

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era digital seperti sekarang ini bertumbuh semakin cepat dari hari ke hari, bulan ke bulan hingga ke tahun kedepannya. Secara tidak langsung penggunaan teknologi ini meningkat tajam. Teknologi jaringan generasi ketiga yang ditandai dengan akses internet *Broadband* dan teknologi komputer yang semakin kompleks telah ubah mode belanja konsumen dari mode belanja tradisional ke mode belanja online. Paling lambat awal tahun 2020, jumlah penduduk mencapai 202,6 juta jiwa atau lebih 68% penduduk Indonesia memiliki akses ke Internet, di antaranya *e-commerce* atau jual beli di toko online. Indonesia adalah salah satu penyebab dinamika perilaku online konsumen.¹

Hampir semua orang menggunakan layanan internet ini. Dalam semua aspek kehidupan, baik itu pendidikan, hiburan, bisnis. Begitu juga dengan masyarakat dan budaya. Internet dapat mengubah dunia sebuah bisnis yang semuanya bisnis tradisional sehingga menjadi perdagangan elektronik. Pada saat ini, *e-commerce* berkembang pesat. *E-commerce* adalah distribusi, pembelian, penjualan, pemasaran, barang dan jasa. Untuk mendukung bisnis *e-commerce* tersebut, diciptakanlah sebuah program aplikasi berbasis website yang dapat diakses melalui jaringan komputer, smartphone atau handphone yang

¹ <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta#> Diakses pada 17 April 2021 pukul 19.02

dioperasikan dengan program android yang dapat mempermudah urusan bisnis tersebut. Bisnis online mempunyai prospek yang sangat besar pada saat ini, dimana semua orang menginginkan kepraktisan dan kemudahan dalam memenuhi segala kebutuhan hidupnya.² Dalam lingkup pembicaraan hukum dan teknologi, perlindungan konsumen menjadi hal yang sangat efektifitas perkembangan dan penerapan teknologi tersebut ditengah masyarakat.³

Salah satu perusahaan yang muncul berkat perkembangan teknologi internet dan sedang populer saat ini adalah jasa *online travel agency* Traveloka. Traveloka merupakan sebuah platform yang berguna untuk pemesanan segala kebutuhan perjalanan yang berasal dari Indonesia. Salah satu perusahaan penjualan Tiket online terbesar di Indonesia saat ini yaitu situs Traveloka. Traveloka dahulu dikenal sebagai situs layanan pertama kali yang memberikan pemesanan tiket pesawat terbesar di Indonesia, yang semakin kesini semakin memperluas jangkauan layanannya. Layanan terbaru saat ini yang dikeluarkan oleh traveloka masih tetap mengedepankan kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen.⁴

Apalagi di masa pandemic sekarang, menggunakan platform online lebih memudahkan masyarakat untuk memesan tiket yang mereka butuhkan, agar terhindar dari kerumunan. Salah satu strategi Traveloka dalam menarik perhatian traveller di tengah pandemi adalah strategi *buy now stay later* dimana pengguna bisa membeli voucher sekarang dan mereka mengatur sendiri kapan ingin

² Hurriyah Badriyah, *Rahasia Sukses Besar Bisnis Online Tanpa Modal*, (Jakarta: Kunci Komunikasi, 2014), hlm. 3.

³ Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika Suatu Kompilasi Kajian*, (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2005), h. 342

⁴ <https://www.traveloka.com> Diakses pada 17 April 2021 pukul 20.00

dipakainya. Tujuannya agar para konsumen merasa puas dan tertarik. Salah satu *event* Traveloka yang kemarin sukses menarik 5 juta pengunjung yakni *epic sale*.

Epic sale merupakan inovasi strategi pemasaran berbasis teknologi dari traveloka untuk membantu mitra, termasuk UMKM, serta mendukung pemulihan ekonomi pariwisata nasional dengan terus menempatkan protokol kesehatan sebagai prioritas. Mudahnya, *epic sale* adalah periode dimana penjual menawarkan produk dengan harga yang sangat murah dengan jangka waktu yang sebentar dan produk yang terbatas. *Epic sale* juga mengundang tingginya partisipasi public dari beberapa pelaku *e-commerce* di Indonesia karena *system* penjualan seperti itu tidak selamanya digunakan, namun hanya di moment-moment tertentu saja.

