

**PRAKTEK TRANSAKSI PEMBAYARAN *ONLINE* MELALUI
APLIKASI PAYTREN PADA PT VERITRA SENTOSA
INTERNASIONAL REGIONAL PAYTREN AGENCY JAKARTA
TIMUR DALAM TINJAUAN HUKUM ISLAM DAN UNDANG-
UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Skripsi ini Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Hukum (SH)



Disusun Oleh:

Mimah

NIM. 13110689

PRODI MUAMALAH (HUKUM EKONOMI SYARIAH)

FAKULTAS SYARIAH

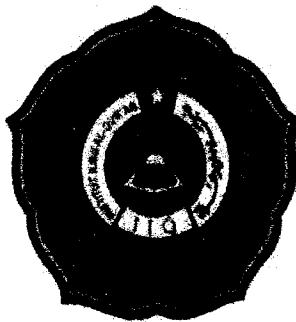
INSTITUT ILMU AL- QUR'AN (IIQ) JAKARTA

1438 H/ 2017 M

**PRAKTEK TRANSAKSI PEMBAYARAN *ONLINE* MELALUI
APLIKASI PAYTREN PADA PT VERITRA SENTOSA
INTERNASIONAL REGIONAL PAYTREN AGENCY JAKARTA
TIMUR DALAM TINJAUAN HUKUM ISLAM DAN UNDANG-
UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Skripsi ini Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar

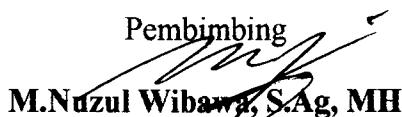
Sarjana Hukum (SH)



Disusun Oleh:

Mimah

NIM. 13110689

Pembimbing

M.Nuzul Wibawa, S.Ag, MH

PRODI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

INSTITUT ILMU AL- QUR'AN (IIQ) JAKARTA

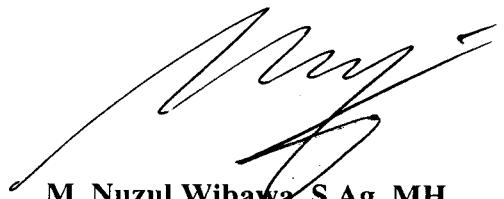
1438 H/ 2017 M

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul "*Praktek Transaksi Pembayaran Online Melalui Aplikasi Paytren pada PT Veritra Sentosa Internasional Regional Paytren Agency Jakarta Timur dalam Tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen*" yang disusun oleh Mimah dengan Nomor Induk Mahasiswa 13110689 telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan ke Sidang Munaqasah.

Jakarta, 18 Agustus 2017 M
25 Dzulqadah 1438 H

Pembimbing,

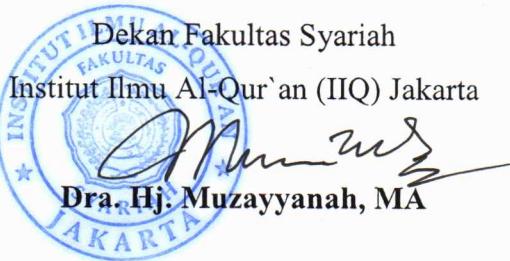


M. Nuzul Wibawa, S.Ag, MH

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “*Praktek Transaksi Pembayaran Online pada PT Veritra Sentosa Internasional Regional Paytren Agency Jakarta Timur dalam Tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen*” yang disusun oleh Mimah dengan NIM 13110689 telah diujikan pada sidang Munaqasyah Fakultas Syariah Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta pada tanggal 18 Agustus 2017. Skripsi ini diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum (SH).

Jakarta, 18 Agustus 2017



Sidang Munaqasyah

Ketua Sidang

A handwritten signature in black ink.

Dra. Hj. Muzayyanah, MA

Pengaji I,

A handwritten signature in black ink.

Dr. Hj. Nadjematul Faizah, SH, M. Hum

Sekretaris Sidang

A handwritten signature in black ink.

Siti Zaenab, S.Sy

Pengaji II,

A handwritten signature in black ink.

Dra. Hj. Muzayyanah, ,MA

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink.

M. Nuzul Wibawa, S.Ag, MH

PERNYATAAN PENULIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mimah

NIM : 13110689

Tempat/ Tgl. Lahir : Sukabumi, 23 April 1994

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "*Praktek Transaksi Pembayaran Online Melalui Aplikasi Paytren pada PT Veritra Sentosa Internasional Regional Paytren Agency Jakarta Timur dalam Tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen*" adalah benar-benar asli karya saya kecuali kutipan-kutipan yang sudah disebutkan. Kesalahan dan kekurangan di dalam karya ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Jakarta, 18 Agustus 2017 M

25 Dzulqadah 1438 H



Mimah

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan
kesanggupannya. (QS. Al-Baqarah [2]: 286)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji syukur atas segala limpahan nikmat, kasih sayang dan karunia yang diberikan Allah SWT sehingga skripsi yang berjudul “*Praktek Transaksi Pembayaran Online Melalui Aplikasi Paytren pada PT Veritra Sentosa Internasional Regional Paytren Agency Jakarta Timur dalam Tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen*” ini dapat terselesaikan sebagaimana yang penulis harapkan sebagai salah satu persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Hukum di Fakultas Syariah Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta.

Shalawat serta salam semoga tercurah-limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai *Khatimul anbiya'*, beserta seluruh keluarga dan sahabatnya. Semoga kita mendapat syafaat beliau di hari akhir kelak. Aamiin.

Segala usaha dan do'a telah penulis lakukan demi terselesaiannya penulisan skripsi ini. Hambatan dan cobaan datang silih berganti dirasakan seiring berjalannya waktu yang semakin menyempit. Namun dengan segenap keteguhan hati yang diberikan Allah SWT, penulis mencoba untuk terus berusaha tanpa mengenal putus asa, karena penulis yakin akan ada hari di mana semua keringat dan lelah akan terbayarkan dengan rasa bahagia, dan penulis yakin bahwa Allah tidak akan menyia-nyiakan hamba-Nya yang selalu berusaha.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis sangat menyadari bahwa dalam proses terebut tidaklah terlepas dari segala bantuan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang mendalam kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Khuzaemah Tahido Yanggo, MA. Rektor Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta yang telah memberikan kesempatan menimba ilmu di perguruan tinggi ini.
2. Ibu Dr. Hj. Muzayyanah, MA selaku Dekan Fakultas Syariah Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, atas kesediannya menyetujui judul penulis, juga merekomendasikan dosen pembimbing yang kredibel. Semoga Allah selalu meridhoi beliau dalam setiap langkahnya dan selalu ada dalam lindungan-Nya. Aamiin
3. Bapak M. Nuzul Wibawa, S.Ag, MH. Sebagai Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaganya untuk membimbing dan menuntun penulis dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa memberikan keberkahan disetiap langkah beliau.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Syariah Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang banyak dan bermanfaat bagi penulis. Semoga diberikan pahala yang berlimpah oleh Alla SWT.
5. Bapak KH. Dr. Ahmad Fathoni, Lc, MA, Ibu Muthmainnah, Ibu Istiqomah, Kak A'yuna, Ibu Mahmudah, Ibu Atiqoh, dan Ibu Muzayyanah. Selaku Instruktur tahfidz yang selalu jadi inspirator juga selalu support penulis, sehingga penulis sampai di titik ini.
6. Kedua orang tua tersayang, umi Fatimah dan bapak Japar yang selalu memberikan dukungan, do'a, cinta dan kasih sayang kepada penulis. Semoga Allah selalu meridhoi setiap langkah beliau dan mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat. Aamiin.
7. Kedua orang tua angkat, bapak Zainudin dan Ibu Irma Herawaty yang telah berkorban banyak bagi penulis, berkat kasih sayang beliau penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah selalu meridhoi niat baik beliau dan membalasnya dengan berlipat ganda. Aamiin.

8. Seluruh Staf Fakultas yang telah membantu setiap tangga proses yang penulis lalui.
9. Pimpinan dan staf perpustakaan IIQ Jakarta, perpustakaan Fakultas Syariah UIN Syarif Hidayatullah, perpustakaan umum UIN Syarif Hidayatullah, perpustakaan PSQ, dan perpustakaan Iman Jama' terima kasih atas kesempatannya untuk penulis dalam mencari bahan yang diperlukan dalam penyusunan skripsi.
10. Kakak dan adik tercinta, Anisah, Yayan Nasihin, Sihabudin, Hilman, Jejen, Abdul Aziz, Muhammad Yusuf, yang selalu memberikan motivasi dan dukungan untuk penulis.
11. Teman-teman seperjuangan Fakultas Syariah angkatan 2013, khususnya sahabat-sahabat tercinta, Sumarni, Eva Rahmawati, Zukhrufatuzzahro, Atiatul Faiqah, fitami, semoga ukhuwah kita selalu terjalin di manapun kita berada.
12. Sahabat seperjuanganku dari SMK sampai sekarang Neng Komala Sari dan Leni Marlina yang selalu membantu, memotivasi penulis.
13. Dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah membalas semua kebaikan dengan sebaik-baik balasan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, kesalahan dan masih perlu perbaikan serta penyempurnaan karena keterbatasan ilmu penulis. Dengan segala kerendahan hati penulis mempersesembahkan skripsi ini. Semoga apa yang telah penulis lakukan melalui penelitian ini dapat membawa manfaat dan bernilai pahala di sisi Allah SWT. Aamiin.

Jakarta, 18 Agustus 2017

Mimah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	I
PERNYATAAN PEBULIS.....	II
MOTTO.....	III
KATA PENGANTAR	IV
DAFTAR ISI	VII
PEDOMAN TRANSLITERASI	X
ABSTRAKSI.....	XIII
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan dan Pembatasan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	10
D. Kajian Pustaka	11
E. Kerangka Teori	14
F. Metode Penelitian	15
G. Sistematika Penulisan	18
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Jual Beli pada Umumnya	19
1. Pengertian Jual Beli.....	19
2. Dasar Hukum dan Syarat Sah Jual Beli	20
B. Jual Beli <i>Online</i> Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.....	22
1. Pengertian <i>E-Commerce</i>	22
2. Dasar Hukum Transaksi <i>E-Commerce</i>	24
C. Jual Beli Menurut Hukum Islam	26
1. Pengertian Jual Beli Menurut Hukum Islam	26

2. Dasar Hukum Jual Beli	31
3. Rukun dan Syarat Jual Beli.....	35
4. Macam-Macam Jual Beli	42
5. Manfaat dan Hikmah Jual Beli	48
D. Jual Beli <i>Online</i> Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.....	49
E. Jual Beli Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen.....	51
1. Pengertian Perlindungan Konsumen.....	52
2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	57
3. Hak dan Kewajiban Konsumen	59
4. Hal-hal yang Dilarang Baagi Pelaku Usaha.....	62

BAB III : GAMBARAN UMUM PRAKTEK TRANSAKSI *ONLINE* DI PT VERITRA SENTOSA INTERNASIONAL REGIONAL PAYTREN AGENCY JAKARTA TIMUR

A. Sejarah Singkat PT Veritra Sentosa Internasional	69
B. Visi dan Misi PT Veritra Sentosa Internasional	71
C. Produk-produk PT Veritra Sentosa Internasional	73
D. Sistem Keanggotaan PT Veritra Sentosa Internasional	74

BAB IV : ANALISIS HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP TRANSAKSI *ONLINE* DI PT VERITRA SENTOSA INTERNASIONAL REGIONAL PAYTREN AGENCY JAKARTA TIMUR.

A. Mekanisme Transaksi Paytren Menurut Hukum Islam	79
----------------------------------------------------------	----

B. Mekanisme Transaksi Paytren Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen.....	88
---------------------------------------------------------------------------------	----

BAB V : PENUTUP

A. Kesimplan	91
B. Saran-saran.....	92

DAFTAR PUSTAKA	93
----------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi adalah penyalinan dengan panggantian huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Dalam penulisan skripsi di Institut Ilmu Al-Qur'an, transliterasi Arab-Latin mengacu pada berikut ini:

1. Konsonan

ا	A	ط	Th
ب	B	ظ	Zh
ت	T	ع	'
ث	Ts	غ	Gh
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Dz	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	'
ص	Sh	ي	Y
ض	Dh		

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal panjang	Vokal rangkap
Fathah	: a	إِ : â
Kasrah	: i	إِ : î
Dhammah	: u	إِ : û

3. Kata Sandang

a. Kata sandang yang diikuti alif lam (ا) *qamariyah*

Kata sandang yang diikuti oleh alif lam (ا) *qamariyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya. Contoh:

البقرة : *al-Baqarah*

المدينة : *al-Madīnah*

b. Kata sandang yang diikuti oleh alif lam (ا) *syamsyiah*

Kata sandang yang diikuti oleh alif lam (J) *syamsyiah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Contoh:

الرجل : *ar-Rajul*

السيدة : *as-Sayyidah*

الشمس : *asy-Syams*

الدارمي : *ad-Dârimî*

c. *Syaddah (Tasydîd)*

Syaddah (*Tasydīd*) dalam sistem aksara Arab digunakan lambang (), sedangkan untuk alih aksara ini dilambangkan dengan huruf, yaitu dengan cara menggandakan huruf yang bertanda *tasydīd*. Aturan ini berlaku secara umum, baik *tasydīd* yang berada di tengah kata, di akhir kata ataupun yang terletak setelah kata sandang yang diikuti oleh huruf-huruf *svamsivah*.

Contoh:

امَّا يَاللَّهِ : *Âmanna billâhi*

أَمْنَ السُّفَهَاءَ : *Âmana as-sufahâ'u*

إِنَّ الَّذِينَ : *Inna al-ladzîna*

وَالرُّكْجُ : *wa ar-rukka'i*

d. *Ta Marbûthah* (٦)

Ta Marbûthah (٦) apabila berdiri sendiri, waqaf atau diikuti oleh kata sifat (*na'it*), maka huruf tersebut dialih aksarakan menjadi huruf “h”. Contoh:

الأَقْيَدَةُ : *al-Af'îdah*

الجَامِعَةُ الْإِسْلَامِيَّةُ : *al-Jâmi'ah al-Islâmiyyah*

Sedangkan *ta marbûthah* (٦) yang diikuti atau disambungkan (*di-washal*) dengan kata benda (*ism*), maka dialih aksarakan menjadi huruf “t”. Contoh:

عَامِلَةُ نَاصِيَّةٍ : *'Âmilatun Nâshibah*

الآيَةُ الْكُبْرَىُ : *al-Âyat al-Kubrâ*

e. Huruf Kapital

Sistem penulisan huruf Arab tidak mengenal huruf kapital, akan tetapi apabila telah dialih aksarakan maka berlaku ketentuan ejaan yang disempurnakan (EYD) bahasa Indonesia, seperti penulisan awal kalimat, huruf awal nama tempat, nama bulan, nama diri dan lain-lain. Ketentuan yang berlaku pada EYD berlaku pula dalam alih aksara ini, seperti cetak miring (*italic*) atau cetak tebal (*bold*) dan ketentuan lainnya. Adapun untuk nama diri yang diawali dengan kata sandang, maka huruf yang ditulis kapital adalah awal nama diri, bukan kata sandangnya. Contoh: 'Alî Hasan al-'Âridh, al-'Asqallânî, al-Farmawî dan seterusnya. Khusus untuk penulisan kata Alqur'an dan nama-nama surahnya menggunakan huruf kapital. Contoh: Al-Qur'an, Al-Baqarah, Al-Fâtihah dan seterusnya.

ABSTRAK

Mimah dengan Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 13110689, Praktek Transaksi Pembayaran *Online Melalui Aplikasi Paytren* pada PT Veritra Sentosa Internasional Regional Agency Jakarta Timur Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta.

