

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Dizaman modern saat ini, kemajuan teknologi informasi telah melahirkan banyak perubahan dalam kehidupan manusia. Ketersediaan informasi yang dapat diakses secara instan melalui handphone, gadget, dan komputer yang terhubung dengan internet dan berbagai media elektronik lainnya, menggeser cara manusia bekerja, belajar, mengelola perusahaan, menjalankan pemerintahan, berbelanja ataupun melakukan kegiatan perdagangan. Kenyataan demikian seringkali disebut sebagai era globalisasi ataupun revolusi informasi, untuk menggambarkan betapa mudahnya berbagai jenis informasi dapat diakses, dicari, dikumpulkan serta dapat dikirimkan tanpa lagi mengenal batas-batas geografis suatu wilayah atau negara.

Di samping itu, kemajuan di bidang transportasi dan komunikasi semakin memacu kemajuan perdagangan yang dapat menyebabkan distribusi atau perpindahan barang dan jasa berjalan dengan lancar, sehingga transaksi dapat dilaksanakan dalam waktu singkat melalui media elektronik canggih seperti, handphone, komputer, internet dan sebagainya<sup>1</sup>. Kehidupan ini dikenal dengan istilah “*e-commerce*”, artinya suatu proses menjual atau membeli produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan internet sebagai perantara transaksi bisnis.

---

<sup>1</sup> Muhamad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Sinar Grafika, 2004), hlm. 1.

Dalam prakteknya, transaksi melalui media elektronik tersebut, tidak semuanya dapat berjalan sesuai dengan fungsi transaksi itu sendiri, banyak pelanggaran yang dilakukan oleh kedua belah pihak, baik pelaku usaha maupun konsumen, namun pada kenyataannya jauh lebih banyak pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen. Hal ini disebabkan oleh posisi konsumen yang selalu berada pada posisi tawar menawar yang lemah dan sering dirugikan dibandingkan dengan pihak produsen karena berbagai faktor<sup>2</sup>.

Posisi tawar konsumen tersebut dipengaruhi oleh konsep-konsep pemasaran yang berubah dari waktu ke waktu, sebagai berikut:

1. Memfokuskan pada produk dan pelaku usaha, dengan membuat produk yang baik berdasarkan standar dan nilai internal. Hal ini dilakukan dengan tujuan memperoleh laba, dengan menjual atau membujuk konsumen potensial untuk menukar uangnya dengan produk pelaku usaha.
2. Pada dekade enam puluhan, mengalihkan fokus pemasaran dari produk kepada konsumen. Sasaran masih tetap pada laba, tetapi cara pencapaian menjadi lebih luas dengan cara sistem pemasaran yang baru (*marketing mix*) atau 4P (*product, price, promotion, and place*) produk, harga, promosi dan saluran distribusi.
3. Sebagai konsep baru dalam pemasaran, dengan pembaharuan dari konsep pemasaran menjadi konsep strategi. Konsep strategi pemasaran pada

---

<sup>2</sup> AZ. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, (Jakarta: Pustaka Sinarimas, 1995), hlm. 26.

dasarnya merubah fokus pemasaran dari konsumen atau produk kepada konsumen dalam konteks lingkungan eksternal yang lebih luas. Di samping itu, juga terjadi perubahan pada tujuan pemasaran, yaitu dari laba menjadi keuntungan pihak yang berkepentingan.

Proses transaksi melalui media elektronik, pelaku usaha menawarkan barang maupun jasa kepada konsumen dan jika konsumen tertarik, maka kedua belah pihak dapat melakukan suatu transaksi yang telah disepakati tanpa adanya suatu pengawasan dari pihak tertentu. Hal ini dapat menimbulkan wanprestasi<sup>3</sup> dan pelanggaran etika bisnis yang disebabkan beberapa hal, yaitu karena sistem transaksinya yang sangat lemah dan tidak adanya penjaminan sistem transaksinya, selain itu juga karena informasi yang disampaikan perihal barang ataupun jasa yang ditawarkan terkadang kurang maksimal. Hal ini menyebabkan pembeli merasa dirugikan jika barang yang diperolehnya tidak sesuai harapan.

