

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PEMBATALAN TRANSAKSI
DAN PENAYANGAN IKLAN PADA APLIKASI SHOPEE**

SKRIPSI



Oleh:

ILHAM EDI PRATAMA

NIM. 210215172

Pembimbing:

M. ILHAM TANZILULLOH, M.H.I

NIP. 198608012015031002

JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO

2022

ABSTRAK

Ilham Edi Pratama, 2022. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Pembatalan Transaksi Oleh Aplikasi Belanja Online “Shopee” Perspektif Hukum Islam Dan UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. **Skripsi**. Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.

Pembimbing: M. Ilham Tanzilulloh, M.H.I.

Kata Kunci: Hukum Islam, E-Commerce Shopee, Perlindungan Konsumen.

Kepuasan konsumen sudah sepiutannya didapatkan oleh konsumen itu sendiri tidak terkecuali transaksi pada jual beli online *e-commerce* Shopee. Dalam perspektif hukum positif dan hukum Islam harus dapat memberikan maksud dan paparan fitur yang berguna dan tidak menyalahi aturan yang ada, mengingat Indonesia adalah negara dengan mayoritas beragama Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk, mengetahui (1) tinjauan hukum Islam terhadap pembatalan transaksi pada aplikasi Shopee. (2) Tinjauan hukum Islam terhadap penayangan iklan promo pada aplikasi Shopee.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*). Selain itu juga menggunakan cara yang deskriptif dengan menyajikan data primer dan sekunder. Data yang diperoleh dari syarat dan ketentuan Shopee yang dianalisa menggunakan kompilasi hukum Islam

Dari analisis yang terjadi dapat disimpulkan secara garis besar bahwa pembatalan transaksi oleh aplikasi Shopee dari pandangan hukum Islam dapat dikatakan sah apabila tidak melanggar ketentuan syari’at Agama dan Adanya kesepakatan perjanjian diantara dua belah pihak (penjual dan pembeli) jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan antara sepakat (Alimdhah) atau pembatalan (Fasakh). Sedangkan dalam periklanan promo Shopee sendiri memiliki keunggulan memberikan kemudahan kepada penjual agar dapat dengan mudah mengiklankan produknya, namun kelemahan Shopee terletak pada penyaringan penjual yang kurang baik dengan menginformasikan produknya dengan tidak sesuai barang aslinya.



LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi Atas Nama :

Nama : Ilham Edi Pratama

NIM : 210215172

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Judul : Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Pembatalan Transaksi Oleh Aplikasi Belanja Online "Shopee" Perspektif Hukum Islam Dan UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah.

Ponorogo, 2021

Mengetahui,
Ketua Jurusan
Hukum Ekonomi Islam

Menyetujui,
Pembimbing



M. ILHAM TANZILULLOH, M. H. I

NIP. 198608012015031002



M. ILHAM TANZILULLOH, M. H. I

NIP. 198608012015031002



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

PENGESAHAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Ilham Edi Pratama
NIM : 210215172
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pembatalan Transaksi
Dan Penayangan Iklan Pada Aplikasi Shopee

Skripsi ini telah dipertahankan dalam sidang munaqosah Fakultas Syariah Institut
Agama Islam Negeri Ponorogo pada:

Hari : Senin
Tanggal : 30 Mei 2022

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar
sarjana dalam Ilmu Syariah pada:

Hari : Senin
Tanggal : 10 Juni 2022

Tim penguji:

1. Ketua Sidang : Dr. Moh. Mukhlas, M. Pd. ()
2. Penguji I : Dr. Hj. Khusniati Rofiah, M.S.I. ()
3. Penguji II : M. Ilham Tanzilulloh, M.H.I. ()

Ponorogo, 10 Juni 2022

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Syariah



SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ilham Edi Pratama
NIM : 210215172
Fakultas : Syariah
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi/Tesis : “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pembatalan Transaksi
Dan Penayangan Iklan Pada Aplikasi Shopee”.

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 14 Juni 2022

Penulis


Ilham Edi Pratama

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ilham Edi Pratama

Nim : 210215172

Fakultas : Syariah

Jurusan/ Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (HES)

Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Pembatalan Transaksi Oleh Aplikasi Belanja Online “Shopee” Perspektif Hukum Islam Dan Uu No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Ponorogo, 13 April 2022
Yang Membuat Pernyataan,



Ilham Edi Pratama
NIM. 210215172

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan sudah sepantasnya diraih dimana dan kapan saja. Demi menghidupi diri dan mencari tenaga berupa tenaga badan dan kepuasan. Jual beli online adalah salah satu dampak dari kemajuan teknologi yang sungguh pesat dalam era ini. Beberapa orang atau sekelompok berlomba lomba mengadakan aplikasi jual beli dan aplikasi jasa lainnya. Yang tentunya sangat ramai diketahui dengan adanya iklan-iklan yang beredar di sosisa media ataupun aplikasi yang sedang trending hari- hari ini.

E-commerce atau layanan jual beli online menggunakan aplikasi di telepon genggam setiap masyarakat pada umumnya. Era sekarang sangat dimudahkan dengan adanya teknologi ini sebab dari praktek yang sudah terjadi yaitu konsumen tanpa harus susah keluar rumah dan mencari toko barang kebutuhannya.

Jual beli *online* adalah praktik jual beli melalui jaringan internet dalam skala nasional, regional, benua maupun ke seluruh penjuru dunia. Dijalankan secara efisien dan masif melalui jaringan internet, praktik ini memudahkan proses transaksi pihak penjual dan pembeli. Penjual tak perlu bertatap muka dengan pembeli, tidak ada proses menyaksikan langsung barang yang dijual, serta pembayaran dilakukan melalui pihak ketiga. Meski sekilas dirasa serba abu-abu dari kaca mata rukun dan syarat jual beli yang ada, jual beli *online* di seluruh dunia terus berkembang pesat dan makin bervariasi baik sistem transaksi maupun jenis barang jualannya.¹

Namun, jual beli *online* pastinya juga harus diatur dengan baik. Karena Islam sendiri sangat memperhatikan kebutuhan aktivitas umatnya dalam memenuhi hasrat berbelanja dan bergaya hidup layak. Tentunya

¹Novi Eka Ariyani, “Jual Beli Online”. Fakultas Syariah Surakarta, Diakses Pada 03 Oktober 2021, <https://Syariah.Iain-Surakarta.Ac.Id/Membincang-Jual-Beli-Online/>

dengan menjalani kehidupan selaras dengan kemajuan teknologi agar tidak ketinggalan perputaran zaman tanpa meninggalkan syariat yang telah ditetapkan.

Bagaimanapun, ajaran Islam akan punya solusi dalam setiap masalah hukum yang timbul pada masa- masa yang akan datang. Dimana hukum islam bersifat universal, karena ia mendasarkan berbagai ketentuannya atas dasar مقاصد الشريعة (*Maqasid al-syari'ah*), yakni *hifzhu al-din, al nafs, al-aqli, al-nasi, al-amal*, yang kesemuanya itu sangat erat kaitannya dengan kehidupan manusia, baik zaman kuno maupun zaman modern dan Islam mengatur syariat nya agar terbentur dengan ruang dan waktu. Artinya, ia akan sesuai dengan semua golongan manusia tinggal bagaimana masyarakatnya mengaktualisasi dengan ketentuan-ketentuan yang sudah ada. Pentingnya permasalahan hukum di bidang *e-commerce* adalah terutama dalam memberikan perlindungan terhadap para pihak yang melakukan transaksi internet.²

Secara Yuridis, Indonesia sudah memiliki peraturan untuk menjamin hak- hak konsumen, salah satunya sebagaimana diatur pada pasal 4 UU Perlindungan Konsumen no 8 tahun 1999, yang berbunyi “konsumen atau pembeli property memiliki hak antara lain kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi produk maupun jasa serta memilihnya sesuai dengan nilai tukar dan kondisi sesuai perjanjian”. Adapun dalam pandangan hukum Islam sendiri pembatalan sepihak oleh salah satu pihak itu dilarang, karena dapat menimbulkan kerugian salah satu pihak dan termasuk perbuatan ingkar janji.

Mengingat suatu perjanjian hanya dapat dilaksanakan dengan itikad baik. Oleh sebab itu, pihak satu dan lainnya tidak sepatutnya menentukan sesuka hatinya klausul-klausul yang terdapat dalam perjanjian. Akan tetapi harus didasarkan dan dilaksanakan dengan itikad baik. Perjanjian yang

²Daniel Alfredo Sitorus, Perjanjian Jual Beli Melalui Iinternet (E-Commerce) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdata, Jurnal Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2015

didasarkan pada itikad buruk misalnya penipuan mempunyai akibat hukum perjanjian tersebut dapat dibatalkan demi hukum.³

Hukum Islam sendiri sebenarnya sudah membahas ini namun dalam perkembangan teknologi. Nantinya akan mengetahui bagaimana Islam memandang pembatalan transaksi dan periklanan lewat media jual beli dalam aplikasi internet. Dalam kategori hukum islam apa, Serta apa manfaat mengetahui hal tersebut bagi penulis dan khususnya bagi konsumen Shoope dan masyarakat luas.

Artinya semua yang menyangkut konsumen adalah hal yang penting dan juga membutuhkan pelayanan yang baik dan saling menguntungkan bagi pemberi produk atau jasa agar kegiatan ekonomi dapat mengindahkan regulasi yang diatur untuk kepentingan bersama. Utamanya melanjutkan sebagai masyarakat yang berperadaban sosial yang tinggi dan luhur. Pada setiap aspek kehidupan manusia telah diberikan kebebasan untuk mengatur secara dinamis dan bermanfaat asalkan tidak bertentangan dengan al-Qur'an, hadis dan ijma' yang sudah ditetapkan agar keseimbangan antara hak dan kewajiban selalu terjaga dan pihak yang menjalankan dapat menciptakan keadilan dan merasa aman serta tidak merasa dirugikan.⁴

Terlepas dari hal tersebut, hukum Islam sangat berpegang teguh pada nilai kejujuran dan keadilan agar dalam praktik muamalah terdapat nilai syariat yang terpenuhi dalam mencapai suatu tujuan bermuamalah.

Pelayanan dalam aplikasi online seperti Shopee sudah sangat menjamur dalam masyarakat. Bahkan Shopee sendiri sebagai pihak pemberi layanan bagi pelaku usaha dan konsumen sering memberikan event- event yang menarik dan cukup menggiurkan. Seperti *event 11:11, flash sale, shopee live, serba seribu, dan* masih banyak lagi.

Hal tersebut akan berdampak pada kepuasan dan kepercayaan pelanggan online. Selain itu juga bagaimana pendapat para tokoh islam

³Ni'matul Khoiriyah Dan Lukman Santoso, "Batasan Kebebasan Berkontrak Dalam Kontrak Konvensional Dan Kontrak Syariah", Dalam Jurnal Ahkam, (Fakultas Syariah Dan Ilmu Institut Agama Islam Negeri Tulungagung), Vol. 5, No. 1 Juli 2017, H. 41-59

⁴Wardi Muslich, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta: Amzah, 2015), 2

tentang pembatalan sepihak oleh Shoope jika dikaitkan dengan kemajuan zaman dan modernitas sekarang ini. Serta sanksi yang bagaimana yang diberikan pelaku usaha Shoope dengan kerugian yang dialami pelanggan *e-commerce* tersebut. Jaminan keamanan transaksi *e-commerce* sangat diperlukan untuk melindungi konsumen agar semakin menumbuhkan kepercayaan konsumen, dan pada akhirnya diharapkan terjadi peningkatan volume transaksi melalui *e-commerce*.⁵

Shopee sebagai penyedia layanan *e-commerce* sendiri terkadang juga tidak konsisten bahwa pembatalan transaksi oleh sistem tidak dijelaskan kepada konsumen dengan jelas dan detail. Terkadang hanya pesan singkat dan kurang memberikan pemahaman kepada konsumen. Mengingat konsumen Indonesia sangat selektif namun kurang memiliki budaya membaca. Hal yang menarik minat dalam pembahasan ini adalah salah satunya karena, pesanan dibatalkan sepihak oleh Shopee karena stok barang habis atau terjadi kesalahan program, padahal konsumen telah membayar lunas lebih dahulu.⁶ Pengaduan cukup sulit, konsumen yang memiliki masalah dengan pengiriman, pengembalian barang dan/ atau dana, sering mendapat ketidakjelasan dari pihak Shopee jika melakukan komplain. Mulai dari proses yang lama, hingga komplain tidak diperhatikan.⁷

Kerugian shopee sebagai pelaku usaha sendiri dapat termanage dan terminimalisir. Yang pada dasarnya adalah akibat konsumen kurang membaca dan kurang teliti dalam membaca syarat dan ketentuan pada marketplace tersebut. Terdapat *ivent flashsale* yang terdapat pada layanan *e-commerce* Shopee dengan embel-embel harga murah.

Seperti halnya lokapasar lainnya, Shopee juga tidak bebas dari ancaman penipuan. Modusnya dapat berupa perbaikan teknis akun hingga memenangkan undian berhadiah berupa uang tunai puluhan hingga ratusan

⁵ Tim BPKN, “Kajian Perlindungan E-Commerce Di Indonesia” Dikutip Dari www.Bkpn.Go.Id Diakses Pada 30 Januari 2022, Hlm. 2

⁶ Tim CNN, “Shopee Dan Lazada Angkat Suara Soal Penipuan Flash Sale” Dikutip Dari www.cnnindonesia.com, Diakses Pada 2 Februari 2022

⁷ Konsumen Shopee, “Kebijakan Toko Online Shopee.Co.Id Yang Merugikan Konsumen” Dikutip Dari www.Kompasiana.com, Diakses Pada: 3 Februari 2022

juta rupiah, gawai mewah, kendaraan roda dua atau roda empat, hingga hadiah menarik lainnya.

Termasuk salah satu transaksi yang cacat yang ditimbulkan oleh seorang pelaku usaha pada Shopee adalah ketika konsumen membaca deskripsi produk, waktu pengiriman dan potongan harga yang begitu menggiurkan seakan-akan event itu adalah surga bagi pembeli. Namun ketika transaksi sudah terjadi malah dibatalkan oleh pelaku usaha atau pihak Shopee sendiri.

Pengiklanan di laman penjual Shopee ini memberikan embel-embel link situs web yang direkayasa oleh penipu berkedok pelaku usaha pada aplikasi Shopee. Berbagai kenakalan pelaku usaha ketika mengiklankan barangnya menuai kerugian kepada pembeli sendiri.

Pada dasarnya bahwa kegiatan jual beli ini adalah rekayasa Shopee sendiri. Hal ini pastinya menjadikan kelemahan yang mengakibatkan kerugian pada pihak konsumen. Sebab, ketentuan seperti halnya syarat dan ketentuan yang dibuat sendiri oleh pihak Shopee. Syarat dan ketentuan tersebut dapat menguntungkan pihak Shopee dan merugikan pihak konsumen sendiri. Dengan begitu operator, pengelola, serta jajaran marketplace yang tersusun di dalamnya akan menerima kebijakan penuh serta terhindar dari tanggung jawabnya sebagai pelaku usaha dikarenakan adanya syarat dan ketentuan yang berlaku pada situs *market place* Shopee tersebut.

Pembatalan sepihak oleh Shopee dengan adanya promo yang menipu ini telah menciutkan minat konsumen bahwa dengan adanya iklan tersebut ternyata hanya sebatas PHP (pemberi harapan palsu).

Penulis memiliki rasa penasaran sehingga akan melanjutkan penelitian ini menggunakan metode penelitian yang deskriptif agar menemui dan dapat menyimpulkan tinjauan hukum Islam tentang pembatalan transaksi dan periklanan promo pada aplikasi belanja online "Shopee" agar nantinya dapat mengambil titik terang daripada akar masalah yang ditimbulkan dan sering terjadi dalam perkembangan kasus ekonomi Islam para era kemajuan zaman ini, yakni mengenai tinjauan hukum Islam.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap pembatalan transaksi pada aplikasi Shopee?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap penayangan iklan promo pada aplikasi Shopee?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui tinjauan hukum Islam terhadap pembatalan transaksi pada aplikasi Shopee.
2. Untuk mengetahui tinjauan hukum Islam terhadap penayangan iklan promo pada aplikasi Shopee.

D. Manfaat Penelitian

Menurut Sugiyono, sebuah penelitian pasti mempunyai tujuan dan kegunaan tertentu. Sedangkan hasil dari penelitian akan memperoleh suatu pengetahuan baru sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.⁸

Maka, penelitian ini diharapkan dapat memenuhi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perkembangan ilmu hukum ekonomi umumnya dan Ilmu Hukum Ekonomi Syariah khususnya, yang merupakan sumbangan ilmiah yang berkaitan dengan dengan perkembangan hukum islam, khususnya dalam hukum pembatalan dan periklanan pada aplikasi Shopee menurut Tinjauan hukum Islam.

2. Manfaat praktis

⁸ Sugiyono, 2011.

- a. Bagi akademisi, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan penelitian-penelitian yang akan muncul di kemudian hari. Agar dapat menjadi pertimbangan dan pembandingan dengan data- data peneliti lainnya.
- b. Dengan adanya penelitian ini agar e-commerce Shopee dapat melayani konsumen dengan benar- benar bijaksana dan mengedepankan prinsip saling menguntungkan.
- c. Konsumen, dengan adanya penelitian ini diharapkan bagi konsumen pengguna layanan jual beli *e-commerce* shopee lebih teliti dan terlebih dahulu membaca syarat dan ketentuannya.
- d. Untuk memenuhi tugas akhir dan mendapat gelar sarjana S1.

E. Kajian Pustaka

Ada beberapa fungsi kajian pustaka yang membantu peneliti dalam menuliskanya ilmiah dalam penelitian ini antara lain adalah pertama membantu peneliti untuk membatasi bidang kajian. Kedua, Membantu peneliti menempatkan masalah sesuai perspektif. Ketiga, Menghindari replikasi tentang penelitian serupa sebelumnya. Keempat, Mengaitkan ide dan teori dengan penerapan.

