam suatu masyarakat akan menjumppai struktur kekuasaan yang berlapis-lapis itu. Pentingnya pembicaraan mengenai perlapisan sosial dalam rangka pembicaraan tentang hukum disebabkan oleh dampak dari adanya struktur yang demikian itu terhadap hukum, baik itu di bidang pembuatan hukum, pelaksanaan, maupun penyelesaian sengketanya (Hendratno et al., 2022). Pada masyarakat mana pun juga, orang atau golongan yang bisa menjalankan kekuasaannya secara efektif adalah mereka yang mampu mengontrol institusi-institusi politisi dan ekonomi dalam masyarakat.

Para ahli sosiologi hukum memberikan perhatian besar terhadap hubungan antara hukum dengan perlapisan sosial ini. Dengan terjadinya

perlapisan sosial maka hukum pun susah untuk memperhatikan netralitas atau kedudukannya yang tidak memihak. Perlapisan sosial ini merupakan kunci penjelasan mengapa hukum itu bersifat distriminatif, baik pada peraturan-peraturannya sendiri, maupun melalui penegakannya. Para ahli tersebut di muka berpendapat, bahwa peraturan-peraturan hukumnya sendiri tidaklah memihak (Hasbi et al., 2022). Dalam keadaan yang demikian ini pendapat yang berkuasapun akan menentukan bagaimana isi peraturan hukum di situ.

Dengan demikian, bagaimanapun diusahakan agar penegakan hukum itu tidak memihak, namun karena sudah sejak kelahirannya peraturan-peraturan itu tidak lempeng, maka hukum pun bersifat memihak, keadaan yang demikian itu juga dijumpai pada masalah penegakan hukum. Kalaulah kita sekarang sudah mengetahui betapa besar peranan hukum di dalam membantu menciptakan ketertiban dan kelencaran dalam kehidupan masyarakat, kita masih saja belum mengetahui benar apa yang dikehendaki oleh hukum tersebut.

Hukum Sebagai Sosial Kontrol, dimana setiap kelompok masyarakat selalu ada problem sebagai akibat adanya perbedaan antara yang ideal dan yang aktual, antara yang standard dan yang parktis. Penyimpangan nilai-nilai yang ideal dalam masyarakat dapat dicontohkan : pencurian, perzinahan, hutang, membunuh dan lain-lain. Semua contoh ini adalah bentuk prilaku yang menyimpang yang menimbulkan persoalan didalam masyarakat, baik pada masyarakat yang sederhana maupun pada masyarakat yang modern. Dalam situasi yang demikian itu, kelompok itu berhadapan dengan problem untuk menjamin ketertiban bila kelompok itu menginginkan, mempertahankan eksistensinya (Dame Siregar, Fauzi Rizal, Sawaluddin Siregar, 2023).

Fungsi Hukum dalam kelompok masyarakat adalah menerapkan mekanisme control sosial yang akan membersihkan masyarakat dari sampah-sampah masyarakat yang tidak dikehendaki, sehingga hukum mempunyai suatu fungsi untuk mempertahankan eksistensi kelompok masyarakat

tersebut. Hukum yang berfungsi demikian adalah merupakan instrument pengendalian sosial.

Hukum sebagai alat untuk mengubah masyarakat adalah hukum sebagai sosial control, dan sebagai alat untuk mengubah masyarakat atau biasa disebut *social engineering*, sebagai alat pengubah masyarakat adalah dianalogikan sebagai suatu proses mekanik. Terlihat akibat perkembangan Industri dan transaksi-transaksi bisnis yang memperkenalkan nilai-nilai baru, dengan melakukan “interpretasi”, ditegaskan dengan temuan-temuan tentang keadaan sosial masyarakat melalui bantuan ilmu sosilogi, maka akan terlihat adanya nilai-nilai atau norma-norma tentang hak individu yang harus dilindungi, dan unsur tersebut kemudian dipegang oleh masyarakat dalam mempertahankan kepada apa yang disebut dengan hukum alam. (natural law). Oleh karena itu, sekalipun hukum itu mempunyai otonomi tertentu, tetapi hukum juga harus fungsional dan menempatkan peranan dari keadilan dalam konteks kehidupan hukum secara lebih seksama.