Latar belakang penulisan skripsi ini yaitu Ada berbagai faktor yang menjadi penyebab terjadinya penipuan, kecurangan, ketidak jelasan yang terjadi pada bisnis *online* sehingga konsumen dirugikan oleh hal tersebut. Apapun faktor penyebab terjadinya permasalahan tersebut, perlu ada solusi yang dijalankan sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, penulis ingin mengetahui bagaimana praktek transaksi pembayaran *online* melalui aplikasi Paytren yang dilakukan oleh PT Veritra Sentosa Internasional Regional Paytren Agency Jakarta Timur.

Penulis merumuskan masalah pada penelitian ini yaitu: Bagaimana tinjauan hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur tentang transaksi *online*.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang bersifat mendeskripsikan data hasil penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Praktek transaksi pembayaran *online* melalui aplikasi Paytren dalam tinjauan hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang dijalankan oleh PT Veritra Sentosa Internasional Regional Paytren Agency Jakarta Timur.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT Veritra Sentosa Internasional Regional Paytren Agency Jakarta Timur dalam menjalankan bisnisnya tidak sesuai dengan ketentuan syariah dan Undang-undang Perlindungan konsumen. Hal yang tidak sesuai adalah aturan tersebut pertama pada syarat jual beli tidak diperbolehkan mengandung *gharar* atau ketidakjelasan, dalam hal ini terjadi pada rekrutmen anggota menjadi mitra pebisnis yaitu, pembelian paket Basic (1 Lisensi). Kedua, dalam perspektif hukum perlindungan Konsumen dalam menyampaikan informasi harga yang harus dibayar oleh calon anggota/mitra tidak sesuai dengan yang diinformasikan.

Kata kunci: jual beli *online*, mekanisme pembayaran *online*, aplikasi pembayaran *online* PT Veritra Sentosa Internasional Regional Paytren Agency Jakarta Timur.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin hari semakin pesat, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi tidak bisa terpisahkan dengan perkembangan ekonomi, karena antara ekonomi dengan ilmu pengetahuan dan teknologi saling mendukung. Di era globalisasi seperti sekarang ini baik di Indonesia maupun di dunia, orang-orang lebih sering melakukan transaksi *online* dalam melakukan jual beli. Transaksi online adalah transaksi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli secara *online* melalui media internet, tidak ada pertemuan langsung antara pembeli dan penjual. Zaman sekarang banyak pelaku usaha dan konsumen melakukan jual beli melalui transaksi *online*. Dalam melakukan pembelian melalui transaksi *online* pasti ada keuntungan dan kerugian baik dari pihak pelaku usaha maupun pihak pembeli. Meskipun demikian, melakukan transaksi *online* juga mempunyai dampak negatif bagi konsumen karena dalam pemesanan barang yang akan dibeli konsumen tidak bertemu langsung dengan pelaku usaha sehingga memungkinkan terjadinya tindakan penipuan.

Perkembangan perekonomian yang pesat, telah menghasilkan beragam jenis dan variasi barang dan/atau jasa. Dengan dukungan teknologi dan informasi, perluasan ruang, gerak dan arus transaksi barang dan/jasa telah melintasi batas-batas wilayah negara, konsumen pada akhirnya dihadapkan pada berbagai pilihan jenis barang dan/atau jasa yang ditawarkan secara variatif.

Kondisi seperti ini, pada satu sisi menguntungkan konsumen, karena kebutuhan terhadap barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat

terpenuhi dengan beragam pilihan. Namun pada sisi lain, penomena tersebut menempatkan kedudukan konsumen berada pada posisi yang lemah. Karena konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang merugikan konsumen.¹

Hukum perlindungan konsumen sekarang ini mendapat cukup perhatian karena menyangkut aturan-aturan guna mensejahterakan masyarakat, bukan saja masyarakat selaku konsumen saja yang mendapatkan perlindungan, namun pelaku usaha juga mempunyai hak dan kewajiban. Pemerintah berperan mengatur, mengawasi dan mengontrol, sehingga tercipta sistem yang kondusif saling berkaitan satu dengan yang lain. Dengan demikian tujuan mensejahterakan masyarakat secara luas dapat tercapai.²

Perhatian terhadap perlindungan konsumen, terutama di Amerika Serikat (1960-1970-an) mengalami perkembangan yang sangat signifikan dan menjadi objek kajian bidang ekonomi, sosial, politik dan hukum. Banyak sekali artikel dan buku yang ditulis berkenaan dengan gerakan ini. Di Amerika Serikat bahkan pada era tahun-tahun tersebut berhasil diundangkan banyak peraturan dan dijatuahkan putusan-putusan hakim yang memperkuat kedudukan konsumen.

Fokus gerakan perlindungan konsumen (*konsumerisme*) sekarang ini sebenarnya masih pararel dengan gerakan pertengahan abad ke-20. Di Indonesia, gerakan perlindungan konsumen menggema dari gerakan serupa di Amerika Serikat. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) yang secara populer dipandang sebagai perintis advokasi konsumen Indonesia ini termasuk cukup responsif terhadap keadaan,

¹ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Gramedia, 2003), h. 12.

² Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2001), Cet. Ke-3, h. 1.

bahkan mendahului revolusi Dewan Ekonomi dan Sosial PBB (*ECOSOC*) No. 21 tahun 1978 Tentang Perlindungan Konsumen.³

Sekalipun demikian, tidak berarti sebelum ada Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) perhatian terhadap konsumen di Indonesia sama sekali terabaikan. Beberapa produk hukum yang ada, bahkan yang diberlakukan sejak zaman kolonial menyinggung sendi-sendi penting perlindungan konsumen. Dilihat dari kuantitas dan materi muatan produk hukum itu dibandingkan dengan Indonesia masih jauh dari menggembirakan, walaupun begitu, keberadaan peraturan hukum bukan satu-satunya ukuran untuk menilai keberhasilan gerakan perlindungan konsumen. Gerakan ini seharusnya bersifat massal dan membutuhkan kemauan politik yang besar untuk mengaplikasikannya.⁴

Secara umum, sejarah gerakan perlindungan konsumen dapat dibagi ke dalam empat tahapan:⁵

1. Tahapan I (1881-1914)

Kurun waktu ini titik awal munculnya kesadaran masyarakat untuk melakukan gerakan perlindungan konsumen. Pemicunya, histeria massal akibat novel karya Upton Sinclair bejedul *The Jungle*, yang menggambarkan cara kerja pabrik pengolahan daging di Amerika Serikat yang tidak memenuhi syarat-syarat kesehatan.

2. Tahapan II (1920-1940)

Pada kurun waktu ini muncul pula buku berjudul *Your Money's Worth* karya Chase dan Schlink. Karya ini mampu menggugah konsumen atas hak-hak mereka dalam jual beli. Pada kurun waktu ini muncul slogan: *fair, deal, best buy*.

³ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Grasindo, 2000), h. 29.

⁴ Ibid.

⁵ C. Tantri dan Sularsi, Makalah “*Gerakan Organisasi Konsumen*, (Jakarta: YLKI dan The Asia Foundation, 1995), h. 3-4 dalam buku *Hukum Perlindungan Konsumen*, Shidarta, ibid, h. 30.

3. Tahapan III (1959-1960)

Pada dekade 1959-an ini muncul keinginan untuk mempersatukan gerakan perlindungan konsumen dalam lingkup tradisional. Dengan diprakarsai oleh wakil-wakil gerakan konsumen dari Amerika Serikat, Inggris, Belanda, Australia dan Belgia, pada 1 April 1960 berdirilah *International Organization of Consumer Union* (IOCU). Semula organisasi ini berpusat di Den Haag, Belanda, lalu pindah ke London, Inggris, pada 1993, dua tahun kemudian *IOCU* mengubah namanya menjadi *Consumen Internasional*.

4. Tahapan IV (pasca-1965)

Pasca 1965 sebagai pemantapan gerakan perlindungan konsumen, baik ditingkat regional maupun internasional, yakni Amerika Latin, dan Karibia berpusat di Cile, Asia Pasifik berpusat di Malaysia, Afrika berpusat di Zimbabwe, Eropa Timur dan Tengah berpusat di Inggris dan negara-negara maju juga berpusat di London, Inggris.

Pada situasi ekonomi global dan perdagangan bebas, upaya mempertahankan pelanggan/konsumen atau mempertahankan pasar atau memperoleh kawasan pasar baru yang lebih luas, merupakan dambaan bagi setiap produsen, mengingat makin banyaknya persaingan untuk berusaha. Persaingan yang semakin ketat ini juga dapat memberikan dampak negatif terhadap konsumen pada umumnya.

Saat ini sasaran setiap negara, setiap perusahaan (setiap produsen) adalah menuju pada pemasaran global. Orientasi pemasaran global pada dasarnya dapat mengubah berbagai konsep, cara pandang dan cara pendekatan mengenai banyak hal termasuk strategi pemasaran. Perubahan pemasaran tersebut membawa pengaruh pula pada konsep perlindungan konsumen secara global.

Perlindungan konsumen dalam era pasar global menjadi sangat penting, karena pertama konsumen di samping mempunyai hak-hak yang bersifat universal juga mempunyai hak-hal yang bersifat sangat spesifik (baik situasi maupun kondisi).

Ketidakberdayaan konsumen dalam menghadapi produsen jelas sangat merugikan kepentingan rakyat. Pada umumnya produsen berlindung di balik *standard contract* atau perjanjian baku yang telah ditandatangani oleh kedua belah pihak, yakni antara konsumen dan produsen. Ataupun melalui informasi yang diberikan oleh produsen kepada konsumen.

Perlindungan konsumen merupakan konsekuensi dan bagian dari kemajuan teknologi dan industri. Kemajuan teknologi dan industri ternyata telah memperkuat perbedaan antara pola hidup masyarakat tradisional dan masyarakat modern. Masyarakat tradisional dalam memproduksi barang-barang kebutuhan konsumen secara sederhana, dan hubungan antara konsumen dan masyarakat tradisional relatif masih sederhana, di mana konsumen dan produsen dapat bertatap muka secara langsung. Adapun masyarakat modern memproduksi barang-barang kebutuhan konsumen secara massal, sehingga menciptakan konsumen secara massal pula (*mass consumer consumption*). Akhirnya hubungan antara konsumen dan produsen menjadi rumit, di mana konsumen tidak mengenal siapa produsennya, demikian pula sebaliknya, bahkan produsen tersebut berada di negara lain.⁶

Dengan adanya teknologi internet⁷ mampu membuat transaksi bisnis berlangsung secara cepat dan mudah. Para pihak yang

⁶ Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2004), h. 2-3

⁷ Internasional Network (*internet*) adalah sebuah jaringan komputer yang sangat besar terdiri dari jaringan-jaringan kecil yang saling terhubung yang menjangkau

menawarkan barang dan jasa cukup mempromosikannya lewat situs-situs tertentu. Dan konsumen secara online dapat pula langsung mengakses situs tersebut guna mensiasati ketentuan-ketentuan yang dipersyaratkan. Bagi Sunaryati Hartono, aplikasi teknologi komputer pada jaringan komunikasi internet tidak hanya berdampak pada meningkatnya kuantitas perjanjian dagang dalam skala internasional, tetapi juga menyebabkan intensivitas antar negara-negara di dunia.

Jual beli *online* yang sedang menjadi tren saat ini adalah salah satu model bisnis yang banyak dilakukan oleh para pelaku usaha dalam memasarkan produk barang dan atau/jasa yang dihasilkannya untuk dapat menghasilkan nilai ekonomi.

Praktik transaksi *online* (*e-commerce*) banyak menimbulkan permasalahan-permasalahan yang cenderung merugikan konsumen dan menimbulkan berbagai permasalahan hukum dalam melakukan transaksi *e-commerce*.⁸ Kasus-kasus yang berhubungan dengan transaksi di internet, khususnya mengenai cacat produk, informasi dalam *webvertising* yang tidak jujur, atau keterlambatan pengiriman barang, marak dialami konsumen. Selain itu, konsumen juga dihadapkan dengan permasalahan apakah konsumen dapat melakukan dan meminta pengembalian dana kepada pengusaha *online* apabila terjadi kecacatan

seluruh dunia. Di Indonesia, jaringan internet mulai dikembangkan pada tahun 1983 di Universitas Indonesia, yakni *UNet* oleh Joseph F. P Luhukay yang ketika itu baru saja menamatkan program Doktor Filosofi Ilmu Komputer di Amerika Serikat. Lihat Budi Sutedjo Dharma Oetomo, *Persepektif E-Business: Tinjauan Teknis, Manajerial dan Strategi*. (Yogyakarta: Andi, 2001), h. 10

⁸ Yang dimaksud dengan *e-commerce* adalah suatu proses penjualan dan pembelian produk maupun jasa yang dilakukan secara elektronik yaitu melalui jaringan komputer atau internet. Arti lain dari *e-commerce* yaitu penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi pengolahan digital dalam melakukan transaksi bisnis untuk menciptakan, mengubah dan mendefinisikan kembali hubungan yang baru antara penjual dan pembeli. diakses dari <http://www.pengertianku.net/2016/06/pengertian-e-commerce-secara-umum-dan-manfaatnya.html> pada tanggal 12 Januari 2017.

ataupun ketidak sesuaian terhadap produk yang telah diperjanjikan sebelumnya antara konsumen dengan pengusaha online.

Dampak negatif pesatnya perkembangan *e-commerce* dalam perlindungan konsumen, terjadi pada kasus jual beli *online* yang dialami oleh sorang mahasiswi Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, ketika membeli handphone dengan merk *Blacberry* di salah satu toko *online*, yang terjadi adalah bahwa dalam buku garansinya tersebut tidak dicantumkan tanda tangan pihak penjual. Dengan tidak adanya tanda tangan pihak penjual menjadi masalah bagi konsumen, sebab buku garansi tersebut tidak dapat dijadikan bukti untuk claim garansi jika konsumen ingin mengajukan keluhan (*complaint*) atas barang tersebut selama masa garansinya masih berlaku.

Bagi konsumen, informasi tentang barang dan/atau jasa merupakan kebutuhan pokok, sebelum ia menggunakan sumber dananya (gaji, upah, honor atau apapun nama lainnya) untuk mengadakan transaksi konsumen tentang barang dan/atau jasa tersebut. Dengan transaksi konsumen dimaksudkan diadakannya hubungan hukum (jual beli, beli-sewa, sewa-menyeWA, pinjam-meminjam, dan sebagainya) tentang produk konsumen dengan pelaku usaha itu.⁹

Lisensi merupakan hak *privilege* yang bersifat komersial, dalam arti kata memberikan hak dan kewenangan untuk memanfaatkan paten maupun merek dagang atau teknologi yang dilindungi secara ekonomis.¹⁰

Lisensi merupakan suatu bentuk pemberian izin untuk memanfaatkan suatu Hak atas Kekayaan Intelektual, yang dapat

⁹ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta : CV. Triarga Utama, 2002), h. 55

¹⁰ Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis Lisensi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2001), Cet. Ke-1, h. 8

diberikan oleh pemberi lisensi kepada penerima lisensi agar penerima lisensi dapat melakukan suatu bentuk kegiatan usaha, baik dalam bentuk teknologi atau pengetahuan yang dapat dipergunakan untuk memproduksi, menghasilkan, menjual, atau memasarkan barang (berwujud) tertentu, maupun yang akan dipergunakan untuk melaksanakan kegiatan jasa tertentu, dengan mempergunakan Hak atas Kekayaan Intelektual yang dilisensikan tersebut.

Hal-hal yang secara umum diatur dalam suatu pemberian lisensi, termasuk di dalamnya hal-hal yang berhubungan dengan hak-hak dan kewajiban yang ada pada pemberi lisensi agar lisensi yang diberikan dan diterima tersebut dapat memberikan manfaat bagi kedua belah pihak.

