

Analisis Fikih Muamalah dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Mengenai Perlindungan Hukum Dalam Jual Beli Melalui Transaksi *E-Commerce* Mega Mustika Sari

Mega Mustika Sari

¹*Prodi Keuangan & Perbankan Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung,*

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: ¹ megamustika531@yahoo.com

Abstrak. Jual beli merupakan salah satu sarana bagi seseorang untuk mendapatkan barang yang diinginkan melalui jalan tukar menukar. Dalam perkembangannya, bentuk transaksi jual beli mengalami dinamika perubahan yang salah satunya terdapat pada bentuk transaksi online atau dikenal dengan istilah *e-commerce*. Namun fenomena *E-commerce* yang sedang *booming* saat ini adalah pembelian barang yang tidak sesuai dengan pembelian/tidak sesuai pesanan dalam gambar dan yang paling parah barang yang dibeli/dipesan dan telah melakukan transaksi tidak dikirim atau barangnya dikirim tetapi dalam keadaan rusak tidak sesuai *spesifikasi* atau barangnya palsu. Berdasarkan fenomena tersebut, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh mengenai beberapa kasus dan permasalahan yang terjadi pada *e-commerce* ditinjau dari perspektif fikih muamalah dan UU Perlindungan konsumen dengan merumuskan masalah pada pertanyaan sebagai berikut : Bagaimana konsep fikih muamalah tentang perlindungan konsumen dalam jual beli melalui transaksi *E-commerce* ? Bagaimana perlindungan konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 dalam jual beli melalui transaksi *E-commerce* ? Bagaimana transaksi *E-commerce* yang tidak memiliki perlindungan konsumen ? Dan bagaimana analisis fikih muamalah dan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengenai perlindungan hukum dalam jual beli melalui transaksi *E-commerce* ? Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi dan studi kepustakaan. Data diperoleh melalui studi literatur dan dokumentasi dari internet untuk mengkaji kasus-kasus dan permasalahan seputar *e-commerce* ditinjau dari fikih muamalah dan Undang - Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Simpulan dari penelitian ini adalah konsep perlindungan konsumen dalam perspektif fikih muamalah disandarkan pada konsep hak khayar bagi konsumen, dan menurut UU Perlindungan Konsumen dalam jual beli melalui transaksi *e-commerce* ditekankan pada perlindungan mengenai hak-hak konsumen, transaksi *E-commerce* yang tidak memiliki perlindungan Konsumen pada dasarnya boleh dilakukan (mubah) selama rukun dan syarat jual beli secara umum dapat terpenuhi serta analisis Fikih Muamalah dan UU Perlindungan Konsumen persamaannya terletak pada kriteria-kriteria dari hak yang menjadi objek dari perlindungan konsumen, sedangkan perbedaannya terletak pada konsep mengenai hak konsumen itu sendiri.

Kata Kunci : *Fiqih Muamalah, Perlindungan Konsumen, dan E-Commerce.*

A. Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Jual beli merupakan salah satu sarana bagi seseorang untuk mendapatkan barang yang diinginkan melalui jalan tukar menukar. Jual beli adalah suatu bentuk usaha transaksi barang yang diperbolehkan oleh Allah SWT. Pembangunan dalam segi perekonomian dan perdagangan membawa manfaat bagi konsumen, sebab kebutuhan akan barang dan jasa yang diperlukannya dapat terpenuhi, serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih jenis dan kualitas barang dan/jasa yang dibutuhkan. Di sisi lain konsumen menjadi obyek aktivitas bisnis para pelaku usaha yang mengharapkan keuntungan sebesar-besarnya melalui kiat promosi, sistem pemasaran, serta penerapan perjanjian standar yang dapat merugikan konsumen. Kondisi dan fenomena tersebut menyebabkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen tidak seimbang.