Lemahnya posisi tawar dan pengetahuan konsumen, lemahnya sistem informasi pada transaksi elektronik serta perkembangan pemakaian alat-alat canggih sebagai sarana promosi barang maupun jasa serta banyaknya ragam pilihan produk barang maupun jasa di pasaran membuat konsumen dihadapkan pada kondisi yang disebut dengan *consumer ignorance*, yaitu ketidakmampuan konsumen menyeleksi informasi akibat kemajuan teknologi dan keragaman produk yang dipasarkan, sehingga hal itu dapat saja disalahgunakan oleh para pelaku usaha.

---

<sup>3</sup> Wanprestasi menurut Subekti 1. Ia lalai tidak memenuhi kewajibanya 2. Ia terlambat memenuhi kewajibanya 3. Memenuhi kewajibanya tetapi tidak seperti yang diperjanjikanya, Subekti, *Pokok-pokok Hukum Perdata*, (Jakarta: PT. Intermasa, 1980), hlm. 147.

Oleh karena itu, kelengkapan suatu informasi, daya tarik dan kelebihan suatu barang atau jasa menjadi faktor yang sangat menentukan bagi konsumen untuk menentukan pilihannya.

Di Indonesia sendiri, ketentuan mengenai transaksi elektronik telah diatur dalam Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), jelaslah bahwa Undang-undang No. 19 Tahun 2016 atas perubahan No. 11 Tahun 2008, ingin membangun masyarakat informasi untuk pergaulan dalam tata kehidupan bangsa Indonesia agar kukuh sebagai satu kesatuan yang dirakit melalui pengembangan sistem informasi elektronik dengan diciptakan melalui kondisi transaksi elektronik<sup>4</sup>. Yang kemudian dilengkapi dengan PP No. 82 Tahun 2012. Informasi yang harus diberikan kepada konsumen tidak hanya berhubungan dengan kuantitas dan kualitas suatu barang maupun jasa, tetapi juga berkaitan dengan efek samping atau bahaya pemakaian, perlindungan terhadap kepercayaan agama tertentu, seperti informasi halal atau haramnya suatu produk.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Republik Indonesia menjelaskan bahwa hak-hak konsumen diantaranya adalah hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa 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 untuk diperlakukan atau dilayani secara

---

<sup>4</sup> Suswanto Sunarso, *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2009), hlm. 47-48.

benar dan jujur serta tidak diskriminatif; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya<sup>5</sup>.

Peraturan tentang perlindungan konsumen telah mulai dicanangkan sejak tahun 1970-an, ditandai dengan lahirnya Yayasan Lembaga Konsumen (YLK) tepatnya pada bulan Mei 1973. Secara historis pada awalnya yayasan ini berkaitan dengan rasa mawas diri terhadap promosi untuk memperlancar barang-barang dalam negeri. Atas dasar desakan dari masyarakat, kegiatan promosi harus diimbangi dengan langkah-langkah pengawasan, agar masyarakat tidak dirugikan dan kualitasnya terjamin dan desakan masyarakat untuk melindungi dirinya dari barang dan/atau jasa yang rendah mutunya telah memacu untuk memikirkan secara sungguh-sungguh usaha melindungi konsumen serta mulailah gerakan untuk merealisasikan cita-cita itu. Kecurangan-kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha baik dalam transaksi perdagangan secara tradisional maupun secara modern yaitu melalui media elektronik menyebabkan munculnya gerakan konsumerisme, yaitu gerakan yang memperjuangkan ditegakkannya hak-hak konsumen diberlakukannya undang-undang perlindungan konsumen di Indonesia. Namun hal itu belum cukup untuk mencegah kecurangan-kecurangan yang dilakukan pelaku usaha, karena kecurangan tersebut dilakukan dalam perdagangan yang menggunakan sistem ekonomi yang bebas nilai, norma, bahkan norma agama yang terpenting dalam sistem ekonomi kontemporer adalah penguasaan material untuk mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya, yang tahap berikutnya

---

<sup>5</sup> Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 33.

melahirkan budaya permisif, gaya hidup hedonistis, kemiskinan di tengah kemakmuran yang pada dasarnya bertentangan dengan nilai kemanusiaan dan ajaran agama<sup>6</sup>.