Belum lama ini, traveloka menggelar *epic sale* dengan tagar **semua serba epic** pada tanggal 25-31 maret 2021. Momen *epic sale* ini menghadirkan banyak penawaran dengan harga menarik yang diikuti oleh lebih dari 27.470 mitra dengan rincian 4.350 mitra akomodasi (hotel, villa, resort, apartemen dan lain-lain, 17.600 lebih mitra traveloka *Xperience* 49 mitra transportasi dan 3.600 lebih merchant Traveloka *Eats*.⁵ Kendati demikian, ketika program *epic sale* muncul complain dari para pelanggan, banyak yang gagal mendapatkan produk yang mereka inginkan. Selain itu, para konsumen banyak yang mengomentari di platform instagramnya mengatakan bahwa harga *epic sale* lebih mahal dibandingkan hari-hari biasa, dan banyaknya uang *refund* para konsumen banyak yang belum dikembalikan padahal di *cancel* dari pihak traveloka akibat larangan mudik.

⁵ <https://www.tribunnews.com/techno/2021/04/08/traveloka-epic-sale-2021-sukses-gaet-5-juta-pengunjung-himpun-27470-mitra> Diakses pada 23 Mei 2021 pukul 17.44

Praktik jual beli secara *epic sale* merupakan salah satu bagian implementasi tujuan syariat dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dengan memperhatikan kepentingan umum. Sehingga segala bentuk kecurangan dan implementasinya didasarkan pada tujuan agar terealisasi di dunia, berupa seluruh tujuan yang ingin dicapai oleh manusia mencakup pada tingkah laku, akidah, perkataan dan tindakannya untuk membedakan antara tujuan baik dan buruk, antara ibadah dan adat dan antara yang dilandaskan karena Allah SWT maupun tidak.

Namun di sisi lain, implementasi *epic sale* di Traveloka mengandung kekhawatiran terjadi praktik penipuan, kecurangan dan hal lainnya yang mampu merugikan konsumen/ pembeli, sehingga tidak sedikit yang merasa dirugikan ketika melakukan transaksi dalam *epic sale*. Hal ini disebabkan tidak bertemunya langsung antara pembeli dan penjual serta tidak tahu pasti barang/ produk yang diinginkan yang hanya sebatas terlihat dalam gambar yang terpampang.

Padahal praktik *epic sale* yang secara jelas ketentuan hukum dan dalilnya merujuk pada jual beli. Seperti praktik jual beli *epic sale* yang disebutkan oleh Ulama fikih ada 3 macam, yaitu: a. jual beli hadir yang mana barangnya dapat disaksikan/ dilihat. b. jual beli dengan sistem pesan atau menyebutkan sifat-sifat barang yang diinginkan pembeli. c. jual beli barang yang tidak ada.

Dalam lingkup pembicaraan hukum dan teknologi, perlindungan konsumen menjadi hal yang sangat efektifitas perkembangan dan penerapan teknologi tersebut ditengah masyarakat.⁶ Walaupun hukum islam telah mengatur berbagai aturan, dan dalam undang-undang perlingungan konsumen sudah ditetapkan akan

⁶ Edmon Makarim, Pengantar Hukum Telematika Suatu Kompilasi Kajian, (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2005), h. 342

tetapi hak-hak konsumen masih sering diabaikan dan disisi lain dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang.

Hukum yang baik ialah hukum yang hidup dalam masyarakat dan dipatuhi oleh masyarakat. Hukum dapat pula bertindak melindungi kepentingan konsumen. Upaya perlindungan konsumen di tanah air didasarkan pada sejumlah asas dan tujuan yang telah diyakini bisa memberikan arahan dalam implementasinya di tingkatan praktis. Dengan adanya asas dan tujuan yang telah diyakini bisa memberikan arahan dalam implementasinya di tingkatan praktis. Dengan adanya asas dan tujuan yang jelas, hukum perlindungan konsumen memiliki dasar pijakan yang benar-benar kuat. Di Indonesia sendiri mengenai perlindungan konsumen ini diatur dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Pengertian Perlindungan Konsumen yang teraktu dalam pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yaitu “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.”⁷