Pada dasarnya prinsip mengenai muamalah adalah untuk melindungi kedua belah pihak penyelenggara akad terhadap kepentingannya masing-masing. Dalam jual beli terdapat empat macam syarat, yaitu syarat terjadinya akad (*in'iqad*), syarat sahnya

akad, syarat terlaksananya akad (*nafadz*), dan syarat *lujum*. Secara umum tujuan adanya semua syarat tersebut antara lain untuk menghindari pertentangan di antara manusia, menjaga kemaslahatan orang yang sedang akad, menghindari jual beli *gharar* (terdapat unsur penipuan), dan lain-lain. Kemudian menurut Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang No 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan bawh : “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.¹

Terkait hal di atas, fenomena *E-commerce* yang sedang *booming* saat ini adalah pembelian barang yang tidak sesuai dengan pembelian/tidak sesuai pesanan dalam gambar dan yang paling parah barang yang dibeli/dipesan dan telah melakukan transaksi tidak dikirim atau barangnya dikirim tetapi dalam keadaan rusak tidak sesuai *spesifikasi* atau barangnya palsu. Hal ini yang membuat proses *khiyar* majelis hilang. Maraknya sebuah akses penipuan dalam berbelanja *online*, tentu saja masuk dalam kategori *cybercrime*, yakni kejahatan yang dilakukan dengan media dunia maya atau ranah internet. Seperti contoh kasus sebagai berikut : Wahyu Razbaeni (22), seorang mahasiswa di salah satu perguruan tinggi yang menjadi korban penipuan jual beli online, dari sebuah web toko *online*. Wahyu membeli sebuah kamera DSLR Nikon seharga Rp 3,300.000, wahyu mengatakan bahwa dirinya memesan pada hari selasa, 27 November 2012. Setelah *transfer* dengan jumlah uang yang sudah dijanjikan di awal, tidak lama kemudian si produsen/ pelaku yakni afandi tidak bisa dihubungi lagi.²

Selain kasus di atas, masih banyaknya persoalan yang dihadapi masyarakat atas tindakan pelaku usaha baik langsung maupun tidak langsung salah satunya melalui media *E-commerce* seperti masyarakat sering dirugikan dan tidak mengetahui cara untuk melindungi dirinya. Setelah lahirnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen peraturan perundang-undangan belum memadai untuk menyelesaikan masalah konsumen. Penerapan dalam menjatuhkan sanksi belum berjalan sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, baik sanksi administratif maupun sanksi pidana, serta ganti kerugian dalam penyelesaian secara pidana maupun perdata.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “Analisis Fikih Muamalah Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Mengenai Perlindungan Hukum Dalam Jual Beli Melalui Transaksi *E-Commerce*”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembahasan masalah di atas, maka masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana konsep fikih muamalah tentang perlindungan konsumen dalam jual beli melalui transaksi *E-commerce* ?
2. Bagaimana perlindungan konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 dalam jual beli melalui transaksi *E-commerce*?
3. Bagaimana transaksi *E-commerce* yang tidak memiliki perlindungan konsumen ?

¹Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Republik Indonesia, Pasal 1 ayat (1)

²Wahyu Razbaeni <http://jogja.okezone.com/read/2012/11/30/512/725824/tergiur-harga-murah-mahasiswa-tertipu-toko-online-fiktif>, Diakses 25 April 2017, pukul 15.00 wib

4. Bagaimana analisis fikih muamalah dan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengenai perlindungan hukum dalam jual beli melalui transaksi *E-commerce* ?

B. Landasan Teori

Jual Beli Menurut Fiqih Muamalah

Dalam tataran fikih muamalah, untuk menyempurnakan kegiatan jual beli maka harus ada bentuk transaksi sebagai pedoman yang disepakati menjadi alat tukar dalam perekonomian. Hal itu diwujudkan dalam bentuk uang yaitu alat tukar yang mengandung sifat harus dikenal, disenangi umum, mudah diangkut dan dibagi tanpa mengurangi nilai, homogen serta tidak mudah rusak. Jual beli yang dilakukan dengan ketentuan tidak benar menjadikan transaksi tidak sah. Pengembalian sisa harga dengan barang adalah contoh yang sering dijumpai pada jual beli di masyarakat.

