

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman modern sekarang ini, perkembangan teknologi semakin cepat dan canggih sehingga hal itu memudahkan semua orang untuk bisa saling berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain dalam jarak jauh salah satunya melalui internet atau yang biasa kita sebut Online. Pengertian dari online sendiri adalah suatu keadaan dimana kita terhubung atau terkoneksi dengan jaringan internet sehingga kita bisa mengakses apapun dari internet. Pada masa kini, kita tidak hanya bisa browsing saja melalui internet tetapi juga bisa melakukan kegiatan transaksi jual beli melalui internet atau yang biasa disebut jual beli online.

Perdagangan serta pembelian secara online yang dilakukan melalui internet lebih dikenal dengan istilah electronic commerce (e-commerce). E-commerce merupakan proses pembelian, penjualan atau pertukaran barang atau jasa dan informasi melalui jaringan komputer termasuk internet. E-Commerce merupakan salah satu bentuk transaksi perdagangan yang paling banyak dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi. Melalui transaksi perdagangan ini konsep pasar tradisional (dimana penjual dan pembeli secara fisik bertemu) berubah menjadi konsep telemarketing (perdagangan jarak jauh melalui internet) e-commerce pun telah mengubah cara konsumen dalam memperoleh produk yang diinginkannya.¹

¹ Alfian Perdana, dkk, *Penyelesaian Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Media Elektronik*, Jurnal Ilmu Hukum, Vol.2 No. 1, (Banda Aceh: Pascasarjana Universitas Syiah Kuala, 2014), hlm.5223412

E-commerce merupakan bentuk perdagangan yang memiliki karakter tersendiri yaitu perdagangan yang melintasi daerah bahkan batas negara, tidak bertemunya penjual dan pembeli secara langsung, dilakukan dimana saja dan kapan saja, menggunakan media internet. Kondisi tersebut di satu sisi sangat menguntungkan konsumen, karena mempunyai banyak pilihan untuk mendapatkan barang dan tidak perlu beranjak dari tempat tinggalnya akan tetapi di sisi lain pelanggaran akan hak-hak konsumen sangat riskan terjadi karena karakteristik e-commerce yang khas. Sekurang-kurangnya ada beberapa e-commerce yang sedang menggurita di Indonesia, serta menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat Indonesia, diantaranya; Lazada, Tokopedia, Bukalapak, Shopee dan lain sebagainya. Dengan adanya penyedia barang secara online ini, disisi lain mampu mempermudah masyarakat dalam mengakses barang-barang yang notabennya tidak ada ditoko sekitar rumah dengan harga yang relatif murah.

E-commerce di dalam hukum positif sudah diatur di dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Di dalam pasal 2 ayat 2 di sebutkan bahwa Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang disingkat PMSE adalah Perdagangan yang transaksinya melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.²

Tetapi yang pasti, setiap kali orang berbicara tentang *e-commerce*, mereka memahaminya sebagai bisnis yang berhubungan dengan internet. Dari definisi diatas, bisa diketahui karakteristik bisnis *online*, yaitu: 1) Terjadinya transaksi

² Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, pasal 1 ayat 2

antara dua belah pihak; 2) Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi; 3) Internet merupakan media utama dalam proses atau mekanisme akad tersebut. Di dalam bisnis jual beli online tersebut yang dijual pun sudah beranekaragam, mulai dari barang elektronik, alat rumah tangga, pakaian, makanan dan lain-lain.

Terlebih lagi jual beli secara online lebih banyak menguntungkan bagi pembeli dan juga penjual. Selain memberikan keuntungan bagi pembeli dalam hal lebih mudah dan efisien serta harganya yang bervariasi sehingga bisa mencari harga yang murah, begitu juga keuntungan yang di dapat oleh penjual ialah adanya kemudahan dalam memasarkan barangnya tanpa harus mencari pembeli secara langsung dan tanpa harus kesana-kemari dalam menawarkan produknya, penjual hanya perlu memasarkan produknya di situs jual beli online atau di media sosial.