Kemudian, harga yang ditetapkan dalam *epic sale* dapat terjangkau, bahkan menjadi rebutan bagi pembeli sebab sebagian harga yang ditetapkan bukan harga normal, melainkan cenderung murah. Meskipun demikian, praktik *epic sale* berusaha untuk menerapkan jual beli yang *fair* atau tidak merugikan baik bagi penjual maupun pembeli. Hal ini bertujuan untuk memberikan kebaikan bagi keduanya, yakni memelihara dari keburukan dan menjaga kemanfaatannya. Secara umum ketentuan praktik Jual beli *epic sale* ini dapat ditunjukkan dengan dalil-dalil

⁷ Muhammad dan Alimin, Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam, (Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2001), hlm. 20.

lainnya yang memiliki kesamaan proses transaksi seperti jual beli yang telah disyariatkan dalam Al-Qur'an dan hadits. Ketentuan ini secara umum di dasarkan pada firman Allah Swt dalam surat An-Nisaa ayat 29:

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

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.⁸

Di dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa jual beli diharamkan selama tidak mengandung kebatilan seperti unsur *gharar*, *riba* dan tidak ada dalil yang mengharamkan.

Unsur kebatilan dalam hal ini adalah hal-hal yang menyangkut pada kedua belah pihak yang bertransaksi terkait kualitas, kuantitas, harga dan waktu penyerahan tiket. Artinya setiap praktik jual beli *epic sale* di Traveloka perlu ditelusuri mengenai konsep tindakan hukum Islam yang tidak lepas dari perkembangan zaman dan lima hukum Islam tersebut.

Tindakan hukum Islam yang dimaksud yaitu perkataan dan perbuatan. Adapun pembagian tindakan hukum berupa perkataan ada yang bersifat akad, yaitu terjadinya proses jual beli/ tindakan hukum yang dilakukan secara perkataan untuk mengikat diri melakukan transaksi jual beli. Kemudian tindakan hukum perkataan yang tidak bersifat akad, yaitu adanya kehendak pemilik barang untuk

⁸ <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 23 Mei 2021 pukul 19.22

melimpahkan hak atau membatalkannya, seperti *wakaf*, *hibah* dan talak. Hal ini disebabkan orang tersebut tidak menggunakan perkataannya secara langsung sehingga menunjukkan konsekuensi akad sebab tidak memerlukan *qabul*.⁹

Kedua, tindakan hukum berupa perbuatan, yaitu tindakan hukum yang merujuk pada segala perbuatan yang dilakukan oleh seseorang dalam mengimplementasikan praktik hukum, seperti jual beli. Hal ini dapat diketahui melalui definisi jual beli yaitu sebuah pertukaran harta benda, barang atau manfaat.

Praktik *epic sale* merupakan salah satu solusi pada zaman modern ini dalam memenuhi kebutuhan travelling sekali-kali, meskipun karakteristik yang diterapkan secara umum menggunakan *e-commerce*. Akan tetapi *epic sale* dapat di amati melalui tindakan hukum yakni: pertama, transaksi yang terjadi antara dua belah pihak, meskipun tidak bertemu secara langsung dalam satu waktu ketika bertransaksi. Kedua, adanya media yang dapat memastikan terjadinya *ijab* dan *qabul* berupa internet, situs atau aplikasi dan sistem tertentu dan ketiga, terjadi pertukaran barang, jasa atau informasi selama bertransaksi.

Begitu juga dengan peraturan praktik jual beli pada *epic sale* di Traveloka terhadap konsumen dan pengelola secara keseluruhan tidak menjadi masalah selama ketentuan syarat dan rukun jual beli terpenuhi. Sehingga diharapkan dapat mencegah tindakan- tindakan yang merugikan maupun menyulitkan konsumen serta memberikan payung hukum yang jelas mengenai peraturan jual beli pada *epic sale*.

⁹ Munir Salim, Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam, *Al-Daulah*, Vol. 6, No. 2, Desember 2017, 373.

Adapun rukun jual beli ada empat yaitu dua orang yang berakat atau penjual dan pembeli, ada barang atau sesuatu yang diperjual belikan, ada nilai tukar dan ijab dan qabul. Meskipun Ulama Hanafiyah menetapkan rukun jual beli hanya ijab dan qabul saja. Sedangkan setiap rukun yang disebutkan tersebut memiliki syarat masing-masing. Oleh sebab itu, implemetasi sistem dan proses transaksi *epic sale* memerlukan penelitian secara mendalam terkait ketentuan rukun dan syarat tersebut yang harus dipenuhi, sehingga jika terjadi hal yang tidak sesuai dengan rukun dan syarat tersebut, maka terjadi sebuah kekeliruan dan kesalahan penerapan jual beli *epic sale* yang dapat berdampak pada hukum haram.