Mengenai jual-beli yang tidak diizinkan oleh syara', dalam tatanan aplikasinya dapat dijadikan perbandingan bagi kegiatan transaksi yang lain. Adapun beberapa bentuk pelaksanaan transaksi jual beli tersebut adalah sebagai berikut³ :

1. Membeli barang dengan harga yang lebih mahal dari harga pasar sedangkan dia tidak ingin pada barang itu, tetapi semata-mata supaya orang lain tidak dapat membeli barang itu.
2. Membeli barang yang sudah dibeli orang lain yang masih dalam masa khiyar (sedang terjadi proses tawar-menawar). Hal ini didasarkan kepada hadis Nabi SAW sebagai berikut :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ (ص) لَا يَبِعُ بِحُكْمِ عَلِيٍّ بَيْعٌ بَعْدَ .

Dari Abi Hurairah : Telah bersabda Rasulullah SAW, “*Janganlah diantara kalian menjual akan sesuatu yang sudah di beli orang lain*”. Maksud dalil di atas merupakan bentuk pelarangan membeli atau menawar barang pada saat barang tersebut sedang atau telah ditawarkan oleh orang lain.

3. Nash-nash al Qur'an yang berkaitan dengan hal-hal jual-beli diantaranya adalah Surat An-Nisa [4] ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَوَاضُعٍ مِّنكُمْ ۖ تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ هَٰ كَانَ بِكُمْ حَرِيمًا

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. Menurut Imam Ibnu Katsir dalam kitab Al Jam'u fi Tafsirul Qur'anil Karim, dikatakan bahwa Ayat ini menerangkan hukum transaksi secara umum, lebih khusus kepada transaksi perdagangan, bisnis jual beli. Ayat-ayat sebelumnya menerangkan transaksi muamalah yang berhubungan dengan harta, seperti harta anak yatim, mahar, dan sebagainya. Dalam ayat ini Allah mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan, (dan segala bentuk transaksi lainnya) harta orang lain dengan jalan yang batil, yaitu yang tidak dibenarkan oleh syari'at. Orang beriman boleh melakukan transaksi terhadap

³Hendi Suhendi, *Op-Cit*, hlm. 44 – 45.

harta orang lain dengan jalan perdagangan dengan asas saling ridha, saling ikhlas dan berprinsip keadilan.⁴

4. Membeli barang untuk di tahan agar dapat dijual dengan harga yang lebih mahal, sedangkan masyarakat umum berkepentingan terhadap barang tersebut. Hal seperti ini dilarang karena dapat merusak ketentraman umum. Dalam sebuah hadis Nabi SAW diterangkan sebagai berikut :

لَا يَحْتَكِرُ إِلَّا خَاطِئٌ رَوَاهُ مُسْلِمٌ.

“Tidak ada orang yang menahan barang kecuali orang yang durhaka”. (HR. Muslim).

5. Menjual suatu barang yang berguna untuk menjadi alat maksiat bagi yang membelinya. Hal ini didasarkan kepada Q.S Al Maidah ayat 2 :

تَلَوُذُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ.

“Hendaklah kamu bertolong-tolong atas berbuat kebajikan dan taqwa dan janganlah kalian bertolong-tolong atas berbuat kejahatan dan permusuhan”.

Adapun bentuk-bentuk kegiatan transaksi jual beli selain yang di atas adalah sah karena dalam kaidah fikih di katakan :”Larangan dalam satu muamalat apabila larangan itu karena hal yang di luar muamalat, larangan itu tidak mengurangi sahnya akad” . Islam mengakui fungsi uang bukan komoditi dengan maksud untuk meniadakan ketidakadilan dan ketidakjujuran dalam tukar menukar. Ketidakjujuran merupakan riba yang dilarang oleh Islam karena merugikan orang lain dan mempengaruhi sah atau tidak akad jual beli. Oleh karena itu kegiatan jual beli yang dilakukan tidak boleh menerapkan hal-hal yang berhubungan dengan riba maupun bentuk kecurangan yang lain.⁵

Berdasarkan beberapa uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa syarat-syarat dalam jual beli meliputi hal-hal sebagai berikut :

- 1) Mengetahui harga pertama (harga pembelian);
- 2) Mengetahui besarnya keuntungan;
- 3) Modal hendaklah berupa komoditas yang memiliki kesamaan dan sejenis;
- 4) Sistem Jual Beli(bentuk akad kontraknya) harus bebas dari riba; dan
- 5) Transaksi pertama haruslah sah secara *syara'*.