Akan tetapi di dalam praktik transaksi jual beli online banyak menimbulkan permasalahan-permasalahan yang cenderung merugikan konsumen dan menimbulkan berbagai permasalahan hukum dalam melakukan transaksi e-commerce.³ Masalah hukum yang menyangkut perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen semakin mendesak dalam hal seorang konsumen melakukan transaksi e-commerce dengan merchant dalam satu negara atau berlainan negara. Di dalam jual beli melalui internet, seringkali terjadi kecurangan. Kecurangan-kecurangan tersebut dapat terjadi yang menyangkut keberadaan pelaku usaha, barang yang dibeli, harga barang dan pembayaran oleh konsumen.⁴ Juga Dampak negatif dari jual beli online itu sendiri cenderung merugikan konsumen.

³ Abdul Halim Barkatullah, *Perlindungan Hukum bagi konsumen dalam Transaksi Ecommerce*, (Yogyakarta: Pascasarjana FH UII Press, 2019), hlm. 7

⁴ *Ibid*, hlm. 4

Diantaranya dalam hal yang berkaitan dengan produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Contoh saat belanja barang secara online, tapi barang yang dibeli tidak sama dengan yang dilihat difoto pada iklan yang dipajang. Apakah itu termasuk pelanggaran hak konsumen, apakah dapat menuntut penjual untuk mengembalikan uang atau mengganti barang yang telah dibeli tersebut.

Dalam contoh lain, suatu perjanjian terkadang pihak debitur melakukan wanprestasi, yaitu tidak berhasil memenuhi prestasi sesuai dengan yang diperjanjikan. Mengenai wanprestasi ini Subekti mengklasifikasikan menjadi empat macam, yaitu tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya, melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan, melakukan apa yang dijanjikan tetapi terlambat, melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.⁵

Wanprestasi kebanyakan dilakukan oleh pelaku usaha, jika pelaku usaha melakukan wanprestasi, misalnya saja dalam hal pengiriman barang yang mengalami keterlambatan waktu sampai ketangan konsumen. Sebagai konsumen dapat menghubungi kembali pihak pelaku usaha untuk mengkonfirmasi keberadaan barang yang dibelinya. Atau ada juga pelaku usaha yang dengan sengaja berniat tidak memenuhi kewajibannya, hal ini dapat dikategorikan sebagai wanprestasi atau penipuan.

Terkait dengan jual beli online ini, ada hal yang menarik bagi penulis mengenai jual beli parfum yang dilakukan secara online di toko online

⁵ Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta: Intermasa, 2002), hlm. 45

pesanparfumgue.com. Cara penjualannya adalah dengan menjual parfum yang di racik terlebih dahulu sesuai hasil riset yang di ambil dari data diri seseorang yaitu berdasarkan nama lengkap, tanggal lahir, golongan darah, dan jenis kelamin orang tersebut.

Parfum Gue dalam Formulanya melibatkan 48 hingga 144 jenis wangi yang merupakan turunan-turunan dari 12 jenis dasar wangi yang ada di Dunia saat ini, yaitu Wangi Fruty, Oriental, Citrus, Woody, Green, Floral, Oceanic, Leather, Aromatic, Gourmand, Chypre, Fougere. Jual beli parfum yang dilakukan oleh pihak Parfum Gue adalah dengan cara pemesanan secara online dengan menggunakan data diri (biodata) pembeli yang akan memesan parfum tersebut. Kemudian tahap selanjutnya parfum tersebut di riset dan di racik berdasarkan data yang di ambil dari data diri pembeli dengan berdasarkan nama lengkap, tanggal lahir, golongan darah, dan jenis kelamin pembeli tersebut dengan menggunakan Aplikasi PERSONA (Personal Riset Online Application).

Di dalam penjualannya pihak pejual dari toko online pesanparfumgue.com mengklaim 99% bahwa parfum yang dipesan si pembeli wanginya pasti cocok dengan wangi karakter pembeli karena sudah menggunakan biodata pembeli. Namun pada kenyataanya tidak sedikit dari pemesan yang merasa tidak cocok dengan wangi parfum yang di pesannya. Hal ini menandakan bahwa apa yang diklaim pihak toko online pesanparfumgue.com ini tidak sepenuhnya bisa di anggap benar atau mungkin terlihat seperti mengada-ngada dengan memberikan informasi barang yang tidak benar dan akurat, ini terlihat seperti pihak toko bisa menjamin bahwa parfum yang dijualnya akan cocok dengan selera si pembeli. Padahal