Terkait penelitian ini, sebelumnya telah ada peneliti yang mengangkat tema yang sama yaitu:

Penelitian *pertama*, yaitu oleh Sri Wahyuni berjudul “Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Akibat Pembatalan Sepihak Oleh Konsumen Dalam System Pre-Order (PO) Jual Beli Online Menurut Hukum Positif Dan Hukum Islam”. Penelitian ini memfokuskan pada dua rumusan masalah yaitu bagaimana perlindungan hukum bagi pelaku usaha akibat pembatalan sepihak oleh konsumen dalam system pre-order (PO) jual beli online menurut hukum positif dan bagaimana perlindungan hukum bagi pelaku usaha akibat pembatalan sepihak oleh konsumen dalam system pre- order jual beli online menurut hukum islam. Pada kasusnya, pembatalan sepihak pre- order dalam jual beli salam tidak boleh dengan cara fasakh melainkan dengan cara iqalah karena barang pesanan telah selesai dikerjakan sehingga akadnya mengikat

dan tidak boleh dibatalkan sepihak oleh konsumen. Penelitian ini menggunakan penelitian yuridis normatif dengan menggunakan pendekatan undang-undang dan konseptual. Persamaan penelitian antara penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah sama-sama menggunakan metode penelitian yang sama yaitu metode penelitian yuridis normatif dengan menggunakan pendekatan undang-undang dan konseptual. Perbedaannya pada pembatalan sepihak oleh konsumen pada sistem pre-order dan pembatalan sepihak oleh aplikasi belanja online Shopee.⁹

Penelitian *kedua*, yaitu penelitian oleh Tamma Qisthia yang berjudul “Analisis Akad Qard Terhadap Pelaksanaan Hutang Piutang Dalam Fitur Shopeepaylater Pada Marketplace Shopee”. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana praktik hutang piutang pada fitur Shopeepaylater pada marketplace. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan sampel marketplace atau *e-commerce* yang sama yaitu shoope. Namun perbedaannya adalah pada lini penelitian yang diteliti yaitu dalam penelitian ini meneliti akad Qard terhadap pelaksanaan hutang piutang dalam fitur shoppepaylater sedangkan penelitian yang akan dilakukan meneliti tentang pembatalan transaksi oleh pihak aplikasi belanja online Shopee.¹⁰

Penelitian *ketiga*, yaitu oleh Wanda Ilham Ramadhan yang berjudul “Strategi Promosi Pada Iklan E-Commerce Shopee Di Media Sosial (Studi Iklan Shopee Di Media Sosial Youtube)”. Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini menghasilkan, keefektifan dan sisi ekonomis Shopee dalam melakukan periklanan. Selain itu, Pertama, sisi ekonomis dari shopee adalah kemudahan informasi yang didapat oleh pengguna tidak membutuhkan biaya banyak. Sehingga hal itu untuk mendorong pelaku konsumensetelah melihat iklan shopee tertarik untuk melakukan transaksi. Kedua efisien, media sosial youtube yang hampir

⁹Wahyuni Sri, Ruff, Hans Eddieward (2019) *Perlindungan Konsumen Berupa Penggantian Barang Yang Tidak Sesuai Dalam Jual Beli Secara Online*. S1 Skripsi, Universitas Kristen Indonesia.

¹⁰Tamma Qisthia, “*Analisis Akad Qard Terhadap Pelaksanaan Hutang Piutang Dalam Fitur Shopeepay later Pada Marketplace Shopee*”, Skripsi Fakultas Syari’ah Institute Agama Islam Negeri (Iain) Surakarta, 2021.

semua masyarakat menggunakannya, Shopee hadir pada setiap media sosial sehingga efisien dalam memberikan informasi karena mudah diakses dibelahan wilayah dalam konteks geografis. Sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan membahas bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap periklanan dan pembatalan transaksi oleh Shopee.¹¹

F. Metode Penelitian

Menurut Mohammad Natsir, yang dimaksud dengan metode penelitian adalah merupakan cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan.¹²

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (library research). Penelitian pustaka (library research) adalah suatu penelitian yang dilakukan di ruang perpustakaan untuk menghimpun dan menganalisis data yang bersumber dari perpustakaan, baik berupa buku-buku periodikal-periodikal, seperti majalah-majalah ilmiah yang diterbitkan secara berkala, kisah-kisah sejarah, dokumen-dokumen, dan materi perpustakaan lainnya, yang dapat dijadikan sumber rujukan untuk menyusun suatu laporan ilmiah.¹³

Jadi penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian kepustakaan dimana peneliti mengkaji buku-buku atau literatur yang berhubungan dengan perspektif hukum Islam dan UU no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

2. Sifat Penelitian

Sesuai dengan judul dari penelitian ini, yaitu perlindungan hukum bagi konsumen terhadap pembatalan transaksi oleh aplikasi belanja online

¹¹ Wanda Ilham Ramadhan, “*Strategi Promosi Pada Iklan E-Commerce Shopee Di Media Sosial (Studi Iklan Shopee Di Media Sosial Youtube)*”. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2021.

¹² Topan Setiawan, Pengertian Dan Definisi Metode, Penelitian Dan Metode Penelitian, <https://Setiawantopan.Wordpress.Com/2012/02/22/Metode-Penelitian-Dan-Metode-Penelitian/>, Diakses Tanggal 16 Oktober 2018.

¹³ Abdurrahmat Fathoni, Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), H. 95-96

“Shopee” perspektif hukum islam dan UU no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Pendekatan penelitian ini bersifat deskriptif. “Penelitian deskriptif yaitu suatu penelitian yang bermaksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran terhadap gejala tertentu.” Menurut Cholid Narbuko dan Abu Achmadi “Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data, jadi ia juga menyajikan data, menganalisis, dan menginterpretasi”.¹⁴

Penelitian deskriptif yang dimaksud dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan cara kerja transaksi di aplikasi belanja online Shopee agar mempermudah pembaca mengikuti penelitian ini dan mempermudah penulis menganalisis menggunakan prespektif hukum Islam dan UU no 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

3. Sumber Data Penelitian

Pengumpulan data merupakan bagian yang sangat penting dalam suatu penelitian, karena dengan adanya proses pengumpulan data, maka akan diperoleh data yang diperlukan untuk selanjutnya dapat dianalisis guna untuk menunjukkan jalan pemecahan permasalahan dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data kepustakaan. Penelitian kepustakaan dilakukan dengan cara menghimpun data dengan melakukan penelaahan bahan kepustakaan atau data sekunder yang meliputi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier.¹⁵

Adapun yang dimaksud data adalah keterangan-keterangan fakta.¹⁶

¹⁴Cholid Narbuko Dan Abu Achmadi. Metodologi Penelitian, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), H. 44.

¹⁵Soejono Soekanto Dan Sri Manudji, Op Cit, Hal. 38.

¹⁶ Takizuduhu Ndraha, *Research, Teori, Metode*, Administrasi, (Jakarta: Bina Aksara, 1981),

a. Bahan Primer

Bahan primer adalah bahan yang isinya mengikat karena dikeluarkan oleh pemerintah.¹⁷ Bahan primer pada penelitian ini yaitu buku-buku tentang teori pembatalan dan periklanan.

b. Bahan sekunder

Bahan sekunder adalah bahan-bahan yang membahas bahan primer.¹⁸ Bahan sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung berupa jumlah keterangan atau fakta dengan mempelajari bahan-bahan perpustakaan.¹⁹ Dalam penelitian ini penulis mengambil sumber data sekunder daripada Kompilasi Hukum Islam dan Team Shopee yang meliputi pembatalan dan periklanan Shopee.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.²⁰

Pada penelitian yang berkaitan dengan permasalahan ini peneliti menggunakan teknik studi kepustakaan. Studi pustaka merupakan langkah awal dalam metode pengumpulan data. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan.

¹⁷ Burhan Ashafa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), H. 103

¹⁸ Ibid

¹⁹ Sumardi Suryabrata, *Metode Penelitian*, Edisi 1, (Jakarta: Pt Raja Grfindo Persada, 2008), H. 80

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian.*, H. 224

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kepustakaan (*library research*). Yang dalam pengumpulan datanya dapat di peroleh dari berbagai literatur.²¹

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Studi kepustakaan pada penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan dokumentasi seperti dokumen-dokumen ataupun bukubuku yang berkaitan dengan pembatalan transaksi dan periklanan oleh aplikasi belanja online “Shopee” ditinjau dari Hukum Islam.

5. Analisi Data

Teknik analisis data adalah proses penyederhaan data kedalambentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.²² Teknik analisis data yang akan digunakan adalah teknik cara berfikir deduktif, yaitu suatu cara berfikir untuk menganalisis data dengan mengurai dan memposisikan sebuah deskripsi yang bersifat general (umum) dijabarkan pada uraian yang lebih spesifik (khusus).²³

Berdasarkan uraian di atas, maka pada penelitian ini analisis data didapatkan dari bahan-bahan yang ada di perpustakaan, baik landasan teori Islam, Undang-undang maupun buku-buku yang berkaitan dengan pembatalan transaksi dan periklanan oleh aplikasi belanja online “Shopee” Perspektif Hukum Islam. Kemudian bahan yang sudah ada dikumpulkan untuk diolah melalui metode yang telah ditetapkan, dan dianalisis serta dikembangkan dengan bahasa peneliti, sehingga diharapkan dapat berkesinambungan antara data yang didapatkan dengan tujuan penelitian yang diinginkan.

²¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), 234.

²² *Ibid.*, H. 122

²³ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), h. 36

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan para pembaca dalam mengikuti pembahasan skripsi ini. Maka di dalam penulisan ini penulis mengelompokkan penelitian ini sehingga menjadi susunan sebagai berikut:

a. Bab I Pendahuluan

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan istilah, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

b. Bab II Akad Jual Beli Salam Dan Etika Iklan

Bab ini merupakan pembahasan dari konsep akad jual beli Salam dalam islam, rukun dan syarat jual beli Salam, dan hal yang membatalkan jual beli Salam, pengertian e-commerce, pengertian konsumen, serta penjelasan tentang UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Bagi Konsumen yang ada di Indonesia.

c. Bab III Praktek Pembatalan Transaksi Penayangan Iklan Promo Pada Aplikasi Shopee

Dalam hal ini penulis mengajak pembaca untuk memahami detail fitur dan prosedur yang ada pada aplikasi Shopee termasuk cara bertransaksi, syarat dan kebijakan shopee, cara pembatalan transaksi di Shopee, ketentuan pembatalan transaksi oleh Shopee.

d. Bab IV Analisis Pembatalan Transaksi Dan Penayangan Iklan Promo Dalam Aplikasi *Shopee* Dalam Tinjauan Hukum Islam

Dalam bab ini merupakan hasil analisis yang mengacu pada rumusan masalah yang memuat tinjauan kompilasi hukum Islam dengan adanya aplikasi jual beli online Shopee melakukan pembatalan terhadap transaksi yang telah di setujui dan penayangan iklan promo di dalam aplikasi Shopee. Hasil dari temuan data yang dianalisa. Data yang dianalisa melalui tinjauan hukum Islam.

e. Bab V Penutup

Bab ini merupakan bab penutup dari keseluruhan karya tulis ini yang berisikan kesimpulan dan saran-saran dari penulis menyangkut permasalahan penelitian yang berguna seputar topik pembahasan



BAB II

AKAD JUAL BELI SALAM DAN ETIKA IKLAN

A. Konsep Akad Salam

1. Pengertian Akad Salam

Jual beli salam termasuk dalam praktek muamalah dimana adanya akad perikatan yang menimbulkan pertalian dengan adanya Ijab dan Qabul antara penjual dan pembeli terhadap suatu produk atau jasa yang di perdagangkan secara online tanpa bertatap muka secara langsung. Sedangkan hukum dasar akad Salam adalah *al- ibahah* atau boleh.

Jual-beli pesanan dalam fiqh Islam disebut as-salam bahasa penduduk Hijaz atau as-Salaf bahasa penduduk Irak, secara terminologi, Salam adalah transaksi terhadap sesuatu yang dijelaskan sifatnya dalam tanggungan dalam suatu tempo dengan harga yang dijelaskan secara kontan di tempat transaksi.²⁴

Secara bahasa, Salam dari kata *Salam* (سلم) adalah *al-i'tha'* (الإعطاء) dan *at-taslif* (التسليف). Keduanya bermakna pemberian. Ungkapan aslama ats-tsauba lil al-khayyath bermakna: dia telah menyerahkan baju kepada penjahit.²⁵ Akad salam sering didefinisikan oleh para fuqaha secara umumnya menjadi.

بيع موصوف في الذمة ببدل يعطى عاجلا

*Artinya: "Jual-beli barang yang disebutkan sifatnya dalam tanggungan dengan imbalan (pembayaran) yang dilakukan saat itu juga".*²⁶

Konsep jual beli Salam atau jual beli online pada dasarnya sama halnya dengan konsep jual beli offline dan di perbolehkan dalam agama Islam. Namun kedua cara atau konsep tersebut juga memiliki kategori halal dan haram masing- masing. Namun kita akan kembali fokus pada

²⁴M. Ali Hasan, *Berbagai Transaksi Dalam Islam.*, h. 143

²⁵Lisanul Arab, *madah 'Gharar'*, h. 217

²⁶ Badr al-Hasan Al-Hasimi, "*Al-Ijarah Al Maushufah Fi Al-Dhimmah*".

akad Salam yang mana menjadi landasan dasar pada pembahasan jual beli online.

Yang berbeda dari jual beli offline adalah jika jual beli online dengan cara membayar terlebih dahulu baru barang diserahkan ke pembelinya dengan batas waktu tertentu. Sementara perbedaan antara akad Salam dengan *istisna'* yaitu Pembayaran pada Salam dilakukan dimuka, sementara *istisna'* bisa di depan, di pertengahan atau bahkan ketika penyerahan barangnya atau juga pembayarannya bisa berupa cicilan.²⁷

Ulama Syafi'iyah dan Hanabilah menjelaskan, salam adalah akad atas barang pesanan dengan spesifikasi tertentu yang ditangguhkan penyerahannya pada waktu tertentu, dimana pembayaran dilakukan secaratunai di majlis akad. Ulama malikiyyah menyatakan, salam adalah akad jual beli dimana modal (pembayaran) dilakukan secara tunai (dimuka) dan objekpesanan diserahkan kemudian dengan jangka waktu tertentu.²⁸

Menurut Dewan Syariah Nasional dalam Fatwa DSN No.05/DSNMUI/IV/2000, Salām adalah jual beli barang dengan cara pemesanan dan pembataran harga terlebih dahulu dengan syarat syarat tertentu. Menurut bank indonesia, salām adalah akad jual beli barang pesanan (muslim fih) antara pembeli(Muslim) dengan penjual (Muslim ilayhi). Spesifikasi dan harga barang pesanan disepakati di awal akad dan pembayaran dilakukan dimuka.²⁹

Secara teknis, al-salam bisa diartikan akad bersama produsen untuk suatu pekerjaan tertentu dalam tanggungan, atau jual beli suatu barang yang akan dibuat oleh produsen yang juga menyediakan bahan bakunya. Sedangkan jika bahan bakunya daripemesan, maka akad itu akan menjadi

²⁷Suran Remy Sjahdeini, “Perbankan Islam: dan Kedudukannya dalam Tata Hukum”, (Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti, 1999), h. 68

²⁸Dimyauddin, Djuwaini. 2010. “Pengantar Fiqh Muamalah”. (Yogyakarta: Pustaka pelajar). h. 128

²⁹ Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Salam.

akad ijarāh (sewa), pemesan hanya menyewa jasaprodusen untuk membuat barang.³⁰

2. Landasan Akad Salam

Dalil yang memperbolehkan jual beli dengan akad salam ini terdapat di dalam Q.S. Al- Baqarah ayat 282 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَخْلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak cara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.” (Q.S. Al- Baqarah:282)³¹

Juga disebutkan bahwa Rosulullah pernah bersabda dalam suatu hadist yang berbunyi:

قدم النبي صلى الله عليه وسلم المدينة وهم يسلفون في الثمار السنة والسنتين فقال :
من اسلف في تمر فليسلف في كيل معلوم ووزن معلوم الى اخل معلوم

Artinya: “Ketika Nabi Shalallahu Alaihi Wa Sallam tiba di kota Madinah telah biasa memesan buah kurma dengan waktu satu dan dua tahun. Maka beliau Shalallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Barangsiapa memesan dalam takaran, timbangan dan tempo yang jelas (diketahui oleh kedua belah pihak).” [muttafaqun ‘alaih].³²

Dalam riwayat lain dalam H.R. Asy-Syafi’i dalam musnadnya:

قل ابن عباس : اشهد ان السلف المضمون الى اجل مسمى قد احل الله في كتابه واذن فيه ثم قرأ هذه الآية

Artinya: “Ibnu Al-Abbas berkata, aku bersaksi bahwa akad salaf (salam) yang ditanggung hingga waktu yang ditentukan telah dihalalkan Allah dalam kitab-Nya dan Dia telah mengizinkannya. Kemudian beliau membaca ayat ini. (HR Asy-Syafi’i dalam musnadnya).³³

³⁰Prof. Dr. Wahbah Zuhaili, “Al-Fiqhu Asy-syafi’i Al-muyassar 2”, (Bairut, Darul Fikr 2008), 25

³¹Q.S. Al- Baqarah:282

³²Muhammad Bi Ismail Abu Abdullah, *Sohih Al-Bukhori, Hadist nomor 2240.*

³³*Ibid.*, 10.