Keharusan pihak Traveloka untuk mengetahui seluk-beluk sistem dan proses transaksi dalam *epic sale* disebabkan eksistensi *epic sale* di Traveloka banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Di sisi lain, konsumen harus mampu menangkap peluang *epic sale* di Traveloka sebab terbatasnya waktu dan transaksi yang disebabkan beberapa hal, seperti koneksi *lelet* dan tidak paham prosedur pencarian barang secara cepat dan tepat.

Hal inilah yang membutuhkan ketelitian, kecakapan dan kewaspadaan, khususnya bagi pihak konsumen untuk melakukan transaksi jual beli secara *epic sale* sebab tidak dapat bertemu secara langsung antara penjual dan pembeli dan produk yang dimaksud tidak terlihat riil sebab hanya melalui gambar meskipun harganya cenderung murah.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Event Epic Sale Traveloka**

B. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah ke dalam beberapa pertanyaan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme *event epic sale* di Traveloka ?
2. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap *event Epic Sale* di Traveloka dikaitkan dengan UU Nomor 8 Tahun 1999?
3. Bagaimana hukum para pihak yang bersangkutan menurut hukum positif ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui mekanisme *event epic sale* di Traveloka.
2. Untuk mengetahui tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap *event epic sale* di Traveloka/
3. Untuk mengetahui hukum para pihak yang bersangkutan menurut hukum positif.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Memberikan ilmu pengetahuan yang baru mengenai fenomena ekonomi terkhusus jual-beli yang ada dimasyarakat berikut dengan tinjauan hukum ekonomi syariahnya.
 - b. Memberikan sumbangsih khasanah ilmu dalam bidang muamalah terutama jika dikaitkan dengan problematika zaman sekarang.

c. Memberikan tambahan referensi serta rujukan keada penerus serta penulis penelitian bagi genrasi selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

a. Mencari korelasi dari apa yang telah dipelajari di bangku perkuliahan dan mengaitknya dengan fenomena zaman sekarang.

b. Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi khalayak umum terutama para pemuda atau generasi milenial yang mengikuti event epic sale di Traveloka.

E. Studi Terdahulu

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti / Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Tia Rahayu, 2020.	Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap jual beli emas ANTAM melalui aplikasi online Tokopedia emas di Tokopedia. ¹⁰	Meneliti transaksi jual beli online.	Market placenya (studi kasusnya). di hubungan dengan UU No 8 Tentang Perlindungan Konsumen.
2.	Nur Fadila, 2019.	Analisis Hukum Islam terhadap Jual Beli <i>flash sale</i> di Tokopedia. ¹¹	Meneliti transaksi jual beli online dengan produk murah dengan jangka waktu dan	Market placenya (studi kasusnya) dan dihubungkan dengan UU No 8 Tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁰ Tia Rahayu, Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap jual beli emas ANTAM melalui aplikasi online Tokopedia (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2020)

¹¹ Nur Fadila, Analisis Hukum Islam terhadap Jual Beli *flash sale* di Tokopedia (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019)

			jumlah terbatas.	
3.	Ichsan Purnama, 2018.	Prespektif Hukum Ekonomi Syariah terhadap Pelaksanaan Jual Beli Online melalui aplikasi <i>marketplace</i> Shopee PT. Shopee Internasional Indonesia. ¹²	Meneliti transaksi jual beli online.	Market placenya (studi kasusnya). Penjualan secara <i>epic sale</i> dimana peritel menawarkan produk harga yang sangat murah dengan jangka waktu dan jumlah terbatas yang di hubungan dengan UU No 8 Tentang Perlindungan Konsumen.

F. Kerangka Pemikiran

Islam mendorong manusia untuk bermuamalah dalam hal ini yaitu perniagaan atau berdagang dan menganjurkannya sebagai cara untuk mengumpulkan rizqi. Tidak hanya anjuran, islam telah mengatur secara detail tentang barang yang dapat diperjual belikan, agar manusia terhindar dari penipuan, pemalsuan dan niat yang jahat, yang bisa mengotorkan jiwa dan menjauhkan diri dari kesucian rohani.