Sehubungan dengan luasnya ruang lingkup pemberian lisensi adalah mengenai modifikasi, pengembangan atau penyempurnaan atas Hak atas Kekayaan Intelektual yang dilisensikan, yang dilakukan oleh penerima lisensi. Sampai seberapa jauh si penerima lisensi diberikan hak untuk melakukan modifikasi, pengembangan atau penyempurnaan tersebut, dan bagaimana status dari Hak Atas kekayaan Intelektual yang dilisensikan tersebut.¹¹

PT Veritra Sentosa Internasional atau VSI adalah salah satu perusahaan yang berbasis *E-Commerce*. Perusahaan Veritra Sentosa Internasional ini didirikan oleh Ustadz Yusuf Mansur pada bulan Juni 2013 di Bandung dengan mensosialisasikan teknologi Paytren keseluruh Indonesia. PT Veritra Sentosa Internasional adalah sebuah bisnis dengan sistem *network marketing*. Jenis usaha PT Veritra Sentosa Internasional yaitu penjualan “*Lisensi*”. Aplikasi/software/teknologi (Paytren).

Paytren adalah sofware Aplikasi milik Ustadz Yusuf Mansur yang bergerak di bidang Pembayaran seperti: tagihan listrik, pulsa token,

¹¹ Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis Lisensi*, Cet. Ke-1, h. 26.

pulsa All Operator dan kuota data, booking tiket pesawat dan Kreta Api, bayar tagihan (Motor, Mobil, Telkom, Televisi dll), bayar speedy, beli voucher game, bayar tagihan BPJS, bayar tagihan PDAM, belanja *online* dan lain-lain.¹²

Penggunaan internet sebagai media perdagangan terus meningkat dari tahun ke tahun, hal ini disebabkan karena berbagai manfaat yang didapat oleh perusahaan maupun konsumen dengan melakukan transaksi melalui internet. Perkembangan teknologi internet memberikan manfaat positif dalam berbagai sektor kehidupan. Dalam bidang perekonomian, internet juga dapat memberikan dampak positif dan negatif. Hal positifnya dimulai dari banyaknya transaksi jual beli yang sebelumnya dilakukan secara langsung ataupun menggunakan jasa pos sehingga membutuhkan waktu yang lama, maka dengan internet seseorang dapat melakukan transaksi jual beli dengan efektif dan efisien waktu tanpa harus bertatap muka secara langsung antara penjual dan pembeli. Kondisi seperti ini di satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar, karena adanya kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Tetapi di sisi lain, dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah, yang menjadi objek aktifitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui berbagai promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian baku yang merugikan konsumen.

Wawancara melalui WhatsApp dengan Aditya Suhendra, Mitra Paytren Surabaya, pada Tanggal 10 Agustus 2017. Pukul 7.23 WIB.

Atas dasar latar belakang di atas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “**Praktek Transaksi Pembayaran Online Melalui Aplikasi Paytren Pada PT Veritra Sentosa Internasional Regional Paytren Agency Jakarta Timur dalam Tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen**”.

B. Pembatasan dan Perumusan Masalah

1. Pembatasan Masalah

Agar penulisan/penelitian ini dapat mencapai hasil yang baik dan maksimal sesuai tujuan yang dikehendaki, maka penulis akan membatasi pada masalah pembayaran *online* melalui aplikasi paytren pada PT Veritra Sentosa Internasional Regional Paytren Agency Jakarta Timur dalam tinjauan hukum Islam dan Undang-Undang perlindungan konsumen

2. Perumusan Masalah

Dari pembatasan masalah di atas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana konsep hukum Islam dan hukum perlindungan konsumen mengatur tentang transaksi *online*?
- b. Apakah praktek transaksi melalui pembayaran *online* yang diselenggarakan oleh PT Veritra Sentosa Internasional Regional Paytren Agency Jakarta Timur sudah sesuai dengan ketentuan hukum Islam dan hukum perlindungan konsumen?

C. Tujuan dan Manfat Penelitian

Ada beberapa tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui konsep hukum Islam dan hukum perlindungan konsumen mengatur tentang transaksi *Online*.
2. Untuk mengetahui kesesuaian praktek transaksi bisnis PT Veritra Sentosa Internasional Regional Paytren Agency Jakarta Timur dengan ketentuan hukum Islam dan hukum perlindungan konsumen.

Adapun manfaat hasil penelitian ini adalah:

1. Untuk memenuhi tugas akademik yang merupakan salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan studi tingkat sarjana program Strata 1 (S1) di Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta Fakultas Syariah Prodi Hukum Ekonomi Syariah.
2. Secara teoritis, diharapkan sebagai sumbangan pemikiran dalam bidang ilmu pengetahuan ekonomi syariah terutama tentang praktek transaksi *online* dalam tinjauan hukum Islam dan Undang-Undang perlindungan konsumen.
3. Secara Praktisi, untuk menambah wawasan masyarakat terkhusus pemerintah tentang ketentuan-ketentuan praktek bisnis *online*.

D. Kajian Pustaka

kajian Pustaka ini bertujuan untuk mencari data yang tersedia dalam penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan yang dikaji dalam penulisan skripsi.¹³ Kajian pustaka merupakan bagian terpenting dalam suatu penelitian, karena dengan kajian pustaka, dapat diketahui hasil-hasil penelitian terdahulu yang berkenaan dengan permasalahan-permasalahan yang serupa dan juga untuk melihat posisi penelitian ini dibandingkan dengan penelitian-penelitian terdahulu. Selain itu penulis akan menelaah penelitian terdahulu yang akan menjadi

¹³ Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1997), Cet. Ke-I, h. 55.

sumber acuan dalam pembahasan praktik jual beli *online* berdasarkan Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Adapun manfaat dari kajian pustaka antara lain:

1. Mengenali teori-teori dasar dan konsep yang telah dikemukakan oleh para ahli terdahulu yang relevan dengan masalah yang diteliti.
2. Mengikuti perkembangan dalam penelitian terhadap bidang yang akan diteliti.
3. Memanfaatkan data sekunder.
4. Menghindari duplikasi.
5. Penelusuran dan penelaahan literatur yang relevan dengan masalah penelitian untuk mengungkapkan buah pikiran secara sistematis, kritis dan analisis.¹⁴

Berdasarkan telaah yang dilakukan terhadap sumber kepustakaan di lingkungan penulis, kajian pustaka yang telah dilakukan, penulis menemukan judul sebagai berikut:

Misky Ayu Agustina, Mahasiswi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta (2011) dalam skripsinya *Perlindungan Konsumen dalam Perjanjian Jual Beli Melalui E-commerce* menjelaskan tentang substantive yaitu mengenai masalah keaslian data, tanda tangan elektronik, keabasanah, kerahasiaan, keamanan dan ketersediaan informasi dan masalah prosedural tentang penyelesaian sengketa.

Baiq Dian Febriyanti, Mahasiswi Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta Fakultas Syariah (2012) dalam skripsinya *Konsep dan Implementasi Khiyar dalam Jual Beli E-Commerce pada Ponsel Qur'an* menjelaskan tentang pandangan hukum Islam dalam menelaah tentang hal-hal yang berkaitan dengan jual beli menggunakan media internet,

¹⁴ Iskandar, *Metode Penelitian Kualitatif*, tth. h.100.

serta permasalahan dan implementasi *Khiyar* yang diterapkan dalam jual beli *online* ponsel Qur'an.

Wardatul Wildiana, Mahasiswi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Fakultas Syari'ah (2015), dalam skripsinya *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Pulsa Handphone dengan Sistem Multi Level Marketing (Studi Kasus di PT Veritra Sentosa Internasional Semarang)* menjelaskan praktik jual beli pulsa handphone dengan sistem Multi Level Marketing yang dilakukan oleh PT Veritra Sentosa Internasional berdasarkan hukum Islam. Adapun yang membedakan dengan skripsi yang penulis kaji ialah pada produk paytren yang penulis kaji mencakup semua produk pembayaran dalam transaksi yang ada di paytren termasuk transaksi jual beli pulsa.

Diyah Nur Aeni, Mahasiswi Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta Fakultas Syariah (2015), dalam skripsinya *Konsep Etika Bisnis Online dan Implementasinya Perspektif Hukum Islam* menjelaskan tentang etika dalam bisnis *online*, agar dalam menjalankan bisnis *online* dilandasi dengan etika yang sesuai dengan hukum Islam, serta dalam mekanismenyapun harus sesuai dengan prinsip syariah dengan memperhatikan hal-hal yang halal dan haram dalam menjalankan bisnis *online* tersebut serta permasalahan dan implementasi *Khiyar* yang diterapkan dalam jual beli *online* ponsel Qur'an.

Muhammad Khadafi, Mahasiswa UIN Jakarta Fakultas Syariah dan Hukum (2016) dalam skripsinya Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce (Studi Kasus E-Commerce Melalui Sosial Media Instagram) menjelaskan tentang perlindungan hukum yang didapatkan oleh konsumen dalam melakukan sebuah transaksi di media elektronik.

Perbedaan mendasar dengan skripsi yang penulis kaji ialah terdapat pada transaksi pembayaran melalui aplikasi paytren yang mencakup semua produk yang ada di PT Veritra Sentosa Internasional, penulis akan mengkaji lebih dalam tentang peraktek bisnis yang dijalankan oleh PT Paytren apakah transaksi di PT Veritra Sentosa Internasional sudah sesuai dengan hukum Islam dan Hukum Perlindungan Konsumen atau belum.

E. Kerangka Teori

Pengertian jual beli secara umum adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan sesuatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan.¹⁵

Pengertian Konsumen dalam Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang diajukan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, yaitu:¹⁶ “Konsumen adalah pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, bagi kepentingan diri sendiri atau keluarganya atau orang lain yang tidak untuk diperdagangkan kembali”.

Istilah *E-commerce* merupakan kependekan dari *Electronic Commerce (perniagaan elektronik)*. *E-commerce* ini merupakan bagian dari *Electronic Business*, atau disingkat *E-Business (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan electronic transmission)*.

Secara umum *E-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan (perniagaan) barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik.

¹⁵ Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

¹⁶ Ahmad Miru: *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Cet. Ke.1, h. 20. Dikutip dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, *Suatu Sumbangan Pemikiran Tentang Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, 1981), h. 2.

E-commerce adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, penyedia layanan dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*komputer network*) yaitu internet.

Jual beli dalam istilah fikih disebut dengan *al-Bai'* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Lafal *al-Bai'* dalam bahasa arab kadang digunakan untuk pengertian lawannya, yakni kata *asy-Syira' (beli)*. Dengan demikian, kata *al'bai'* berarti jual, tetapi sekaligus juga berarti beli.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya adalah suatu cara atau teknis yang diharapkan mampu menemukan, merumuskan, dan menganalisis, ataupun memecahkan masalah-masalah dalam penelitian agar data-data yang diperoleh lengkap, relevan, akurat dan nyata. Maka diperlukan metode yang tepat yang dapat diandalkan.

Penelitian pada penulisan skripsi ini termasuk ke dalam jenis penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata atau kalimat. Penelitian kualitatif sangat mengutamakan kualitas data, sehingga dalam penelitian kualitatif tidak digunakan analisis statistika. Sedangkan bilamana ditinjau dari tempat pelaksanaan penelitian, maka berdasarkan fokus dan ruang lingkup yang didasarkan pada suatu penelitian terhadap praktek transaksi *online* di PT Regional Agency Jakarta Timur. Bahwa penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yakni penelitian yang langsung dilakukan di lapangan. Dengan mengacu pada pokok permasalahan dan tujuan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, jenis penelitian ini adalah *case study (studi kasus)*. Penelitian studi kasus adalah penelitian

mengenai subyek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase atau khas dari keseluruhan personalitas. Subyek penelitian dapat saja berupa individu, kelompok, maupun masyarakat.¹⁷

Kemudian untuk mempermudah Penjelasan mengenai metode penelitian yang digunakan, maka perlu adanya uraian langkah-langkah sistematis yang ditempuh dalam penelitian ini. Langkah-langkah tersebut sebagai berikut:

1. Sumber data

Penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan library research. Maksudnya, pengambilan data yang berasal dari buku-buku atau karya ilmiah khususnya di bidang syariah muamalah dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, serta hasil wawancara dengan para pihak yang bersangkutan agar mendapatkan informasi dan data yang akurat.

2. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah mencari data-data yang diperlukan dari obyek penelitian yang sebenarnya.

Langkah-langkah dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Metode observasi yaitu usaha-usaha mengumpulkan data dengan pengamatan dan pencatatan secara modelatis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki.¹⁸ Metode ini digunakan untuk

¹⁷ M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta: Ghila Indonesia, 2002), h. 15.

¹⁸ Sutrisno Hadi, *Metodologi Penelitian Research*, (Jakarta Andi Offset, 1989), h. 45.

mendapatkan data tentang bagaimana praktek transaksi *online* di PT Regional Paytren Agency.

b. Metode Interview

Metode interview atau wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan.¹⁹

Interview dilakukan dalam upaya penggalian data dari narasumber untuk mendapatkan informasi atau data secara langsung dan lebih akurat dari orang-orang yang berkompeten (berkaitan atau berkepentingan) terhadap praktek transaksi *online* di PT Regional Paytren Agency.

c. Metode Dokumentasi

Metode Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal Yang bberkaitan dengan penelitian di PT Regional Paytren Agency baik berupa catatan, transkip, buku, surat kabar, majalah dan sebagainya.

d. Analisis Data

Penelitian ini dimaksudkan untuk meninjau dan menganalisis tentang praktek transaksi *online* dalam tinjauan hukum Islam dan hukum perlindungan konsumen, maka penulis menggunakan metode deskriptif-analisis. Deskriptif yaitu menggambarkan dan menguraikan mekanisme transaksi *online* yang diperaktekan di kalangan masyarakat. Sedangkan analisis digunakan untuk mensinkronisasikan hukum Islam dan Undang-Undang

¹⁹ Lexy. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2000), h. 135.

Perlindungan Konsumen dengan praktik transaksi *online* kemudian memberikan kesimpulan.

Teknis penulisan laporan dalam penelitian ini akan merujuk pada “Pedoman Penyusunan Skripsi, Tesis dan Disertasi.” IIQ Press 2016.

G. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terbagi menjadi lima bab, setiap bab terdiri dari beberapa sub-sub yang dimaksudkan untuk mempermudah dalam penyusunan serta mempelajarinya. Adapun sistematikanya adalah sebagai berikut:

Bab I : Berisi pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, perumusan dan pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : Berisi landasan teori tentang pengertian jual beli, dasar hukum jual beli, rukun dan syarat jual beli, pengertian jual beli *online*.

Bab III : Berisi tentang gambaran umum PT Veritra Sentosa Internasional meliputi; sejarah singkat berdirinya PT Veritra Sentosa Internasional, Visi dan Misi PT Veritra Sentosa Internasional, produk-produk PT Veritra Sentosa Internasional, sistem keanggotaan mitra PT Veritra Sentosa Internasional dan tata cara transaksi PT Veritra Sentosa Internasional.