Jual beli salam juga dikuatkan oleh ijma' para ulama. Kesepakatan ulama' (ijma') akan bolehnya jual beli salam. Dikutip dari pernyataan Ibnu Al-Munzir menyebutkan, bahwa semua orang yang kami kenal sebagai ahli ilmu telah bersepakat bahwa akad salam itu merupakan akad yang dibolehkan.³⁴ Karena terdapat kebutuhan dan keperluan untuk memudahkan urusan manusia. Pemilik lahan pertanian, perkebunan ataupun perniagaan terkadang membutuhkan modal untuk mengelola usaha mereka hingga siap dipasarkan, maka jual beli salam diperbolehkan untuk mengakomodir kebutuhan mereka. Ketentuan ijma' ini secara jelas memberikan legalisasi praktik pembiayaan jual beli salam.³⁵

3. Rukun Akad Salam

Menurut Sulaiman Rasjid dalam bukunya berjudul Fiqh Islam, rukun jual beli Salam adalah sebagai berikut:

- a. *Muslim* (pembeli) adalah pihak yang membutuhkan dan memesan barang.
- b. *Muslim ilaih* (penjual) adalah pihak yang memasok barang pesanan.
- c. Modal atau uang. Ada pula yang menyebut harga (*tsaman*).
- d. *Muslim fiih* adalah barang yang dijual belikan.
- e. *Shigat* adalah ijab dan qabul.³⁶

Barang pesanan (*Muslim fiih*) wajib memenuhi ketentuan sebagai berikut, antara lain:

- a. Barang yang halal
- b. Dapat diakui sebagai utang
- c. Harus dapat dijelaskan spesifikasinya
- d. Penyerahannya dilakukan kemudian
- e. Waktu dan tempat penyerahan harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan

³⁴Ibnu Qudamah Al-Mughni, jilid 4 h. 304

³⁵Rozalinda, "Fiqh Ekonomi Syariah". (Jakarta: Raja Grafindo Persada) h. 94. 2016

³⁶Saprida, *Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli*, dalam jurnal "Mizan; Jurnal Ilmu Syariah, FAI Universitas Ibn Khaldun (UIKA) Bogor, Vol. 4 No. 1 (2016)

f. Tidak boleh ditukar kecuali dengan barang sejenis sesuai.³⁷

4. Syarat-Syarat Akad Salam

Segala jual beli memiliki ketentuan yang sudah di jelaskan dalam hukum islam, meliputi syarat-syarat Salam antara lain yaitu sebagai berikut:

- a. Uangnya dibayarkan terlebih dahulu di tempat akad.
- b. Barangnya menjadi utang bagi si penjual.
- c. Barangnya dapat diberikan sesuai waktu yang dijanjikan. Barangnya harus bisa ada pada waktu yang dijanjikan, tetapi jika lebih awal, lebih menyenangkan pembeli. Men-*Salam* buah-buahan yang waktunya ditentukan bukan pada musimnya adalah tidak sah hukumnya.
- d. Barang harus diperinci dengan jelas segala aspeknya.
- e. Disebutkan tempat menerimanya.³⁸

Semua hal tersebut sudah menjadi praktek muamalah pada zaman modern dan menjamur pada masyarakat. Menggunakan media atau aplikasi untuk memudahkan jual beli walaupun barang yang di jual belikan belum nampak aslinya. Hanya berbentuk spek atau sifat yang terpampang pada layar ponsel dengan dibubuhi gambar dari barang tersebut.

Barang pesanan harus diketahui karakteristiknya secara umum yang meliputi jenis, spesifikasi teknis, kualitas dan kuantitasnya. Barang pesanan harus sesuai dengan karakteristik yang telah disepakati antara pembeli dan penjual. Jika barang pesanan yang dikirimkan salah atau cacat maka penjual harus bertanggung jawab atas kelalaiannya.³⁹

Dari keterangan diatas sangat mungkin sekali dilaksanakannya praktek yang mengimplemetasikan akad Salam pada Jual beli Online.

³⁷Andri Soemitra, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, (Jakarta: Kencana PrenadaMedia Grup, 2010), h. 372.

³⁸Nur Afifah, S.H.I, "Muamalah Dalam Islam". (Semarang: Mutiara Aksara) h.18. 2019

³⁹Sofyan Safri Harahap, Wiroso, Muhammad Yusuf, *Akuntansi Perbankan Syariah*, Ed. Cet.IV –Jakarta LPFE Usakti 2010 h. 167-178

Hukum tentang jual beli Salam sudah terpenuhi apabila syarat dan ketentuan diatas telah dipenuhi.

Wahbah az-Zuhaili (Guru Besar Fikih Islam Universitas Damaskus) menyatakan, bahwa tenggang waktu penyerahan barang itu sangat bergantung kepada keadaan barang yang dipesan dan sebaliknya diserahkan kepada kesepakatan kedua belah pihak yang berakad dan tradisi (فرعال) yang berlaku pada suatu daerah (negara) Apabila rukun dan syarat semuanya telah terpenuhi, maka jual beli pesanan ini dinyatakan sah dan masing-masing pihak yang terikat dengan ketentuan yang telah disepakati.⁴⁰

5. Manfaat Akad Salam

Dalam ekonomi pasti memiliki inovasi yang lebih meringankan dan membantu manusia dalam pekerjaan untuk mencapai keuntungan dalam usahanya. Terlebih, sekarang aplikasi jual beli online sudah sangat marak dikalangan masyarakat.

Akad *As-Salam* dalam jual beli online sangat memberikan kontribusi yang besar dalam praktek jual beli online setiap harinya. Salam memiliki manfaat yang dirasakan secara langsung kepada pelaku usaha serta konsumen dalam mencapai kebutuhannya masing-masing.

Akad Salam sendiri memiliki manfaat baik kepada penjual dan pembeli. Adapun manfaat Salam bagi penjual yaitu mendapatkan modal untuk menjalankan usahanya dengan cara-cara yang halal, sehingga ia dapat menjalankan dan mengembangkan usahanya tanpa harus membayar bunga. Dengan demikian selama belum jatuh tempo, penjual dapat menggunakan uang pembayaran tersebut untuk menjalankan usahanya dan mencari keuntungan sebanyak-banyaknya tanpa ada kewajiban apapun. Penjual memiliki keleluasaan dalam memenuhi

⁴⁰ M. Ali Hasan, "Berbagai Transaksi Dalam Islam", h.146.

permintaan pembeli, karena biasanya tenggang waktu antara transaksi dan penyerahan barang pesanan berjarak cukup lama.⁴¹

Disisi lain akad Salam juga memiliki manfaat bagi pembeli yaitu jaminan untuk mendapatkan barang sesuai dengan yang ia butuhkan dan pada waktu yang ia inginkan. Sebagaimana ia juga mendapatkan barang dengan harga yang lebih murah bila dibandingkan dengan pembelian pada saat ia membutuhkan kepada barang tersebut. Sedangkan penjual juga mendapatkan keuntungan yang tidak kalah besar dibanding pembeli.⁴²

6. Batalnya Akad Salam

Secara umum kontrak jual beli memiliki aturan yang dapat membuat suatu akad menjadi batal. Terkadang dapat menimbulkan penyesalan atas kerugian yang ditimbulkan atas batalnya kontrak tersebut. Penulis akan memaparkan berakhirnya suatu akad agar dapat mengambil kesimpulan yang tepat terhadap pembatalan transaksi yang sedang dibahas.

Dalam al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu karya Wahbah Zuhaili dijelaskan bahwa setiap jual beli memiliki dua hukum, yakni sah (Shahih) dan tidak sah (Ghairu Shahih). Adapun akad yang sah adalah akad yang terpenuhinya syarat dan rukun. Sedangkan yang tidak sah terjadi perbedaan klasifikasi di antara para fuqaha.⁴³

Begitu pula dalam akad Salam memiliki penyebab batalnya suatu kontrak yang terjadi akibat penyimpangan yang timbul setelah proses transaksi terjadi. Maka dalam Islam terdapat dua penyebab berakhirnya suatu akad (kontrak) antara lain, yaitu:

- a. Apabila suatu akad telah tercapai tujuannya. Barang sudah berpindah hak milik kepada si pembeli, dan penjual telah menerima pembayaran.
- b. Karena adanya fasakh dan atau berakhir waktunya.

⁴¹ Saprida, *Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli*, dalam jurnal "Mizan; Jurnal Ilmu Syariah, FAI Universitas Ibn Khaldun (UIKA) Bogor, Vol. 4 No. 1 (2016)

⁴² Ibid.,

⁴³ Wahbah az-Zuhaili, "*al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*", h. 423.

- c. Penyebab fasakh dalam suatu perikatan kontrak terlebih dalam jual beli yang terdapat barangnya terdapat ketentuan sebagai berikut:
- d. Difasakh karena adanya hal-hal yang tidak dibenarkan syara', seperti yang disebutkan dalam akad rusak, misalnya jual beli barang yang tidak memenuhi syarat kejelasan.
- e. Karena adanya khiyar, baik khiyar rukyat, cacat, syarat, atau majlis.
- f. Karena salah satu pihak dengan persetujuan pihak lain membatalkan, fasakh cara ini disebut iqalah.
- g. Karena kewajiban yang ditimbulkan oleh adanya akad tidak dipenuhi oleh pihak pihak bersangkutan.
- h. Karena habis waktunya, seperti dalam akad sewa menyewa berjangka waktu tertentu.⁴⁴

Langkah-langkah praktis yang bisa ditempuh untuk melakukan akad Salam adalah sebagai berikut:

- a. Penjual menunjukkan spesifikasi barang dengan sejumlah pilihan kepada pembeli.
- b. Pembeli selanjutnya menentukan pilihan spesifikasi yang dikehendaki lengkap dengan harga yang disepakati/ harga tertera.
- c. Setelah ditentukan pilihannya dan ditetapkan harganya, penjual mencarikan barang yang dipesan tersebut di “gudang penyimpanan”, atau “rekanan yang dimilikinya yang mana ia bertindak selaku wakil dari rekanan tersebut”.
- d. Pihak pemesan boleh untuk tidak menyerahkan uang dulu kepada penjual, atau sebaliknya ia boleh menyerahkan uang harga beli barang tersebut secara kontan saat itu juga.
- e. Akad jual beli bisa dibatalkan bila barang tidak sesuai dengan spesifikasi harga yang dipesan. Bila barang sudah diterima oleh

⁴⁴Ahmad Azhar Basyir, *Asas-asas Hukum Muamalat*, h. 76.

pemesan, maka pembeli bisa mengembalikan barang tersebut kepada penjual sehingga ia menerima kembali uang yang dibayarkan.⁴⁵

Pembatalan jual beli Salam dapat terjadi apabila dalam kondisi yang tidak memungkinkan misalnya kematian, kerusakan barang karena pengiriman barang oleh supplier, meninggalnya penjual. Kerusakan barang akan membatalkan kontrak ketika melampaui batas kerusakan. Kedua pihak mempunyai hak untuk menerima ganti rugi dalam jumlah yang semestinya.⁴⁶

7. Konsekuensi Karena Pembatalan Akad dalam Islam

Sesuai dengan namanya, akad memiliki suatu perjanjian dimana jika dikaitkan dengan transaksi pada platform jual beli online akan mengikat dua belah pihak atau lebih yang saling melakukan perjanjian. Demi mendapatkan barang yang diinginkan dan yang lainnya memberikan jalan yang memudahkan.

Maka, dalam suatu perjanjian haruslah memenuhi prinsip-prinsip sebagai berikut:⁴⁷

a. Prinsip Tauhid

Kegiatan mu'amalah termasuk perbuatan perjanjian yang tidak akan pernah lepas dari nilai-nilai ketauhidan. Dengan demikian manusia memiliki tanggung jawab akan hal itu. Tanggung jawab kepada masyarakat, pihak kedua, diri sendiri, dan pada Allah swt. Akibat dari asas ini manusia tidak akan berbuat sekehendak hatinya.

b. Prinsip kebolehan (*Mabda' al-ibahah*)

Sebagaimana dalam kaidah yang menyatakan bahwa pada dasarnya segala sesuatu itu dibolehkan sampai terdapat dalil yang melarang.

⁴⁵<https://islam.nu.or.id/ekonomi-syariah/penjelasan-soal-jual-beli-dengan-akad-salam-m5MHW>

⁴⁶ Veithzal Rivai Dan Andi Buchari, *Islamic Economics*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), Hlm.442.

⁴⁷ Darul Muftadin, "Dasar-Dasar Hukum Perjanjian Syariah Dan Penerapannya Dalam Transaksi Syariah", *Jurnal Al-Adl*, Vol. 11, No. 1, Januari 2018, Hlm. 106-110. Diakses Melalui <https://Scholar.Google.Co.Id>, Pada Tanggal 3 Februari 2022.

Maka setiap kegiatan muamalah adalah boleh kecuali ada dalil yang mengharamkan.

c. Prinsip keadilan

Dalam asas ini para pihak dituntut untuk berlaku benar dalam mengungkapkan kehendak dan keadaan, memenuhi perjanjian yang telah mereka buat, dan memenuhi semua kewajibannya.

d. Prinsip persamaan atau kesetaraan

Dalam melakukan kontrak, para pihak menentukan hak dan kewajiban masing-masing didasarkan pada asas persamaan dan kesetaraan.

e. Prinsip kejujuran dan kebenaran

Kejujuran merupakan suatu prinsip yang mendasar dalam Islam dan menjadi sebuah etika yang harus dilaksanakan.

f. Prinsip tertulis

Suatu perjanjian hendaknya dilakukan secara tertulis agar dapat dijadikan sebagai alat bukti apabila di kemudian hari terjadi persengketaan. Sebagaimana disebutkan dalam Alqur'an surat al-Baqarah ayat 282-283, dapat dipahami bahwa Allah swt menganjurkan kepada manusia agar suatu perjanjian ditulis, dihadiri para saksi dan diberikan tanggung jawab individu yang melakukan perjanjian tersebut.

g. Prinsip itikad baik atau kepercayaan

Prinsip ini dapat disimpulkan dari Pasal 1338 ayat 3 KUH Perdata yang berbunyi "*perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik.*"

h. Prinsip kerelaan atau konsensualisme

Segala transaksi yang dilakukan harus berdasarkan suka sama suka atau kerelaan masing-masing pihak, tidak boleh ada paksaan, tekanan, dan penipuan.

i. Prinsip kebebasan berkontrak

Disebutkan bahwa Islam memberikan kebebasan kepada setiap orang

yang melakukan akad sesuai yang diinginkan, tetapi yang menentukan syarat sahnya adalah ajaran agama. Seseorang bebas untuk membuat perjanjian apapun dan berisi apa saja sesuai dengan kepentingannya dalam batas-batas kesusilaan dan ketertiban umum. Kebebasan berkontrak didukung oleh Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29 yang membatasi kebebasan tersebut dalam batas-batas tidak memakan harta orang lain dengan jalan batil dan hal inilah merupakan ketertiban umum syara'.

j. Prinsip kemanfaatan dan kemaslahatan

Semua bentuk perjanjian yang dilakukan harus mendatangkan kemanfaatan dan kemaslahatan baik bagi para pihak yang mengikatkan diri maupun bagi masyarakat sekitar.

k. Prinsip kepastian hukum

Prinsip kepastian hukum adalah tidak ada suatu perbuatanpun dapat dihukum kecuali atas ketentuan peraturan perundang-undangan yang ada dan berlaku untuk perbuatan tersebut. Ini dapat disimpulkan dalam Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata yang berbunyi "*perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang.*"

Pembatalan Salam boleh dilakukan selama tidak merugikan kedua belah pihak.⁴⁸ Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Pasal 38, menyatakan bahwa pihak dalam akad yang melakukan ingkar janji dapat dijatuhi sanksi. Begitupun dalam ajaran Islam juga sangat di larang perbuatan ingkar janji dalam hal perjanjian karena mengakibatkan kerugian pada salah satu pihak.

⁴⁸ Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2007), h., 117.

B. E-Commerce

1. Pengertian E-Commerce

Harus diakui bahwa lajunya perkembangan teknologi tidak dapat dibendung. Setiap item komputer didunia sekarang dapat tersambung dengan sebuah jaringan yang sama. Di sisi lain ide-ide perkembangan teknologi merupakan hak intelektual semua orang yang dapat terus berkembang dan membentuk daya saing setiap manusia dalam menemukan hal baru.

Transaksi atau bisnis melalui *virtual world* (dunia maya) atau media internet yang disebut dengan istilah *electronic commerce* atau *e-commerce*, sudah cukup lama dikenal di Indonesia, terutama dikenalnya *credit cards*, *automated teller machine* dan *telephone banking*. Istilah-istilah tersebut semakin banyak dikenal karena dipergunakan untuk keperluan yang luas, salah satunya dalam jual-beli.⁴⁹

E-commerce dapat didefinisikan sebagai arena terjadinya transaksi atau pertukaran informasi antara penjual dan pembeli di dunia maya.⁵⁰ Dunia maya kali ini bukan hanya sekedar ajang chatting saja, namun sudah menjadi alat manusia untuk mencapai tujuan yang nyata bagi kebutuhan.

Menurut Laudon dan Laudon (1998), *e-commerce* adalah suatu proses membeli dan menjual produk - produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. Media yang dapat digunakan dalam aktivitas *e-commerce* adalah world wide web internet.⁵¹

Menurut Sutabri (2012), *e-commerce* adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, WWW, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik,

⁴⁹ Ahmad Miru, *Hukum Kontrak Bernuansa Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), H. 53.

⁵⁰ Rinto Rante Rerung, *E-Commerce: Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*, (Yogyakarta: Cv. Budi Utama, 2018), H, 18.

⁵¹ Shabur Miftah Maulana, Heru Susilo, Riyadi, *Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online*, Dalam Jurnal Administrasi Bisnis, (Jab)|Vol. 29 No. 1 Desember 2015

pertukaran data elektronik, sistem *inventori* otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Sehingga dapat dikatakan bahwa *E-commerce* merupakan suatu pemasaran barang atau jasa melalui sistem informasi yang memanfaatkan teknologi internet.

Seperti halnya transaksi konvensional, *e-commerce* maupun As-Salam memiliki unsur-unsur atau rukun-rukun yang menyebabkan terjadinya transaksi. Secara garis besar terdapat 3 unsur yaitu: pihak-pihak yang bertransaksi, syarat transaksi dan obyek transaksi.

Shofiyullah Mz., menjelaskan bahwa *e-commerce* merupakan sebuah transaksi (muamalah) antara pembeli (musytari) dengan penjual (ba-i) tanpa ada pertemuan fisik (khiarmajlis) dengan menggunakan peralatan teknologi yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi.⁵²

E-Commerce dalam pandangan Islam memiliki kesamaan dengan jual beli konvensional. Namun harus tetap mempertimbangkan kewajiban dan aturan yang telah mendasari hukum-hukum jual beli dalam Islam. Seperti dalam firman Allah dalam Al-Qur'an: "Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung"⁵³

Sebagian besar masyarakat Indonesia sudah memahami apa yang disebut *e-commerce* dan bagaimana bentuknya. Maka, penulis hanya mencantumkan bagaimana sistematisa praktik jual beli pada *e-commerce* ini secara singkat. Dalam setiap praktek jual beli memiliki dua pihak yang berbeda dan aturan yang menjadi pedoman bagi kedua pihak bahkan lebih.