Pengertian jual beli menurut ulama pada hakikatnya adalah mempertukarkan harta sama harta dengan cara khusus / mempertukarkan sesuatu yang berguna.¹³

¹² Ichsan Purnama, Prespektif Hukum Ekonomi Syariah terhadap Pelaksanaan Jual Beli Online melalui aplikasi *marketplace* Shopee Indonesia (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2018)

¹³ Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Fiqh Muamalah Maliyah Akad Jual-Beli*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 3

Dengan cara melakukan ijab qabul . Jual beli merupakan transaksi / kegiatan individu dengan individu yang lainya yang bersifat *mu/awadhat* (mendapatkan keuntungan). Jual beli merupakan salah satu praktik dalam bermuamalah, oleh karena itu prinsip-prinsip muamalah haruslah hadir dalam praktik tersebut, prinsip-prinsip muamalah yang dimaksud yaitu :

1. Pada dasarnya muamalah boleh dilakukan sampai ada dalil yang mengharamkan.
2. Muamalah hendaklah suka sama suka (antaradin).
3. Muamalah yang dilakukan hendaknya mendatangkan mashlahat, dan menolak madharat.
4. Muamalah itu harus terhindar dari unsur gharar, kedzaliman dan unsur lainnya yang diharamkan berdasarkan syariah.¹⁴

Adapun jual beli menurut bahasa atau terminology adalah : Menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.¹⁵ Dalam sistem jual beli gharar ini terdapat unsur memakan harta orang lain dengan cara bathil, padahal Allah melarang memakan harta orang lain dengan cara bathil, sebagaimana tersebut dalam firman-Nya An-Nisaa ayat 29:

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

¹⁴ Yadi janwari, asuransi syariah, (Bandung: pustaka bani quraisy, 2005).

¹⁵ Hendi suhendi, fiqh muamalah, (Jakarta: rajawali press, 2014). 70

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.¹⁶

Dalam pandangan madzhab Syafi’I, barang yang diperjual belikan disyaratkan dapat dilihat secara langsung oleh kedua belah pihak. Hal ini merupakan bentuk kehati-hatian agar tidak terjadi penipuan dalam jual beli karena Rasulullah melarang praktek yang demikian, sebagaimana dalam sebuah hadist dinyatakan

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

Artinya: Rasulullah melarang jual beli yang didalamnya terdapat penipuan (HR Muslim)

Dalam kaidah fiqh disebutkan bahwa:

لَأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Asal dari muamalah itu diperbolehkan kecuali ada dalil yang mengharamkannya¹⁷.”

Hukum asal kebolehan jual beli bisa saja berubah ketika dalam jual beli tersebut terdapat sesuatu yang diharamkan dalam aturan islam. Baik dari segi syarat, rukun yang tidak terpenuhi maupun tambahan mekanisme yang membuat

¹⁶ <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 23 Mei 2021 pukul 19.22

¹⁷ A. Djazuli, *Kaidah-Kaidah FIKIH: Kaidah-kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-masalah yang Praktis*, Cet. 6, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), hlm. 130.

jual beli tersebut menjadi haram. Syarat dan rukun jual beli telah diatur dalam islam yaitu:

1. Penjual dan Pembeli

Syarat mengenai subjek akad (pihak-pihak terkait) sama halnya dengan syarat pada subjek akad pada umumnya.

2. Uang dan Benda yang dibeli

Terdapat syarat mengenai benda yang dipertukaran dalam jual beli.

3. Ijab dan Qobul

Menurut ulama ada beberapa syarat mengenai ijab dan qobul, salah satunya yaitu perkataan ijab dan qobul wajib berhubungan, makna keduanya harusnya sama, tidak disangkutkan dengan urusan yang lain dan tidak berwaktu.¹⁸

Jual beli yang diperbolehkan dalam islam, wajib memenuhi terhadap setiap rukun dan syarat yang telah diatur. Dan jika salah satunya tidak terpenuhi, maka bisa saja hukum asal dari jual beli tersebut berubah, dari halal menjadi haram, makruh dan fasid/rusak. Jual beli dalam islam telah ditentukan baik berdasarkan AlQur'an. Islam mempertegas sahnya jual beli secara umum dan melarang adanya konsep riba.

Akad yang di gunakan dalam marketpalace traveloka itu terbagi menjadi beberapa karena marketpalace traveloka mempunya beberapa metode pembayaran.

¹⁸ Gemala Dewi, Wirduaningsih, dan Yeni salma Barlinti, *Hukum Perikatan Di Indonesia*, (Depok : Prenadamedia Group, 2018), hlm. 94-95.