ketertarikan konsumen dalam mencium bau aroma parfum itu berbeda-beda, jadi pihak toko tidak bisa hanya dengan menebak bahwa konsumen pasti suka wangi dari parfum tersebut. Jika berdasarkan seperti itu maka ada ketidakjelasan dalam menjual produk tersebut karena aroma wangi dari parfum tiap orang beda-beda. Sehingga pada akhirnya karena dengan klaiman tersebut pihak pembeli seperti sangat percaya akan parfum tersebut, sehingga pembeli tidak ragu untuk memesannya. Namun ketika barang sudah tiba di tangan pembeli ternyata wangi dari parfum tersebut tidak cocok atau wanginya kurang suka berbanding terbalik dengan apa yang di katakan oleh penjual. Hal ini mengakibatkan adanya rasa kecewa dan pembeli merasa di rugikan yang katanya parfum yang dijual tersebut pasti akan cocok dengan si pembeli.

Apa yang dikatakan atau diklaim oleh pihak toko adalah sesuatu yang berbeda dengan hasilnya. Yang di awal pihak toko mengklaim bahwa parfum yang dijualnya itu memiliki tingkat keakuratan yang besar yakni bahwa wangi dari parfumbnya itu pasti akan cocok dengan karakter si pembeli. Akan tetapi banyak pembeli yang tidak merasa demikian dalam artian banyak pembeli yang kecewa atas parfum yang dibelinya, karena apa yang diklaim tersebut tidak sesuai dengan yang dikatakan oleh pihak toko tersebut. Ini berarti pihak toko tidak memberikan penjelasan atau informasi yang benar dan akurat terkait barang yang dijualnya. Alhasil barang pun menjadi tidak sesuai dengan apa yang diharap oleh pembeli.

Jika di lihat dalam sudut pandang hukum, pihak penjual telah melakukan wanprestasi karena tidak bisa memenuhi kewajibannya sebagaimana yang telah di tentukan (prestasinya tidak terpenuhi). Apa yang dilakukan oleh pihak penjual

adalah melaksanakan apa yang dijanjikan, tetapi tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan. Pada bentuk ini penjual benar telah menyerahkan barang yang dijual belikan tetapi tidak sebagaimana yang dijanjikan. Memang si penjual telah menjual parfum yang telah di racik sesuai dengan biodata pembeli, akan tetapi wangi dari parfum tersebut tidak cocok dengan pembeli, ini bertolak belakang dengan apa yang di klaim oleh si penjual.

Dengan memperhatikan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Jual Beli Parfum secara Online di Toko Parfum Gue dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dihubungkan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik”**

B. Rumusan Masalah

Penjual parfum gue yang mengklaim 99% bahwa parfum yang dipesan pembeli wanginya pasti cocok dengan wangi karakter pembeli karena sudah menggunakan biodata konsumen ternyata setelah dibeli wangi dari parfumnya tidak cocok dengan si pembeli. Hal ini menandakan adanya wanprestasi yang di lakukan oleh pihak penjual sehingga merugikan si pembeli. Berdasarkan pemaparan diatas, maka yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Mekanisme jual beli Parfum di toko pesanparfumgue.com?
2. Bagaimana Jual Beli Parfum secara Online di Toko Parfum Gue dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dihubungkan dengan Peraturan

Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penulis yang ingin dicapai dalam penelitiannya yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana Proses jual beli parfum di toko pesanparfumgue.com
2. Untuk mengetahui bagaimana Jual Beli Parfum secara Online di Toko Parfum Gue dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dihubungkan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik?

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari tulisan ini diharapkan bisa memberi manfaat baik secara teoritis ataupun praktis kepada pihak-pihak terkait. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan yang lebih banyak lagi terutama perihal jual beli parfum secara online di toko pesanparfumgue.com
 - b. Bagi masyarakat, karena penelitian ini di dapat dari hasil lapangan maka penulis berharap penelitian ini bisa bermanfaat bagi masyarakat serta bisa memberi pengetahuan kepada mereka tentang bagaimana mekanisme pembelian parfum secara online yang dilakukan di toko pesanparfumgue.com.

2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dari penelitian ini adalah dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran terhadap pengembangan ilmu di lingkungan kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung serta bisa sebagai informasi yang dapat dipergunakan untuk tambahan pengetahuan kepada masyarakat terkait jual beli pesanan secara online, khususnya jual beli Parfum di toko online pesanparfumgue.com.