B. Metode Penelitian

Tulisan ini menggunakan metode penulisan hukum normatif karena meneliti peraturan perundang-undangan, literatur, dan makalah yang berkaitan dengan materi yang diteliti, yang terdiri dari jenis data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data skunder yaitu data yang diperoleh dari penelitian kepustakaan dan dokumentasi, yang merupakan hasil penelitian dan pengolahan orang lain, yang sudah tersedia dalam bentuk literatur atau dokumentasi.

C. Pembahasan dan Hasil

1. Jual beli *Online*

Istilah konsumen juga dapat kita temukan dalam peraturan perundangundangan Indonesia. Secara yuridis formal pengertian konsumen dimuat dalam Pasal 1 angka 2 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, ”konsumen adalah setiap orang pemakai barang

dan/ atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Berbagai informasi bisa di dapatkan di internet, mulai dari informasi ekonomi, bisnis, pendidikan, hiburan dan lain-lain. Para pihak yang melakukan transaksi lewat internet dapat merasa yakin akan keaslian dan kesempurnaan suatu pesan yang ada di terima atau dikirimnya lewat internet, dan bagaimana caranya suatu pihak saling menyetujui dokumen yang di kirim lewat internet, seperti kontrak jual beli lewat internet. Pada awal diperkenalkannya internet, ada perjanjian tidak tertulis yang lahir antara penyedia jasa di internet bahwa mereka akan meneruskan setiap lalu lintas data dan informasi yang diterima. Jika ditinjau dari lahirnya internet dalam kehidupan manusia, pengaruh internet dalam dunia bisnis atau perdagangan sangat besar.

Sistem perdagangan dengan memanfaatkan sarana internet (*interconnection networking*), yang selanjutnya disebut *e-commerce* telah mengubah wajah dunia bisnis di dunia. Selain tuntutan perkembangan teknologi informasi, *e-commerce* lahir atas tuntutan masyarakat terhadap pelayanan yang serba cepat, mudah, praktis dan memiliki ruang gerak yang lebih luas dalam memiliki ruang gerak yang lebih luas dalam memiliki produk (barang dan jasa) yang akan dipergunakan dengan kualitas dan kuantitas yang diinginkan pengguna internet untuk keperluan bisnis dan perdagangan mulai dikenal beberapa tahun belakangan ini dan dengan cepat meluas, terutama di negara-negara maju. Di Indonesia, fenomena *e-commerce* sudah dikenal sejak tahun 1996 dengan munculnya situs <http://www.sanur.com> sebagai toko buku *on-line* Universitas Sumatera Utara pertama.

Salah satu hasil perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yaitu pada transaksi jual beli secara elektronik, sama halnya transaksi jual beli yang biasa di lakukan di dunia nyata, dilakukan oleh para pihak yang terkait, walaupun dalam jual beli secara *online* ini pihak-pihak tidak

bertemu secara langsung satu sama lain, tetapi berhubungan dengan media interne (Nabila A'yun et al., 2021)t. Pada dasarnya pihak-pihak dalam jual beli secara *online* tersebut masing-masing memiliki hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan sesuai dengan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen. Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang sering disebut dengan UUPK dalam pasal 1 angka 1 memberikan definisi bahwa : perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan hukum terhadap konsumen. Tujuan yang ingin dicapai perlindungan konsumen dalam pasal 3 umumnya dapat dibagi dalam 3 bagian yaitu :

1. Memberdayakan konsumen dalam memilih, menentukan barang, dan menuntut haknya,
2. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang memuat unsur-unsur kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan akses untuk mendapatkan informasi tersebut,dan
3. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap jujur dan bertanggung jawab.

Di ungkapkannya Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen di dasari oleh rasio : Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan, promosi dan perlindungan kepentingan sosial konsumen (Saprida et al., 2023).

2. Konsumen Online Di Indonesia

Perlindungan konsumen dalam transaksi *online* merupakan suatu hal yang sangat penting dalam hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen. Untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada pembeli selaku konsumen. Undang-undang perlindungan konsumen yang telah mengatur hak dan kewajiban bagi pihak konsumen dan pelaku usaha bahkan juga mengatur tentang larangan

terhadap perbuatan yang tidak dapat dilakukan oleh pelaku usaha. Hal tersebut diatur dalam pasal 4 sampai pasal 17 Undang-Undang No 18 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 4 UUPK menemukan bahwa hak konsumen yang berhubungan dengan penelitian adalah : Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa (Solim et al., 2019). Hak ini dimaksudkan agar konsumen terhindar dari kerugian fisik maupun psikis apabila menggunakan suatu produk, Hak untuk memilih barang dan jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Tanggung jawab pelaku usaha sesuai ketentuan pasal 19 yaitu :

- a. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- b. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- c. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.