Keunggulan *e-commerce* terletak pada efisiensi dan kemudahannya, membahas tentang hukum *e-commerce* maka tidak akan lepas dari hukum internet (*cyber law*). Maka dalam konteks ini pula maka aspek hukum melekat dari mekanisme *e-commerce* adalah berinteraksi dengan aplikasi jaringan internet yang digunakan oleh pihak yang

⁵² Shofiyullah, Mz, "E-Commerce Dalam Hukum Islam (Studi Atas Pandangan Muhammadiyah Dan Nu)," Jurnal Penelitian Agama, (2008), 571-585.

⁵³ Al-Qur'an, 62: 10.

melakukan transaksi melalui sistem *e-commerce*.⁵⁴

2. Mekanisme Transaksi Pada E-Commerce

Proses transaksi bisnis yang menggunakan *E-Commerce* pada dasarnya ada lima tahap yang runtut, yakni:⁵⁵ *Find it*, pada tahap ini pembeli bisa mengetahui dengan pasti dan mudah jenis barang apa yang dia inginkan. Ada beberapa metode yang dapat dilakukan untuk mencari barang yang diinginkan, yaitu dengan metode *search* dan *browse*. Dengan *search*, pembeli bisa mendapatkan tipe-tipe barang yang diinginkan dengan hanya memasukkan kata kunci barang yang diinginkan pada kotak *search*, sedangkan *browse* menyediakan menu-menu yang terdiri atas jenis-jenis barang yang disediakan.⁵⁶

Explore it, setelah memilih jenis barang tertentu yang diinginkan, maka akan dijumpai keterangan lebih jelas mengenai barang yang dipilih itu, antara lain terdiri dari informasi penting tentang produk tersebut, seperti harga dan gambar barang tersebut, nilai rating barang itu yang diperoleh dari poll otomatis tentang barang itu yang diisi oleh para pembeli sebelumnya, apakah barang tersebut baik, cukup baik, atau bahkan mengecewakan, spesifikasi (*product review*) tentang barang tersebut, dan menu produk-produk lain yang berhubungan, jika ternyata barang yang dilihat tersebut sudah cocok, maka siap untuk melakukan transaksi (*add an item to you shopping cart*).

Select it, seperti halnya toko sebenarnya, *shopping cart* akan menyimpan terlebih dahulu barang yang diinginkan sampai siap untuk *check out*, dalam *shopping cart* dapat melakukan antara lain memproses untuk *check out* dan menghapuskan atau menyimpan daftar belanja untuk keperluan nanti.

⁵⁴ Michael Neng, “*Understanding Electronic Commerce From A Historical Perspective*”, Dikutip Dari www.Oecd.Org/Dsti/Sti/It/Infosoc, Diakses Pada 3 Februari 2022

⁵⁵ Yahya Zein, *Kontrak Elektronik & Penyelesaian Sengketa Bisnis E-Commerce dalam Transaksi Nasional & internasional*, (Bandung: Mandar Maju, 2009), h. 54

⁵⁶ *Ibid.*

Buy it, setelah semua yang diatas dilakukan, selanjutnya dilakukan proses *check out*. Pada tahap ini, dilakukan proses transaksi pembayaran setelah terlebih dahulu mengisi formulir yang telah disediakan oleh *merchant*. Pihak *merchant* tidak akan menarik pembayaran pada kartu kredit sampai kita sudah menyelesaikan proses perintah untuk pengiriman.

Ship it, setelah proses transaksi selesai, pihak *merchant* akan mengirimkan *e-mail* lain yang akan memberitahukan pengiriman barang telah dilakukan. Toko online juga menyediakan akun untuk para pelanggan mereka seperti halnya ketika akan memasuki *mail box* pada layanan fasilitas e-mail gratis, sehingga pembeli dapat mengetahui status order pada *account* yang telah tersedia di situs tersebut.⁵⁷

Perbedaan karakteristik antara *e-commerce* dengan transaksi perdagangan biasa adalah sebagai berikut:⁵⁸

- a. Tanpa batas melakukan transaksi: Saat ini, perusahaan kecil dan/atau menengah dapat menciptakan *website* atau menampilkan promosi di internet tiada batas selama 24 jam untuk menjual barang ke luar negeri dengan bantuan internet, sehingga dari seluruh dunia dalam mengakses dan melakukan transaksi secara *online* konsumen dapat melakukannya.
- b. Jual beli bersifat anonim: Dalam transaksi *e-commerce*, pelaku usaha dan konsumen tidak perlu bertatap muka. Nama konsumen tidak diperlukan oleh pelaku usaha.
- c. Penjualan produk: Melalui internet dapat melakukan penjualan produk termasuk produk elektronik maupun non-elektronik, barang berbentuk dan tidak berbentuk, serta barang bergerak dan barang tidak bergerak.⁵⁹

3. Metode Pembayaran E-Commerce

Menurut Prihatna (2005 :19) dalam transaksi yang menggunakan

⁵⁷ *Ibid.*

⁵⁸ Shabur Miftah Maulana, "Implementasi *E-Commerce* Sebagai Media Penjualan Online," *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 29, Nomor 1 (Desember 2016): 67.

⁵⁹ *Ibid.*, h. 68.

e-commerce terdapat 3 metode pembayaran yang dapat digunakan:

a. *Online Processing Credit Card*

Metode ini digunakan untuk produk yang bersifat retail dimana mencakup pasar yang sangat luas yaitu seluruh dunia. Pembayaran dilakukan secara langsung atau saat itu juga

a. *Money Transfer*

Pembayaran dalam metode ini lebih aman namun membutuhkan biaya fee bagi pihak penyedia jasa money transfer untuk mengirim sejumlah uang ke Negara lain.

b. *Cash on Delivery*

Pembayaran dengan bayar di tempat ini hanya bisa dilakukan jika konsumen langsung data ke toko tempat produsen menjual produknya atau berada dalam satu wilayah yang sama dengan penyedia jasa.⁶⁰

Adapun pelaksanaan perjanjian pada transaksi *e-commerce* dilakukan setelah adanya kesepakatan oleh salah satu pihak atas penawaran yang diberikan oleh salah satu pihak. Penerimaan kesepakatan tersebut akan menimbulkan akibat hukum, menimbulkan hak dan kewajiban dan kalau kesepakatan tersebut dilanggar maka akan ada akibat hukum, si pelanggar dapat dikenakan akibat hukum atau sanksi.⁶¹

C. Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Komponen jual beli pada dasarnya memang tidak terlepas dari produsen dan pembeli. Definisi dari konsumen sendiri menurut pasal 1 undang-undang no. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (UUPK) menyatakan mengenai pengertian konsumen yaitu bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/ atau jasa yang tersedia

⁶⁰ *Ibid.*, H. 4

⁶¹ Mertokusumo, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Liberty, 1999), H. 110

dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁶²

Sedangkan dalam kamus hukum, pengertian konsumen adalah pihak yang menggunakan atau memanfaatkan baik barang maupun jasa, untuk kepentingan diri sendiri, maupun untuk kepentingan orang lain. (M. Marwan & Jimmy, 2009 : 378).⁶³ Begitu pula Kamus Bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.⁶⁴

Hondius seorang ahli dalam masalah konsumen di Belanda menyimpulkan, bahwa para ahli hukum umumnya setuju untuk mengartikan konsumen sebagai pengguna produksi akhir dari barang dan/atau jasa (*uiteindelijk gebruiker van goederen en diensten*).⁶⁵

Konsumen adalah pemakai barang-barang hasil produksi. Perilaku konsumen adalah tingkah laku konsumen, dimana mereka dapat mengilustrasikan pencarian untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi dan memperbaiki suatu produk dan jasa mereka. Fokus dari perilaku konsumen adalah bagaimana individu membuat keputusan untuk menggunakan sumber daya mereka yang telah tersedia untuk mengkonsumsi suatu barang.⁶⁶

2. Hak-Hak Konsumen

Seperti yang tertulis pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen, setiap konsumen memiliki hak dan kewajiban. Tak lain sebab konsumen adalah pelaku utama terjadinya aktivitas jual beli. Maka hak dan kewajiban konsumen yang di jelaskan pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 4, adalah sebagai berikut:

⁶² Widi Nugrahaningsih, Mira Erlinawati, *Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online*, Dalam Jurnal Serambi Hukum Vol. 11, No. 01 Februari- Juli, 2017.

⁶³ *Ibid.*, h. 28

⁶⁴ Az. Nasution, *Op.Cit*, h.3.

⁶⁵ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta: Grasindo, 2000), 2.

⁶⁶ Abdul Rokhim, *Ekonomi Islam Perspektif Muhammad SAW*. (Jember: STAIN Jember Press, 2013) h. 94

- a. Konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam penggunaan barang maupun jasa.
- b. Konsumen berhak untuk memilih barang/ jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Konsumen berhak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang/ jasa yang dibeli.
- d. Konsumen berhak untuk didengar pendapat dan keluhannya terkait barang/ jasa yang dipakainya.
- e. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Konsumen berhak mendapatkan perlakuan dan pelayanan yang benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- h. Konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/ atau penggantian, jika barang/ jasa yang diterima tidak sesuai dengan semestinya.
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.⁶⁷

Dalam sebuah catatan sejarah bahwasanya Presiden Amerika Serikat John F.Kennedy pernah mencetuskan hak-hak konsumen pada tahun 1962 yang disampaikan dalam Kongres Gabungan Negara-negara Bagian di Amerika Serikat. Kemudian pada tahun 1975, hak-hak konsumen yang dicetuskan oleh John F.Kennedy, dimasukkan dalam program konsumen European Economic Community (EEC) yang meliputi:⁶⁸

- a. Hak perlindungan kesehatan dan keamanan.
- b. Hak perlindungan kepentingan ekonomi.
- c. Hak untuk memperoleh ganti rugi.
- d. Hak atas penerangan.

⁶⁷ Abdul Halim Barkatullah, *Hak-hak Konsumen*, (Bandung: Nusa Media, 2019), h. 33

⁶⁸ Shidarta, *Op.cit.*, h. 16.

e. Hak untuk didengar.

Berdasarkan ketentuan pasal 4 UUPK, ada 9 (sembilan) hak dari konsumen, yaitu 8 (delapan) diantaranya merupakan hak yang secara eksplisit diatur dalam UUPK dan 1 (satu) hak lainnya dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. Hak-hak tersebut antara lain, sebagai berikut.

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut 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.
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- 6) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Selain itu terdapat juga kewajiban konsumen yang tertera dalam pasal 5 UU No. 8 Tahun 1999. Perumusan hak-hak dari konsumen tidak lain adalah untuk merumuskan kewajiban dari produsen atau penyelenggara jasa. Khusus dalam penelitian ini kewajiban produsen adalah menjamin *Privacy, Accuracy, Properti, Accessibility* konsumen tersebut diatas.⁶⁹

3. Kewajiban Konsumen

Selain memiliki hak-haknya konsumen juga memiliki kewajiban yang harus di laksanakan, agar antara konsumen serta pelaku usaha dapat seimbang dalam hak dan kewajibannya, kewajiban konsumen berdasarkan

⁶⁹ Rieyke Ustadiyanto, *Framework E-Commerce*, (Yogyakarta: Andi), H. 336.

Undang-undang Perlindungan Konsumen Pasal 5, antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Konsumen wajib membaca dan mengikuti petunjuk informasi maupun prosedur penggunaan atau pemanfaatan barang/ jasa, demi keamanan dan keselamatan.
- 2) Konsumen harus memiliki itikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang/ jasa.
- 3) Konsumen wajib membayar pembelian barang/ jasa sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- 4) Konsumen wajib mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.⁷⁰

Perlindungan konsumen berhasil jika suatu aturan dapat memiliki porsi keadilan yang sama. hak dari konsumen merupakan kewajiban pelaku usaha, begitu juga sebaliknya, kewajiban konsumen merupakan hak dari pelaku usaha.⁷¹

D. Iklan

1. Pengertian iklan

Iklan juga menjadi instrumen promosi yang sangat penting, khususnya bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat luas. Belanja iklan di Indonesia pada 2005 tercatat sekitar Rp 23 triliun rupiah. televisi mendominasi 70 persen (Rp 16 triliun) dari nilai belanja iklan tersebut, surat kabar Rp 6 triliun, majalah dan tabloid sekitar Rp 1 triliun.

Terdapat sejumlah alasan untuk ini. Pertama, iklan di media massa dinilai efisien dari segi biaya untuk mencapai audiensi dalam jumlah besar. Iklan di media massa dapat digunakan untuk menciptakan citra merek dan

⁷⁰ *Ibid.*, H 35

⁷¹ Abdul Atsar, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: De Publish, 2019), H. 45

daya tarik simbolis bagi suatu perusahaan atau merek. Hal ini menjadi sangat penting khususnya bagi produk yang sulit dibedakan dari segi kualitas maupun fungsinya dengan produk yang sulit dibedakan dari segi kualitas maupun fungsinya dengan produk saingannya. Pemasang iklan harus dapat memanfaatkan iklan di media massa untuk memosisikan produknya dimata konsumen.

Iklan adalah salah satu bentuk promosi yang paling di kenal dan paling banyak di bahas orang. Hal ini di karenakan daya jangkauanya luas. Periklanan merupakan komunikasi komersil dan non personal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang di transmisikan ke suatu khalayak target melalui media bersifat massal seperti televisi, radio, koran, majalah, direct mail (Pengeposan Langsung), reklame luar ruang, atau kendaraan umum.⁷²

Internet membantu pengguna dalam mencari hal apa saja yang di inginkan oleh pengguna tersebut. Bukti dari pengaruh internet, misalnya beralihnya pemasaran dengan menggunakan internet. Seperti dengan hal nya iklan yang saat ini sangat mudah di temukan di media internet. Internet sebagai ruang maya atau informasi super cepat (information superhighway) yang memungkinkan transfer informasi secara elektronik.⁷³

Menurut Tuten, kehadiran internet memberikan lingkungan virtual baru bagi praktik-praktik pemasaran. Ada tiga praktik yang bisa di lihat dari munculnya media sosial terhadap praktik-praktik pemasaran tradisional, Pertama, jenis media yang di gunakan saat ini tidak hanya media cetak dan elektronik. Namun, kini mulai beralih ke media sosial. Kedua, iklan sebagai komunikasi berbayar, saat ini dengan adanya internet dan media sosial cenderung berbiaya kecil. Bahkan kadang tanpa biaya sama sekali. Ketiga, Komunikasi satu arah dalam iklan, setelah

⁷² Monle Lee dan Carla Johns, "*Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*", (Jakarta : Prenada Media Group, 2011),3

⁷³ *Ibid.*, 382

menggunakan media sosial bisa memberikan arah balik atau komunikasi dua arah antara penjual dan pembeli.⁷⁴

Iklan internet bisa di sebut juga dengan iklan lini bawah (belowthe-line). Iklan linu bawah merupakan iklan dengan menggunakan media-media yang tidak memberi komisi dan pembayaran sepenuhnya berdasarkan biaya-biaya operasi plus sekian persen keuntungan. Iklan lini bawah bukanlah iklan yang menggunakan media televisi, radio, majalah,koran,reklame. Maka dari itu, iklan internet masuk kedalam iklan lini bawah.⁷⁵

2. Syarat iklan

Syarat-syarat iklan adalah sebagai berikut :

1. Bahasa Iklan
 - a. Menggunakan pilihan kata yang tepat, menarik, sopan, dan logis.
 - b. Ungkapkan atau majas yang digunakan untuk memikat dan sugestif.
 - c. Disusun secara singkat dan menonjolkan bagian-bagian yang dipentingkan.
2. Isi iklan
 - a. Objektif dan jujur
 - b. Singkat dan jelas
 - c. Tidak menyinggung golongan tertentu atau produsen lain
 - d. Menarik perhatian banyak orang.

3. Fungsi iklan

Shimp dalam Apriadi. Iklan sangat penting karena memiliki fungsi komunikasi yang kritis, yaitu:

- a. Menginformasikan, iklan membuat konsumen sadar akan adanya produk baru, memberikan informasi mengenai merk tertentu, dan menginformasikan karakteristik serta keunggulan suatu produk. Pada tahap awal dari kategori produk, iklan sangat diperlukan

⁷⁴ Rulli Nasrullah, “*Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*”, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media,2015),160-162

⁷⁵ Frank Jefkins, “*Periklanan*”, (Jakarta: Penerbit Erlangga,1997)86.

untuk membangun permintaan primer (kotler). Iklan merupakan bentuk komunikasi yang efisien karena mampu meraih khalayak luas dengan biaya yang relatif rendah.

- b. Membujuk, tujuan ini sangat penting pada tahap persaingan, dimana perusahaan ingin membangun permintaan selektif untuk produk tertentu. Beberapa iklan menggunakan comparative advertising yang memberikan perbandingan atribut dari dua atau lebih merk/produk secara eksplisit. Iklan yang efektif akan membujuk konsumen untuk mencoba menggunakan/mengonsumsi suatu produk. Kadang-kadang iklan dapat mempengaruhi permintaan primer yang membentuk permintaan untuk seluruh kategori produk. Seringkali iklan ditujukan untuk membangun permintaan sekunder yaitu permintaan untuk merk perusahaan tertentu.
- c. Mengingat, iklan dapat membuat konsumen tetap ingat pada merk/produk perusahaan. Ketika timbul kebutuhan yang berkaitan dengan produk tertentu, konsumen akan mengingat iklan tentang produk tertentu. Maka konsumen tersebut akan menjadi kandidat pembeli. Iklan dengan tujuan mengingat ini sangat penting untuk produk matang.
- d. Memberikan Nilai Tambah, iklan memberikan nilai tambah terhadap produk dan merk tertentu dengan cara mempengaruhi persepsi konsumen. Iklan yang efektif akan memberikan nilai tambah produk sehingga produk dipersepsikan lebih mewah, lebih bergaya, lebih bergengsi, bahkan melebihi apa yang ditawarkan oleh produk lain, dan secara keseluruhan memberikan kualitas yang lebih baik dari produk lainnya.
- e. Mendukung Usaha Promosi Lainnya, dapat digunakan sebagai alat pendukung usaha promosi lainnya seperti sebagai alat untuk menyalurkan sales promotion, pendukung sales representative, meningkatkan hasil dari komunikasi pemasaran lainnya.