Di tingkat internasional, masalah perlindungan konsumen telah dibahas dalam Sidang Majelis Umum PBB (UNGA) pada 9 April 1985, melalui Resolusi Majelis Umum PBB Laporan Komite Kedua (A/39/789/Add.2) 39/248 Perlindungan hukum bagi konsumen, mengatur Tujuan Panduan bagi Perlindungan Konsumen yang berbunyi, “Memperhatikan kepentingan dan kebutuhan konsumen di berbagai negara, khususnya di negara berkembang, mengingat pula bahwa konsumen seringkali menghadapi posisi sulit yang tidak seimbang di bidang ekonomi dan tingkat pendidikan, daya tawar konsumen dan mengingat kembali bahwa konsumen harus memiliki hak untuk mendapatkan produk-produk yang tidak membahayakan sekaligus mempromosikan pengembangan sosial ekonomi yang wajar dan layak”.

Dalam kajian fiqh Islam sendiri, kebenaran dan keakuratan informasi ketika seorang pelaku usaha mempromosikan barang dagangannya menempati kajian yang sangat signifikan. Islam tidak mengenal istilah kapitalisme klasik yang berbunyi “*ceveat emptor*” atau “*let the buyer beware*” (pembelilah yang harus berhati-hati), tidak pula “*ceveat venditor*” (pelaku usahalah yang harus berhati-hati), tetapi dalam Islam yang berlaku adalah prinsip keseimbangan (*al-ta'adul*)

---

<sup>6</sup> Sudirman, *Penimbunan Barang dalam Aktivitas Ekonomi Menurut Pandangan Hukum Islam*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 1995), hlm. 91-92.

atau *ekuilibrium* dimana pembeli dan penjual harus berhati-hati dimana hal itu tercermin dalam teori perjanjian dalam Islam<sup>7</sup>.

Perlu diperhatikan dalam transaksi melalui sistem elektronik, jaminan barang yang menjadi objek transaksi dapat dimanipulasi dengan mudah jika hak *khiyar*<sup>8</sup> dalam proses transaksinya dihilangkan sehingga salah satu pihak dapat dirugikan baik dari segi kualitas barang maupun dari ketahanan barang tersebut. Misalnya ketika transaksi melalui media elektronik berlangsung pihak penjual menghilangkan proses *khiyar* majelis sehingga pembeli tidak dapat mengidentifikasi dan mencocokkan kecacatan barang yang diperjualbelikan tersebut sesuai dengan yang diinformasikan sipenjual. Dengan demikian, ketika transaksi berakhir konsumen mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan yang diharapkan. Dari uraian tersebut tampak bahwa transaksi melalui sistem elektronik rentan akan resiko atau *gharar* (penipuan). *Gharar* dalam bahasa Arab berarti akibat, bencana, risiko dan sebagainya, dalam konteks bisnis berarti melakukan sesuatu dengan membabi buta tanpa pengetahuan yang cukup atau mengambil risiko tanpa mengetahui akibatnya atau memasuki kancah risiko dan memikirkan konsekuensinya. Dalam segala situasi tersebut selalu terdapat unsur resiko.

Berdasarkan hal di atas, terbukti bahwa ekonomi syariah sangat mengutamakan keadilan, keseimbangan, kebebasan dan bertanggung jawab dalam

---

<sup>7</sup> Muhammad, *Etika Bisnis dalam Perspektif Hukum Islam*, (Malang: Malang Pers, 2007), hlm. 125.

<sup>8</sup> *Khiyar* adalah perbuatan memilih antara dua hal yang lebih baik, yaitu melangsungkan akad jual beli atau membatalkan akad jual beli. Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), hlm. 179.

mewujudkan perekonomian yang sesuai dengan syari'at Islam serta mensejahterakan kehidupan umat manusia.