D. Kesimpulan

Jual beli Online adalah cara berbelanja melalui dunia maya atau internet, di mana pembayarannya menggunakan kartu kredit atau kartu debit. Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan konsumen nyata-nya telah dilaksanakan untuk mengakomodasi kepentingan konsumen baik itu hak maupun kewajiban yang melakukan transaksi *online shopping*. Hal ini terlihat dari dicantumkannya hak konsumen dalam pasal 4,serta dalam pelaksanaannya sendiri hak konsumen sudah terlindungi, hal ini dapat terlihat dari dicantumkannya instruksi dan tips pemakaian produk, sehingga

konsumen mengerti penggunaan barang, konsumen juga berhak untuk memilih barang yang dikehendaki serta memperoleh jaminan seperti yang dijanjikan, dan konsumen sudah memperoleh informasi yang jelas dan baik dari pelaku usaha atas produk atau barang yang akan dibeli dari penjual.

Referensi

- Dame Siregar, Fauzi Rizal, Sawaluddin Siregar, N. H. S. (2022). The relevance of dsn-mui to bsi actors in murabahah contracts in sumatera. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 5(2), 1779–1785.
- Dame Siregar, Fauzi Rizal, Sawaluddin Siregar, N. H. S. (2023). Understanding of the mui and its implementation of mudarabah contracts at indonesian islamic banks in tabagsel. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 6(2), 2758–2766.
- Fransisco, W. (2019). Peranan Hukum Terhadap Konsumen Jual Beli Online di Indonesia. *Ajudikasi: Jurnal Ilmu Hukum*, 3(2), 197. <https://doi.org/10.30656/ajudikasi.v3i2.1576>
- Hasbi, A. F., Sjaiful, M., & Alwi, I. (2022). Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli Online di Indonesia. *Halu Oleo Legal Research*, 3(3), 281. <https://doi.org/10.33772/holresch.v3i3.23007>
- Hendratno, L., Erly Pangestuti, & Aulia Rahman Hakim. (2022). Perlindungan Hukum Bagi Korban Transaksi Jual Beli Online Di Indonesia. *Yustitiabelen*, 8(2), 166–177. <https://doi.org/10.36563/yustitiabelen.v8i2.565>
- Nabila A'yun, Q. A., Chusma, N. M., Putri, C. N. A., & Latifah, F. N. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Populer Di Indonesia. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 1(2), 166–181. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v1i2.998>
- Nasruddin Khalil Harahap, Sawaluddin Siregar, A. H. (2023). Green Economy Based On Sharia Maqashid Case Study In Sorkam Tengah Village, Sorkam District, Tapanuli Tengah District. *Paradigma*, 20(2), 320–332. <https://doi.org/10.33558/paradigma.v20i2.7103>
- Saprida, S., Umari, Z. F., & Raya, F. (2023). Legalitas Transaksi Jual Beli Online Di Indonesia. *Ekonomika Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 8(2), 315–336.



<https://doi.org/10.36908/esha.v8i2.668>

Siregar, S. (2017). Perspektif Hukum Islam Mengenai Mekanisme Manipulasi Pasar Dalam Transaksi Saham di Pasar Modal. *Yurisprudencia*, 3(2), 70–80.

Solim, J., Rumapea, M. S., Agung Wijaya, Manurung, B. M., & Lionggodinata, W. (2019). Upaya Penanggulangan Tindak Pidana Penipuan Situs Jual Beli Online Di Indonesia. *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, 14(1), 97–110. <https://doi.org/10.33059/jhsk.v14i1.1157>

Trivena Gabriel Miracle Tumbel, Emma V. T Senewe, D. O. S. (2020). PERLINDUNGAN KONSUMEN JUAL BELI ONLINE DALAM ERA DIGITAL 4.0. *Lex Et Societatis*, 8(32), 73–92. http://hpj.journals.pnu.ac.ir/article_6498.html

Wahyuni, E. S. (2019). Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 186. <https://doi.org/10.29300/ba.v4i2.2429>