4. Jenis-Jenis Iklan Beserta Contoh Aplikasinya

Dalam Dwindia Aulia Melati. Ditinjau dari tujuannya, iklan dapat dikelompokkan menjadi 3 jenis iklan, ada beberapa pembagian iklan berdasarkan ketentuannya, antara lain:

a. Iklan Komersial (Comercial Advertising). Iklan komersial adalah iklan yang bertujuan untuk mendukung pemasaran atau mempromosikan suatu produk atau jasa yang dihasilkan dari perusahaan/industri maupun personal. Contoh iklan ini adalah iklan produk yang biasanya di televisi yaitu iklan Gulagu, iklan Gudang Garam, iklan Oreo dan lainnya. Ada 2 macam iklan komersial, yaitu:

1) Iklan Strategis. Iklan macam ini digunakan untuk membangun merek (brand). Hal itu dilakukan dengan mengkomunikasikan nilai merek dan manfaat produk maupun jasa yang diiklankan. Perhatian utama dalam jangka panjang adalah memposisikan merek serta membangun pangsa pikiran dan pangsa pasar. Iklan macam ini mengundang konsumen untuk menikmati hubungan dengan merek serta meyakinkan bahwa merek ini ada bagi para pengguna.

2) Iklan Taktis. Iklan taktis adalah iklan yang memiliki tujuan yang mendesak. Iklan macam ini dirancang untuk mendorong konsumen agar segera melakukan kontak dengan merek tertentu. Pada umumnya iklan ini memberikan penawaran khusus jangka pendek yang memacu konsumen memberikan respon pada hari yang sama.

b. Iklan Korporat atau Iklan Perusahaan (corporate advertising). Iklan korporat bertujuan untuk membangun citra suatu perusahaan yang pada akhirnya diharapkan juga membangun citra positif produk-produk atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Iklan Korporat akan efektif bila didukung oleh fakta yang kuat dan relevan dengan masyarakat, mempunyai nilai berita dan biasanya selalu dikaitkan dengan kegiatan yang berorientasi pada kepentingan masyarakat. Iklan Korporat merupakan bentuk lain dari iklan komersial yang bersifat strategis yaitu ketika sebuah perusahaan melakukan kampanye untuk

mengkomunikasikan nilai-nilai korporatnya kepada masyarakat. Iklan korporat sering kali berbicara tentang nilai-nilai warisan perusahaan, komitmen perusahaan kepada pengawasan mutu, peluncuran merek dagang atau logo perusahaan yang baru atau mengkomunikasikan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Contoh iklan bank BNI dengan logo baru yaitu 46.

- c. Iklan Layanan Masyarakat (Public Service Advertising). Iklan Layanan Masyarakat merupakan bagian dari kampanye sosial marketing yang bertujuan menjual gagasan atau ide untuk kepentingan atau pelayanan masyarakat. Biasanya pesan iklan layanan masyarakat berupa ajakan, pernyataan atau himbauan kepada masyarakat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan demi kepentingan umum atau merubah perilaku yang “tidak baik” supaya menjadi lebih baik, misalnya masalah kebersihan lingkungan, mendorong penghargaan terhadap perbedaan pendapat, keluarga berencana, dan sebagainya. Contoh iklan ini adalah iklan himbauan jangan korupsi, iklan BKKBN, iklan membaca dan lainnya.

5. Iklan Menurut Hukum Islam

Promosi merupakan upaya untuk memperkenalkan dan menawarkan produk kepada konsumen. Etika melakukan promosi dalam Islam adalah tidak diperbolehkan melakukan pelecehan terhadap suku, agama dan ras, eksploitasi perempuan dalam iklan, penggunaan fantasi yang berlebihan dan penggunaan perempuan sebagai objek untuk memikat dan menarik pelanggan.

Semua pedoman dalam Islam tentang promosi ditujukan untuk menghilangkan praktik penipuan dan perlakuan tidak adil yang menimpa konsumen. Dalam Islam saat melaksanakan promosi dilarang memberikan informasi yang berlebihan.

Rasulullah Saw sendiri dalam melakukan promosi barang yang diperdagangkan tidak pernah memberikan informasi yang berlebihan,

justru Beliau memberikan informasi apa adanya sehingga pembeli akan memperoleh informasi produk secara jelas sebelum memutuskan untuk membelinya. Promosi yang sangat dianjurkan oleh Rasulullah adalah menjelaskan kepada konsumen dengan benar, tidak hanya keunggulan-nya saja yang dijelaskan akan tetapi kekurangan atau efek samping penggunaan produk juga harus dijelaskan.⁷⁶

Aturan pengiklanan produk menurut Islam adalah tidak dibenarkan melakukan penipuan, baik dalam bentuk perilaku maupun perkataan. Al-Qur'an mengutuk segala bentuk pernyataan palsu, tuduhan tidak mendasar, informasi dan kesaksian palsu. Oleh karena itu, di bidang promosi produk, etika pemasaran syariah menekankan aturan berikut:

- a. Menghindari iklan palsu dan menyesatkan.
- b. Menghindari praktik manipulasi atau taktik penjualan yang menyesatkan.
- c. Menepati janji.

Nabi Muhammad Saw. Secara tegas mengutuk semua perilaku promosi yang syarat akan unsur penipuan hingga bersabda bahwa, "Orang yang tidak jujur dalam berbisnis bukan salah satu golonganku". Dalam etika Islam, teknik promosi tidak diperbolehkan menggunakan daya tarik seksualitas (mengunggah gairah seksual), mengundang emosional (negatif), mengundang ketakutan, kesaksian palsu dan penemuan fiktif, atau berdampak pada kerusakan mental (kebodohan) atau mendorong pemborosan.

Di sisi lain, etika Islam juga melarang keras stereotip perempuan (diskriminasi) dalam iklan, terutama eksploitasi perempuan yang berakibat pada munculnya fantasi yang negatif.⁷⁷ Maka, praktek penayangan iklan yang benar dan baik adalah tetap memperhatikan betul kaidah dan norma-

⁷⁶ Siti Aminah, "Tinjauan Islam Terhadap Konsep Dan Strategi Promosi Perusahaan Provider Telekomunikasi Di Makassar". (Skripsi Universitas Alauddin Makassar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, April 2018), h. 30.

⁷⁷ Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani, "Pemasaran Syariah Teori, Filosofi dan Isu Kontemporer", (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017), h. 186-187.

norma Islam. Dan memberikan informasi produk kepada konsumen dengan jelas, agar konsumen tidak merasa tertipu dengan produk yang sudah dibeli.



BAB III

PRAKTEK PEMBATALAN TRANSAKSI DAN PENAYANGAN IKLAN PROMO PADA APLIKASI SHOPEE

A. Transaksi Pada Aplikasi *e-commerce* Shopee

1. Sejarah Singkat Shoopee

Menurut Wikipedia, Shopee adalah situs elektronik komersial yang berkantor pusat di Singapura di bawah naungan SEA Group (sebelumnya dikenal dengan nama Garena), yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, sejak itu memperluas jangkauannya.⁷⁸

Pada tahun 2017, platform ini mencatat 80 juta unduhan aplikasi dengan lebih dari empat juta penjual dan lebih dari 180 juta produk aktif. Pada kuartal keempat tahun 2017, Shopee melaporkan nilai perdagangan bruto (GMV) sebesar US\$1,6 miliar, naik 206 persen dari tahun sebelumnya.⁷⁹

Pada April 2020, Shopee Indonesia mulai mempromosikan penjualan makanan siap saji di platform Shopee. Program yang diberi nama ShopeeFOOD ini telah merekrut lebih dari 500 penjual makanan di wilayah Jakarta.

2. Pelaksanaan Perjanjian Dan Transaksi Di Platform Shopee

Ketetentuan dan keabsahan dalam bertransaksi sudah seharusnya di cermati oleh semua pihak khususnya konsumen atau pembeli dalam platform jual beli online. Apalagi Islam menjelaskan syarat jual beli salah satunya adalah berakal. Artinya manusia sebagai makhluk yang dapat mengambil keputusan dan mempelajari sesuatu dengan mudah harus dapat mengikuti aturan yang ada.

⁷⁸ Reski Amelia, *Jadi Seller Shopee*, (Jln. Budaya Gowa: Pustaka Taman Ilmu), H. 7.

⁷⁹ *Ibid.*, H. 8.

Jual beli konvensional maupun jual beli secara elektronik adalah dua hal yang sama hanya memiliki perbedaan dalam hal mekanisme dan tempat saja. Keduanya memiliki persamaan umum dalam hal perjanjian.

Adapun yang dimaksudkan perjanjian menurut Sudikno Mertokusumo bahwa perjanjian adalah hubungan hukum antara dua belah pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum. Dua pihak itu sepakat untuk menentukan peraturan atau kaedah hukum atau hak kewajiban yang mengikat mereka untuk ditaati dan dijalankan. Kesepakatan itu menimbulkan akibat hukum dan bila kesepakatan dilanggar maka akibat hukumnya si pelanggar dapat dikenakan akibat hukum atau sanksi.⁸⁰

Namun pada praktek umumnya, Saat konsumen hendak membeli suatu barang pada suatu *website*, maka penjual akan menyodorkan suatu perjanjian (*terms and condition*) yang berisikan mengenai persyaratan-persyaratan seperti layaknya perjanjian-perjanjian jual beli pada umumnya. Perjanjian (*term and condition*) inilah yang dapat dikategorikan sebagai klausula baku, karena isi dari perjanjian tersebut ditetapkan secara sepihak oleh Pihak Penjual (*Merchant*). Berhubung isi kontrak baku telah ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha, maka umumnya isi kontrak baku tersebut akan lebih banyak memuat hak-hak pelaku usaha dan kewajiban-kewajiban konsumen, daripada hak-hak konsumen dan kewajiban-kewajiban pelaku usaha. Ketentuan semacam ini dalam kontrak baku disebut klausula eksonerasi yang pada umumnya sangat memberatkan atau bahkan cenderung memberatkan konsumen.⁸¹

3. Skema Transaksi Pada Aplikasi *E-Commerce* Shopee

Shopee sebagai platform *e-commerce* sudah sepihakannya memberikan pelayanan yang baik, mudah dan mampu memberikan rasa kepuasan kepada pelanggan dengan basis online. Ada beberapa cara di

⁸⁰ Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum*, Yogyakarta: Liberty, 1990, H. 97

⁸¹ Hendro Purba, *Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Kerugian yang Dialami Konsumen E-Commerce*, dalam *Jurnal Hukum* Vol.III No.1 Maret 2017, h. 21.

dalam aplikasi Shopee dengan fitur yang lumayan lengkap dan mudah. Berikut cara bertransaksi pada *e-commerce* Shopee:

- 1) Penjual mengupload foto produk dalam katalog penjualannya, beserta dengan deskripsi produk yang dijelaskan secara rinci. Seperti mengenai spesifikasi, warna, garansi, dll. Apabila pembeli tertarik dengan produk tersebut, pembeli menekan tombol beli sekarang yang kemudian pembeli akan diarahkan ke halaman “keranjang saya”.
- 2) Apabila konsumen ingin melakukan transaksi pembelian, pembeli menekan tombol “checkout” yang tertera pada laman tersebut. Kemudian pembeli akan diarahkan untuk mengisi informasi data diri si penerima beserta dengan alamat si penerima. Selanjutnya pembeli akan diarahkan untuk memilih opsi pengiriman yang ingin digunakan beserta metode pembayaran yang dipilih oleh si pembeli.
- 3) Apabila pembeli sudah sepakat untuk melakukan pembelian, maka pembeli menekan tombol “buat pesanan” sebagai tanda persetujuan akan kontrak tersebut.
- 4) Penjual mengupload foto produk dalam katalog penjualannya, beserta dengan deskripsi produk yang dijelaskan secara rinci. Seperti mengenai spesifikasi, warna, garansi, dll. Apabila pembeli tertarik dengan produk tersebut, pembeli menekan tombol beli sekarang yang kemudian pembeli akan diarahkan ke halaman “keranjang saya”.
- 5) Apabila konsumen ingin melakukan transaksi pembelian, pembeli menekan tombol *check out* yang tertera pada laman tersebut. Kemudian pembeli akan diarahkan untuk mengisi informasi data diri si penerima beserta dengan alamat si penerima. Selanjutnya pembeli akan diarahkan untuk memilih opsi pengiriman yang ingin digunakan beserta metode pembayaran yang dipilih oleh si pembeli.
- 6) Bila pembeli sudah sepakat untuk melakukan pembelian, maka pembeli menekan tombol “buat pesanan” sebagai tanda persetujuan akan kontrak tersebut.

- 7) Penjual mengupload foto produk dalam katalog penjualanya, beserta dengan deskripsi produk yang dijelaskan secara rinci. Seperti mengenai spesifikasi, warna, garansi, dll. Apabila pembeli tertarik dengan produk tersebut, pembeli menekan tombol beli sekarang yang kemudian pembeli akan diarahkan ke halaman “keranjang saya”.
- 8) Apabila konsumen ingin melakukan transaksi pembelian, pembeli menekan tombol *check out* yang tertera pada laman tersebut. Kemudian pembeli akan diarahkan untuk mengisi informasi data diri si penerima beserta dengan alamat si penerima. Selanjutnya pembeli akan diarahkan untuk memilih opsi pengiriman yang ingin digunakan beserta metode pembayaran yang dipilih oleh si pembeli.
- 9) Apabila pembeli sudah sepakat untuk melakukan pembelian, maka pembeli menekan tombol “buat pesanan” sebagai tanda persetujuan akan kontrak tersebut.⁸²

Setelah *checkout* pesanan berhasil, konsumen harus melakukan pembayaran dalam batas waktu yang ditentukan untuk menyelesaikan pesanan. Batas waktu ini tergantung pada metode pembayaran yang dipilih konsumen. Antara lain:⁸³

- a. Shopee dan SpayLatter. Satu jam setelah checkout.
- b. Akulaku, kartu kredit, debit online/ kartu kredit, Oneklik. 3 jam setelah checkout.
- c. Manual bank, dan Alfamart. 1x 24 jam setelah checkout.

Jika semua proses pemilihan barang hingga pembayaran telah terpenuhi. Maka penjual akan mengirimkan barang melalui ekspedisi yang bekerja dengan Shopee.

Mengenai durasi waktu pengiriman melalui ekspedisi, terdapat beberapa opsi pilihan durasi pengiriman, mulai dari satu (1) hari hingga

⁸² Tim Shopee, “Syarat Layanan Shopee” dikutip dari www.shopee.co.id, diakses pada: 7 Februari 2021

⁸³ Tim Shopee, “Syarat Layanan Shopee” dikutip dari www.shopee.co.id, diakses pada: 7 Februari 2021

empat (4) hari. Apabila status barang telah sampai di pihak ekspedisi, maka tanggung jawab selanjutnya mengenai durasi pengiriman akan diakomodasi oleh Pihak Ekspedisi.⁸⁴

Selanjutnya pembeli diarahkan untuk menekan tombol nilai ,yang mana pembeli akan diarahkan untuk melakukan penilai terhadap produk yang diterima dalam skala 1-5 dan juga ulasan atas produk yang diterima oleh pembeli.⁸⁵

Agar pembeli dan penjual dapat melakukan mekanisme transaksi dengan baik, tentu saja diperlukan termin atau persyaratan yang jelas (*definite terms*) agar kedua belah pihak benar-benar mengerti akan hak dan kewajibannya selain proses transaksi dapat berjalan dengan baik.⁸⁶

Selain itu, pembayaran kepada Penjual ditahan sementara oleh Shopee selama masa garansi Shopee. Dana akan diteruskan ke penjual ketika pesanan telah diterima dengan baik dan sampai di lokasi pengiriman. Periode ini dihitung berdasarkan hari pengiriman penjual dan perkiraan waktu pengiriman, yang dimulai dari tanggal konfirmasi pembayaran.

Dana penjualan untuk setiap pesanan yang sudah dipenuhi oleh Shopee dan berada di tab “Selesai” akan langsung masuk ke “Saldo Penjual” dan dapat di transfer ke rekening bank yang sudah terdaftar di akun Penjual. Sistem Shopee sudah memenuhi kriteria jual beli yang Sah. Dimana proses jual beli beserta mekanisme pelepasan barang hingga penerimaan barang mampu memberikan penjelasan dan kepuasan terhadap konsumen serta secara otomatis membayar dalam bentuk uang elektronik

⁸⁴ Tim Shopee, “*terms and condition*”, dikutip dari www.shopee.co.id, diakses pada 21 Januari 2019.

⁸⁵ *Ibid.*

⁸⁶ Maya Indah, "Aspek Perjanjian Electronic Commerce Dan Implikasinya Pada Hukum Pembuktian Di Indonesia", dalam Jurnal Undip, Volume 39 No.2, April 2010, h. 177.

yang dapat di cairkan kepada pelaku usaha.

4. Pembayaran Dalam Platform E-Commerce Shopee

Pembayaran pada platform jual beli online memang memiliki banyak cara, sebab perkembangan teknologi yang signifikan dan perkembangan aplikasi pembayaran berbasis online. Kini telah muncul metode-metode pembayaran untuk mempermudah konsumen pada Shopee.

Shopee mendukung total 10 opsi pembayaran, yaitu Kartu Kredit/Debit, Transfer Bank, Indomaret, ShopeePay, Alfamart, SPayLater, OneKlik, Cicilan Kartu Kredit, COD (Bayar di Tempat), dan Akulaku.⁸⁷

a. Kartu Kredit

Pembayaran dengan kartu kredit diproses oleh pihak ketiga dan hanya kartu dengan *3D Secure* yang dapat digunakan di Shopee. Pembeli dapat membeli produk di Shopee dengan maksimum transaksi sebesar Rp. 30.000.000/ checkout.

b. Transfer Bank

Pembeli dapat membeli produk di Shopee dengan menggunakan metode pembayaran transfer bank Virtual Account (dicek otomatis) dan transfer bank (dicek manual).

c. Indomart

Pembayaran pesanan dapat dilakukan melalui counter Indomaret/ Ceriamart di seluruh Indonesia. Pembeli dapat melakukan pembayaran untuk transaksi nominal di atas Rp. 20.000 dan di bawah Rp. 5.000.000.

d. ShopeePay

ShopeePay adalah fitur layanan uang elektronik yang dimiliki oleh Shopee. Pembeli dapat melakukan pembayaran pesanan menggunakan ShopeePay.