Setelah melihat kenyataan yang ada, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna mengetahui lebih lanjut terkait perlindungan konsumen yang akan penulis tuangkan dalam usulan penelitian yang berjudul **“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik”**.





## **B. Rumusan Masalah**

Ada ketidakharmonisan mengenai perlindungan hak-hak konsumen dalam jual beli online antara Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta masalah yang terjadi dalam transaksi media elektronik sesuai dengan Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Ketidakharmonisan ini dapat terlihat pada pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 mengenai hak-hak konsumen.

Setelah melihat permasalahan di atas, masalah-masalah yang akan di kaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana hak-hak konsumen menurut Perundang-undangan Indonesia dan Konvensi Internasional mengenai transaksi elektronik?
2. Bagaimana hakikat perlindungan hak-hak konsumen menurut Perundang-undangan Indonesia dan Konvensi Internasional tentang transaksi elektronik?
3. Bagaimana harmonisasi Hukum Ekonomi Syariah terhadap norma perlindungan hak-hak konsumen yang termuat dalam Perundang-undangan di Indonesia dan Konvensi Internasional tentang transaksi elektronik?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan-rumusan masalah di atas. Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis melalui penelitian ini adalah:

1. Untuk memberikan kejelasan hukum tentang perlindungan hak-hak konsumen dalam perundang-undangan Indonesia dan Kovensi Internasional dalam transaksi elektronik.
2. Untuk mengetahui hakekat perlindungan hak-hak konsumen dalam Perundang-undangan Indonesia dan Kovensi Internasional dalam transaksi elektronik.
3. Untuk mengetahui bagaimana harmonisasi Hukum Ekonomi Syariah terhadap norma perlindungan hak-hak konsumen dalam transaksi elektronik.

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

Penelitian mengenai tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap perlindungan konsumen pada transaksi elektronik diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritik, memberikan pemahaman dan pengetahuan tentang etika dan perlindungan hak-hak konsumen dalam perundang-undangan, serta bagaimana hukum ekonomi syariah memandang perlindungan hak-hak konsumen dalam undang-undang tersebut.
2. Secara akademis, diharapkan penyusunan ini dapat menambah *hazanah* ilmu pengetahuan terutama dalam bidang hukum ekonomi syariah, pustaka Islam, serta dapat mengenalkan masyarakat pada suatu bentuk keilmuan hukum Syariah yang meliputi seluruh aspek kehidupan.

#### **E. Penelitian Terdahulu**

Penelitian lain tentang perlindungan konsumen telah dilakukan oleh peneliti lain, seperti:

1. Yayang yang berjudul “Tanggung Jawab Hukum Produsen Rokok Kaitanya dengan Pasal 3 Huruf (e) Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konaumen” skripsi tersebut berisi tentang implementasi dari pasal 3 huruf (e) UUPK adalah untuk menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, 2010.

Yayang mengatakan bahwa prinsip dari aliran Utilitarisme yaitu manusia akan bertindak untuk mendapatkan kebahagiaan yang sebesar-besarnya dan mengurangi penderitaan. Ukuran baik buruknya suatu perbedaan itu mendatangkan kebahagiaan atau tidak. Tujuannya adalah untuk mewujudkan semata-mata apa yang berfaedah bagi orang. Pembentukan undang-undang hendaknya dapat melahirkan undang-undang yang dapat mencerminkan keadilan bagi semua individu. Implementasi dari pasal 3 huruf (e) UUPK adalah menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen<sup>9</sup>.

2. Mukhlisin yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam terhadap Hak-hak Konsumen dalam undang-undang No. 8 Tahun 1999”, 2008.

Mukhlisin mengatakan bahwa: perlindungan hak-hak konsumen yang ada di dalam undang-undang No. 8 tahun 1999 perlindungan konsumen yang kemudian ditinjau dari segi hukum Islam<sup>10</sup>. Skripsi saudara Mukhlisin ini membahas tentang perlindungan hak-hak Konsumen secara umum.