Bab IV : Analisis penelitian meliputi: menurut hukum Islam dan menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Bab V : Berisi tentang kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Jual Beli Secara Umum

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli dalam kitab Undang-Undang Hukum Perdata dalam Pasal 1457 yaitu suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah diajnjikan.¹

Berdasarkan pengertian jual beli tersebut di atas, dapat kita lihat bahwa jual beli merupakan suatu bentuk perjanjian yang menimbulkan kewajiban atau perikatan untuk memberikan sesuatu, yang dalam hal ini terwujud dalam bentuk penyerahan kebendaan yang dijual oleh penjual, dan penyerahan uang oleh pembeli kepada penjual. Dalam hal ini sebagaimana telah dijelaskan di atas, dalam jual beli senantiasa terdapat dua sisi hukum perdata, yaitu hukum kebendaan dan hukum perikatan. Dikatakan demikian karena pada sisi hukum kebendaan, jual beli menimbulkan hak bagi kedua belah pihak atas tagihan, yang berupa penyerahan kebendaan pada satu pihak, dan pembayaran harga pada pihak lainnya. Sedangkan dari sisi perikatan, jual beli merupakan suatu bentuk perjanjian yang melahirkan kewajiban dalam bentuk penyerahan kebendaan yang dijual oleh penjual, dan penyeraan uang oleh pembeli kepada penjual. Walau demikian, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata melihat jual beli hanya dari sisi perikatannya semata-mata, yaitu dalam bentuk kewajiban dalam lapangan harta kekayaan dari masing-masing pihak

¹ *Burgerlijk Wetboek, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, t.t.p., (Tangerang: SL Media, t.t.h), h. 351*

secara bertimbang balik satu tehadap yang lainnya. Dan karena itu pula, maka jual beli dimasukkan dalam Buku Ketiga Tentang Perikatan.²

2. Dasar Hukum dan Syarat Sah Jual Beli

Dasar hukum jual beli yaitu terdapat pada Pasal 1320 KUHPerdata, adapun untuk sahnya perjanjian diperlukan empat syarat:

- a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
- b. Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian;
- c. Suatu hal tertentu; dan
- d. Suatu sebab yang halal;

Kesepakatan berarti adanya kesesuaian kehendak dari para pihak yang membuat perjanjian, sehingga dalam melakukan suatu perjanjian tidak boleh ada pakasaan, kekhilapan dan penipuan. Kecakapan hukum sebagai salah satu syarat sahnya perjanjian maksudnya bahwa para pihak yang melakukan perjanjian harus telah dewasa yaitu telah berusia 18 tahun atau telah menikah, sehat mentalnya serta diperkenankan oleh Undang-Undang. Apabila orang yang belum dewasa hendak melakukan sebuah perjanjian, maka dapat diwakili oleh orang tua atau walinya sedangkan orang yang cacat mental dapat diwakili oleh pengampu atau curatornya.

Suatu hal tertentu berhubungan dengan objek perjanjian, maksudnya bahwa objek perjanjian itu harus jelas, dapat ditentukan dan diperhitungkan jenis dan jumlahnya, diperkenankan oleh undang-undang serta mungkin untuk dilakukan para pihak. Suatu sebab yang halal, berarti perjanjian termasuk harus dilakukan berdasarkan itikad baik. Berdasarkan Pasal 1335 KUH

² Gunawan, Kartini Muljadi, *Jual Beli*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada t.t.h), Cet, ke-1,h 7-8.

Perdata, suatu perjanjian tanpa sebab tidak mempunyai kekuatan. Sebab dalam hal ini adalah tujuan dibuatnya sebuah perjanjian.

Kesepakatan para pihak dan kecakapan para pihak merupakan syarat sahnya perjanjian yang bersifat subjektif. Apabila tidak terpenuhi, maka perjanjian dapat dibatalkan artinya selama dan sepanjang para pihak tidak membatalkan perjanjian, maka perjanjian masih tetap berlaku. Sedangkan suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal merupakan syarat sahnya perjanjian yang bersifat objektif. Apabila tidak terpenuhi, maka perjanjian batal demi hukum artinya sejak semula dianggap tidak pernah ada perjanjian. Pada kenyataannya, banyak perjanjian yang tidak memenuhi syarat sahnya perjanjian secara keseluruhan, misalnya unsur kesepakatan sebagai persesuaian kehendak dari para pihak yang membuat perjanjian pada saat ini telah mengalami pergeseran dalam pelaksanaannya.³

Pasal 1338KUHPerdata semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya.

Bahwa berdasarkan penjelasan di atas, pada kenyataan setiap subyek hukum dalam mengadakan suatu perbuatan hukum pemindahan hak atas kebendaan (baik benda bergerak atau benda tidak bergerak) yang dilakukan dengan perikatan jual beli secara yuridis merujuk pada ketentuan materil jual beli sebagaimana diatur dalam buku ketiga bab kelima KUHPerdata Tentang jual

³ Diakses dari <http://legal-community.blogspot.co.id/2011/08/aspek-aspek-hukum-transaksi-jual-beli.html>, pada tanggal 06 Juli 2017.

beli dan ketentuan umum mengenai perjanjian sebagaimana diatur dalam buku ketiga bab kedua KUHPerdata.⁴

B. Jual Beli *Online* Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

1. Pengertian *E-Commerce*

Istilah *E-commerce* merupakan kependekan dari *Electronic Commerce* (*perniagaan elektronik*). *E-commerce* ini merupakan bagian dari *Electronic Business*, atau disingkat *E-Business* (*bisnis yang dilakukan dengan menggunakan electronic transmission*).

Secara umum *E-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan (*perniagaan*) barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik.

Penggunaan internet dipilih oleh kebanyakan orang sekarang ini karena kemudahan-kemudahan yang dimiliki oleh jaringan elektronik ini, yaitu:

- a. Internet sebagai jaringan publik yang sangat besar (*huge/widespread network*), layaknya yang dimiliki suatu jaringan publik elektronik, yaitu murah, cepat, dan mudah diakses.
- b. Menggunakan *electronic data* (*data elektronik*) sebagai media penyampai pesan/data, sehingga dapat dilakukan pengirman dan penerimaan informasi secara mudah dan ringkas, baik dalam bentuk data elektronik analogi maupun digital.

Dari uraian di atas, dengan kata lain di dalam *E-Commerce*, para pihak yang melakukan kegiatan perdagangan/perniagaan hanya

⁴ Diakses dari: <http://www.npslawoffice.com/pengertian-jual-beli-secara-umum/>, pada Tanggal 06 Juli 17.

berhubungan melalui sesuatu jaringan publik (*publik network*) yang dalam perkembangan terakhir menggunakan media internet.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat ditarik beberapa unsur dari *e-commerce*, yakni:⁵

- a. Adanya kontrak dagang.
- b. Kontrak itu dilaksanakan dengan media elektronik.
- c. Transaksi bersifat *paperless*.
- d. Kehadiran fisik dari para pihak tidak diperlukan.
- e. Kontrak itu terjadi dalam jaringan publik.
- f. Sistem terbuka, yaitu dengan internet atau www (*world wide web*).
- g. Kontrak itu terlepas dari batas yurisdiksi nasional.
- h. Mempunyai nilai ekonomis.

E-commerce pada dasarnya adalah kegiatan perdagangan yang menggunakan media elektronik. Kedudukan *e-commerce* dalam hukum Indonesia terletak dalam bidang hukum perdata sebagai sub-sistem dari hukum perjanjian, maka *e-commerce* memiliki asas-asas yang sama dengan hukum perjanjian pada umumnya seperti:

- a. Asas kebebasan berkontrak.
- b. Asas konsensual.
- c. Asas itikad baik.
- d. Asas keseimbangan.
- e. Asas kepatutan.
- f. Asas kebiasaan.
- g. Asas ganti rugi.
- h. Asas keadaan memaksa.
- i. Asas kepastian hukum, dll.

⁵ Mariam Darus Badrulzaman, *Aneka Hukum Bisnis*, (Bandung: Alumni, 1994), h. 283.

Karena berlakunya asas hukum perjanjian dalam *e-commerce*, maka kertentuan tentang perikatan tetap berlaku, sehingga berlaku pula pasal 1320 KUHPerdata tentang syarat sahnya suatu perjanjian, yakni:

- a. Sepakat mereka untuk mengikatkan dirinya.
- b. Cakap untuk membuat suatu perikatan.
- c. Suatu hal tertentu.
- d. Suatu sebab yang halal.

2. Dasar Hukum Transaksi *E-commerce*

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) Nomor 11 Tahun 2008 merupakan dasar hukum utama bagi *e-commerce* di Indonesia. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik ini disahkan pada tanggal 21 April 2008 dan mulai berlaku pada saat diundangkan (Pasal 54 ayat 1). Arti penting dari Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik ini bagi transaksi *e-commerce* adalah:

- a. Pengakuan transaksi, informasi dokumen dan tanda tangan elektronik dalam kerangka hukum perikatan dan hukum pembuktian, sehingga kepastian hukum transaksi elektronik dapat terjamin.
- b. Diklasifikasikannya tindakan-tindakan yang termasuk kualifikasi pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan Teknologi Informasi (TI).
- c. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik berlaku bagi setiap orang yang melakukan perbuatan hukum, baik yang berada di wilayah Indonesia maupun di luar Indonesia. Sehingga jangkauan Undang-Undang ini tidak hanya bersifat lokal saja tetapi juga internasional.

Perjanjian yang dipakai dalam aktivitas *e-commerce* pada dasarnya sama dengan perjanjian yang dilakukan dalam transaksi konvensional, akan tetapi perjanjian yang dipakai dalam *e-commerce* merupakan perjanjian yang dibuat secara elektronik atau kontrak baku yang dirancang, dibuat ditetapkan, digandakan dan disebarluaskan secara digital melalui situs internet (*website*) secara sepihak oleh pembuat kontrak (dalam hal ini pelaku usaha), untuk ditutup secara digital pula oleh penutup kontrak (dalam hal ini konsumen).

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa perjanjian secara elektronik (kontrak elektronik) adalah kesepakatan antara kedua belah pihak yang dilakukan secara elektronik, di mana para pihak dalam melaksanakan perjanjian tidak memerlukan tatap muka secara langsung. Kontrak elektronik memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Kontrak elektronik dapat terjadi secara jarak jauh, bahkan melampaui batas-batas negara.
- b. Para pihak dalam kontrak elektronik pada umumnya tidak pernah bertatap muka (*faceless nature*), bahkan mungkin tidak akan pernah bertemu.

Transaksi jual beli yang terjadi melalui internet itu sah dan mengikat para pihak sepanjang kontrak elektroniknya (perjanjian jual beli yang dibuat/dilakukan dengan cara komunikasi melalui internet) memenuhi syarat sahnya suatu perjanjian. Hal ini sesuai dengan ketentuan Pasal 1338 ayat (1) kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang berbunyi “semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya”.

Adapun syarat sahnya kontrak elektronik berdasarkan pasal 1320 KUHPerdata. Pasal 47 Peraturan Pemerintah Nomor 82 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik yaitu:

- a. Syarat Subyektif yang mana jika tidak terpenuhi, maka perjanjian dapat dibatalkan oleh salah satu pihak (selama belum ada pembatalan maka perjanjian tetap sah), yaitu:
 - 1) Adanya kesepakatan para pihak mengenai harga dan produk, tanpa ada paksaan, kekhilafan maupun penipuan.
 - 2) Kecakapan para pihak yang membuat perjanjian. Pada dasarnya orang yang sudah dewasa, sehat akal pikiran dan tidak dilarang oleh Undang-Undang (seperti tidak dinyatakan pailit oleh pengadilan) adalah cakap menurut hukum. Sedangkan “dewasa” berdasarkan pasal 1330 KUHPerdata adalah berusia sudah 21 tahun atau sudah/pernah menikah.
- b. Syarat Objektif yang mana jika tidak terpenuhi maka perjanjian batal demi hukum, dianggap tidak pernah ada perjanjian sehingga tidak memiliki kekuatan mengikat secara hukum, yaitu:
 - 1) Produk yang merupakan objek perjanjian harus tertentu (*definite*) dan dapat dilaksanakan (*possible*).
 - 2) Sebab yang halal (*lawful*), isi dan tujuan dari perjanjian jual beli tersebut tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan dan ketertiban umum. Sebagai contoh: jual beli dilakukan bukan untuk barang yang dilarang oleh peraturan perundang-undangan (contohnya bukan barang ilegal).

C. Jual Beli Menurut Hukum Islam

1. Pengertian Jual Beli Menurut Hukum Islam

Islam adalah sistem yang komprehensif dan merupakan jalan hidup yang sempurna. Islam mengatur setiap persoalan dengan asas *religiusitas* (*agama*). Islam juga memadukan nilai materiil dan

spiritual ke dalam satu keseimbangan menyeluruh agar memudahkan manusia menjalani kehidupan yang telah ditentukan oleh rahmat dan kasih sayang Allah di akhirat nanti.⁶

Secara bahasa jual beli atau perdagangan dalam istilah fiqh disebut *al-ba'i* yang berarti menjual, mengganti atau menukar sesuatu dengan sesuatuyang lain. Secara etimologi, jual beli adalah proses tukar-menukar barang dengan barang. Kata *al-bai'* yang artinya jual beli termasuk kata bermakna ganda yang bersebrangan, seperti halnya kata *syira'*, baik penjual maupun pembeli dinamakan *ba'i'un* dan *bayyi'un*, *musytrain* dan *syarin* mengandung arti menjual sekaligus membeli atau jual beli.⁷ Firman Allah SWT dalam surah Al-Jumu'ah ayat 9:

يَتَأْمِنُ الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا نُودِي لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَآسَعُوا إِلَى ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٩﴾

“Hai orang-orang beriman, apabila diseru untuk menunaikan shalat Jum'at, Maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui”. (QS. al-Jumu'ah [62]: 9).

Sedangkan Secara istilah, terdapat beberapa definisi jual beli yang dikemukakan para ulama fikih. Sayyid Sabiq mendefinisikan jual beli dengan:

مُبَادَلَةٌ مَالٍ بِمَالٍ عَلَى سَيِّلِ التَّرَاضِيِّ، أَوْ نَفْلٌ مِلْكٌ بِعِوْضٍ عَلَى الْوَجْهِ
الْمَأْدُونِ فِيهِ⁸

⁶ Dr. Husain Syahatah, Dr. Siddiq Muh. Al-Amin Adh-Dhahir, *Transaksi dan Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Visi Insani Publishing, 2005), cet. Ke-1,h. 21.

⁷ Wahbah az-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Ter. Abdul Hayyie al-Kattani, jilid 5, (Jakarta: Gema Insani, 2011), h. 25.

⁸ As-Sayyid Sabiq, *Fikih As-Sunah 5*, Terj. Mujahidin Muhamayn, (Jakarta: Pena Pundi Askara, 2009), cet. Ke-1, h. 3.

“Jual beli ialah pertukaran harta dengan harta atas dasar saling merelakan” atau “ memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan”.

Dalam definisi di atas terdapat kata “harta”, “milik”, “dengan”, “ganti” dan “dapat dibenarkan” (*al-ma’dzun Fih*), yang dimaksud harta dalam definisi di atas yaitu segala yang dimiliki dan bermanfaat; maka dikecualikan yang belum milik dan tidak bermanfaat; yang dimaksud milik agar dapat dibedakan dengan hibah (pemberian); sedangkan yang dimaksud dapat dibenarkan (*al-ma’dzun fih*) agar dapat dibedakan dengan jual beli terlarang.⁹

Definisi lain dikemukakan oleh ulama Hanafiyah yang dikutip oleh Wahbah Az-Zuhaili, jual beli adalah:

مُبَادَلَةٌ مَالٍ بِمَالٍ عَلَى وَجْهٍ مُخْصُوصٍ، أَوْ مُبَادَلَةٌ شَيْءٍ مَرْغُبٍ فِيهِ بِعْثَلٌ
عَلَى وَجْهٍ مُقَيّدٍ مُخْصُوصٍ¹⁰

“Saling tukar harta dengan harta melalui cara tertentu” atau “tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat”.

Dalam definisi ini terkandung pengertian “cara yang khusus”, yang dimaksudkan ulama Hanafiyah dengan kata-kata tersebut adalah melalui ijab dan kabul, atau boleh melalui saling memberikan barang dan harga dari penjual dan pembeli. Di samping itu, harta yang diperjualbelikan harus bermanfaat bagi manusia, sehingga bangkai minuman keras dan darah tidak termasuk sesuatu yang boleh diperjualbelikan, karena benda-benda itu tidak bermanfaat bagi

⁹ Abdul Rahman, dkk., *Fikih Muamalah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), h. 67.

¹⁰ Wahbah az-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Ter. Abdul Hayyie al-Kattani, jilid 5, (Jakarta: Gema Insani, 2011), h. 25.

muslim. Apabila jenis barang-barang seperti itu tetap diperjualbelikan, menurut ulama Hanafiyah jual belinya tidak sah.¹¹

مُبَادَلَةٌ مَالٍ بِمَالٍ تَمْيِنًا وَغَلَّةً¹²

“Saling menukar harta dengan harta dalam bentuk pemindahan milik dan kepemilikan”.