Perlindungan Konsumen Dalam Pandangan Islam

Dalam hukum Islam tidak disebutkan secara eksplisit pengertian konsumen. Tapi jika dikembalikan pada prinsip-prinsip umum bisnis Islam, maka konsumen diartikan sebagai setiap orang, kelompok/badan hukum pemakai suatu harta benda atau jasa karena adanya hak yang sah, baik dipakai untuk pemakaian akhir atau untuk proses produksi selanjutnya.⁶ Hak konsumen yang mendapat pembahasan dalam kajian fiqh yaitu :

- 1) Hak untuk mendapatkan informasi dan pelayanan yang benar, jujur, adil, mendidik, dan terhindar dari pemalsuan.

⁴Muhammad Nasib Ar-rifa'i, *Kemudahan Dari Allah – Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2*, Gema Insani, Jakarta, 1999, hlm.113

⁵Alma, Bukhari. *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami*. CV. Alfabeta, Bandung, 2003, hlm. 151.

⁶Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, BPFPE, Yogyakarta, 1994, hal. 143

- 2) Tersedianya hak pilih dan nilai tukar yang wajar.
- 3) Hak untuk mendapatkan keamanan produk dan lingkungan sehat.
- 4) Hak untuk mendapatkan advokasi dan penyelesaian sengketa.
- 5) Hak untuk mendapatkan ganti rugi akibat negatif dari suatu produk.⁷

Segala bentuk transaksi yang dilaksanakan pelaku usaha dan konsumen harus sesuai dengan akad harus dapat memenuhi prinsip-prinsip muamalah dalam hukum Islam. Prinsip-prinsip tersebut, yaitu:

- 1) Pada dasarnya segala bentuk mu'amalah adalah mubah, kecuali ditentukan oleh al-Qur'an dan sunnah rasul.
- 2) Muamalah dilakukan atas dasar suka rela, tanpa mengandung unsur-unsur paksaan.
- 3) Muamalah dilakukan atas dasar pertimbangan mendatangkan manfaat dan menghindarkan *mudharat* dalam hidup masyarakat.
- 4) Muamalah dilaksanakan dengan memelihara nilai keadilan, menghindari unsur-unsur penganiayaan, unsur-unsur pengambilan kesempatan dalam kesempitan.⁸

Dalam sebuah hadis Rasulullah saw. Bersabda :

إِنَّمَا الْبَيْعُ عَلَى تَرَاضٍ (رواه ابن ماجه)⁹

“*Sesungguhnya perniagaan harus dengan asas suka sama suka.*”. Transaksi yang sering dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen adalah transaksi jual beli. Dalam jual beli ada beberapa ketentuan yang harus dipenuhi yaitu yang pertama rukun jual beli. Rukun jual beli ada tiga, yaitu *akad (ijab kabul)*, orang-orang yang berakad (penjual dan pembeli), dan *ma'kud alaih (obyek akad)*.¹⁰

Jika jual beli tidak memenuhi syarat terjadinya akad, akad tersebut batal. Jika tidak memenuhi syarat sah, menurut ulama Hanafiyah, akad tersebut fasid. Jika tidak memenuhi syarat nafadz, akad tersebut mauquf yang cenderung boleh, bahkan menurut ulama Malikiyah, cenderung kepada kebolehan. Jika tidak memenuhi syarat lujum, akad tersebut *mukhayyir* (pilih-pilih), baik khiyar untuk menetapkan maupun membatalkan.¹¹

Hak Khiyar disyariatkan untuk menjamin kebebasan, keadilan, dan kemaslahatan bagi masing-masing pihak yang sedang melakukan transaksi. Sehingga hak khiyar merupakan ruang yang diberikan Islam untuk mengoreksi antarpihak terkait dengan objek dan transaksi yang telah mereka lakukan. *Hak Khiyar* memberi kebebasan kepada pelaku usaha dan konsumen untuk meneruskan atau membatalkan akad jual tersebut, sesuai kondisi yang berbeda-beda sebab *Khiyar* ada beberapa macam.