3. Muhamad Rio Mahda Yuditira yang berjudul “Tinjauan terhadap Klausula Baku Perjanjian Jasa Laundry di Laundry Cibeunying Kolot dikaitkan dengan pasal 18 Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen”, 2016.

---

<sup>9</sup> Yayang “*Tanggung Jawab Hukum Produsen Rokok Kaitanya dengan Pasal 3 Huruf (e) Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konaumen*” Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Hukum dan Syariah UIN Sunan Gunung Djati Bandung, (Skripsi tidak dipublikasi, 2010).

<sup>10</sup> Mukhlisin yang berjudul “*Tinjauan Hukum Islam terhadap Hak-hak Konsumen dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999*”, Skripsi, Jurusan Muamalah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga, (Skripsi tidak dipublikasi, 2008).

Muhamad Rio Mahda mengatakan bahwa akibat hukum isi klausa baku yang ada pada perjanjian jasa laundry di Laundria Cibeunying Kota Bandung antara pada pihak pelaku usaha jasa Laundry dengan konsumen jasa laundry batal demi hukum<sup>11</sup>. Hal ini dikarenakan klausula baku yang dibuat oleh pelaku usaha jasa laundry di Laundria Cibeunying kota Bandung ada ketidaksesuaian dengan syarat sah perjanjian terhadap klausula yang halal dan ketidaksesuaian dengan peraturan percantuman klausula baku sebagaimana di atur dalam pasal 18 Undang-undang perlindungan konsumen.

Dari beberapa judul skripsi diatas dapat diketahui bahwa judul skripsi yang diambil penulis yaitu tinjauan hukum ekonomi Syariah terhadap perlindungan konsumen pada jual beli Online yang mana dalam skripsi ini menjelaskan bahwa penyusun akan memfokuskan penyusunan pada perlindungan hak-hak konsumen dalam transaksi elektronik. Pelaku usaha online harus berhati-hati dalam melakukan transaksi online terkhusus bagi konsumen online dikarenakan banyaknya konsumen online yang dirugikan akibat dari ketidakjujuran para penjual online yang pada kenyataanya masih banyak pembeli yang tidak mengetahui spesifikasi suatu barang yang ditawarkan oleh penjual online, atau bahkan tertipu dalam transaksinya.

---

<sup>11</sup> Muhamad Rio Mahda Yuditira yang berjudul *“Tinjauan terhadap Klausa Baku Perjanjian Jasa Laundry di Laundria Cibeunying Kolot dikaitkan dengan pasal 18 Undang-undang No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen”*, Skripsi, Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Gunung Djati Bandung, (Skripsi tidak dipublikasi, 2016).

Banyak berbagai karya tulis ilmiah dan hasil penelitian mulai dari artikel, makalah, dan skripsi yang sudah dilakukan peneliti terdahulu. Namun peneliti terdahulu hanya menitikberatkan pada perlindungan konsumen pada jual beli online. Untuk itu dalam penelitian ini lebih menitikberatkan pada Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Hak dan Kewajiban Konsumen pada Jual Beli Online.

#### **F. Kerangka Penelitian**

Islam adalah agama yang sempurna dan universal, ajaran Islam meliputi seluruh aspek kehidupan manusia. Tidak ada satupun sendi kehidupan yang lepas dari pandangan Islam. Demikian pula Islam mengatur masalah-masalah ekonomi. Betapa banyak ayat-ayat Al-Quran maupun Sunnah Nabi yang merupakan masalah tersebut.