Dalam penelitian ini akan dibahas bagaimana praktik kredit Traveloka PayLater jika dianalisis menggunakan hukum Islam. Yang pertama dimulai mengenai rukun dan syarat jual belinya, adalah sebagai berikut:

1. Adanya orang yang berakad atau al-muta'adain (penjual pembeli)
 - a. Jelas dalam marketplace traveloka terdapat penjual dan pembeli, namun keduanya tidak dipertemukan secara langsung. Pembeli dapat melihat produk yang dijual dengan mengunjungi halaman penjual.
 - b. Tidak ada paksaan (suka sama suka), Pembeli bebas memilih barang yang akan mereka beli. Pembeli juga dapat melihat ulusan produk yang akan dibeli sebagai bahan pertimbangan ketika akan membeli barang tersebut.
2. Ada şigat (lafal Ijab dan kabul)
 - a. Orang yang mengucapkannya telah balig dan berakal Penjual dan pembeli dalam marketplace traveloka haruslah seseorang yang sudah dewasa/berakal, dikarenakan pengguna marketplace Traveloka harus memverifikasi data diri dengan menggunakan KTP. Orang yang melakukan verifikasi data diri tentunya sudah dianggap berakal karena dapat mengikuti aturan dari marketplace traveloka.
 - b. Ijab dan kabul dilakukan dalam satu majlis Di dalam traveloka pembeli sudah memilih barang atau jasa yang dipilih nanti akan muncul halaman konfirmasi untuk meyakinkan pembeli untuk membeli barang atau jasa tersebut atau tidak.
3. Adanya barang atau jasa yang diperjualbelikan (Ma'qu'd 'alaih)
 - a. Barang itu ada Di dalam marketplace Traveloka ketika barang yang di jual belikan habis pasti ada keterangan habis, dan sudah pasti barang yang di perjual belikan itu ada.

b. Dapat diambil manfaat dan dibenarkan oleh syara“ Sebagai penjual agar menjual barang yang dapat diambil manfaatnya oleh pembeli.

c. Dapat diserahterimakan Ketika pembeli sudah membeli barang sesuai dengan barang yang dibeli maka penjual akan mengirimkan barang sesuai jangka waktu yang telah ditetapkan oleh pihak marketplace Traveloka. Jadi, rukun dan syarat jual beli pada praktik kredit Traveloka PayLater dari marketplace Traveloka tidak ada yang bertentangan atau melanggar rukun dan syarat sahnya jual beli, jual beli itu sudah memenuhi rukun dan syarat sebagaimana disebutkan di atas.

Yang kedua dilihat dari rukun dan syarat sah Qard. Untuk rukunnya sebagai berikut:

1. Pelaku akad

a. Muqtariḍ (peminjam), pihak yang membutuhkan dana dalam praktik kredit ini adalah pengguna Traveloka PayLater.

b. Muqriḍ (pemberi pinjaman), pihak yang memiliki dana atau yang memberi pinjaman adalah marketplace travelokanya sendiri.

2. Objek akadnya yaitu dana yang diberikan oleh marketplace traveloka kepada pengguna Traveloka PayLater, dengan besaran limit pinjaman telah ditentukan oleh pihak marketplace Traveloka.

3. Tujuannya yaitu pihak pemberi pinjaman memberikan bantuan kepada peminjam atau dalam praktik kredit ini marketplace traveloka memberikan bantuan kepada pengguna Traveloka PayLater untuk mendapatkan dana yang bisa dimanfaatkan untuk berbelanja kebutuhan.

4. Ijab dan kabul dalam praktik kredit ini, pengguna Traveloka PayLater akan mendapatkan rincian peminjaman dana dari marketplace Traveloka sesuai dengan berapa besar dana yang dibutuhkan pengguna Traveloka PayLater dalam membayar tagihan belanja dan berapa besaran dana yang harus dikembalikan kepada pihak marketplace Traveloka, besaran dana yang harus dikembalikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dari pihak marketplace Traveloka dan disetujui oleh pihak pengguna Traveloka PayLater. Ijab dan kabul antara pengguna Traveloka PayLater dan marketplace Traveloka akan tertulis pada laman kontrak pinjaman.