E. Studi Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul skripsi ini adalah sebagai berikut:

Table 1.1

Persamaan dan Perbedaan Penelitian

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Munir Salim ⁶	Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam	Persamaannya terletak pada pembahasannya yaitu sama-sama membahas jual beli online. Dan juga terkait hukumnya apakah diperbolehkan atau tidak dan ketentuannya seperti apa.	Penelitian yang dilakukan oleh Munir Salim ialah terkait dengan ketentuan hukum dalam bertransaksi jual beli online, apakah halal atau haram. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yang dimana dalam

⁶ Munir Salim, *Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam*, Vol. 6 / No. 2 (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2017)

				penelitiannya lebih kepada jual beli parfum secara online tetapi didalamnya mengandung unsur Gharar.
2.	Dio Aditya ⁷	Transaksi Jual Beli Secara Online Dalam Pandangan Hukum Islam	Sama-sama membahas tentang transaksi jual beli secara online	Penelitian yang dilakukan oleh Dio Aditya berkaitan dengan hukum dalam bertransaksi jual beli online. Sedangkan dalam penelitian penulis berbeda karena lebih membahas tentang jual beli parfum yang dilakukan secara online.
3.	Wawan Priana ⁸	Analisis Hukum Ekonomi Syariah terhadap Model Dropship Jual Beli Online di Bukalapak	Dalam penelitian yang dilakukan oleh wawan adalah lebih kepada jual beli online secara dropship di Bukalapak	Bedanya, penulis lebih membahas tentang jual beli parfum secara online. Sedangkan penelitian dari wawan lebih kepada jual beli online secara dropship.

F. Kerangka Pemikiran

Jual beli (*al-ba'i*) atau bisa disebut dengan perdagangan, dalam etimologi berarti menjual atau mengganti. Dan menurut Bahasa ialah memindahkan hak milik

⁷ Dio Aditya Pratama, *Transaksi Jual Beli Secara Online Dalam Pandangan Hukum Islam*, (Jakarta: UIN Syarih Hidayatullah, 2018)

⁸ Wawan Priana, *Analisis Hukum Ekonomi Syariah terhadap Model Dropship Jual Beli Online di Bukalapak*, (Bandung; UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2018)

terhadap benda dengan akad saling mengganti. Adapun menurut Malikiyah, Syafi'iyah, dan Hanabilah dalam buku Dr. Mardani yang berjudul Fiqh Ekonomi Syariah, bahwa jual beli (*al-ba'i*) yaitu tukar menukar harta dengan harta pula dalam bentuk pemindahan milik dan kepemilikan.⁹

Hukum jual beli telah diatur dalam syariat Islam, baik dalam Al-Quran, Hadits ataupun Ijma para ulama,

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا
إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا
سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. (QS. Al-Baqarah: 275)¹⁰

عَنْ دَاوُدَ بْنِ صَالِحِ الْمَدَنِيِّ عَنْ أَبِيهِ قَالَ سَمِعْتُ أَبَا سَعِيدٍ الْخُدْرِي يَقُولُ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ

عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ (رواه ابن ماجه)

⁹ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2012), hlm. 101.

¹⁰ Departemen Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Surabaya: CV Fajar Mulya, 2015), hlm. 47

Artinya: “Dari Daud bin Shalihin Al-Madanya dari ayahnya berkata, Saya mendengar ayah Said Khaldri berkata, Rasulullah SAW bersabda jual beli itu harus sama sama suka”. (HR. Ibnu Majah)¹¹

Para ulama fiqih dari dahulu sampai dengan sekarang telah sepakat bahwa:

الْأَصْلُ فِي الْأُمُورِ مِلَّةُ الْإِبْرَاهِيمَ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

Artinya: Hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.¹²

Kaidah yang telah diuraikan di atas dapat dijadikan dasar atau hujjah dalam menetapkan hukum berbagai masalah berkenaan dengan bermuamalah. Dari dasar hukum sebagaimana tersebut di atas bahwa jual beli itu adalah hukumnya mubah. Artinya jual beli itu diperbolehkan asal saja di dalam jual beli tersebut memenuhi ketentuan yang telah ditentukan di dalam jual beli dengan syarat-syarat yang sesuaikan dengan hukum Islam dan beberapa hal lain yang perlu diperhatikan dalam melakukan transaksi jual beli.