Penyusun menggunakan teori *Maqashid Al-Syariah* dari perspektif keniscayaan (dasar klasifikasi klasik) *Maqashid Al-Syariah* yang terdiri dari dua kalimat yaitu *Maqashid* dan *Al-Syariah* yang hubungan antara satu dan lainnya dalam bentuk *mudhaf* dan *mudhafun ilaih*. Kata *maqashid* adalah jamak dari kata *Maqshad* yang artinya adalah maksud dan tujuan. Kata *Al-Syariah* yang sejatinya adalah hukum Allah baik yang ditetapkan sendiri oleh Allah, maupun ditetapkan Nabi sebagai penjelasan atas hukum yang ditetapkan oleh Allah atau oleh Nabi dengan demikian kata *Maqashid Al-Syariah* berarti apa yang dimaksud oleh Allah dalam menetapkan hukum. Dengan demikian, *Maqshid Al-Syariah* mengandung arti yang sama dengan kata hikmah<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh 2*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 231.

Ulama telah membagi *Maqashid Al-Syariah* menjadi 5 (Lima) bagian, yaitu: *Hifz Al-Din* (Memelihara Agama) *Hifz Al-Nafs* (Memelihara Akal) *Hifz Al-Mal* (Memelihara Harta) *Hifz Al-Aql* (Memelihara Akal) *Hifz Al-Nasl* (Memelihara Keturunan), sebagian ulama menambahkan *Hifz Al-Ird* (Memelihara Kehormatan)<sup>13</sup>.

Ditegaskan oleh Abd al-Wahhab Khallaf *Maqashid Syari'ah*, adalah hal yang sangat penting yang dapat dijadikan alat bantu untuk memahami redaksi Al-Qur'an dan Sunnah, menyelesaikan dalil-dalil yang bertentangan dan yang sangat penting lagi adalah untuk menetapkan hukum terhadap kasus yang tidak tertampung oleh Al-Qur'an dan Sunnah secara kajian kebahasaan<sup>14</sup>.

Menurut aqidah memelihara kelima atau keenam hal tersebut adalah keharusan, yang tidak bisa ada, jika kehidupan manusia dikehendaki untuk berlangsung dan berkembang. Khususnya dalam masalah perlindungan hak-hak konsumen berlaku *Maqashid Al-Syariah* dari segi keniscayaan yaitu *Hifz Al-Mal* (memelihara harta) . kehidupan manusia akan terancam apabila terjadi krisis ekonomi yang menyeluruh. Oleh karenanya, Islam melarang sebab-musabab terjadinya krisis tersebut seperti monopoli, riba, korupsi, dan kecurangan.

Menurut Jasser Audah, *Maqashid Al-Syari'ah* merupakan salah satu cara intelektual dan metodologis paling penting saat ini untuk melakukan reformasi dan pembaruan Islam. Selain itu, dilihat dari perbandingan antara definisi ekonomi Syariah dengan ekonomi umum, dapat ditarik kesimpulan bahwa acuan Islam pada

---

<sup>13</sup> M. Amin Abdullah, *Membumikan Hukum Islam Melalui Maqasid Syariah*, (Yogyakarta: Al-Mizan, 2015), hlm. 11.

<sup>14</sup> Satria Effendi, *Ushul Fiqh*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 237.

perlindungan terhadap konsumen lebih konkret dan tegas daripada yang ditawarkan oleh ekonomi umum.

Fiqh muamalah mempunyai ciri khas seperti yang dimiliki hukum islam, yaitu kemanusiaan (انسائي) , berakhlak (اخلاقي), dan universal(عالمي) . Ciri khas pertama, kemanusiaan artinya bahwa hukum yang diletakan oleh Islam adalah untuk kebahagiaan manusia dunia dan akhirat. Hukum Islam adalah hukum yang dengan seksama memberikan perhatian yang penuh kepada manusia , baik mengenai diri, ruh, usaha/ pekerjaan (كسب), hubungan antara antara seksama memberikan perhatian yang penuh kepada seksama ekonomi politik, dan yang lainnya maupun pahala dan siksa. Oleh karenanya ia menjadikan manusia sebagai sumber dari segala sumber hukum dan sekaligus menjadikannya sebagai subjek dan objek hukum. Nilai-nilai insaniyah hukum Islam yang meliputi UU No. 21 Tahun 2008, umpamanya terlihat dalam hal arah pembangunan ekonomi, fungsi sosial seperti zakat dan shadaqah, tolong menolong dan perlindungan nasabah<sup>15</sup>.