⁸⁷ Tim Shopee, "Syarat Layanan Shopee" dikutip dari www.shopee.co.id, diakses pada: 9 Februari 2021

e. Alfamart

Pembayaran pesanan dapat dilakukan melalui gerai Alfamart di seluruh Indonesia. Pembeli dapat melakukan pembayaran untuk transaksi nominal di atas Rp. 10.000 dan di bawah Rp. 5.000.000.

f. SpayLater

SPayLater adalah solusi pinjaman instan hingga Rp. 6.000.000 yang memberikan Anda kemudahan untuk membayar dalam 1 bulan tanpa bunga atau dengan fasilitas cicilan 2, 3, 6 atau 12 bulan tanpa memerlukan kartu kredit.

g. OneKlik

OneKlik adalah solusi baru bayar belanja online hanya dengan 1 (satu) klik. Cukup registrasi sumber dana dari rekening BCA, OneKlik dapat langsung digunakan untuk melakukan pembayaran.

h. Cicilan Kartu Kredit

Pembeli dapat melakukan cicilan produk di Shopee dengan mengangsurnya per 3, 6, 12, 18 atau 24 bulan untuk melunasi total pembelian menggunakan kartu kredit.

i. COD Bayar Ditempat

COD (Bayar di Tempat) adalah metode pembayaran dimana pembayaran akan dilakukan secara tunai di tempat Pembeli setelah pesanan dari kurir diterima oleh Pembeli. Metode pembayaran ini hanya dapat digunakan pada toko yang telah mengaktifkan metode pembayaran COD & Pembeli berdomisili di area yang dapat menerima pembayaran ini (berdasarkan jasa kirim yang digunakan).

j. Akulaku

Pembeli dapat melakukan pembayaran pesanan melalui Akulaku.⁸⁸

Setelah memilih metode pembayaran, biasanya dalam aplikasi Shopee akan meminta Pin atau sidik jari pengguna agar transaksi dapat dilanjutkan dan dikonfirmasi oleh Shopee lalu dilanjutkan pemberian

⁸⁸ Tim Shopee, “Pusat Bantuan: Opsi pembayaran apa yang didukung Shopee?” dikutip dari www.shopee.co.id, diakses pada: 9 Februari 2021

informasi pesanan kepada mitra Shopee. Mitra Shopee adalah Pengguna yang telah bergabung dan mendaftarkan diri di aplikasi Mitra Shopee. Mitra akan menjual kembali produk-produk yang dibeli melalui aplikasi secara *offline*.⁸⁹

5. Ketetapan Hukum Hubungan Para Pihak

Hubungan hukum (*rechtbetrekkingen*) adalah “hubungan antara dua subyek hukum atau lebih mengenai hak dan kewajiban di satu pihak berhadapan dengan hak dan kewajiban pihak yang lain.”⁹⁰

Secara umum hubungan antara pelaku usaha dalam ini *E-Commerce* (shopee) dengan konsumen merupakan hukum yang berkesinambungan dan lahir karena adanya hukum penerimaan dan penawaran dalam pasar yang kemudian membuat kesepakatan para pihak untuk pembentukan atau pelaksanaan suatu perjanjian.⁹¹ Hubungan hukum adalah hubungan yang terhadapnya hukum meletakkan hak pada satu pihak dan meletakkan kewajiban pada pihak lainnya. Apabila satu pihak tidak mengindahkan ataupun melanggar hubungan tadi, lalu hukum memaksakan supaya hubungan tersebut dipenuhi ataupun dipulihkan kembali. Selanjutnya, apabila satu pihak memenuhi kewajibannya, maka hukum memaksakan agar kewajiban tadi dipenuhi.⁹²

UU Perlindungan Konsumen sendiri memiliki pasal huruf “b” yang merupakan pokok isi perlindungan konsumen yang berbunyi “hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan” disusul pada huruf “c” yang berbunyi “hak atas informasi

⁸⁹ Tim Shopee, “Pusat Bantuan: Mitra Shopee” dikutip dari www.shopee.co.id, diakses pada: 20 Februari 2021

⁹⁰ R. Soeroso, *Op. Cit.*, hal. 269.

⁹¹ Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

⁹² Titik Triwulan Tutik, *Hukum Perdata Dalam Sistem Hukum Nasional*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), H. 201.

yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa”.

Kebutuhan konsumen ketika sudah memiliki rasa ketertarikan pada barang yang di post dalam aplikasi berarti menjadi tanggung jawab pelaku usaha untuk mewujudkan dan memberikan wujud asli sesuai informasi yang di paparkan pada lapak aplikasi.

Hubungan hukum antara pelaku usaha dengan konsumen telah terjadi ketika pelaku usaha memberikan janji-janji serta informasi-informasi terkait barang dan/ atau jasa, karena sejak saat itulah timbul hak dan kewajiban para pihak, baik pelaku usaha dan konsumen.⁹³ Penetapan syarat dan rukun jual beli dalam Islam, hakikatnya juga bisa dimaknai sebagai kepentingan perlindungan konsumen (pembeli) sekaligus terhadap pedagang. Namun, yang paling pokok adalah kepada konsumen selaku masyarakat luas.⁹⁴

B. Praktek pembatalan transaksi pada aplikasi Shopee

1. Tentang Pembatalan Transaksi Pada Aplikasi Shopee

Pada *e-commerce* Shopee ketentuan dalam bertransaksi sudah termasuk memenuhi persyaratan sahnya jual beli. Shopee dapat memberikan jaminan atas barang yang rusak atau hilang, begitupun sebaliknya Shopee juga dapat membatalkan transaksi secara otomatis disebabkan hal-hal tertentu. Shopee akan otomatis membatalkan pesanan anda jika:

- a. Konsumen tidak menyelesaikan pembayaran dalam waktu yang ditentukan setelah melakukan pesanan.
- b. Penjual tidak mematuhi batas waktu pengiriman yang ditetapkan untuk produk mereka.
- c. Penjual telah tidak aktif selama lebih dari 7 hari.

⁹³ Dewa Gede, “*Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha Dengan Konsumen*”, dalam Jurnal Hukum Universitas Undayana, januari 2022, h.4

⁹⁴ <https://islam.nu.or.id/ekonomi-syariah/perlindungan-konsumen-menurut-islam-MGnEC>

Maka shopee juga memiliki ketentuan detail dalam menyelesaikan pembayaran dalam batas waktu yang ditentukan setelah melakukan pemesanan. Ketentuan berikutnya pesanan yang belum dibayar dianggap tidak selesai dan tidak akan di proses. Jika pesanan tidak dibayar, maka pembayaran akan dibatalkan secara otomatis oleh Shopee.

Sebelumnya, pada aplikasi Shopee sendiri telah memberikan fitur pengingat untuk melakukan proses pembayaran. Konsumen dapat memeriksa tanggal jatuh tempo pembayaran untuk pesanan konsumen dengan 2 cara:⁹⁵

- 1) Melalui halaman **“Pesanan Saya”** setelah Anda berhasil melakukan pemesanan.
- 2) Melalui halaman **“Belum Bayar”** pada halaman **“Pesanan Saya”** di aplikasi Shopee. Pada setiap pesanan yang belum dibayar, akan terdapat pengingat yang menunjukkan kapan pembayaran Anda jatuh tempo dan metode pembayaran apa yang harus Anda bayar.

Shopee memiliki ketentuan alasan pembatalan. Ada beberapa alasan untuk pesanan dibatalkan, baik pembatalan otomatis oleh sistem, permintaan penjual, atau pembeli. Sebelum merespon permintaan pembatalan dari pembeli, penjual harus mengetahui alasan pembatalan. Hal ini akan membantu memutuskan penjual apakah akan menerima atau menolak permintaan pembatalan, serta dapat menjadikan pelajaran untuk meningkatkan pelayanan penjual. Biasanya penjual dapat melihat alasan pembatalan pesanan pada *seller center*.

Lalu penjual akan mendapat sanksi berdasarkan sistem point pinalti untuk jenis pembatalan pesanan. Sistem Point Pinalti adalah sistem berbasis poin yang dirancang untuk menghargai penjual yang memiliki

⁹⁵ *Ibid.*,

performa toko yang baik, agar dapat menjadi pilihan utama para pembeli dibandingkan penjual dengan performa toko yang kurang baik.⁹⁶

Terdapat sebuah sayembara yang sehat terlihat pada peraturan Shopee disini. Artinya Sistem poin pinalti juga dapat menolong penjual mencari keuntungan yang sehat dan dianjurkan dalam etika dagang. Sistem Poin pinalti Shopee untuk jenis pembatalan pesanan sendiri sebagai berikut:

- 1) Pembatalan yang disebabkan oleh Penjual, Pesanan yang dibatalkan oleh Penjual karena stok produk habis.
- 2) Pembatalan oleh sistem Shopee, Pesanan secara otomatis dibatalkan oleh sistem Shopee saat Penjual melewati batas pengiriman.
- 3) Permintaan pembatalan oleh pembeli, Pesanan yang dibatalkan oleh Pembeli atas permintaan Penjual. Dengan hal ini, Penjual akan mendapat poin penalti karena Pelayanan Pembeli yang tidak baik.

Penjual juga dapat menolak pembatalan yang diajukan pembeli jika penjual sudah memproses pesanan. Setelah penjual menolak pengajuan pembatalan, keputusan tersebut sudah mutlak, sehingga pembeli tidak dapat mengajukan pembatalan lagi. Tentu hal ini memberatkan pembeli karena merasa diberatkan salah satu pihak. Dan pembeli dapat mengajukan satu kali pembatalan. Shopee akan mengarahkan pembeli jika penjual tidak merespon pembatalan tersebut, maka diarahkan untuk menggunakan fitur *Assisten Chat*.

Jika dibatalkan otomatis oleh pihak Shopee, maka Shopee memiliki alasan sebagai berikut:

Shopee akan secara otomatis membatalkan pesanan dan mengembalikan dana Pembeli dalam keadaan berikut:

- 1) Verifikasi pembayaran gagal dalam 1x24 jam, atau

⁹⁶ Tim Shopee, "Tentang Sistem Poin Pinalti" dikutip dari www.shopee.co.id, diakses pada: 20 Maret 2022

- 2) Pembayaran menggunakan ShopeePay atau SPayLater dan tidak terverifikasi dalam 1 jam setelah checkout, atau
- 3) Pembayaran menggunakan kartu kredit, Akulaku, atau Kredivo dan tidak terverifikasi dalam 3 jam setelah checkout, atau
- 4) Penjual tidak masuk ke aplikasi selama 7 hari sejak Pembeli membayar pesanan, atau
- 5) Penjual tidak mengatur pengiriman pesanan sesuai dengan batas waktu pengiriman, atau
- 6) Penjual telah mengatur pengiriman pesanan sesuai batas waktu pengiriman, tapi pesanan tidak diantar ke counter jasa kirim atau tidak *di-pickup* oleh kurir 2 hari setelah batas waktu pengiriman berakhir untuk jasa kirim reguler dan 1 hari setelah batas waktu pengiriman berakhir untuk jasa kirim layanan Next Day, Sameday, dan Instant.

Jika lewat dari keenam batas waktu yang disebutkan, maka pengembalian dana akan secara otomatis diproses kepada Pembeli yang telah melakukan pembayaran untuk pesanan tersebut.

Maka dalam pelaksanaannya pihak Shopee tidak serta merta membatalkan pesanan atau transaksi jika tanpa alasan. Sebagaimana kita ketahui, bahwa perjanjian timbal balik yang dibuat secara sah tidak dapat dibatalkan secara sepihak, melainkan harus dengan kesepakatan. Sebaliknya, jumhur ulama berpendapat bahwa ijarah adalah akad lazim yang tidak dapat dibatalkan, kecuali dengan adanya sesuatu yang merusak pemenuhannya, seperti halnya manfaat. Jumhur ulama pun mendasarkan pendapatnya pada ayat Al-quran diatas.

Dalam KUH Perdata Pasal 1238 yang mengatur tentang wanprestasi yang artinya wanprestasi itu adalah tidak memenuhi sesuatu yang diwajibkan seperti telah ditetapkan dalam perjanjian. Dimana di dalam kasus I, II, III dan VIII ketika pembeli memesan barang secara online maka terciptalah perjanjian antara penjual dan pembeli. Namun ketika pihak Shopee membatalkan tanpa ada alasan yang jelas dengan unsur kesengajaan maka hal tersebut termasuk dalam wanprestasi yang

artinya penjual tidak memenuhi kewajibannya sama sekali. Artinya pembatalan yang dilakukan Shopee tersebut dalam melindungi konsumen.

2. Faktor Dibatalkannya Transaksi Oleh Aplikasi Shopee

Pengembalian dana dilakukan secara otomatis oleh sistem shopee dikarenakan pesanan dibatalkan secara otomatis oleh shopee. Jika pembatalan pesanan dilakukan secara manual oleh penjual atau oleh pembeli, maka proses pengajuan pengembalian dana jadi lebih panjang dan butuh waktu yang sedikit lebih lama.

Pengajuan pembatalan shopee secara manual sendiri bisa dilakukan baik barang sudah dibayar maupun belum dibayar. Cara membatalkan pesanan di shopee yang belum dibayar justru malah mudah sekali, karena jika dalam batas waktu pembayaran shopee selama 24 jam, pesanan belum dibayar, maka pesanan juga otomatis akan dibatalkan. Berbeda halnya dengan membatalkan pesanan di shopee yang sudah dibayar atau sudah di transfer, jika penjual menolak pembatalan shopee, maka shopee yang akan menentukan nanti apakah pesanan disetujui untuk dibatalkan atau tidak bisa dibatalkan.

Perlu diketahui sebelumnya untuk proses pembatalan pesanan ini harus ada persetujuan dari kedua belah pihak, yaitu pembeli dan penjual. Jika kedua belah pihak sudah menyetujui, maka selanjutnya Shopee akan memprosesnya. Berikut contoh ketika membatalkan pesanan karena *Stock* barang kosong:

- a. Langkah pertama, Log in menggunakan akun Shopee yang telah dibuat.
- b. Selanjutnya, klik menu 'Notifikasi' yang ada dibagian atas.
- c. Nanti akan muncul beberapa menu di samping kiri, pilih menu 'Belanjaanku'.
- d. Berikutnya, pilih menu 'Belum Dibayar' jika barang belum dibayar. Saya dulu sudah membayar, jadi memilih menu 'Belum Dikirimkan'.
- e. Nanti akan ada rincian barang yang belum dikirimkan. Untuk mengajukan pengembalian dana, pilih opsi 'Pengembalian Dana' yang

ada di *Scroll Down* sebelah kanan. Klik opsi tersebut untuk proses pengembalian dana, nanti disuruh mengisi alasan kenapa mengajukan pengembalian dana.

- f. Setelah itu, Shopee akan mengkonfirmasi penjual untuk menyetujui proses pengembalian dana ini. Jika telah disetujui nanti akan ada notifikasi seperti gambar dibawah. Selanjutnya, dana tersebut akan masuk ke ‘Dompot Shopee’.

Setelah dana masuk ke ‘Dompot Shopee’, dana tersebut bisa ditransfer ke rekening bank yang kita miliki. Untuk proses transfer dari ‘Dompot Shopee’ ini kita harus *Log in* ke akun Shopee melalui aplikasi Shopee yang tersedia di Play Store. Lalu kita disuruh menginstal aplikasinya terlebih dahulu, setelah itu *Log in*.

Namun pembatalan disini adalah pembatalan yang dilakukan oleh pihak Shopee karena sebab-sebab tertentu. Shopee akan otomatis membatalkan pesanan jika:

- a. pembeli tidak menyelesaikan pembayaran dalam batas waktu yang ditentukan setelah melakukan pemesanan.
- b. Penjual tidak mematuhi batas waktu pengiriman yang ditetapkan untuk produk mereka.
- c. Penjual tidak aktif selama lebih dari 7 hari sejak pesanan dibuat.
- d. Status pesanan COD (Bayar di Tempat) pembeli gagal terverifikasi atau pembayaran pesanan non-COD gagal terverifikasi.

Penjual diwajibkan untuk mengirimkan pesanan dalam periode Dikemas, (tidak terhitung akhir pekan dan hari libur). Masa pengemasan pesanan dapat berkisar antara 2 hingga 30 hari, tergantung pada jenis produk. Untuk memeriksa batas waktu pengiriman pesanan Anda, buka menu “Dikemas” yang terletak di bawah “Pesanan Saya” di “Halaman Saya” lalu cek batas waktu pengiriman.⁹⁷

⁹⁷ [https://help.shopee.co.id/portal/article/73067-\[Pembatalan-Pesanan\]-Mengapa-pesanan-saya-otomatis-dibatalan-oleh-Shopee%3F?source=2](https://help.shopee.co.id/portal/article/73067-[Pembatalan-Pesanan]-Mengapa-pesanan-saya-otomatis-dibatalan-oleh-Shopee%3F?source=2)

Apabila pesanan COD pembeli selalu gagal terverifikasi, biasanya pembeli dipersilakan hubungi Customer Service Shopee untuk informasi lebih lanjut.

Namun jika pelaku usaha/ seller Shopee membatalkan pesanan, maka akan ada lagi peraturan berupa “Poin Penalty” oleh Shopee. Jika Seller membatalkan pesanan di Shopee yang sudah dibayar, maka poin penalty akan diberikan saat seller Shopee dibawah standar minimum dari harapan pembeli. Hal ini, juga bertujuan untuk meningkatkan aspek-aspek lainnya dalam penjualan, termasuk saat terjadi pembatalan pesanan Shopee atau penjual membatalkan pesanan Shopee.

Penalti membatalkan pesanan Shopee adalah Jika pesanan pembeli dibatalkan oleh Penjual, sistem Shopee akan segera memproses pengembalian dana sesuai dengan metode pembayaran yang digunakan untuk pesanan Anda. Untuk setiap kelipatan 3 poin pelanggaran produk, akan diberlakukan pembatasan produk yang dapat ditampilkan menjadi 100 selama 28 hari.

Pembeli hanya dapat mengajukan satu kali pembatalan pesanan untuk setiap pesanan. Jika permintaan pembatalan pesanan ditolak oleh penjual, maka pembeli tidak akan dapat mengajukan permintaan lain untuk pesanan yang sama. Pada intinya pesanan yang dibatalkan oleh Shopee adalah pesanan yang gagal memenuhi persyaratan sebuah transaksi pada transaksi e-commerce.