Perlindungan Konsumen Menurut Aturan Hukum di Indonesia

⁷M. Yusri, “Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam”, Jurnal Ulumuddin, Vol. V, Tahun III, Juli-Desember 2009, hal. 5.

⁸Ahmad Azhar Basyir, *Asas-asas Hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam)*, UII Press, Yogyakarta, 2000, hal. 9

⁹Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah*, Jilid 2, Dar al-Hadits, Kairo, 1998, hal. 277.

¹⁰Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hal. 70

¹¹Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, CV Pustaka Setia, Bandung, 2001, hal. 76

Perlindungan hukum dalam jual beli adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri. Dalam bidang hukum, istilah ini masih relatif baru, khususnya di Indonesia”.¹²

Landasan hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia yang terdapat dalam Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tersebut cukup memadai. Kalimat yang menyatakan “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”, diharapkan menjadi benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.

Sunaryati Hartono mengatakan bahwa hukum ekonomi adalah seluruh peraturan dan pemikiran hukum mengenai cara-cara peningkatan dan pengembangan kehidupan ekonomi dan cara-cara pembagian hasil pembangunan ekonomi secara adil dan merata, sesuai dengan hak asasi manusia”.¹³ Perlindungan konsumen, menurut setiawan mempunyai dua aspek yang bermuara pada praktik perdagangan yang tidak jujur (*unfair trade praticies*) dan masalah keterikatan pada syarat-syarat umum dalam suatu perjanjian”. Misalnya, penyerahan barang palsu kepada konsumen, penipuan mengenai mutu atau kualitas produk, dan sebagainya. Perlindungan pada aspek pertama mencakup perlindungan terhadap timbulnya kerugian bagi konsumen karena memakai atau mengkonsumsi barang tidak sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Pada aspek kedua, mencakup perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil oleh produsen kepada konsumen pada waktu mendapatkan barang kebutuhannya, misalnya mengenai harga, biaya-biaya untuk menyelenggarakan perjanjian (kontrak), dan sebagainya, baik sebagai akibat dari penggunaan standar kontrak maupun karena pelaku curang dari produsen.¹⁴

Di Indonesia ada lembaga-lembaga yang berperan dalam upaya hukum perlindungan konsumen. Seperti Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), merupakan salah satu lembaga atau unit pelayanan pengaduan konsumen sebagai tempat mengadukannya berbagai masalah atau sengketa konsumen yang sedang dialami oleh masyarakat. LPKSM merupakan lembaga yang diakui oleh pemerintah sebagai salah satu lembaga penyelesaian sengketa konsumen karena memenuhi syarat, sehingga lembaga ini mempunyai kesempatan untuk berperan aktif di dalam mewujudkan perlindungan hukum bagi konsumen. Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen sebagaimana yang tercantum dalam Bab IX mengenai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) dalam pasal 44 ayat (3), bahwa tugas LPKSM tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban serta kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang.
2. Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya.
3. Bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan

¹²Adi Jaya Yusuf dan John W.Head , *topic-topik kuliah ekonomi dan kurikulum*, ELIPS, Jakarta. 1998, hlm 1.

¹³Sunaryati Hartono, *pokok-pokok hukum ekonomi dan bisnis*. Bandung . Citra Aditya Bakti, 2000, hlm3.

¹⁴Adrianus Meliala, *Praktik Bisnis Curang*, Sinar Harapan, Jakarta. 2004, hlm. 152.

hukum bagi konsumen.

4. Membantu konsumen dalam memperjuangkan hak-haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen.
5. Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

C. Analisa Pembahasan

Konsep perlindungan konsumen baik menurut fikih muamalah maupun menurut UUPK pada dasarnya merupakan konsep aturan untuk menegakkan hak-hak yang dimiliki masyarakat selaku konsumen. Dalam hukum Islam, tidak hanya konsumen yang diberikan perlindungan tetapi juga pelaku usaha dengan memberikan ruang kepada mereka untuk mempertahankan hak-haknya dalam perdagangan melalui *khiyar* yang diantaranya adalah *khiyar majelis*, *khiyar syarat*, *khiyar 'aib*, *khiyar tadlis*, *khiyar al-gabn al-fahisy*, *khiyar ru'yah*, dan *khiyar ta'yn*. Dan menurut UUPK hak tersebut dapat digolongkan ke dalam 4 hak dasar bagi konsumen yang berlaku di dunia dan telah diakui secara internasional, yaitu hak untuk mendapat keamanan, hak untuk mendapat informasi, hak untuk memilih produk yang akan digunakan atau bebas dari monopoli dan hak untuk didengar.