Dalam definisi ini ditekankan “milik dan kepemilikan”, karena ada jugatukar menukar harta yang sifatnya tidak harus dimiliki, seperti sewa-menyewa (*al-Ijarah*).¹³

Adapun menurut ulama Malikiyah, Syafi'iyah dan Hambaliyah, bahwa jual beli yaitu tukar menukar harta dengan harta pula dalam bentuk pemindahan milik dan kepemilikan.¹⁴

Dari beberapa definisi yang dikemukakan oleh para ulama dan Imam Madzahib, Ahmad Wardi Muslih menggolongkan definisi jual beli menjadi dua yaitu:

1. Jual beli adalah akad mu'awadhab, yakni akad yang dilakukan oleh dua pihak, di mana pihak pertama menyerahkan barang dan pihak kedua menyerahkan imbalan, baik berupa uang maupun barang.
2. Syafi'i dan Hanabilah mengemukakan bahwa objek jual beli bukan hanya barang(benda), tetapi juga manfaat, dengan syarat tukar menukar berlaku selamanya, bukan untuk sementara. Dengan demikian, ijarah (sewa-menyewa) tidak termasuk jual beli karena manfaat digunakan untuk sementara, yaitu selama waktu yang ditetapkan dalam perjanjian. Demikian pula ijarah yang dilakukan

¹¹ Abdul Rahman, dkk., Fikih Muamalah, h.68.

¹² Wahbah az-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, h. 25.

¹³ Abdul Rahman, dkk., Fikih Muamalah, h.68.

¹⁴ Mardani, Fikih Ekonomi Syariah: Fikih Mauamalah, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), cet. Ke-1, h. 101.

timbal-balik (saling pinjam), tidak termasuk jual beli, karena pemanfaatannya berlaku sementara waktu.¹⁵

Jual beli dalam istilah fikih disebut dengan *al-Bai'* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Lafal *al-Bai'* dalam bahasa arab kadang digunakan untuk pengertian lawannya, yakni kata *asy-Syira'* (*beli*). Dengan demikian, kata *al'bai'* berarti jual, tetapi sekaligus juga berarti beli.

Definisi lain yang dikemukakan Ibn Qudamah (salah seorang ulama Malikiyah) yang juga dikutip oleh Wahbah Az-Zuhaili, jual beli adalah: "*saling menukar harta dengan harta dalam bentuk pemindahan milik dan kepemilikan*"¹⁶.

Dalam definisi di atas ditekankan "milik dan kepemilikan", karena ada juga tukar menukar harta yang sifatnya tidak harus dimiliki, seperti sewa-menyewa (*al-Ijarah*).¹⁷

Adapun menurut Malikiyah, Syafi'iyah dan Hambaliyah, bahwa jual beli yaitu tukar menukar harta dengan harta pula dalam bentuk pemindahan milik dan kepemilikan.¹⁸

Menurut Wahbah Az-Zuhaili, jual beli adalah transaksi yang terdiri dari ijab dan qabul.

Imam Nawawi dalam kitab *majmu'* mengatakan bahwa jual beli adalah tukar-menukar barang dengan barang dengan maksud memberi kepemilikan.

Di zaman Rasulullah SAW nilai tukar itu sudah ada, yaitu dinar (yang terbuat dari emas) dan dirham (yang terbuat dari perak).

¹⁵ Ahmad Wardi Muslih, *Fikih Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2010), h. 177.

¹⁶ Wahbah az-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, h. 25.

¹⁷ Abdul Rahman, dkk., *Fiqh Muamalah*, h. 68.

¹⁸ Mardani, *Fikih Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), cet. Ke-1, h. 101.

Pada masyarakat primitif jual beli dilangsungkan dengan cara saling menukarkan harta dengan harta (*al-Muqayadahah*), tidak dengan uang sebagai mana berlaku pada masa sekarang, karena masyarakat primitif belum mengenal adanya alat tukar seperti uang.

2. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli sebagai sarana tolong menolong antara sesama umat manusia mempunyai landasan hukum yang kuat dalam Al-Qur'an, sunnah dan ijma'. Di antaranya sebagai berikut:

a. Al-Qur'an

Surah al-Baqarah ayat 275:

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَمَ الرِّبَاً ...

"Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...." (QS. al-Baqarah [5]: 275).

Ayat di atas merupakan dalil naqli mengenai diperbolehkannya akad jual beli. Atas dasar ayat inilah, Allah menghalalkan praktik jual beli bagi manusia dan mengharamkan melakukan praktik riba.

Surah al-baqarah ayat 282:

...وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَأَّنُتُمْ ...

"...Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli...." (QS. al-Baqarah [2]: 282)

Berbeda dengan ayat yang pertama, ayat ini yaitu menjelaskan secara teknis dalam jual beli, bagaimana seharusnya praktik jual beli yang benar tersebut dijalankan. Berdasarkan ayat di atas dapat diketahui bahwa akad jual beli merupakan suatu

bentuk transaksi yang dilakukan antara dua orang atau lebih untuk saling memenuhi kebutuhan keseharian mereka. Akan tetapi terkadang terjadi hal-hal yang tidak diinginkan, sehingga dalam proses jual beli manakala didatangkan saksi atau alat bukti lain yang menunjukkan transaksi tersebut. Hal tersebut dimaksudkan untuk memberikan kesaksian atau bukti bahwa kedua belah pihak tersebut betul-betul telah melakukan akad jual beli. Oleh karena itu, Al-Qur'an mengajarkan agar dalam praktik jual beli hendaknya ada saksi yang menyatakan keabsahan transaksi jual beli antara kedua belah pihak.

Al-Qur'an surah An-Nisa' ayat 29:

يَتَّبِعُهَا الَّذِينَ إِمْنَوْا لَا تَأْكُلُوا أُمُولَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَطْلِ إِلَّا
أَنْ تَكُونَ تِحْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ
كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka-sama suka di antara kamu" (QS. An-Nisa' [4]:29).

Ayat ini melarang manusia untuk melakukan perbuatan tercela (penipuan, kebohongan, perampasan, pencurian, atau perbuatan lain secara bathil) untuk mendapatkan harta benda. Tetapi diperbolehkan mencari harta dengan cara jual beli yang baik yaitu yang didasari atas dasar suka sama suka.

Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 198:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ ...

"Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu...." (QS. Al-Baqarah[2]: 198).

Penejelasan yang dapat dipetik dari ayat tersebut di atas adalah bahwa, perniagaan adalah cara yang paling baik dalam

mendapatkan harta, di antara cara yang lain. Asalkan jual beli dilakukan dengan syarat dan ketentuan yang telah diatur oleh syariah.

Kaumuslimin sepakat untuk membolehkan jual beli selama tidak meninggalkan kewajiban. Apabila seseorang terlalu sibuk dengan meninggalkan kewajiban, maka tidak dibolehkan sampai dia menjalankan kewajiban ibadahnya.

Al-Qur'an Surah Al-Jumuah ayat 9-10:

يَتَأْمِنُهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَأَسْعَوْا
 إِلَى ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٩﴾
 فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَاتَّشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
 وَآذُكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

"Hai orang-orang beriman, apabila diseru untuk menunaikan shalat Jum'at, Maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui. apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.(QS. Al-Jumuah [28]: 9-10)

b. Hadits

Berkaitan dengan jual beli, Rasulullah SAW pernah ditanya oleh salah satu sahabatnya megenai pekerjaan yang baik, maka jawaban beliau ketika itu adalah jual beli. Peristiwa ini sebagaimana dijelaskan dalam hadits:

Hadits yang diriwayatkan oleh Rifa'ah Ibn Rafi':

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ: أَيُّ الْكَسْبُ أَطْيَبُ؟ قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبِرُورٍ. (رواه البزر وصححه والحكم)¹⁹

"Dari Rifa'ah bin Rafi' ra. bahwa Nabi SAW Pernah ditanya: "Pekerjaan apakah yang paling baik itu (ya Rasulallah) ? maka Beliau menjawab, "yaitu Pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli itu baik." (HR. Imam Bazzar. Dan dinilai saih oleh Imam Hakim).

Hadits yang diriwayatkan Bukhari, Rasulullah bersabda:

عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: رَحْمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمِحًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا اشْتَرَى وَإِذَا فَتَضَى (رواه البخار)²⁰

"Allah merahmati seorang laki-laki yang murah hati ketika menjual, ketika membeli dan ketika menuntut hak." (HR. Imam Al-Bukhari).

c. Ijma'

Ijma' adalah adanya kenyataan bahwa sejak permulaan Islam sampai sekarang, pekerjaan itu tetap berjalan, tanpa ada yang membantahnya. Dengan demikian, jual beli merupakan suatu perbuatan yang dibenarkan oleh agama dan tentu saja dengan dasar jual beli yang tidak menyimpang dari aturan-aturan Islam.²¹

¹⁹ Ibnu Hajar al-'Asqalani, *Terjemah Bulughul Maram*, ter. Abdul Rosyad Siddiq, (Jakarta: Akbar Media, 2013), Cet. Ke-8, h. 203

²⁰ Diriwayatkan oleh al-Bukhari di dalam *Shahih Bukhari*, kitab *al-Buyu*; bab *As-Suhulah wa as-Samahah fi asy-Syira' wal bai'* (*Fathul Bari*, jilid IV, h. 306; dan Ibnu Majah dalam *Sunan Ibnu Majah*, kitab *at-Tijarah*, bab *As-Samahah Fil Bai'*, jilid II, h. 742.

²¹ As-Sayyid Sabiq, *Fiqh as-Sunnah*, Cet. Ke-2, h. 128.

d. Kaidah fiqhiyah

Dalam hal muamalah atau hubungan manusia dengan manusia di bidang harta benda merupakan urusan dunia, dan pengaturannya diserahkan kepada manusia itu sendiri. Oleh karena itu jual beli adalah hukumnya boleh selama tidak ada indikasi-indikasi yang mereugikan orang lain. Sesuai dengan kaidah fikih:

الْأَصْلُ فِي الْعُقُودِ وَالْمُعَامَلَةِ إِلَيْهَا يَدْلُلُ الْكَلَّيْنُ عَلَى
الْتَّحْرِيمِ.²²

“Asal atau pokok dalam masalah transaksi dan mumalah adalah mubah sehingga ada dalil yang mengharamkannya.”

Dengan landasan yang lengkap baik Al-Qur'an, hadits, ijma' para ulama dan kaidah fiqhiyah membolehkan jual beli bahkan menganjurkan selama dilakukan dengan cara yang benar dan sesuai *syari'at* serta tidak merugikan orang lain.

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

a. Rukun Jual Beli

Jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi sehingga jual beli dapat dikatakan sah oleh *syara'*. Dalam menentukan rukun jual beli terdapat perbedaan pendapat antara ulama Hanafiyah dan jumhur ulama.

Menurut ulama Hanafiyah, rukun jual beli²³ adalah ijab qabul yang menunjukkan adanya maksud untuk saling menukar

²² Muhammad Rawwasy Qal'ah Jiy, *al-Muamalah al-Maliyyah al-Mu'ashirah Fi Dhau'i' al-Fiqh wa al-Syaria'ah* (Bairut: Dar Al-Nafa'is, 1999), h. 11.

²³ Menurut ulama Hanafiyah, rukun itu adalah sesuatu yang menjadi tempat ketergantungan sesuatu dan menjadi bagian yang tidak terpisahkan darinya. Sementara rukun bagi mayoritas ahli fikih adalah sesuatu yang menjadi tempat bergantung adanya sesuatu dan bisa dicerna otak. Terlepas dari apakah ia menjadi bagian yang tak

atau sejenisnya (*mu'athaa*).²⁴ Dengan kata lain, rukunnya adalah tindakan berupa kata atau gerakan yang menunjukkan kerelaan dengan berpindahnya harga dan barang.²⁵ Inilah pernyataan ulama Hanafiyah dalam hal transaksi.

Adapun mayoritas ahli fikih berpendapat bahwa jual beli memiliki empat rukun yaitu:

- 1) Penjual.
- 2) Pembeli.
- 3) Persyaratan kata (ijab-qabul).
- 4) Barang.

Adapun rukun jual beli menurut mayoritas ulama ada 3, yaitu:²⁶

- 1) Pelaku transaksi (penjual / pembeli).
- 2) Objek transaksi (barang/harga).
- 3) Pernyataan (ijab-qabul)

b. Syarat Jual Beli

Dalam transaksi jual beli harus terpenuhi empat syarat, yaitu syarat terjadinya transaksi, syarat sah jual beli, syarat berlaku jual beli dan syarat keharusan (komitmen) jual beli.²⁷

Tujuan dari syarat-syarat ini secara umum untuk menghindari terjadinya sengketa di antara manusia, melindungi keuntungan kedua belah pihak, menghindari terjadinya (kemungkinan) manipulasi dan menghilangkan kerugian karena

terpisahkan atau tidak. Adapun syarat adalah sesuatu yang menjadi tempat tergantungnya sesuatu dan tidak menjadi bagian yang tak terpisahkan darinya.

²⁴ *Mu'athaa'* adalah gerakan atau isyarat yang menunjukkan maksud jual beli tanpa ijab-qabul (penerjemah).

²⁵ Fathul Qodiir, juz 5, h. 74. (dalam buku karya wahbah Az-Zuhaili, *Fiqih Islam* jilid 5, bagian 3: *Hukum Transaksi Keuangan*, h. 28).

²⁶ As-Syahrul Kabir, juz 3, h. 2

²⁷ Haasyiatu Ibni 'Aabidiin, juz 4, h. 5. (dalam buku karya Wahbah az-Zuhaili, *Fiqih Islam* jilid 5, h. 34).

faktor ketidaktahuan. Dengan demikian jika sebuah transaksi tidak memenuhi syarat terjadinya transaksi, maka transaksi dianggap batal.²⁸

Adapun syarat-syarat jual beli sesuai dengan rukun jual beli yang dikemukakan jumhur ulama di atas sebagai berikut:²⁹

1) Syarat-Syarat Orang Yang Berakad.

a) Berakal

Berakal dan *mumayyiz* (*dapat membedakan*), sehingga bisa membedakan dan menghasilkan kesamaan pendapat dengan pemikiran telah sempurna akhlaknya, firman Allah:

وَلَا تُؤْتُوا الْسُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيمًا
وَأَرْزُقُوهُمْ فِيهَا وَأَكْسُوْهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

“Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik.” (QS. An-Nisa [4]: 5).

Berdasarkan ayat tersebut di atas jumhur ulama berpendapat bahwa orang yang melakukan jual beli harus *baligh* dan berakal. Oleh sebab itu, jual beli yang dilakukan oleh anak kecil yang belum berakal dan orang gila, hukumnya tidak sah, sekalipun mendapat izin dari walinya.

Adapun anak kecil yang telah *mumayyiz*, menurut ulama Hanafiyah, apabila transaksi yang dilakukan

²⁸ Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islam* jilid 5, h. 34.

²⁹ Ibid, h.34-36.

mengandung manfaat dan mudharat sekaligus, seperti jual beli, sewa menyewa dan perserikatan dagang, maka transaksi ini hukumnya sah jika walinya mengizinkan. Dalam kaitan ini, wali anak kecil yang *mumayyiz* benar-benar mempertimbangkan kemaslahatan anak kecil itu.

- b) Yang melakukan akad itu adalah orang yang berbeda. Artinya, seseorang tidak dapat bertindak dalam waktu yang bersamaan sebagai penjual sekaligus sebagai pembeli.
- 2) Syarat-syarat yang terkait dengan ijab qabul.

Jual beli dinyatakan sah apabila disertai dengan ijab dan qabul, kecuali jika sesuatu yang dipertukarkan adalah sesuatu yang remeh karena cukup dilakukan dengan saling menyerahkan barang atas dasar sama-sama rela. Hal ini dikembalikan pada tradisi dan kebiasaan yang berlaku di masyarakat.