Adapun norma-norma dasar yang wajib diikuti dalam transaksi dan khususnya dalam mencari kekayaan adalah sebagai berikut:

Pertama, Al-Qur'an memerintahkan kita untuk senantiasa menepati janji dan menunaikan amanat serta melarang kita untuk memakan harta secara bathil.

---

<sup>15</sup> Atang Abd. Hakim, *Fiqh Perbankan Syariah*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2011), hlm. 188-189.



Firman Allah dalam surat An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Menjalankan transaksi tunai ataupun transaksi elektronik menurut Islam harus dilakukan dengan suka sama suka. Tidak ada yang terdzalimi, paksaan, apalagi ancaman dalam melakukannya. Agar suka sama suka, maka transaksi tersebut harus dilakukan oleh orang yang sadar, berakal, dan juga bisa memilah-milih sesuai dengan kebutuhannya.

Kedua, Al-Qur'an selalu memerintahkan kita untuk senantiasa berlaku baik terhadap sesama manusia khususnya di dalam usaha mencari kekayaan, seperti memenuhi janji.

Firman Allah dalam surat Al-Maidah ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

“Wahai orang-orang yang beriman, Penuhilah janji-janji. Hewan ternak diharamkan bagimu, kecuali yang akan disebutkan kepadamu, dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berhram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai yang Dia kehendaki”.



Di dalam ayat tersebut, dijelaskan bahwa manusia harus memenuhi akad. Hal ini juga berlaku dalam transaksi elektronik. Akad atau perjanjian juga harus dilaksanakan sebelum adanya transaksi. Untuk itu, dalam proses transaksi pasti akan selalu ada kesepakatan mulai dari penentuan harga, kualitas barang, syarat-syarat penjualan dan pembelian barang.

Ketiga, Al-Qur'an melarang kita dari perbuatan merugikan orang lain seperti khianat, curang dalam berdagang dan mengurangi timbangan serta takaran.

Firman Allah dalam surat Hud ayat 85:

وَيَا قَوْمِ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ  
مُفْسِدِينَ

“Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan”.

Dalam ayat diatas dijelaskan bahwa dalam suatu transaksi tidaklah diperbolehkan kedua pihak melakukan kecurangan sehingga melanggar hak-hak atau kewajiban pihak lain, yang dapat merugikan pihak-pihak yang bersangkutan.

Sedangkan dalam prinsip-prinsip muamalah sebagaimana diterangkan oleh Ahmad Azhar Basyir sebagai berikut:

1. Pada dasarnya segala bentuk muamalah adalah mubah, kecuali yang ditentukan oleh Al-Qur'an dan As-Sunah
2. Muamalah dilakukan atas dasar suka rela, tanpa mengandung unsur paksaan.

3. Muamalah dilakukan atas dasar pertimbangan mendatangkan manfaat dan menghindarkan madharat dalam kehidupan masyarakat.
4. Mu'amalah dilaksanakan dengan memelihara nilai keadilan, menghindari unsur-unsur penganiayaan, unsur-unsur pengambilan kesempatan dalam kesempitan.

Dengan memasukan nilai-nilai atau prinsip ajaran Islam yang integral dalam definisi ekonomi Islam, maka segala aktivitas ekonomi dalam Islam harus berada dalam koridor prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam. Untuk itu terdapat dua pengawasan perlindungan konsumen dalam Islam, yaitu sanksi religi berupa halal, haram, dosa dan pahala, dan sanksi hukum positif Islam dengan segala perangkatnya, seperti dewan hisbah dan peradilan.

Perlindungan hukum bagi konsumen adalah dengan melindungi hak-hak konsumen. Walaupun sangat beragam, secara garis besar hak-hak konsumen dapat dibagi dalam tiga hak yang menjadi prinsip dasar, yaitu:

1. Hak yang dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal, maupun kerugian harta kekayaan.
2. Hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga wajar.
3. Hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.