Dalam melakukan akad jual beli hal yang penting harus kita perhatikan adalah rukun dan syarat jual beli nya harus terpenuhi, jika tidak maka akad tersebut tidak sah (batal). Di dalam Kompilasi Hukum ekonomi Syariah, rukun dalam jual beli adalah:¹³

- 1) Pihak-pihak
- 2) Objek

¹¹ Abu Abdullah Muhammad bin Yazid Ibn Majah Al-Quzawaeni, *Sarah Ibn Majah*, Juz II, (Beirut: Darul Fikri, tt), hlm. 1737

¹² A. Dzajuli, *Kaidah-Kaidah Fiqh (Kaidah Hukum Islam Dalam Menyelesaikan Masalah Yang Praktis)*, (Jakarta: Kencana, 2007). hlm. 138.

¹³ Mahkamah Agung Republik Indonesia, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: direktorat Jenderal Badan Peradilan Agama, 2011), hlm. 56

3) Kesepakatan

Agar jual beli dapat dilaksanakan secara sah dan memberi pengaruh yang tepat, harus direalisasikan beberapa syaratnya terlebih dahulu. Ada yang berkaitan dengan pihak penjual dan pembeli, obyek yang diperjualbelikan dan cara ijab qabulnya. Adapun syarat dari jual beli adalah:¹⁴

a) Syarat bagi penjual dan pembeli

- Baligh
- Berakal
- Atas kemauan sendiri

b) Syarat objek

- Bersih barangnya
- Dapat dimanfaatkan;
- Milik orang yang melakukan akad/milik sendiri;
- Mampu menyerahkan;
- Diketahui barangnya dengan jelas dan
- Barang yang diakadkan ada di tangan.

c) Syarat Ijab dan Qabul

- Orang yang mengucapkan harus berakal dan baligh
- Qabul sesuai dengan ijab
- Ijab dan qabul dilakukan dalam satu majlis

¹⁴ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2011), hlm. 317

Ada beberapa hal lain yang perlu diperhatikan dalam melakukan transaksi jual beli, diantaranya adalah prinsip dan asas dalam bermuamalah sebagai berikut:

Menurut Dr. Yadi Janwari, ada empat prinsip dalam *muamalah*, yaitu sebagai berikut:¹⁵

- a. Pada asalnya *muamalah* itu boleh dilakukan sampai ada dalil yang mengharamkannya (*al-ashl fi al-mu'amalah al-ibahah hatta yaquma al-dalil'ala al-tahrim*);
- b. *Muamalah* itu hendaknya dilakukan dengan suka sama suka (*'antaradhin*);
- c. *Muamalah* yang dilakukan hendaknya mendatangkan maslahat dan menolak *madharat* (*jalb al-mashalih wa dar'u al-mafasid*); dan
- d. Dalam *muamalah* itu harus terlepas dari unsur *gharar*, kezaliman, dan unsur lain yang diharamkan berdasarkan *Syara*.

Setiap bentuk muamalah akan bermanfaat dan mendatangkan kemaslahatan bagi manusia serta tidak menimbulkan kemafsadatan dan kezaliman, jika dalam kegiatan muamalah harus memiliki asas-asas muamalah. Adapun asas-asas tersebut adalah:¹⁶

- a. Asas *tabadul manafi*, yaitu suatu kegiatan muamalah yang harus memberikan keuntungan dan manfaat bersama bagi pihak-pihak yang terlibat;

¹⁵Yadi Janwari, *Asuransi Syari'ah*, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2005), hlm. 130-131.

¹⁶ Juhaya S Paraja, *Filsafat Hukum Islam*, (Bandung: Universitas Islam Bandung, 1995), hlm. 113.

- b. Asas pemerataan, adalah suatu prinsip dalam bidang muamalah yang menghendaki agar harta tidak hanya dikuasai oleh orang tertentu saja, akan tetapi harta itu harus didistribusikan secara merata diantara masyarakat baik kaya maupun miskin;
- c. Asas-asas *antaradhin*, yaitu setiap bentuk muamalah yang dimana didalamnya terdapat kerelaan di masing-masing pihak;
- d. Asas *adamul gharar*, yaitu setiap bentuk muamalah tidak boleh ada ketidakjelasan baik dalam timbangan, kualitas barang, kuantitas barang, serta tipu daya atau sesuatu yang menyebabkan salah satu pihak merasa dirugikan oleh pihak lainnya sehingga mengakibatkan hilangnya unsur kerelaan salah satu pihak dalam melakukan suatu transaksi atau perikatan;
- e. Asas *biru wa taqwa*, adalah setiap muamalah yang menitikberatkan kepada suka sama suka, sepanjang bentuk muamalah dan pertukaran bentuk manfaat itu dalam rangka pelaksanaan tolong menolong sesama manusia;
- f. Asas *musyarakah*, adalah setiap bentuk muamalah merupakan *musyarakah* dalam artian kerjasama antar pihak saling menguntungkan bukan saja bagi pihak terlibat melainkan juga bagi masyarakat.