Ijab qabul adalah apa saja yang menunjukkan kerelaan kedua belah pihak untuk melakukan transaksi jual beli. Menurut Abdurrahman al-Jaziri, ada dua macam *shighat* yaitu:

- a) القول (*ucapan*) atau yang masuk dalam kategorinya, seperti tulisan. *Shighat* dalam bentuk ucapan yang menunjukkan transaksi jual beli seperti “saya jual barang ini dengan harga sekian”, ucapan yang datang dari penjual tersebut dengan “ijab” dan ucapan yang keluar dari pembeli seperti, “saya beli dengan harga sekian”, namanya “qabul”.

b) المعاطة (*serah terima*), yaitu mengambil dan memberi tanpa

dengan ucapan seperti yang terjadi dalam supermarket.³⁰

Ijab menurut madzab Hanafi adalah ucapan yang keluar terlebih dahulu baik dari penjual atau pembeli. Sedangkan qabul adalah yang keluar kemudian. Sedangkan pengertian yang dikemukakan oleh jumhur ulama dapat dipahami bahwa penentuan ijab dan qabul bukan dilihat dari siapa yang lebih dahulu menyatakan, melainkan dari siapa yang memiliki dan siapa yang akan memiliki. Dalam konteks jual beli, yang memiliki barang adalah penjual, sedangkan yang akan memilikinya adalah pembeli. Dengan demikian, pernyataan yang dikeluarkan oleh penjual adalah ijab, meskipun datangnya belakangan, sedangkan pernyataan yang dikeluarkan oleh pembeli adalah qabul, meskipun dinyatakan pertama kali. Adapun beberapa syarat yang memenuhi ijab qabul adalah:

- a) Di antara penjual dan pembeli berada pada satu tempat yang tidak dipisahkan dengan sesuatu.
- b) Di antara penjual dan pembeli terjadi kesepakatan bersama yang saling menerima baik dari sisi barang ataupun harganya. Apabila tidak ada kesepakatan di antara keduanya, maka jual beli dinyatakan tidak sah.
- c) Kalimat yang dipergunakan adalah bentuk kalimat masa lampau, seperti ucapan penjual, “aku sudah menjual”, dan ucapan pembeli, “aku sudah menerimanya”. Atau menggunakan kalimat masa datang yang dimaksud sekarang,

³⁰ Aburrahman Al-Jaziri, *al-Fiqh 'Ala Madzahib al-Arba'ah*, (Bairut: Dar al-Fikr, tth), Juz II, h, 147).

seperti perkataan penjual, “aku menjual sekarang” dan ucapan pembeli, “aku membeli sekarang.

3) Syarat-syarat barang yang diperjualbelikan (*ma'qud 'alaih*)

Syarat-syarat yang terkait dengan barang yang diperjualbelikan sebagai berikut:

- Barang itu ada, atau tidak ada di tempat, tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang itu.
- Dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi muslim. Oleh sebab itu, bangkai, *khamar* dan darah tidak sah menjadi objek jual beli, karena dalam pandangan *syara'* benda-benda seperti ini tidak bermanfaat bagi muslim.
- Barang yang dijual harus milik penjual, agar jual beli itu menjadi sah, karena seseorang tidak boleh menjual barang orang lain kecuali telah mendapatkan izin dari pemiliknya.

Sabda Nabi:

عَنْ عُمَرَ بْنِ شُعَيْبٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ جَدِّهِ عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : لَا طَلاقَ إِلَّا فِيمَا تَمْلِكُ وَلَا عَنْقَ إِلَّا فِيمَا تَمْلِكُ وَلَا بَيْعَ إِلَّا فِيمَا تَمْلِكُ . (رواه داود)³¹

“Dari Amr bin Syu’ai, dari bapaknya, dari kakeknya, ia berkata: “tidaklah ada artinya thalaq melainkan kepada perempuan yang engkau miliki dan tidaklah ada artinya memerdekaan budak melainkan budak yang engkau miliki dan tidaklah ada artinya berjualbeli melainkan pada orang yang engkau miliki”.(HR. Abu Daud).

Barang yang sifatnya milik seseorang tidak boleh diperjualbelikan, seperti memperjualbelikan ikan di laut atau emas dalam tanah, karena ikan dan emas ini belum dimiliki penjual.

³¹ Abu Daud, *Sunan Abu Dawud*, (Beirut:Dar al-Fikr, 1990), cet. Ke-1, h. 487.

- d) Boleh diserahkan saat akad berlangsung atau pada waktu yang disepakati bersama ketika transaksi berlangsung. Barang yang dijual kepada pembeli harus dapat diserahterimakan, baik secara langsung atau tidak langsung, yakni melalui pihak ketiga.
- e) Barang dapat diketahui oleh penjual dan pembeli.

Kadar barang atau benda, harga serta sifat barang dapat diketahui secara jelas oleh kedua belah pihak. Hal ini menghindari kemungkinan adanya kerugian bagi pihak lain (pembeli), karena jual beli yang belum diketahui bendanya termasuk jual beli yang mengandung unsur penipuan.

4) Syarat-syarat nilai tukar barang (harga barang)

Para ulama fikih mengemukakan syarat-syarat *al-tsamans* sebagai berikut:³²

- a) Harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya.
- b) Boleh diserahkan pada waktu akad, sekalipun secara hukum seperti pembayaran dengan cek, dan kartu kredit, apabila harga barang itu dibayar kemudian (berutang) maka waktu pembayarannya harus jelas.
- c) Apabila jual beli itu dilakukan dengan saling mempertukarkan barang (*al-Muqayyadah*) maka barang yang dijadikan nilai tukar bukan barang yang diharamkan oleh *syara'*, seperti babi dan *khamar*, karena kedua benda jenis ini tidak bernilai menurut *syara'*.

³² Musthafa Ahmad Zarqa, *al-Madkhal fi al-Fiqh al-Islami*, Juz 3, (Mesir: Mathabi' Fata al-'Arabi), h. 67

4. Macam-Macam Jual Beli

Dalam hukum Islam dikenal beberapa macam bentuk jual beli, akan tetapi pada dasarnya bila ditinjau dari segi hukumnya terbagi menjadi dua bagian:

- a. Jual beli yang *shahih*, yaitu jual beli yang sudah terpenuhi syarat dan rukunnya. Hukumnya sesuatu yang diperjualbelikan menjadi milik yang melakukan akad.
- b. Jual beli batal adalah jual beli yang tidak memenuhi salah satu rukun atau yang tidak sesuai dengan syarat, yakni orang yang akad bukan ahlinya, seperti jual beli yang dilakukan oleh orang gila dan anak kecil.
- c. *Fasid* atau rusak adalah jual beli yang sesuai dengan syariat pada sifatnya, seperti jual beli yang dilakukan oleh orang *mumayyiz*, tetapi bodoh sehingga menimbulkan pertentangan.³³

Bila ditinjau dari segi pelaku akad (subjek), jual beli terbagi menjadi tiga bagian, yaitu:³⁴

- a. Jual beli dengan lisan

Akad jual beli yang dilakukan dengan lisan adalah akad yang dilakukan oleh kebanyakan orang. Bagi orang bisu boleh berakad dengan tulisan sebagai ganti isyarat apabila dia bisa menulis.³⁵

- b. Jual beli dengan perantara Penyampaian akad jual beli melalui utusan, perantara, tulisan atau surat-menyurat sama halnya dengan ijab qabul dengan ucapan, misalnya lewat via pos dll.

³³ Syafei, Rahmat, *Fiqih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001) h. 92.

³⁴ Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005),h.

77.

³⁵ As-Sayyid Sabiq, *Fiqh As-Sunah*, h. 37.

c. Jual beli dengan perbuatan

Jual beli dengan perbuatan (saling memberikan) atau dikenal dengan istilah *al-Mu'athah* menurut bahasa artinya saling memberi dan menerima. Sedangkan menurut istilah:

٣٦ الْمُعَاطَةُ هِيَ الْأَخْذُ وَالِاعْطَاءُ بِدُونِ الْكَلَامِ.

"Al-Mu'athah adalah suatu akad jual beli dengan cara mengambil dan memberikan barang tanpa pengucapan".

Seperti seseorang berbelanja di swalayan yang barang-barangnya sudah bertuliskan label harga, dibandrol oleh penjual dan kemudian para pembeli barang-barang tersebut melakukan pembayaran di kasir.

Bila ditinjau dari segi bentuknya maka jual beli dapat dibagi beberapa macam, antara lain:³⁷

- a. Jual beli *muthlaq*, yaitu jual beli barang dengan uang atau jasa dengan uang.
- b. Jual beli *sharf*, yaitu jual beli uang dengan uang.
- c. Jual beli *muqayyadah*, yaitu jual beli barang dengan barang.

Jual beli ini dalam istilah sekarang dinamakan barter.

- d. Jual beli *murabahah*, yaitu jual beli dengan mencari keuntungan atau menjual dengan harga lebih mahal dari harga pembelian.
- e. Jual beli *musawwamah*, yaitu jual beli yang diselesaikan dengan tawar menawar antara penjual dan pembeli, sehingga terjadi kesepakatan harga antara kedua belah pihak atas satu harga. Penjualan seperti ini sudah menimbulkan suatu perikatan, oleh karena itu, apabila ada orang lain yang bermaksud membeli

³⁶ Abu Ishaq Asy-Syirazi, *al-Muhadzzab*, Juz 1, (Mesir: 'Isa al-Babi, al-Halabi, t.th), h. 257.

³⁷ Hendi Suhendi, *Fiq Muamalh*, h. 78.

barang tersebut dengan memberikan penawaran harga yang lebih tinggi, atau ada penjual lain yang menawarkan barang jualannya terhadap pembeli tersebut dengan penawaran harga yang lebih rendah atau kualitas barang lebih bagus, maka yang demikian itu tidak diperbolehkan. Sebagaimana hadits Nabi SAW:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: لَا يَسْتُوْمُ
الْمُسْلِمُ عَلَى سَوْمٍ أَخْيَهُ (راوه مسلم).³⁸

“Dan diriwayatkan dari Nabi SAW bahwa sesungguhnya beliau bersabda: janganlah seseorang di antara kamu menawar sesuatu barang dengan yang telah ditawar oleh saudaranya. (HR. Tirmidzi).

- f. Jual beli *muzayyadah*, yaitu jual beli dengan menambah tawaran orang lain. Artinya jual beli yang dilakukan dengan tawaran yang saling mengungguli dari semua penawar sebelum adanya kesepakatan tentang harga barang bagi penawar tertentu.³⁹
- g. Jual beli *jazaf*, yaitu menjual sesuatu (benda) yang belum diketahui perkiraanya secara terperinci.

Bila ditinjau dari sisi wakat serah terima, jual beli dibagi menjadi empat bentuk:⁴⁰

- a. Barang dan uang serah terima dengan tunai.
- b. Uang dibayar di muka dan barang menyusul pada waktu yang disepakati, ini dinamakan *salam*. Jual beli *salam*, yaitu jual beli dengan memakai tempo atau pesan barang terlebih dahulu dengan ditentukan sifat-sifatnya, jenis barang secara terprinci,

³⁸ Muslim, *Shahih Muslim*, Juz 3, CD Room, Maktabah Kutubil-Mutun, Silsilah Al-'Ilm An-Nafi', Ser 4, Al-Ishdar Al-Awwal, 1426 H., Nomor Hadits : 9-1154.

³⁹ As-Sayyid Sabiq, *Fiqh as-Sunnah*, h. 17.

⁴⁰ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, h. 79.

dengan harga ditetapkan dan dibayar terlebih dahulu ketika akad. Sedangkan barangnya diserahkan kemudian.

- c. Barang diterima di muka dan uang menyusul, disebut dengan *bai' ajal* (*jual beli tidak tunai*). Misalnya jual beli kredit.
- d. Barang dan uang tidak tunai, disebut *bai' dain* (*jual beli utang dengan utang*).⁴¹

Jual beli terlarang karena tidak memenuhi syarat dan rukun. Bentuk jual beli yang termasuk dalam kategori ini sebagai berikut:⁴²

- a. Jual beli barang yang zatnya haram, najis atau tidak boleh diperjualbelikan. Barang yang najis atau haram dimakan, maka haram juga untuk diperjualbelikan, seperti babi, berhala, bangkai *khamar* (*minuman yang memabukkan*).

حَدَّثَنَا عَبْدُ اللَّهِ حَدَّثَنِي أَبِي حَدَّثَنَا سُرِيجٌ حَدَّثَنَا هُشَيْمٌ أَخْبَرَنَا
خَالِدُ الْحَدَّادُ عَنْ بَرَّكَةَ بْنِ الْعُرْيَانِ الْمُحَاشِيْعِيِّ قَالَ سَمِعْتُ ابْنَ
عَبَّاسٍ يُحَدِّثُ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ >< لَعْنَ
اللَّهِ الْيَهُودَ حُرِّمَتْ عَلَيْهِمُ الشُّحُومُ فَبَا عُوْهَا وَأَكَلُوا أَثْمَانَهَا وَإِنَّ
اللَّهَ عَزَّ وَجَلَّ إِذَا حَرَّمَ أَكْلَ شَيْءٍ حَرَّمَ ثُمَّنَهُ >< (رواه احمد)⁴³

"Telah menceritakan Abdullah, telah menceritakan kepada kami Suraij telah menceritakan kepada kami Husyaim telah mengabarkan kepada kami Khalid al-Hadzdza` dari barakah bin Al 'Uryan Al-Mujasy'i berkata: aku mendengar Ibnu Abbas menceritakan, ia bersabda: "Rasulullah SAW bersabda: "semoga Allah melaknat kaum Yahudi. Telah

⁴¹ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, h. 109.

⁴² Abdul Rahman, dkk., *Fiqh Muamalah*, h. 68.

⁴³ Abu Abdillah Ahmad bin Muhammad bin Hambal, *Musnad Ahmad*, Hadits Abdullah bin 'Abas, Hadits No. 21249, (Kairo: Mu'assasat Risalah, 1995).

diharamkan lemak atas mereka, namun mereka menjualnya dan memakan harganya (hasil penjualnya). Dan sesungguhnya Allah SWT apabila mengharamkan memakan sesuatu, maka Dia pun mengharamkan juga harganya (hasil penjualannya)”. (HR. Ahmad).

b. Jual beli yang belum jelas.

Sesuatu yang bersifat spekulasi dan samar-samar haram untuk diperjualbelikan, karena dapat merugikan salah satu pihak, baik penjual maupun pembeli. Yang dimaksud dengan samar-samar adalah tidak jelas baik dari segi barangnya, harganya, kadarnya, masa pembayarannya, maupun ketidak jelasan yang lainnya. Jual beli samar-samar antara lain:

- 1) Jual beli buah-buahan yang belum tampak hasilnya. Misalnya menjual putik alpukat untuk dipetik ketika sudah tua/masak nanti.
- 2) Jual beli barang yang belum tampak. Misalnya menjual ikan di kolam/laut, menjual ubi/singkong yang masih ditanam, menjual anak ternak yang masih dalam kandungan ibunya.
- 3) Jual beli bersyarat. Jual beli yang ijaz qabulnya dikaitkan dengan syarat-syarat tertentu, yang tidak ada kaitannya dengan jual beli atau unsur-unsur yang merugikan dilarang oleh agama. Contoh jual beli bersyarat yang dilarang, misalnya si pembeli berkata: “ya saya beli rumah kamu asalkan anak gadismu harus menjadi istriku”.
- 4) Jual beli yang menimbulkan *kemadharatan*. Seperti jual beli patung, salib dan lain-lain.
- 5) Jual beli yang dilarang karena dianaya. Seperti menjual anak binatang yang masih membutuhkan (bergantung) kepada induknya.