C. Praktek Penayangan Iklan Promo Pada Aplikasi Shopee

1. Tentang Iklan Shopee

Beriklan di shopee memungkinkan seller atau penjual untuk memasang iklan produk di dalam aplikasi dan situs shopee sehingga produk dan toko penjual dapat dilihat oleh banyak pengguna. Untuk mengakses iklan Shopee ini, penjual dapat mengaksesnya melalui

seller center ataupun aplikasi Shopee secara langsung. Selain itu, ada beberapa jenis iklan yang disediakan oleh shopee.

Iklan Shopee memungkinkan Anda untuk memasang iklan produk di dalam aplikasi dan situs Shopee agar produk dan toko penjual dapat dilihat oleh lebih banyak Pengguna/ pembeli. Berikut langkah penjual untuk mengoperasikan fitur iklan pada aplikasi Shopee:

- a. Pada Seller Centre, temukan Iklan Shopee di bawah menu “Promosi Saya”. Pastikan Anda telah menonaktifkan pemblokir iklan di browser Anda untuk dapat mengakses Iklan Shopee.
- b. Cek pengaturan browser untuk melihat status pemblokir iklan. Pada aplikasi Shopee, temukan Iklan Shopee di halaman Toko Saya pada menu Saya.⁹⁸

Dengan mengakses Iklan Shopee melalui aplikasi Shopee, Penjual dapat Isi saldo iklan Shopee, membuat dan mengatur iklan pencarian dan Iklan Produk Serupa, melihat performa iklan untuk mengatur & mengoptimalkan Iklan Shopee secara maksimal, lalu penjual mendapatkan informasi arahan untuk mengakses halaman iklan Shopee melalui Seller Centre.

Selain itu, Shopee juga menyarankan untuk menayangkan iklan produk serupa pasang iklan produk serupa agar produk muncul di bagian Rekomendasi. Sampai penjual dapat mengatur iklan pencarian produk. Shopee juga menawarkan opsi untuk membagikan iklan kita ke berbagai media sosial dan aplikasi chatting, juga SMS dan e-mail.

Proses untuk membuat iklan di Shopee bisa dibilang sangat cepat. Sesuai dengan slogan marketplace ini, “Jual beli dalam 30 detik.”

2. Jenis-Jenis Iklan Pada Shopee

Agar lebih jelas, berikut penjelasan mengenai jenis-jenis iklan yang ada pada fitur shopee:

⁹⁸https://deo.shopeemobile.com/shopee/seller/seller_cms/cabc9ca4827484e6d420f4a2492f9a81/Fitur%20Iklan%20Shopee.pdf

- a. Iklan Kata Kunci, Salah satu jenis iklan shopee yang pertama adalah iklan kata kunci. Iklan kata kunci ini akan menampilkan iklan anda di halaman hasil pencarian. Dengan kata lain iklan anda akan muncul di samping produk yang dicari oleh pembeli potensial pada alat pencarian shopee.
- b. Iklan Produk Serupa, Jenis iklan yang kedua adalah iklan produk serupa. Dengan iklan produk serupa, iklan akan muncul di bagian produk sejenis dari produk yang relevan dengan produk anda. Untuk lebih tepatnya, iklan produk anda akan muncul di bagian halaman Rekomendasi, Produk Serupa dan Kamu Mungkin Juga Suka pada aplikasi shopee.
- c. Iklan Toko, Iklan toko merupakan jenis iklan terakhir yang ada pada fitur Shopee iklanku dan cukup berbeda daripada yang lain karena khusus untuk fitur iklan toko ini tidak semua seller atau penjual dapat menggunakannya. Saat ini, fitur ini hanya dibuka kepada penjual Shopee Mall, Star Seller, dan star+ yang aktif setidaknya 3 bulan. Untuk iklan toko ini sendiri, toko anda akan muncul dibagian atas halaman pencarian dengan memperlihatkan nama toko, logo, dan slogan iklan. Untuk slogan iklan dapat di atur sendiri pada saat pembuatan iklan toko ini.

Namun dari semua tipe iklan yang ada pada iklan shopee, tidak semua iklan dapat langsung menghasilkan atau memiliki performa yang bagus. Penjual perlu mempelajari beberapa hal tertentu agar iklan shopee dapat memiliki performa yang bagus. Penjelasan di atas merupakan gambaran secara garis besar mengenai tipe tipe iklan yang disediakan oleh shopee.

3. Kekuatan Dan Kelemahan Iklan Shopee

Setelah masyarakat mengenal sistem transaksi secara online, maka saat ini pun diketahui bahwa tingkat pengguna layanan jual beli online memang semakin meningkat. Hal tersebutlah yang membuat segmen

bisnis online kini meningkat drastis. Berikut kelebihan dan kekurangan Shopee.⁹⁹ Kelebihan Shopee diantaranya yaitu:

- a. Kemudahan dalam menginput gambar produk hingga 9 gambar dapat diupload secara bersamaan di Shopee.
- b. Mempermudah penjual ketika menanti pembayaran, produk yang harus dikirim, hingga status transaksi yang sudah selesai.
- c. Adanya fitur khusus “barang diblokir”
- d. Fitur varian produk yang akan mempermudah pemilihan produk.
- e. Adanya fitur untuk mengambil foto dari Instagram.
- f. Tersedia untuk Playstore (Android) dan iTunes (Apple).
- g. Masih banyak program promosi seperti penangguhan ongkos kirim (JNE).
- h. Tidak adanya batasan produk penjualan.
 1. Peluang yang masih sangat besar dan menjanjikan.

Sudah pasti bahwa setiap kelebihan akan ada Kekurangan pada iklan Shopee, diantaranya:

- a. Terdapat bagian pembeli dan penjual, sehingga terkesan tidak efisien.
- b. Untuk promo ongkos kirim gratis, syarat yang harus dipenuhi terkesan sulit dan merepotkan.
- c. Penayangan deksripsi produk yang dinilai kurang menarik perhatian para calon pembeli dimana tampilan itu adalah acara utama pada pengiklanan.
- d. Pencairan dana ke rekening yang terhitung sangat lama setelah proses transaksi sukses.
- e. Terkadang situs sulit di akses atau bahkan lambat pada jam-jam tertentu.
- f. Walaupun dapat menginput gambar dalam jumlah yang relatif banyak, namun pada beberapa kasus terkadang upload gambar tersebut sering gagal.

⁹⁹ <https://portal-uang.com/2016/12/mengenal-kelebihan-dan-kekurangan-shopee.html>. Diakses pada 9 Juni 2022.

- g. Selain gambar, ketika menginput no resi via aplikasi pun sering gagal.
- h. Marketplace online terbaru ini juga tidak menyarankan dropship.

BAB IV

ANALISIS PEMBATALAN TRANSAKSI DAN PENAYANGAN IKLAN PADA APLIKASI SHOPEE MENURUT TINJAUAN HUKUM ISLAM

A. Analisis Pembatalan Transaksi Pada Aplikasi Shopee Menurut Hukum Islam

Transaksi E-commerce merupakan transaksi jual beli yang sebenarnya memiliki kesamaan dasar dengan akad Salam dalam beberapa hal antara lain mengenai penangguhan barang dan unsur-unsur terjadinya transaksi. Pada transaksi E-commerce maupun akad Salam terdapat unsur pihak yang bertransaksi.

Jika dikembalikan lagi pada jual beli pada umumnya, akad Salam adalah proses pertemuan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan suatu media online dengan menggunakan internet. Sebagai substansi dari akad Salam dalam transaksi online yaitu dapat menerima informasi yang akurat dari kedua belah pihak yang bersangkutan.

Jual beli pada aplikasi Shopee sendiri dengan semestinya menemui praktek-praktek yang kompleks, mulai dari pertemuan, pengenalan barang, penetapan harga, pengaturan waktu pengiriman, pembatalan transaksi dan pengembalian dana pembeli jika ada pembatalan.

Pembatalan Shopee adalah sebuah salah satu akibat adanya transaksi yang berjalan dan telah disepakati oleh pihak yang bersangkutan. Apalagi aplikasi Shopee memiliki akses pada gadget setiap masyarakat.

Pada dasarnya, jual beli online diperbolehkan dalam Islam. Akan tetapi, harus disesuaikan dengan aturan Islam, seperti memperhatikan jenis barang yang tidak diperbolehkan untuk diperjualbelikan secara online, salah satunya adalah memperjualbelikan emas secara online. Hal ini dikarenakan barang pada transaksi jual beli online adalah fiktif.

Menurut Islam yang menjadi hukum boleh atau tidaknya jual beli suatu barang adalah mengenai akad atau kesepakatan antara pihak penjual dengan pembeli. Kedua belah pihak harus memperhatikan kesepakatan yang

telah dilakukan. Yang paling utama adalah kesepakatan keduanya harus jelas serta barang yang diperjualbelikan secara online apakah tersedia secara langsung atau harus dipesankan terlebih dahulu.

Sebagai manusia sosial dan beragama, ada baiknya kita berpikir kembali sebelum mengucapkan janji karena janji hukumnya wajib ditepati. Sebagaimana telah diterangkan bahwa janji adalah hutang yang harus dibayar seperti yang tertera dalam Al-Quran Surah An-Nahl ayat 91 yang berbunyi:

Yang artinya : *“Dan tepatilah janji dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu melanggar sumpah setelah diikrarkan, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap janji itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.”*

Dari ayat tersebut ketika kita berjanji dan bersumpah atas nama Allah maka janji tersebut harus ditepati. Berucap janji atas nama Allah tidak boleh dilakukan sembarangan. Ada tata cara yang perlu dilakukan untuk mengucapkan janji. Salah satunya orang yang akan melakukan janji harus dalam keadaan suci dan telah berwudhu. Janji diucapkan atas nama Allah secara jelas maksud dan tujuannya.¹⁰⁰

Menurut Ibnu Katsir Perjanjian digolongkan menjadi :

1. *Abdullah* (perintah dan larangan Allah)
2. *Aqdul hilf* (perjanjian persekutuan suku)
3. *Aqdul bai* (perjanjian jual beli)
4. *Aqdu nikah* (perjanjian perkawinan atau aqad perkawinan)
5. *Aqdul yamin* (perjanjian sumpah).

Adanya pembatalan pada aplikasi Shopee dikarenakan adanya Wanprestasi yang terjadi ketika perjanjian yang sudah dilakukan secara sah menurut ketentuan hukum itu tidak dilaksanakan isinya atau dilaksanakan tetapi tidak sebagaimana mestinya. Akibat terjadinya wanprestasi dalam perjanjian menurut hukum Islam maka menimbulkan kerugian. Orang yang menyebabkan kerugian maka diwajibkan untuk mengganti kerugian sesuai dengan kerugian yang dialaminya.

¹⁰⁰ <https://dalamislam.com/hukum-islam/hukum-membatalkan-perjanjian-dalam-islam>

Dalam Islam suatu pembatalan perjanjian artinya salah satu yang bersangkutan memiliki hutang yang belum terpenuhi. Pada aplikasi Shopee baik hutang dibedakan menjadi dua yaitu hutang si penjual dan si pembeli, penjual memiliki masalah dalam pelayanan kepada pembelinya dan pembeli belum mampu memenuhi pembayaran yang ditetapkan untuk memperoleh barang yang diinginkan.

Kejelasan Shopee dalam membuat kebijakan telah mengikat erat pertalian antara kedua belah pihak yang didasarkan pada asas keadilan dan saling menguntungkan.

Penyebab terjadinya pembatalan akan otomatis ditelusuri oleh sistem layanan Shopee sendiri dengan ketat. Mengingat pengguna aplikasi sudah sangat banyak dan membuat banyak praktik kecurangan dari siapapun. Jika sudah terjadi “deal” atau akad jual beli sesuai dengan rukun-rukun dan syarat-syarat syariah dalam jual beli, maka jual beli yang terjadi bersifat mengikat (laazim) secara hukum syariah. Maka dari itu, pembeli tidak berhak membatalkan jual beli tersebut secara sepihak.

Akan tetapi, jika penjual kemudian ridho untuk membatalkan jual beli tersebut, sehingga pembeli dan penjual sama-sama ridho untuk membatalkan jual beli, maka pembatalan jual beli itu boleh hukumnya. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT yang menempatkan keridhoan penjual dan pembeli sebagai syarat kehalalan dalam tjaroh (perdagangan):¹⁰¹

*“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 (saling ridho) di antara kamu.”*¹⁰²

Dalam hadist (Imam Ibnu Qudamah, al Mughni, 6/201; Imam Al Kasani, Bada’i’ as Shana’i’ fi Tartib Al Syara’i’, 5/308).

“Iqolah adalah membatalkan akad atau menghapuskan akad serta segala konsekuensi hukumnya dengan kerelaan dari kedua belah pihak.

¹⁰¹ <https://ahsanaproperty.com/hukum-membatalkan-jual-beli-al-iqolah/>

¹⁰² QS An Nisaa’ : 29.

Dengan melihat ayat dan hadist di atas bahwa pembatalan transaksi pada aplikasi Shopee memang sepatutnya dilakukan demi menjaga asas keadilan dari pihak penjual dan pembeli.

B. Analisis Penayangan Iklan Pada Aplikasi Shopee Menurut Hukum Islam

Banyak sekali karya-karya pelaku usaha periklanan, baik di media elektronik maupun media cetak yang membuat tercengang dengan kreativitas mereka. Jika dicermati lebih lanjut dari karya-karya tersebut, sebagian kalangan yang berpendapat bahwa sebagian dari produk iklan tersebut telah dianggap melanggar tata krama (kode etik) periklanan di Indonesia, baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Jelas terasa adanya pergulatan antara etika di satu pihak dan kepentingan bisnis di pihak lain.

Kondisi ini merupakan konsekuensi dari akibat masih awamnya para pelaku usaha periklanan maupun masyarakat sendiri dalam memandang iklan, dan diperparah lagi oleh masih rendahnya tingkat pengetahuan kode etik periklanan dari kebanyakan praktisi periklanan, sehingga sering terjadi pelanggaran.¹⁰³

Sebagai agama yang notabene rahmat li al-'alamin tentunya tidak dapat membiarkan begitu saja tindakan yang mengandung unsur probabilitas yang mengarah pada risiko adanya tipuan atau gharar dalam jual beli. Hal ini karena kerelaan antara dua pihak yang berinteraksi dalam jual beli tersebut tidak dapat terwujud padahal Allah menyuruh adanya kerelaan dalam sebuah transaksi sebagaimana firman Allah Swt yang Artinya¹⁰⁴, *"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."*

¹⁰³ M. Syamsudin, "Tanggungjawab Hukum Pelaku Usaha Periklanan atas Produk Iklan yang Melanggar Etika Periklanan (Kajian Kritis terhadap UU Perlindungan Konsumen)". Dalam <https://bpkn.go.id/uploads/document/c79f620937dd9d5f5b5a2cc7b88ba0dfea286652.pdf>, diakses pada 9 Juni 2022.

¹⁰⁴ QS. al-Nisa', ayat 29.

Promosi produk di abad modern ini tidak hanya menggunakan periklanan sebagai salah satu sarana kampanye pemasaran (marketing), tetapi juga menggunakan kiat-kiat promosi penjualan,¹⁰⁵ yang sangat beragam variasinya. Promosi sama halnya dengan iklan pada Aplikasi Shopee yang terus berinovasi memberikan tawaran-tawaran yang menarik sehingga orang akan tertarik dan berbelanja dengan hati yang senang dan puas.

Dari pengertian ini Khalid bin Abd Allah menyimpulkan bahwa istilah promosi secara umum mempunyai kedekatan makna dengan al-Hawafiz al-Muraghghibah fi al-Shira'. Berbeda dengan pengertian promosi secara khusus yang menurut Khalid, biasanya hanya mencakup segala tindakan sebelum terjadinya transaksi jual beli sedangkan setelah terjadinya transaksi jual beli seperti perjanjian diamana atau garansi serta layanan-layanan yang lain tidak termasuk dalam pengertian promosi.¹⁰⁶

Penulis berpendapat bahwa pernyataan Khalid tersebut adalah promosi/ iklan secara umum. Namun penulis kurang begitu sependapat karena promosi juga mencakup tindakan atau layanan-layanan setelah terjadinya akad jual beli, seperti halnya garansi yang juga menjadi bagian dari kiat-kiat promosi¹⁰⁷. Begitu juga pemberian hadiah dengan penarikan hadiah pada waktu tertentu setelah terjadinya akad jual beli juga termasuk bagian dari promosi.

Dalam perspektif islam, ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam periklanan. Diantaranya, Iklan wajib menyampaikan semua informasi dan tidak boleh menyampaikan informasi yang palsu. Fungsi iklan sebagai pemberi informasi hendaknya memberikan informasi yang lengkap dan akurat untuk masyarakat. menurut K. Bertens, meliputi kegunaan barang, komposisi dan kombinasi elemen yang dipakai dalam pembuatannya, sifat

¹⁰⁵ Philip Kotler, *"Manajemen Pemasaran Promosi penjualan adalah kumpulan kiat insentif yang beragam, kebanyakan adalah berjangka pendek, dirancang untuk mendorong pembelian suatu produk/jasa tertentu secara lebih cepat, atau lebih besar oleh konsumen atau pedagang."* (Jakarta: Prenhallindo, 1997), h. 257.

¹⁰⁶ Khalid bin Abd Allah al-Muslih, *"al-Hawafiz al-Tijariyahh"*. 9

¹⁰⁷ Tung Desem Waringin, *"Marketing Revolution"* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 16.

atau karakter barang dan keterangan-keterangan lainnya tentang barang tersebut. Juga termasuk menyampaikan informasi tentang efek samping dan kondisi tertentu yang merugikan.¹⁰⁸

Produk yang dibuat juga harus menyertakan label peringatan untuk mencegah kecelakaan yang mungkin terjadi akibat salah dalam penggunaan produk, perusahaan juga harus menyediakan petunjuk pelaksanaan bagi karyawan bagian penjualan agar tidak terlalu agresif atau melakukan promosi yang tidak benar. Iklan yang mengandung unsur kebohongan ataupun penipuan adalah iklan yang melanggar etika.