Perlindungan konsumen adalah: “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”¹⁹

Perlindungan konsumen yang dijamin oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah adanya kepastian hukum terhadap segala perolehan kebutuhan konsumen. Kepastian hukum itu meliputi segala upaya berdasarkan hukum untuk memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan/jasa kebutuhan serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh perilaku usaha sebagai penyedia kebutuhan konsumen. Hukum perlindungan konsumen secara umum bertujuan memberikan perlindungan bagi konsumen baik dalam bidang hukum privat maupun bidang hukum publik. Kedudukan hukum perlindungan konsumen berada dalam kajian hukum ekonomi.

¹⁹ Tim Redaksi Citra Umbara, Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen: UU No. 8 Tahun 1999, Ps 1 Butir 1, (Bandung: Citra Umbara, 2015),

Hukum perlindungan konsumen di Indonesia terdapat beberapa asas guna memberikan arahan dan implementasinya. Dengan adanya asas dan tujuan yang jelas, hukum perlindungan konsumen memiliki dasar ketentuan yang kuat. Pada penjelasan pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dijelaskan bahwa perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

1) Asas manfaat

Asas ini dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.²⁰ Undang-undang perlindungan konsumen mengatur bahwa pelaku usaha harus memberikan informasi yang benar kepada konsumen perihal produk barang dan/atau jasa yang di promosikan, sehingga akan memberikan manfaat kepada keduanya yaitu konsumen dan pelaku usaha.

2) Asas keadilan

Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.²¹

Undang-undang perlindungan konsumen mengatur bahwa konsumen dan pelaku usaha memiliki hak dan kewajibannya masing-masing yang dimana salah

²⁰ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Penjelasan Pasal 2, 19.

²¹ Ibid

satunya beritikad baik, konsumen harus beritikad baik terhadap pelaku usaha begitupun pelaku usaha harus beritikad baik kepada konsumen.

3) Asas keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintahan dalam arti materiil dan spiritual.²²

Penyelenggaraan perlindungan konsumen diharapkan dapat mengakomodir segala macam kepentingan-kepentingan baik konsumen, pelaku usaha dan pemerintah secara seimbang, baik dari aspek regulasi maupun norma-norma perlindungan konsumen.

4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.²³

Penyelenggaraan perlindungan konsumen diharapkan memperhatikan aspek-aspek keamanan dan keselamatan bagi konsumen. Dalam mewujudkan keamanan dan keselamatan konsumen atas barang dan/atau jasa diawali dengan membuat regulasi yang baik, standarisasi, serta optimalisasi lembaga lembaga pengawasan.

5) Asas kepastian hukum

²² Ibid

²³ Ibid

Asas ini dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.²⁴

Pemberlakuan undang-undang perlindungan konsumen diharapkan dapat memberikan pedoman yang pasti terhadap penyelenggaraan melindungi konsumen di Indonesia. Semua pihak harus menjalankan hak dan kewajiban sesuai dengan apa yang telah ditentukan. Penegakan hukum terhadap pelanggaran penyelenggaraan perlindungan konsumen dilaksanakan sesuai dengan aturan yang telah ditentukan, dengan tetap memperhatikan keadilan dan kemanfaatan bagi para pihak termasuk konsumen.

Hak konsumen terdapat dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang di dalamnya terdapat 9 hak konsumen. Hak-hak tersebut antara lain sebagai berikut:

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- 2) Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;

²⁴ Ibid

- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- 6) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang_undangan lainnya.²⁵

G. Langkah Penelitian

Adapun dalam pembuatan proposal ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut :

1. Metode Penelitian

Penulisan skripsi penulis menggunakan metode deskriptif. Deskriptif yaitu metode yang digunakan untuk mencari unsur-unsur, ciri-ciri, sifat-sifat suatu fenomena. suatu penggambaran fenomena lengkap dengan menyajikan *setting* sosial atau lengkap dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena. Proses dan makna perspektif subjek lebih ditampilkan dalam laporanya.

²⁵ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 38.