Terlebih lagi zaman sekarang ini jual beli dapat dilakukan secara online, artinya jual beli tersebut dilakukan melalui internet dan dilakukan tanpa bertemu langsung antara pembeli dan penjual. Dalam hal ini, jual beli online sendiri tidak terlepas dari aturan-aturan hukum yang mengatur dalam proses berjalannya jual beli

online tersebut. Agar sistem jual beli online ini bisa dapat berjalan semestinya maka perlu diketahui bahwa jual beli online ini ada aturan hukumnya dan ada banyak, namun yang diteliti oleh pebulis adalah Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan di dalam melakukan jual beli online adalah para pihak yang terlibat harus memperhatikan prinsip:¹⁷

- 1) Itikad baik;
- 2) Kehati-hatian;
- 3) Transparansi;
- 4) Keterpercayaan;
- 5) Akuntabilitas;
- 6) Keseimbangan;
- 7) Adil dan sehat.

Dalam penelitian ini yang menjadi inti dari permasalahannya adalah terletak daripada pernyataan pihak toko online pesanparfumgue.com yang menyatakan bahwa parfum yang dibuatnya memiliki keakuratan 99% bahwa aroma wanginya pasti akan disukai oleh konsumen. Akan tetapi nyatanya banyak konsumen yang merasa tidak cocok dengan aroma wangi dari parfum tersebut. Ini menandakan bahwa apa yang dikatakan oleh pihak toko tidak sesuai dengan yang diklaim.

Untuk lebih jelas dan mudah dalam memahami dari penelitian ini, maka penulis membuat peta konsep bagaimana kerangka pemikirannya, sebagai berikut:

¹⁷ Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Pasal 3



G. Langkah-langkah Penelitian

Langkah-langkah yang digunakan oleh penulis dalam penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, yakni dalam penelitian ini mencoba memberikan gambaran dan menjelaskan sistem jual beli pemesanan secara online di Toko pesanparfumgue.com.

2. Jenis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku

yang dapat diamati.¹⁸ Penelitian kualitatif adalah penelitian yang didasarkan pada keadaan yang nyata dilapangan mengenai suatu obyek tertentu. Dan Penelitian ini merupakan penelitian hasil dari lapangan yang bermaksud mempelajari secara intensif latar belakang, keadaan sekarang, dan interaksi suatu sosial, individu dan kelompok, lembaga dan masyarakat.¹⁹

3. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kategori yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Pada sumber data primer ini di dapat dengan melakukan tanya jawab atau wawancara.²⁰ Data primer dalam penelitian ini didapat dari hasil wawancara dengan Bapak Firman selaku pihak pemilik toko online pesanparfumgue.com.

b. Data Sekunder

Data sekunder di dapat adalah cara studi kepustakaan yang bersumber dari buku-buku, Undang-Undang, jurnal dan skripsi, website yang berkaitan dengan penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹⁸Lexy J. Moeloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakaerya. 2006), hlm. 4.

¹⁹Husaini Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), hlm. 5

²⁰Muhtadi dkk, *Metodologi Penelitian Dakwah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2003), hlm.

- a. Wawancara, yaitu teknik yang dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab dengan narasumber yang dilakukan baik secara online.
- b. Studi kepustakaan, yakni teknik yang dilakukan dengan cara membaca, menelaah, mendalami berbagai literatur berupa buku-buku dan sumber lain yang dapat mendukung dan melengkapi penelitian.

5. Analisis Data

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

- a. Memahami berbagai data yang telah didapat dari berbagai sumber
- b. Mengklasifikasikan data tersebut serta menyusunnya sesuai dengan kebutuhan penelitian
- c. Menggabungkan data yang diperoleh dengan teori-teori yang ada
- d. Membuat kesimpulan yang merupakan hasil analisis dari data dengan teori.