Pada dasarnya, konsep perlindungan hak-hak konsumen dalam hukum Islam dan dalam hukum positif mempunyai persamaan dan perbedaan. Konsep perlindungan konsumen dalam Islam yaitu, Islam mengajarkan kita untuk selalu menegakkan agama dengan cara memelihara agama (*hifz ad-din*) dan memelihara harta (*hifz al maal*) yang bertujuan untuk kemaslahatan manusia. Perlindungan hak-hak konsumen merupakan salah satu wujud dari penegakan agama, karena di dalamnya mengandung pokok-pokok kemaslahatan di atas yaitu memelihara harta (*hifz al maal*). Dengan melindungi hak-hak konsumen, bagi pelaku usaha berarti telah menegakkan agamanya dengan menjauhi hal-hal yang dilarang, memelihara keturunan/kehormatan dari nafkah yang tidak halal karena didapatkan dengan cara merugikan orang lain, serta memelihara hartanya dari keharaman karena harta yang ia peroleh bukan dengan cara melanggar larangan agama.

Perlindungan konsumen transaksi elektronik (*e-commerce*) sama seperti transaksi pada umumnya, yaitu melindungi akan hak-haknya, yaitu hak tanpa paksaan, kehalalan produk, kejelasan informasi dan harga. Islam tidak mengenal siapa yang harus berhati-hati, melainkan kehati-hatian adalah hal yang harus dimiliki oleh setiap orang yang melakukan transaksi, dengan karakteristik *e-commerce* bagi konsumen maupun pelaku usaha harus menjauhi aktivitas jual beli yang dapat merugikan atau membahayakan kedua belah pihak, karena dalam Islam madharat itu harus dihilangkan. Islam juga menawarkan hak *khiyar* dalam muamalah khususnya jual beli, *khiyar* ini sangat penting dalam upaya melindungi hak-hak konsumen di mana posisi konsumen yang seringkali dirugikan oleh pelaku usaha yang berlaku curang dengan menjual barang yang cacat, perjanjian sepihak, atau barang tidak sesuai dengan yang dipesan, sehingga konsumen bisa meminta ganti rugi atau membatalkan akad tersebut. Sedangkan menurut UUPK Pasal 8 ayat (2) disebutkan : "Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud". Dengan demikian, naik menurut Fikih Muamalah maupun UUPK dalam jual beli *online* tidak diperkenankan menjual barang yang rusak namun dikatakan bagus serta ditekankan untuk memberikan informasi mengenai kondisi barang yang dijual tersebut secara

transparan.

Adapun perbedaan antara perlindungan hak-hak konsumen dalam konsep fikih muamalah dengan perlindungan konsumen dalam hukum Positif atau UUPK terletak pada pengertian konsumen dan hak. Dalam fikih muamalah, pihak yang dilindungi adalah kedua belah pihak yaitu konsumen dan pelaku usaha serta tidak mengenal konsumen akhir ataupun perantara seperti halnya dalam UUPK yang hanya melindungi konsumen akhir saja. Konsep hak konsumen dalam fikih muamalah juga lebih jelas dan terarah, sedangkan dalam undang-undang tidak dijelaskan sehingga terjadi percampuran antara hak konsumen yang berhubungan dengan pelaku usaha dan pemerintah. Selain itu, dalam UUPK perbuatan yang dapat merugikan salah satu pihak dibatasi pertanggungjawabannya yaitu dalam jangka waktu 4 tahun setelah pembelian, sedangkan dalam fikih muamalah perbuatan yang dapat merugikan salah satu pihak tidak dibatasi pertanggung-jawabannya dengan adanya jangka waktu. Kemudian UUPK menghendaki perlindungan konsumen, baik jual beli secara langsung maupun jual beli secara *online*. UUPK dapat dijadikan sebagai instrumen hukum dipengadilan jika terjadi pelanggaran terhadap hak-hak konsumen yang terdapat pada pasal 4 UUPK selain daripada UU ITE. Begitu pula dengan konsep fikih muamalah dengan hak *khiyarnya* yang bertujuan untuk melindungi konsumen.