Iklan dengan benar pada aplikasi Shopee sangat disarankan dan memberikan peluang kepuasan besar terhadap konsumen yang tidak akan menimbulkan praktek pembatalan transaksi. Sebaliknya jika hukum iklan dengan pujian yang tidak benar adalah haram, lantaran di dalamnya terdapat kebohongan, tipuan dan menyembunyikan cacat produk.

Iklan Shopee terkadang juga menyajikan Iklan yang dapat diikuti di media televisi, youtube, instagram dan media lainnya. Pada media televisi dan youtube Shopee menampilkan iklan berbentuk sinetron dengan reka adegan yang menampilkan produk yang dipasarkan beserta platform Shopee didalamnya.

Didalam tersebut juga berbentuk episode contohnya yang diperankan oleh Andin dan Mas Al. lalu yang sekarang ini thoriq dan Fuji. Bahkan menampilkan pelawak yang dapat menarik konsumen yang akhirnya pengguna aplikasi menunggu episode yang akan tayang selanjutnya.

Penulis sependapat dengan Shopee bahwasannya iklan harus ditayangkan dengan benar dan menarik tetapi bukan menghilangkan substansi iklan tersebut. Dalam hukum Islam sendiri dianjurkan untuk menyampaikan kebenaran dan mengutamakan kasih sayang.

108

<https://www.kompasiana.com/rullyardana6176/60f10d7f06310e1e82074f92/fenomena-iklan-dalam-perspektif-kajian-islam>

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

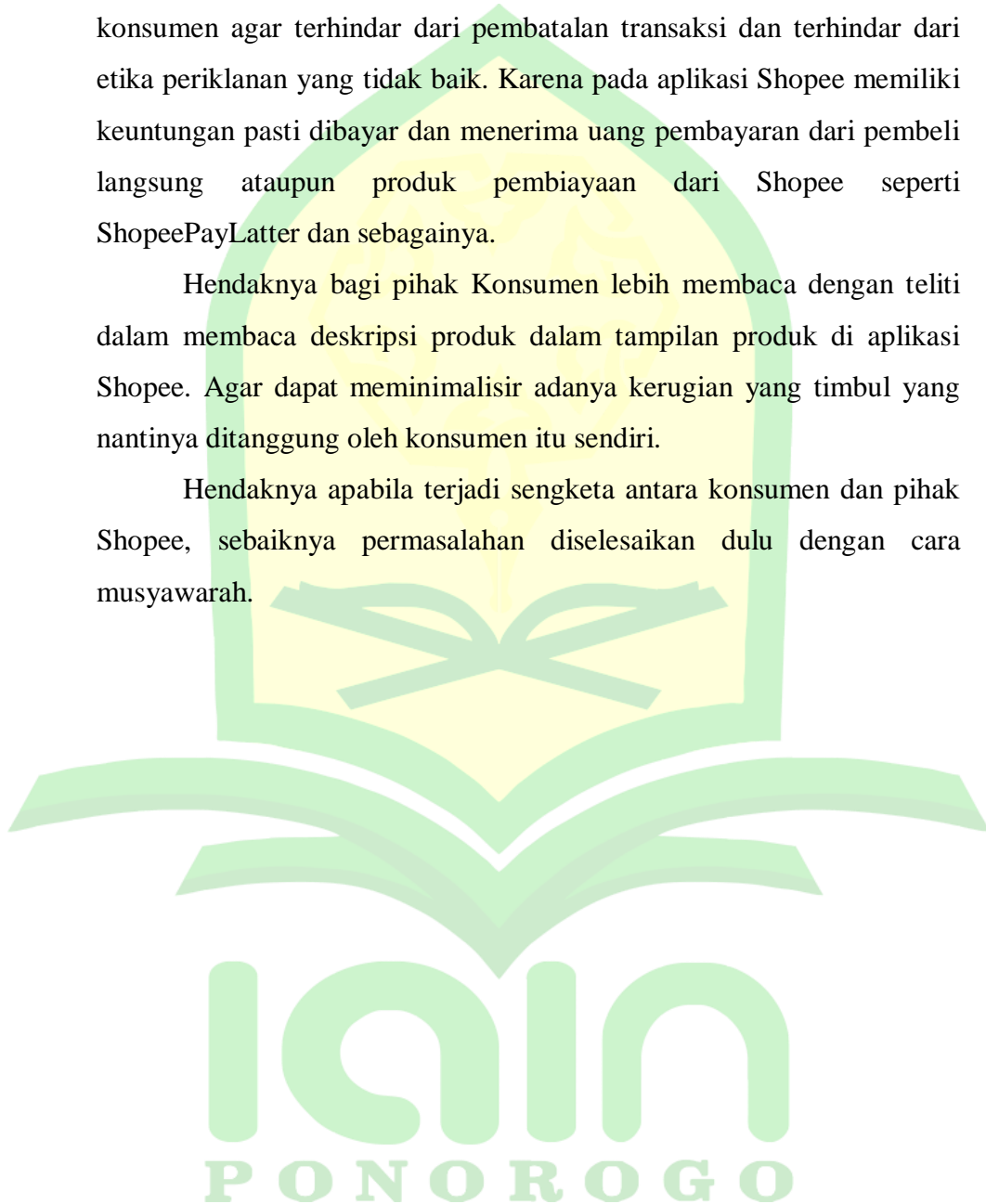
1. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa perspektif hukum Islam sendiri membolehkan pembatalan yang dilaksanakan pada transaksi dalam aplikasi Shopee asalkan terpenuhi prinsip pembatalan perjanjiannya. Adanya pembatalan pada Aplikasi Shopee karena adanya wanprestasi yang langsung dilacak oleh sistem Shopee antara si penjual atau si pembeli. Selain pihak Shopee penjual dan pembeli juga dapat mengajukan pembatalan transaksi melalui prosedur yang telah disediakan dalam fitur Shopee sendiri. Secara garis besar bahwa pembatalan transaksi oleh aplikasi Shopee dari pandangan hukum Islam dapat dikatakan sah apabila tidak melanggar ketentuan syari'at Agama dan Adanya kesepakatan perjanjian diantara dua belah pihak (penjual dan pembeli) jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan antara sepakat (Alimdhah) atau pembatalan (Fasakh). Hukum Islam dikenal universal sehingga tidak ada permasalahan yang tidak dapat diselesaikan dalam praktik syariat Islam.
2. Periklanan pada Aplikasi Shopee memiliki dampak yang besar bagi konsumen. Shopee sendiri memiliki inovasi yang menarik minat konsumen atau pembeli. jika kemudian terjadi hal yang tidak diinginkan, artinya dikembalikan lagi pada manusianya atau personnya sendiri. Dalam perspektif hukum Islam sudah jelas untuk memberikan informasi yang baik dan benar agar tidak ada perselisihan antara penjual dan pembeli pada aplikasi Shopee.

B. Saran

Hendaknya bagi pelaku usaha atau penjual pada aplikasi Shopee memiliki itikad baik dengan memberikan informasi yang benar kepada konsumen agar terhindar dari pembatalan transaksi dan terhindar dari etika periklanan yang tidak baik. Karena pada aplikasi Shopee memiliki keuntungan pasti dibayar dan menerima uang pembayaran dari pembeli langsung ataupun produk pembiayaan dari Shopee seperti ShopeePayLater dan sebagainya.

Hendaknya bagi pihak Konsumen lebih membaca dengan teliti dalam membaca deskripsi produk dalam tampilan produk di aplikasi Shopee. Agar dapat meminimalisir adanya kerugian yang timbul yang nantinya ditanggung oleh konsumen itu sendiri.

Hendaknya apabila terjadi sengketa antara konsumen dan pihak Shopee, sebaiknya permasalahan diselesaikan dulu dengan cara musyawarah.



DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Reski. *Jadi Seller Shopee*. Jln. Budaya Gowa: Pustaka Taman Ilmu.
- Ariyani, Novi Eka. Fakultas Syariah Surakarta. <https://syariah.iain-surakarta.ac.id/membincang-jual-beli-online/>, Diakses Pada 03 Oktober 2021.
- Ashafa, Burhan. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta. 2013.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 1996.
- Al-Bugha, Mustafa Dib. "Fiqh Islam Lengkap Penjelasan Hukum-Hukum Islam MazhabSyafi'i". Cet ke-1. Solo: Media Zikir. 2016.
- Afifah, Nur. S.H.I. "*Muamalah Dalam Islam*". Semarang: Mutiara Aksara. 2019.
- Al-Mughni, Ibnu Qudamah, jilid 4.
- Arab, Lisanul. madah 'Gharar.
- Abdul Atsar, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: De Publish. 2019.
- Barkatullah, Abdul Halim. *Hak-hak Konsumen*. Bandung: Nusa Media. 2019.
- Basyir, Ahmad Azhar. *Asas-asas Hukum Muamalat*.
- Dimyauddin, Djuwaini. 2010. Pengantar Fiqh Muamalah. (Yogyakarta: Pustaka pelajar).
- Dewi, Gemala. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta:Kencana, 2007.
- Fathoni, Abdurrahmat. Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi, Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Fitria, Tira Nur. *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara*. Dalam Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 03, 01 Maret, Diakses Pada 27 Januari. 2022.
- Gede, Dewa. "*Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha Dengan Konsumen*". dalam Jurnal Hukum Universitas Undayana. Januari 2022.
- [https://islam.nu.or.id/ekonomi-syariah/penjelasan-soal-jual-beli-dengan-akad-salam m5MHW](https://islam.nu.or.id/ekonomi-syariah/penjelasan-soal-jual-beli-dengan-akad-salam-m5MHW)

Harbolnas. 12.12, Shopee Tawarkan 12 Macam Promo - Bisnis Tempo.co diakses pada 04 Maret 2022

Hadi, Sutrisno. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset. 2001.

Harahap, Sofyan Safri, Wiroso, Muhammad Yusuf. *Akuntansi Perbankan Syariah*. Ed. Cet.IV –Jakarta LPFE Usakti. 2010.

Harun. *Fiqh Muamalah*. Surakarta: Muhammadiyah University Press. 2017.

Hasan, M. Ali. *Berbagai Transaksi Dalam Islam*.

Indah Maya. "Aspek Perjanjian Electronic Commerce Dan Implikasinya Pada Hukum Pembuktian Di Indonesia". dalam Jurnal Undip. 2010.

Indonesia (a). *Undang-Undang Perlindungan Konsumen*. UU No. 8 Tahun 1999, LN No.42. Tahun, TLN. No. 3821, Ps. 2 beserta penjelasannya. 1999.

Khoiriyah, Ni'matul Dan Lukman Santoso. "*Batasan Kebebasan Berkontrak Dalam Kontrak Konvensional Dan Kontrak Syariah*", Dalam Jurnal Ahkam, (Fakultas Syariah Dan Ilmu Institut Agama Islam Negeri Tulungagung), Vol. 5, No. 1 Juli 2017, H. 41-59

Konsumen Shopee, "*Kebijakan Toko Online Shopee.Co.Id Yang Merugikan Konsumen*" Dikutip Dari www.kompasiana.com, Diakses Pada: 3 Februari 2022.

Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2017.

Miru, Ahmadi & Sutarman Yado. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Rajagrafindo Persada. Jakarta. 2007.

Muftisany, Hafidz. "*Hukum Jual Beli Online*". INTER A, 2021.

Muslich, Wardi, *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Amzah, 2015.

Masadi, Gufron Ajib. *Fiqh Muamalah kontekstual*. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta. 2002.

Muftadin, Darul. "*Dasar-Dasar Hukum Perjanjian Syariah Dan Penerapannya Dalam Transaksi Syariah*". Diakses Melalui [https://Scholar.Google.Co.Id](https://scholar.google.co.id), Pada Tanggal 3 Februari 2022.

Maulana, Shabur Miftah, Heru Susilo, Riyadi. *Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online*, Dalam Jurnal Administrasi Bisnis, Desember. 2015.

- Mz, Shofiyullah. *“E-Commerce Dalam Hukum Islam (Studi Atas Pandangan Muhammadiyah Dan Nu). Jurnal Penelitian Agama. 2008.*
- Mertokusumo. *Mengenal Hukum Suatu Pengantar. Yogyakarta: Liberty. 1999.*
- Narbuko, Cholid Dan Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian. Jakarta: Bumi Aksara. 2013.*
- Nugrahaningsih, Widi, Mira Erlinawati. *Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online. Dalam Jurnal Serambi Hukum. 2010*
- Nasution Az. *“Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet”.* Jurnal Keadilan Volume I No.3 September 2001.
- Ndraha, Takizuduhu. *Research, Teori, Metode, Administrasi. Jakarta:Bina Aksara. 1981.*
- Neng Michael. *“Understanding Electronic Commerce From A Historical Perspective”*, Dikutip Dari www.Oecd.Org/Dsti/Sti/It/Infosoc. Diakses Pada 3 Februari. 2022.
- Permana Alvin Edgar, Arvy Muhammad Reyhan, Hidayattul Rafli, Nur Aini Rakhmawati. *Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid 19. Dalam Jurnal TEKNOINFO, Vol.15, No.1, 2021, 32-37, ISSN:2615-224X DOI : 10.33365/Jti.V15i1.868*
- Purba, Hendro. *Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Kerugian yang Dialami Konsumen E-Commerce. dalam Jurnal Hukum. 2017.*
- Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- Pariadi, Dedy. *Pengawasan E Commerce Dalam Undang-Undang Perdagangan Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. dalam Jurnal Hukum & Pembangunan 48 No. 3 (2018): 651-669 diakses pada 28 februari 2022.*
- Pasal 19 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Ruff, Hans Eddeward, *Perlindungan Konsumen Berupa Penggantian Barang Yang Tidak Sesuai Dalam Jual Beli Secara Online. S1 Thesis, Universitas Kristen Indonesia. (2019).*
- Rahayu, Sri Walny. *“Aspek Perlindungan Konsumen Melalui Transaksi Perdagangan Elektronik (E-Commerce)”.*

- Rivai, Veithzal Dan Andi Buchari, *Islamic Economics*. Jakarta: PT Bumi Aksara. 2009.
- Rerung, Rinto Rante. *E-Commerce: Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Cv. Budi Utama. 2018.
- Rosyadi Imron. “*Jaminan Kebendaan Berdasarkan Akad Syari'ah*”. Cimanggis: KENCANA. 2017.
- Rokhim, Abdul. *Ekonomi Islam Perspektif Muhammad SAW*. Jember: STAIN Jember Press, 2013.
- Rozalinda, “*Fiqh Ekonomi Syariah*”. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2016.
- Sugiyono, 2011.
- Soekanto, Soejono Dan Sri Manudji. Op Cit.
- Suryabrata, Sumardi. *Metode Penelitian*, Edisi 1. Jakarta: Pt Raja Grfindo Persada. 2008.
- Sa'diyah, Mahmudatus. *Fiqh Muamalah II: Teori Dan Praktek*. Jepara: Unisnu Press. 2019.
- Sjahdeini, Suran Remy. *Perbankan Islam: dan Kedudukannya dalam Tata Hukum*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti. 1999.
- Subekti. *Hukum Perjanjian*. Intermasa. Jakarta. 1992.
- Saprida. Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli. dalam jurnal “Mizan; Jurnal Harun. *Fiqh Muamalah*. Surakarta: Muhammadiyah University Press. 2017.
- Soemitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana PrenadaMedia Grup. 2010.
- Setiawan, Topan, Pengertian Dan Definisi Metode, Penelitian Dan Metode Penelitian, <https://Setiawantopan.wordpress.com/2012/02/22/Metode-Penelitian-Dan-Metode-Penelitian/>, Diakses pada 16 Oktober 2018.
- Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo. 2000.
- Sitorus, Daniel Alfredo. *Perjanjian Jual Beli Melalui Iinternet (E-Commerce) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdata*. Yokyakarta, Jurnal Universitas Atma Jaya, 2015.

- Shopee, Tim. "Syarat Layanan Shopee". dikutip dari www.shopee.co.id, diakses pada: 7 Ferbuari
- Shopee, Tim. "*Pusat Bantuan: Opsi pembayaran apa yang didukung Shopee?*" dikutip dari
- Shopee, Tim. "Tentang Sistem Poin Pinalti". dikutip dari www.shopee.co.id, diakses pada: 20
- Shopee, tim., "Tentang Promo Shopee" dikutip dari www.shopee.co.id, diakses pada: 05 Maret
- Shopee, Tim, "apakah voucher saya akan dikembalikan jika pesanan saya dibatalkan?" dikutip dari www.shopee.co.id, diakses pada 2 April 2022
- Shopee, Tim. "Tentang Shopee", dikutip dari www.shopee.co.id, diakses pada 13 Ferbuari 2021.
- Shopee, Tim. "Tentang Shopee", dikutip dari www.shopee.co.id, diakses pada 13 Ferbuari 2021.
- Tutik, Titik Triwulan. *Hukum Perdata Dalam Sistem Hukum Nasional*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2008.
- Tim BPKN, "*Kajian Perlindungan E-Commerce Di Indonesia*" Dikutip Dari www.Bkpn.Go.Id Diakses Pada 30 Januari 2022.
- Tim CNN, "*Shopee Dan Lazada Angkat Suara Soal Penipuan Flash Sale*" Dikutip Dari www.cnnindonesia.com, Diakses Pada 2 Februari 2022.
- Tamma, Qisthia. "*Analisis Akad Qard Terhadap Pelaksanaan Hutang Piutang Dalam Fitur ShopeePay latter Pada Marketplace Shopee*", Skripsi Fakultas Syari'ah Institute Agama Islam Negeri (Iain) Surakarta. 2021.
- Ustadiyanto, Riyeko. *Framework E-Commerce*. Yogyakarta: Andi.
- Wahyuni Sri, Hans Eddiward Ruff. *Perlindungan Konsumen Berupa Penggantian Barang Yang Tidak Sesuai Dalam Jual Beli Secara Online*. S1 Thesis, Universitas Kristen Indonesia. 2019
- Zuhaili, Prof. Dr. Wahbah. Al-Fiqhu Asy-syafi'i Al-muyassar 2. Bairut, Darul Fikr. 2008.
- Zein, Yahya. *Kontrak Elektronik & Penyelesaian Sengketa Bisnis E-Commerce dalam Transaksi Nasional & internasional*. Bandung: Mandar Maju. 2000.

Zulham. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2013.