Laporan penelitian kualitatif disusun dalam bentuk naratif-kreatif dan mendalam serta menunjukkan ciri-ciri *naturalistic* yang penuh keotentikan.²⁶

2. Jenis Penelitian

Penulisan skripsi penulis menggunakan metode kualitatif. Secara umum yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur *statistic* atau dengan cara-cara lain yang kuantifikasi (pengukuran). Pendapat lain ada yang mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang berusaha mengungkapkan gejala secara *holistic-contextual* (secara alamiah dan sesuai dengan konteks), melalui pengumpulan data dari latar alami dimana *instrument* pokoknya adalah peneliti sendiri. Penelitian kualitatif juga dapat menunjukkan pada penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, juga tentang fungsionalisasi, organisasi, pergerakan-pergerakan sosial, atau hubungan kekerabatan.²⁷

3. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Yang dimaksud dengan sumber primer adalah sumber-sumber utama yang berhubungan langsung dengan pokok permasalahan. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan sumber data primer yaitu sumber data yang dihasilkan melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pihak customer. Adapun yang dimaksud dengan sumber sekunder adalah sumber-sumber yang tidak

²⁶ Suryana, Metodologi Penelitian, hlm. 21

²⁷ Lexy J. Meleong, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2006), hlm. 6

berhubungan langsung namun yang berhubungan erat dengan pokok permasalahan. Sumber sekunder bisa berasal dari buku, ensiklopedia, atau karya-karya lainnya.²⁸Data yang diambil adalah data-data yang berkaitan dengan tema atau teori yang diteliti.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data diartikan sebagai cara yang dipakai dalam mengumpulkan data, sedangkan alat penelitian merupakan alat bantu yang digunakan dalam mengumpulkan data tersebut. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Studi Kepustakaan

Untuk mendukung penelitian yang lebih komprehensif, penyusun berusaha untuk melakukan kajian awal pustaka atau karya-karya yang memiliki keterkaitan serta hubungan terhadap permasalahan yang akan diteliti.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan persoalan metodologis yang berkaitan dengan teknik-teknik pengumpulan data.²⁹ Dokumentasi adalah mengumpulkan, menyusun dan mengelola dokumen-dokumen literatur yang mencatat aktifitas kegiatan yang dianggap berguna untuk dijadikan bahan keterangan yang berhubungan dengan penyusunan.

c. Wawancara

²⁸ Suharismi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT.Rineka Cipta, 2002), hlm. 28

²⁹ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid I* (Yogyakarta : Andi offset, 1993), hlm. 83

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang dilakukan secara sistematis dan berlandaskan penelitian atau percakapan dengan maksud tertentu, percakapan tersebut dilakukan oleh dua belah pihak.

5. Analisis Data

Analisis data adalah bentuk mengelompokkan, membuat suatu urusan, manipulasi serta meningkatkan temuan data sehingga mudah untuk dibaca dan dipahami oleh pembaca. Analisis data merupakan rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademisi dan ilmiah. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan seluruh data yang diperoleh dari sumber data primer dan sumber data sekunder.
- b. Mengklasifikasi data dengan teori yang sudah dikemukakan dalam kerangka pemikiran.
- c. Menghubungkan data dengan teori yang sudah dikemukakan dalam kerangka pemikiran.
- d. Sebagai langkah terakhir dari penelitian ini adalah menarik kesimpulan peneliti menyimpulkan data tersebut, sehingga diharapkan penelitian ini menuju pokok permasalahan sebagaimana tertera pada kerangka pemikiran dan rumusan masalah.

Traveloka dahulu dikenal sebagai situs layanan pertama kali yang memberikan pemesanan tiket pesawat terbesar di Indonesia, yang semakin kesini

semakin memperluas jangkauan layanannya. Salah satu *event* Traveloka yang kemarin sukses menarik 5 juta pengunjung yakni *epic sale*. *Epic sale* merupakan inovasi strategi pemasaran berbasis teknologi dari traveloka untuk membantu mitra, termasuk UMKM, serta mendukung pemulihan ekonomi pariwisata nasional dengan terus menempatkan protocol kesehatan sebagai prioritas. *Epic sale* juga mengundang tingginya partisipasi public dari beberapa pelaku *e-commerce* di Indonesia karena *system* penjualan seperti itu tidak selamanya digunakan, namun hanya di moment-moment tertentu saja.

Kendati demikian, ketika program *epic sale* muncul complain dari para pelanggan, banyak yang gagal mendapatkan produk yang mereka inginkan. Selain itu, para konsumen banyak yang mengomentari di platform instagramnya mengatakan bahwa harga *epic sale* lebih mahal dibandingkan hari-hari biasa, dan banyaknya uang *refund* para konsumen banyak yang belum dikembalikan padahal di *cancel* dari pihak traveloka akibat larangan mudik.