Dari titik persamaan di atas, maka untuk kasus pada situs Shopee yang mengiklankan gratis ongkos kirim, tetapi pada kenyataannya ada syarat dan ketentuan yang berlaku, kita harus belanja minimal Rp 90.000,- dan shopee memberikan subsidi ongkos kirim di pulau jawa sebesar Rp 30.000,- diluar pulau jawa memberikan subsidi ongkos kirim sebesar RP 40.000,- jadi tidak sepenuhnya ongkos kirim ditanggung penjual.¹⁵ Hal ini tentu menyalahi aturan jual beli yang dilakukan *online* baik menurut Fikih Muamalah maupun menurut UUPK.

Dengan mengetahui dan memahami relevansi antara jual beli *online* menurut fikih muamalah dengan UUPK, maka tentunya kita akan lebih berhati-hati dan cermat saat bertransaksi melalui internet dan pelaku usaha juga hendaknya tidak mengabaikan hak-hak konsumen, dimana pelaku usaha seringkali melakukan kejahatan terhadap konsumen, sehingga dapat tercipta keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen. Secara garis besar, persamaan dan perbedaan antara UUPK dan fikih muamalah terkait dengan hak dan kewajiban bagi pelaku usaha dan konsumen adalah sebagai berikut :

D. Kesimpulan

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa analisis Fikih Muamalah dan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Mengenai Perlindungan Hukum Dalam Jual Beli Melalui Transaksi *E-commerce* terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaannya terletak pada kriteria-kriteria dari hak yang menjadi objek dari perlindungan konsumen, sedangkan perbedaannya terletak pada konsep mengenai hak konsumen itu sendiri.

Daftar Pustaka

- A Chaedar Alwasilah. *Pokoknya Kualitatif*. Jakarta : PT Dunia Pustaka Jaya dengan pusat studi sunda. 2003.
- A. Warson Al Munawir, *Kamus Arab Indonesia al-Munawir*, Ponpes Al Munawir,

¹⁵Maela rosalia <https://help.shopee.co.id/hc/id/articles/-Apa-ketentuan-Program-GGratis-Ongkir>, diakses pada tanggal 20 November pukul 16.00 wib

Yogyakarta, 1984.

Depag RI, *Al Quran dan Terjemahan*, Pustaka Al Kautsar, Jakarta, 2010.

Lembaran Negara, *Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Sekjen DPR RI, Jakarta, 2000.

Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999, Pasal 4

Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999, Pasal 10

Sumber Internet :

<https://id.wikipedia.org/wiki/Harga> diakses pada tanggal 14 Juni 2017.

[https://id.wikipedia.org/wiki/Grab\(aplikasi\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Grab(aplikasi)). Diakses tanggal 17 Juni 2017..

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-3164940/mengenal-anthony-tan-pria-tajir-malaysia-pencipta-grab> diakses pada tanggal 17 Juli 2017.

<http://webview.hidupdigital.com/grabcar-sejarah/> diakses pada tanggal 17 Juni 2017.

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160314152202-185-117313/anthony-tan-pendiri-grab-yang-mendukung-dan-menggoyang-taksi/> diakses pada tanggal 27 Juli 2017.

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-3164940/mengenal-anthony-tan-pria-tajir-malaysia-pencipta-grab> diakses pada tanggal 17 Juli 2017.

<http://webview.hidupdigital.com> diakses pada tanggal 17 Juli 2017.

<http://tekno.liputan6.com/read/2393052/menhub-cabut-larangan-ojek-online-grabtaxi-alhamdulillah> diakses pada tanggal 22 Juli 2017.

<http://tekno.kompas.com/read/2014/12/22/10195317/Akhir.Tahun.GrabTaxi.Tawarkan.Taksi.Gratis> diakses pada tanggal 22 Juli 2017/

<https://www.grab.com/id/car/> diakses pada tanggal 17 Juli 2017.