Bertolak dari hak-hak konsumen di atas, hal yang perlu dipertanyakan dari mana hak-hak tersebut diperoleh. Bagaimana hak-hak tersebut dinikmati, dipertahankan dan kapan adanya jaminan perlindungan. Secara universal, hak-hak tersebut adalah hak yang melekat pada setiap konsumen.

*Guidelines for Consumer Protection of 1985*, yang dikeluarkan oleh Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) menyatakan: “Konsumen di manapun mereka berada, dari segala bangsa, mempunyai hak-hak dasar sosialnya”. Maksud hak-hak dasar tersebut adalah hak untuk mendapatkan informasi yang jelas, benar, dan jujur, hak untuk mendapatkan ganti rugi, hak untuk mendapatkan kebutuhan dasar manusia (cukup pangan dan papan), hak untuk mendapatkan lingkungan yang baik dan bersih serta kewajiban untuk menjaga lingkungan, dan hak untuk mendapatkan pendidikan dasar. PBB menghimbau seluruh anggotanya untuk memberlakukan hak-hak konsumen tersebut di negara masing-masing<sup>16</sup>.

Teori materi di atas penyusun gunakan untuk mengakhiri pembahasan sebagai jalan mengambil suatu kesimpulan yang selanjutnya akan dikembalikan bagi kemaslahatan umat dan diharapkan terhindar dari penyalahgunaan hak secara sewenang-wenang.

#### **G. Langkah-langkah Penelitian**

##### 1. Jenis Penyusunan

Dalam penyusunan ini, penyusun menggunakan jenis penyusunan pustaka (*library research*), yaitu penyusunan dengan cara menghimpun, menuliskan, mengedit, mengklarifikasikan, mereduksi dan menjadikan data dan informasi yang relevan dengan topik masalah yang diteliti<sup>17</sup>. Data dan informasi tersebut diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti buku-buku ilmiah, laporan penyusunan, karangan-karangan ilmiah, tesis, dan disertai

---

VII. <sup>16</sup> AZ. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Diadit Media, 2002), hlm.

<sup>17</sup> <http://www.perkuliahan.com/apa-pengertian-studi-kepustakaan/>, diakses 11 Juni 2017.

peraturan-peraturan, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lainnya yang terkait dengan etika dan perlindungan dalam transaksi elektronik untuk dilihat dalam perspektif hukum Islam.

## 2. Sifat Penyusunan

Sifat penyusunan yang digunakan adalah deskriptif analitik, yaitu mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap bagaimana pandangan hukum Islam terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik melalui data, sampel, atau fakta yang telah terkumpul serta interpretasi yang tepat untuk kemudian membuat kesimpulan yang berlaku umum<sup>18</sup>.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk menggali data-data yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini, penyusun mengelompokkan literature-literatur dalam kategori yang berhubungan dengan pembahasan. Mengingat penyusunan ini adalah bahan kepustakaan, maka penyusun mencari data-data terkait pokok permasalahan yang berupa catatan buku, surat kabar, majalah, dan sebagainya.

## 4. Pendekatan

Pendekatan yang digunakan dalam penyusunan ini adalah pendekatan yuridis normatif. Pendekatan yuridis penyusun gunakan dalam melihat objeke hukum karena berkaitan dengan perundang-undangan yaitu Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan

---

<sup>18</sup> <http://www.bimbingan.org/pengertian-pendekatan-deskriptif-analitik.htm>, diakses 11 Juni 2017

Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Untuk melihat aturan hukum tentang perlindungan konsumen dengan prinsip-prinsip atau kaidah yang ada dalam hukum Islam.

#### 5. Analisis Data

Setelah data terkumpul, maka selanjutnya penyusun menganalisis data-data tersebut dengan metode deduktif, yaitu cara berfikir yang berlandaskan kepada teori umum atau kaidah umum. Penyusun berangkat dari perlindungan konsumen dalam hukum ekonomi Syariah dan Undang-Undang, untuk mempermudah deskripsi konteks yang bersifat umum, dan ditarik kesimpulan secara khusus.