- 6) Jual beli *muhaqalah*, yaitu menjual tanam-tanaman yang masih di sawah atau di ladang.
- 7) Jual beli *mukhadharah*, yaitu menjual buah-buahan yang masih hijau (belum pantas dipanen).
- 8) Jual beli *mulamasah*, yaitu jual beli secara sentuh menyentuh. Misalnya, se seorang menyentuh sehelai kain dengan tangannya, maka orang yang menyentuh kain tersebut berarti telah membeli kain tersebut.
- 9) Jual beli *munabadzah*, yaitu jual beli secara lempar-melempar. Seperti seseorang berkata: “lemparkan kepadaku apa yang ada padamu, nanti kulempar pula kepadamu apa yang ada padaku”.
- 10) Jual beli *muzabannah*, yaitu menjual buah yang basah dengan buah yang kering. Seperti menjual padi kering dengan bayaran padi basah sedang ukurannya dengan ditimbang (dikilo) sehingga akan merugikan pemilik padi kering.

Jual beli terlarang karena ada faktor lain yang merugikan pihak-pihak terkait:⁴⁴

- 1) Jual beli dari orang yang masih dalam tawar-menawar.
- 2) Jual beli dengan menghadang dagangan di luar kota atau pasar. Artinya adalah menguasai pasar sebelum sampai ke pasar agar dapat membelinya dengan harga murah, sehingga ia kemudian menjual di pasar dengan harga yang juga lebih murah.

⁴⁴ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, h.82-83.

- 3) Membeli barang dengan memborong untuk ditimbun, kemudian akan dijual ketika harga naik karena tidak memperoleh barang keperluannya saat harga masih standar.
- 4) Jual beli barang harga rampasan atau curian.

5. Manfaat dan Hikmah Jual Beli

Adapun manfaat jual beli yaitu:⁴⁵

- a. Jual beli dapat menata struktur kehidupan ekonomi masyarakat yang menghargai hak milik orang lain.
- b. Penjual dan pembeli dapat memenuhi kebutuhannya atas dasar kerelaan atau suka sama suka.
- c. Masing-masing pihak merasa puas.
- d. Dapat menjauhkan diri dari memakan atau memiliki barang yang haram (*bathil*).
- e. Penjual dan pembeli mendapat rahmat dari Allah SWT.
- f. Menumbuhkan ketentraman dan kebahagiaan.

Adapun hikmah jual beli dalam garis besarnya yaitu Allah SWT mensyariatkan jual beli sebagai pemberian keleluasaan kepada hamba-hambanya, karena semua manusia secara pribadi mempunya kebutuhan berupa sandang, pangan dan papan. Kebutuhan seperti ini tak pernah putus selama manusia masih hidup, tak seorang pun dapat memenuhi hajat hidupnya sendiri, karena ini manusia dituntut berhubungan satu sama lainnya. Dalam hubungan itu tidak ada satu hal pun yang lebih sempurna dari pada saling tukar-menukar, di mana seseorang, memberikan apa yang ia miliki untuk kemudian ia memperoleh sesuatu yang berguna dari orang lain sesuai dengan kebutuhannya masing-masing.

⁴⁵ Abdul Rahman, dkk, *Fiqh Muamalah*, h, 92.

D. Jual Beli *Online* Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Transaksi jual beli *online* merupakan transaksi yang dilakukan melalui pemesanan dengan melakukan pembayaran terlebih dahulu kemudian barang dikirim di kemudian hari. *E-commerce* didefinisikan sebagai satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.⁴⁶

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, jual beli *online* (*e-commerce*) tidak dijelaskan secara langsung, namun dalam kompilasi ini jual beli *online* (*e-commerce*) dapat dianalogikan dengan transaksi pemesanan barang (*salam* dan *istishna'*). Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, transaksi salam yaitu jasa pembiayaan yang berkaitan dengan jual beli yang pembayarannya dilakukan bersamaan dengan pemesanan barang. Sedangkan *istishna'* adalah jual beli barang atau jasa dalam bentuk pemesanan dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pihak pemesan dengan pihak penjual. *Bai' istishna'* juga didefinisikan sebagai transaksi yang pembayarannya disegerakan atau ditangguhkan sesuai kesepakatan dan penyerahan barang ditangguhkan.⁴⁷

Jual beli *online* dan transaksi *salam* atau *istishna'* merupakan transaksi yang sama-sama menggunakan model pemesanan barang terlebih dahulu. Selain itu, pihak konsumen melakukan pemesanan produk dengan menyebutkan bentuk, ciri-ciri dan harga produk yang dipesan. Spesifikasi yang disyaratkan produk pesanan sesuai yang

⁴⁶ Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006), h. 231

⁴⁷ Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 204

disyaratkan konsumen dan produsennya dengan harga yang disepakati. Bahkan cara pembayarannya dapat dilakukan di muka, cicilan atau ditangguhkan sampai jangka waktu tertentu. Konsumen juga harus mengetahui karakteristik produk tersebut meliputi: jenis, spesifikasi, teknis, kualitas, serta kuantitas barang yang dipesan. Seiring dengan berkembangnya zaman ini, banyak orang yang memanfaatkan media elektronik untuk berbisnis. Meskipun berbisnis lewat media elektronik, hendaknya para pelaku usaha dapat menegakkan keadilan dan tidak melakukan kecurangan. Penjelasan dalam jual beli *online* hanya menampilkan fitur atau gambarnya saja, sehingga rentan akan adanya manipulasi terhadap konsumen. Barang yang diperjualbelikan memang dispesifikasikan secara jelas baik ukuran, harga, kualitas bahan, bahkan warnanya jelas diterangkan dalam papan iklan. Tetapi dalam jual beli *online*, ketika konsumen memutuskan untuk menyetujui akad tersebut barang yang diterima sering kali bertolak belakang dengan yang dijelaskan dalam iklan. Dalam jual beli *online* barang yang sudah dipesan, konsumen terkadang mengirimkan atau mentransfer sejumlah uang sesuai harga barang sebagai bentuk persetujuan perjanjian. Namun, banyak dari konsumen yang menerima barang dari jual beli *online* ini tidak sesuai dengan pesanan dan tidak sesuai dengan yang diiklankan.

Firman Allah dalam Surah Al-Baqarah ayat 282 dijelaskan mengenai transaksi jual beli yang ditangguhkan.

يَتَأْكُلُهَا الظَّالِمُونَ إِذَا تَدَآيْنُتُم بِدَيْنِ إِلَى أَجَلٍ مُسَمَّى فَآكُلُهُ تُبُوهُ ...

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya....”. (QS. Al-Baqarah [2]: 282).

Ada kaidah fikih yang menyebutkan bahwa:

الْأَصْلُ فِي الْأَشْيَاءِ الْإِبَاخَةِ حَتَّى يَدْلُلُ الدَّلِيلُ عَلَى التَّحْرِيمِ

“Hukum asal dari segala sesuatu adalah mubah, sampai ada dalil yang menunjukkan keharamannya.”

Dalil di atas menunjukkan bahwa boleh melakukan transaksi apapun sebelum ada dalil yang mengharamkannya. Berarti menggunakan transaksi jual beli *online* (*e-commerce*) tidak dilarang asalkan tidak bertentangan dengan ajaran syariah Islam.

E. Jual Beli Menurut Undang Undang Perlindungan Konsumen

Dalam kehidupan masyarakat terdapat berbagai kepentingan, dan hukum mengatur hubungan hukum yang terdiri dari ikatan-ikatan individu dan masyarakat dan antara individu itu sendiri. Ikatan-ikatan itu tercermin pada hak dan kewajiban dalam suatu dalam suatu hubungan hukum atas peristiwa-peristiwa tertentu. Hak dan kewajiban dirumuskan dalam berbagai kaidah hukum tergantung dari isi kaidah tersebut. Ketergantungan mutualistik kehidupan individu dan sosial telah melahirkan sistem pertukaran bahan atau menurut kebiasaan disebut dengan istilah jual beli.

Perkembangan di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan jasa yang dapat dikonsumsi. Pemenuhan kebutuhan mengenai barang dan jasa yang diinginkan menyebabkan ketidakseimbangan posisi antara konsumen dan pelaku usaha, maka dirasa perlu adanya pemberdayaan konsumen melalui seperangkat Undang-Undang yang tujuannya untuk melindungi kepentingan konsumen dan bukan untuk mematikan para pelaku usaha, namun justru agar dapat mendorong iklim usaha yang sehat dan lahirnya perusahaan yang tanggung dalam menghadapi melalui penyediaan barang dan jasa yang berkualitas.

Sebagai suatu konsep, “konsumen” telah diperkenalkan beberapa tahun lalu negara dan sampai saat ini sudah puluhan negara memiliki

Undang-Undang atau peraturan khusus yang memberikan perlindungan kepada konsumen termasuk penyediaan sarana peradilannya. Sejalan dengan perkembangnya itu, berbagai negara telah pula menetapkan hak-hak konsumen yang digunakan sebagai landasan pengaturan perlindungan kepada konsumen. Di samping itu, telah pula berdiri organisasi konsumen Internasional, yaitu *International Organization of Consumer Union* (IOCU). Di Indonesia telah pula berdiri berbagai organisasi konsumen seperti Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) di Jakarta, dan organisasi konsumen lain di Bandung, Yogyakarta, Surabaya dan sebagainya.⁴⁸

Perlindungan hukum terhadap konsumen menyangkut dalam banyak aspek kehidupan terutama dalam aspek kegiatan bisnis. Di Indonesia perlindungan tersebut diaplikasikan ke dalam suatu Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK).

1. Pengertian Perlindungan konsumen

Menurut ketentuan Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada Konsumen.”⁴⁹

Berbicara mengenai perlindungan konsumen, maka perlu kita pahami para pihak yang berada di dalamnya yaitu konsumen dan pelaku usaha. Secara bahasa kata konsumen berasal dari bahasa Inggris yaitu *consumer* atau bahasa Belanda yaitu

⁴⁸ Nurmadjito, makalah “Kesiapan Perangkat Peraturan Perundang-undangan Tentang Perlindungan Konsumen dalam Menghadapi Era Perdagangan Bebas” dalam Buku *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandung, 2000), h. 12.

⁴⁹ Lihat Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

*consument/konsument.*⁵⁰ Dalam kamus bahasa Inggris-Indonesia, kata *consumer* diartikan sebagai pemakai atau konsumen,⁵¹ sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata konsumen diartikan sebagai (1) pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dsb); (2) penerima pesan iklan; (3) pemakai jasa (pelanggan dsb).⁵²

Menurut kamus manajemen, kata konsumen didefinisikan dengan “orang atau pihak yang membeli dan menggunakan barang dan/atau jasa yang disediakan pihak lain”.⁵³ Sedangkan menurut AZ Nasution, konsumen diartikan dengan “setiap orang yang mendapatkan barang dan atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu”.

Pengertian konsumen dalam rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang diajukan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), yaitu:⁵⁴ “konsumen adalah pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, bagi kepentingan diri sendiri atau keluarganya atau orang lain yang tidak untuk diperdagangkan kembali”.

Pakar masalah konsumen di Belanda, Hondius menyimpulkan, para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan konsumen

⁵⁰ AZ. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2006), h. 21.

⁵¹ John. M. Echols An Hasan Sadily, *Kamus Inggris-Indoneisa*, (Jakarta: Gramedia, 1989), Cet. ke-XV, h. 142.

⁵² Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), Cet. Ke III, h. 590.

⁵³ B.N Marbun, *Kamus Manajemen* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), h. 29.

⁵⁴ Yayasan Lembaga Konsumen, *Perindungan Konsumen Indonesia, Suatu Sumbangan Pemikiran Tentang Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen, 1981), h. 2. dalam Buku Karya Ahmad Miru: *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Cet. 1, h. 20.

sebagai pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa (*Uiteindelijke Gebruikervan Goedere En Diensten*).⁵⁵

Dengan rumusan itu, Hondius ingin membedakan antara konsumen bukan pemakai terakhir (*konsumen antara*) dan konsumen pemakai terakhir. Konsumen dalam arti luas mencakup kedua kriteria itu, sedangkan konsumen dalam arti sempit hanya mengacu pada konsumen pemakai terakhir.⁵⁶ Untuk menghindari kerancuan pemakaian istilah “konsumen”, pengetian konsumen dapat terdiri dari tiga pengertian, yaitu:

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu”.
- b. Konusmen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan/komersial. Melihat pada sifat pengguna barang dan/atau jasa tersebut, konsumen antara ini sesungguhnya adalah pengusaha, baik pengusaha perorangan maupun pengusaha yang berbentuk badan hukum atau tidak, baik pengusaha swasta maupun pengusaha publik (perusahaan milik negara), dan dapat terdiri dari penyedia dana (investor), pembuat produk akhir yang digunakan oleh konsumen akhir atau produsen, atau penyedia atau penjual produk akhir seperti *supplier*, distributor atau pedagang.

⁵⁵ E. H. Hondius, “*Konsumentenrecht*” 1976 dalam shidharta, op. Cit., h. 2. (dalam buku karya Dr. Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, h. 61)

⁵⁶ UUPK menggunakan 3 istilah, yaitu pemakai, pengguna dan pemanfaat barang dan/atau jasa, namun tidak memberikan penjelasan siapa yang menjadi pemakai, pengguna dan pemanfaat, sehingga membingungkan pemakainya. Pada waktu undang-undang ini diperoses, tim ahli dari DPR mengusulkan kata “pemakai” digunakan untuk pemakaian barang-barang seperti sandang, pangan, papan yang tidak mengandung listrik atau elektronik. Kata “pengguna” untuk yang pemakai barang-barang listrik dan elektronik, seperti komputer, televisi, radio, sedangkan “pemanfaat” diartikan sebagai mereka yang memanfaatkan jasa, seperti jasa angkutan, jasa kedokteran, advokat dan lainnya. Dalam www.pemantaperadila.com.detil.phd?id=149&tipe.

- c. Konsumen akhir adalah setiap orang alami (*natuurlijke persoon*) yang mendapatkan barang dan/atau jasa, yang digunakan untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidup pribadinya, keluarga dan/atau rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan kembali.⁵⁷

Pengertian konsumen dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Pasal 1 ayat (2) dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan (kepmenperindag) Nomor 350/MPP/kep/12/2001 adalah: “setiap orang yang memakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun mahluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.⁵⁸

Istilah pelaku usaha merupakan pengertian yuridis dari istilah produsen.⁵⁹ Pengertian pelaku usaha juga telah dirumuskan secara khusus dalam Undang-Undang Perlindungan konsumen yaitu: “pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia”.⁶⁰

Pengertian pelaku usaha yang bermakna luas tersebut, akan memudahkan konsumen korban menuntut ganti kerugian, konsumen yang dirugikan akibat penggunaan produk, tidak kesulitan dalam menemukan kepada siapa tuntuan akan diajukan, karena banyak pihak yang dapat digugat.⁶¹

⁵⁷ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*. h. 63.

⁵⁸ Pasal 1 angka 2 UUPK.

⁵⁹ N.H.T Siahan, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, (Bogor: Grafika Mardi Yuana, 2005), cet. Ke-1, h. 24.

⁶⁰ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT Rajag Grafindo Persada, 2007), h. 9

⁶¹ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), cet. Ke-1, h. 67.

Tujuan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen yang direncanakan adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen atau secara tidak langsung mendorong pelaku usaha di dalam menyelenggarakan kegiatan usahanya agar dilakukan dengan penuh rasa tanggung jawab.

Pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan:

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum.
- b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha.
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa.
- d. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan penyesatkan.
- e. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lain.

Adapun asas dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 menurut Pasal 2 berbunyi “perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, kemanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum” penjelasan dari bunyi Pasal ini, perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 asas yang relevan dalam pembangunan nasional, Yaitu:

- a. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

- b. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- c. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- e. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 7 Hak Pelaku Usaha adalah sebagai berikut:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;

- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Adapun kewajiban Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yg diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yg berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yg diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.

Dalam penjelasan ketentuan Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut diberikan keterangan sebagai berikut:" pelaku Usaha dilarang membeda-bedakan mutu layanan kepada konumen.⁶²

⁶² Penjelasan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 7 huruf (C).

3. Hak dan Kewajiban Konsumen

Seringnya terjadi pelanggaran terhadap masalah perlindungan konsumen dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dikarenakan salah satunya adalah ketidaktahuan konsumen maupun pelaku usaha mengenai hak dan kewajiban mereka, walaupun dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen hal itu diatur, tetapi kenyataannya tidak sedikit orang yang belum mengetahui hak dan kewajiban mereka dalam kegiatan ekonomi yang dilakukannya. Berikut ini adalah hak dan kewajiban pihak yang sangat terkait dengan hukum perlindungan konsumen.

Baik konsumen maupun pelaku usaha, memiliki hak dan kewajiban yang harus diperhatikan dan dilaksanakan oleh mereka. Jika terjadi pelanggaran akan hak-hak konsumen atau konsumen mengalami kerugian sebagai akibat dari pelaku usaha yang tidak melaksanakan apa yang menjadi kewajibannya, maka konsumen dapat menuntut pelaku usaha tersebut untuk bertanggung jawab jika konsumen melaksanakan apa yang menjadi keawajibannya.⁶³

Secara umum, terdapat empat hak dasar konsumen yang mengacu pada president Kennedy's 1962 Consumer's Bill of Right. Keempat hak tersebut yaitu:

- a. Hak untuk memperoleh keamanan (*the right to safety*);
- b. Hak untuk mendapat informasi (*the right to be informed*);
- c. Hak untuk memilih (*the right to choose*);
- d. Hak untuk didengar (*the right to be heard*);

Dalam rancangan akademik Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang dikeluarkan Fakultas Hukum Universitas Indonesia

⁶³ Sidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: PT Grasindo, 2000), H. 16.

dan Departemen Perdagangan, dikemukakan enam hak konsumen, yaitu enam hak dasar yang disebut pertama, ditambah dengan hak untuk mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya, dan hak untuk mendapatkan penyelesaian hukum yang patut.⁶⁴

Hak dan kewajiban dari konsumen diatur dalam ketentuan pasal 4 dan pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan bahwa konsumen memiliki hak-hak sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/ atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya;

⁶⁴ Ibid h. 16.

Selain hak, tentunya konsumen juga memiliki kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi, Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan empat kewajiban konsumen sebagai berikut:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Dalam hal pembinaan dan pengawasan konsumen dalam melakukan transaksi usaha dengan produsen peran pemerintah juga ikut andil dalam pembinaan dan penyelenggaraan perlindungan konsumen berdasarkan ketentuan dalam pasal 29 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ayat (1) yang berbunyi, “ pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaran perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha”.

Diamanatkan oleh Pembukaan Undang-

Undang Dasar 1945 bahwa kehadiran negara untuk mensejahterakan rakyatnya. Berdasarkan penjelasan pasal tersebut maka adanya tanggung jawab pemerintah atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen tidak lain dimaksudkan untuk memberdayakan konsumen memperoleh haknya. Tugas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjadi tanggung jawab pemerintah dan dilaksanakan oleh menteri terkait sebagaimana

di tentukan dalam pasal 29 tersebut, selanjutnya telah dijabarkan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 yang intinya menciptakan iklim usaha yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen.

4. Hal-Hal yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha

Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menetapkan larangan-larangan bagi pelaku usaha yang berujung pada kerugian konsumen. Pelanggaran terhadap larangan-larangan tersebut merupakan tindak pidana.

Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:⁶⁵

- a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam la bel atau etiket barang tersebut;
- c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;

⁶⁵ Pasal 8 ayat (1) Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

- f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/ pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
- i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
- j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.⁶⁶ Pelaku usaha juga dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.⁶⁷ Maka, bagi pelaku usaha yang melakukan pelanggaran tersebut, dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari predaran.⁶⁸

⁶⁶ Pasal 8 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁶⁷ Pasal 8 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁶⁸ Pasal 8 ayat (4) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Pelaku usaha dilarang untuk memperdagangkan, menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:⁶⁹

- a. Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
- b. Barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
- c. Barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesoris tertentu;
- d. Barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
- e. Barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
- f. Barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
- g. Barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
- h. Barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
- i. Secara langsung atau tidak langsung merencahkan barang dan/atau jasa lain;
- j. Menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tampak keterangan yang lengkap;
- k. Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan,

⁶⁹ Pasal 9 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:⁷⁰

- 1) Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- 2) Kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- 3) Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- 4) Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- 5) Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan:⁷¹

- 1) Menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu;
- 2) Menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;
- 3) Tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain;
- 4) Tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain;
- 5) Tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain;
- 6) menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif

⁷⁰ Pasal 10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁷¹ Pasal 11 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.⁷²

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.⁷³

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.⁷⁴

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk:⁷⁵

- a. Tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;
- b. Mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa;
- c. Memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan;
- d. Mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan;

⁷² Pasal 12 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁷³ Pasal 13 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁷⁴ Pasal 13 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁷⁵ Pasal 14 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.⁷⁶ Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk:⁷⁷

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk:

- a. Tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan;
- b. Tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:⁷⁸

- a. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
- b. Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
- c. Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;
- d. Tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa;
- e. Mengeksplorasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;

⁷⁶ Pasal 15 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁷⁷ Pasal 16 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁷⁸ Pasal 17 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

- f. Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundangan mengenai periklanan.

BAB III

GAMBARAN UMUM PRAKTEK TRANSAKSI *ONLINE* DI PT VERITRA SENTOSA INTERNASIONAL REGIONAL PAYTREN AGENCY JAKARTA TIMUR

A. Sejarah Berdirinya PT Veritra Sentosa Internasional

Beranjak dari potensi masyarakat yang sudah terbiasa menggunakan teknologi canggih, lahirlah gagasan dari Ustadz Yusuf Mansur yang ingin menjembatani kemudahan pembayaran semua kebutuhan masyarakat dengan menggabungkan kebiasaan menggunakan *gadget* dan kebiasaan membayar kewajiban. Sejalan dengan itu pada tanggal 10 Juli tahun 2013 lahirlah Veritra Sentosa Internasional atau Treni dengan paytren sebagai produknya. PT Veritra Sentosa Internasional (Treni) yang selanjutnya disebut “Perusahaan” adalah Perseroan Terbatas yang memasarkan “Lisensi” penggunaan jasa aplikasi bernama “PayTren” yang dapat digunakan untuk melakukan berbagai macam pembayaran.

Paytren adalah aplikasi micropayment untuk pembayaran listrik, isi pulsa, beli tiket, bayar speedy, bpjs, belanja *online*, belanja di Alfamart, kirim uang dan lain-lain yang bisa diinstal pada smartphone android dan ios. Yang membedakan paytren dengan aplikasi sejenis adalah adanya cashback¹ dari tiap transaksi, reward² untuk setiap mitra yang mencapai omzet tertentu tanpa diundi. Fasilitas yang memudahkan masyarakat dalam melakukan pembayaran kewajiban dengan menggali potensi kebiasaan mereka dalam penggunaan teknologi (*gadget*).

¹ Cashback adalah nilai yang diberikan perusahaan kepada mitra atas dasar pembelian pribadi dalam penggunaan aplikasi paytren. pasal 1 ayat (15) kode etik PT Vertira Sentosa Internasional.

² Reward merupakan hadiah yang diberikan kepada setiap mitra pebisnis yang berhasil memenuhi target omzet penjualan yang ditentukan perusahaan sesuai dengan promo reward yang ada. pasal 1 ayat (16) kode etik PT Vertira Sentosa Internasional.

PT Veritra Sentosa Internasional beralamatkan di Parahyangan Business Park, The Suites Blok E5-E7, Jl. Soekarno Hatta No. 693 Bandung. Telp: +62 22 7351 5100 email: care@paytren.co.id www.paytren.co.id - www.treni.co.id. Regional Paytren Agency Ceger beralamatkan: Jl. Raya Ceger No.1, RT.4/RW.2, Ceger, Cipayung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13820. PT Veritra Sentosa Internasional mendapatkan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL) dengan nomor: 45/1/IU/PMDN/2014. PT Veritra Sentosa Internasional menyadari pentingnya memelihara reputasi yang baik serta dibutuhkan tanggung jawab dan profesionalisme tinggi dari setiap pelaku bisnis yang terlibat, berlandaskan pada kepercayaan dan kejujuran.

Beberapa prinsip usaha yang diterapkan di perusahaan adalah tindakan yang bertanggung jawab penuh dengan integritas yang baik, berdasarkan aturan syariah, patuh dengan hukum dan peraturan yang berlaku serta menghormati budaya dan tradisi masyarakat Indonesia. Mitra Perusahaan sebagai salah satu pelaku bisnis yang berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. PT Veritra Sentosa Internasional dilengkapi dengan suatu Kode Etik dan Perilaku untuk menghindari benturan kepentingan, penyalahgunaan wewenang dan penyalahgunaan informasi. Perilaku Mitra ini diatur dalam Kode Etik, bertujuan agar setiap Mitra selalu bertindak dengan etis, konsisten dan penuh integritas sesuai dengan prinsip-prinsip perusahaan dalam menumbuhkan kepercayaan masyarakat. Selain itu, kepatuhan mitra terhadap syariah Islam, hukum dan peraturan yang berlaku serta rasa hormat terhadap tradisi dan budaya Indonesia mencerminkan bahwa praktik penjualan akurat, berimbang, lengkap, dan memenuhi etika standar.

Dengan demikian, Peraturan dan Kode Etik Mitra PT Veritra Sentosa Internasional ini wajib dipatuhi oleh setiap Mitra dalam menjalankan profesinya.³

B. Visi dan Misi PT Veritra Sentosa Internasional

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) visi adalah kemampuan untuk melihat pada inti persoalan, pandangan dan wawasan.

Menurut Wibisono, visi (*vision*) merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan cita-cita atau impian sebuah perusahaan yang ingin dicapai di masa depan. Atau dapat dikatakan bahwa visi merupakan pernyataan *want to be* dari organisasi atau perusahaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa visi adalah cita-cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai di masa depan untuk menjamin kelestarian dan kesuksesan jangka panjang. Sedangkan misi (*mision*) adalah apa sebabnya kita ada (*why we exist/what we believe we can do*). Menurut Prasetyo dan Benedicta, di dalam misi produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan, pasar yang dilayani dan teknologi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dalam pasar tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwa misi adalah pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh lembaga dalam usahanya menujuvisi. Dalam operasionalnya orang berpedoman pada pernyataan misi yang merupakan hasil kompromi interpretasi visi. Misi merupakan sesuatu yang nyata untuk dituju serta dapat pula memberikan petunjuk garis besar cara pencapaian misi.

Visi Misi PT Veritra Sentosa Internasional dalam hal pencapaian suatu tujuan, sebuah perusahaan perlu adanya suatu perencanaan dan tindakan nyata untuk dapat mewujudkannya. Secara umum dapat

³ Peraturan dan Kode Etik Mitra PT Veritra Sentosa Internasional, tth.

dikatakan bahwa visi dan misi adalah suatu konsep perecanaan yang disertai dengan tindakan sesuai dengan perencanaan pencapaian. PT. Veritra Sentosa Internasional juga mempunyai visi dan misi sebagai berikut:⁴

Visi:

Menjadi perusahaan penyedia layanan teknologi perantara transaksi terbaik di tingkat nasional melalui pemberdayaan manusia potensial dan mandiri dengan konsep jejaring yang *up to date* (terbaru) sesuai perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat.

Misi:

1. Mendorong masyarakat pengguna gadget, khususnya smartphone berbasis IOS dan Android, untuk meningkatkan fungsi dari hanya sekedar alat berkomunikasi menjadi alat untuk bertransaksi dengan manfaat dan keuntungan yang tidak akan didapatkan dari cara bertransaksi yang biasa.
2. Mewujudkan sistem layanan bagi seluruh pengguna gadget, khususnya telepon selular, untuk turut serta membantu pemerintah dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkualitas pada sektor berbasis biaya transaksi (*fee based income*).
3. Kami meluncurkan produk yang sejalan dengan program pemerintah untuk membentuk masyarakat tanpa uang tunai (*cashless society*).
4. Membentuk 1 (satu) miliar pengguna dengan konsep jejaring secara nasional ataupun internasional.

⁴ Diakses dari <https://www.treni.co.id/about-us/> pada Tanggal 15 Juli 2017.

Adapun tujuan utama Treni adalah untuk membantu masyarakat dengan menyediakan pelayanan melalui konsep penghematan terstruktur dan berjamaah. Treni ingin menjadi bagian dari kehidupan masyarakat yang selaras dengan inovasi yang terus diberikan dalam menunjang kehidupan.

Kerjasama adalah nilai yang kami tanamkan dalam mencapai tujuan dan mengembangkan komunitas dengan mensinergikan potensi sumber daya manusia ekonomi dan teknologi digital. Kami setulus hati dalam mendukung serta menjalin silaturahmi, membangun relasi, saling berbagi dan memperluas rezeki menuju kehidupan yang lebih baik.

C. Produk-produk PT Veritra Sentosa Internasional.

Sebagai perusahaan yang sedang berkembang, PT Veritra Sentosa Internasional memiliki beberapa produk yang dikembangkan melalui aplikasi *paytren*. Adapun produk-produk PT Veritra Sentosa Internasional yang dapat dibeli melalui aplikasi *paytren* adalah:⁵

1. Pembelian pulsa telepon selular.
2. Pembayaran jasa telekomunikasi (telepon dan speedy).
3. Pembayaran langganan PLN (baik pra maupun pasca bayar).
4. Pembayaran PDAM.
5. Pembayaran langganan televisi berlangganan (Indovision, dan lain-lain).
6. Pembayaran tagihan kredit kendaraan bermotor (ADIRA, FIF, WOM, dan lain-lain).
7. Pembelanjaan pada pedagang-pedagang (merchants) tertentu.
8. Pembelian tiket pesawat dan Kreta Api (KA).

⁵ Ibid,

9. Belanja *online* dan lain-lain.

D. Mekanisme Transaksi Melalui Aplikasi Paytren

Dalam melakukan transaksi pembayaran *online* dengan menggunakan aplikasi paytren, maka hal-hal yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:⁶

1. Bergabung dengan PT Veritra Sentosa Internasional

Bahwa yang dapat melakukan transaksi di PT Veritra Sentosa Internasional adalah yang sudah bergabung menjadi mitra⁷. Untuk ikut bergabung menjadi mitra kita harus daftar melalui agen atau mitra yang sudah menjadi mitra paytren.

Untuk memulai bisnis paytren maka harus membeli lisensi terlebih dahulu, berikut pilihannya:

NO	MODEL LISENSI	PAKET LISENSI	HARGA (Rp)	NILAI PROMO PERDANA (NP2)
1	Lisensi Pengguna Terbatas	KP25	25.000,-	-
2	Lisensi Pengguna Penuh dan/atau Lisensi Pebisnis	Basic	350.000,-	Lihat tabel NP2 atau di www.treni.co.id
3	Upgrade Lisensi Titanium *	-	9.750.000,-	Lihat tabel NP2 atau di www.treni.co.id

Untuk bisa *upgrade* ke TITANIUM calon mitra harus mempunyai lisensi BASIC terlebih dahulu. Paket Pengguna seharga Rp 25,000 artinya calon mitra bisa mencoba menggunakan aplikasi paytren tapi dengan fitur yang sangat terbatas dan calon mitra belum

⁶ Diakses dari <http://www.kangrokim.com/2015/11/cara-kerja-paytren.html> pada tanggal 15 Agustus 2017.

berhak ikut menjual lisensi paytren kepada orang lain. Paket BASIC Seharga Rp 350,000 artinya calon mitra memiliki 1 Lisensi penuh, yaitu seseorang bisa menggunakan segala fitur yang ada di aplikasi paytren selain itu calon mitra juga bisa mengembangkan/menjual lisensi paytren kepada orang lain dengan potensi keuntungan maksimal Rp 300,000 perhari Paket Titanium seharga Rp 9,750,000 artinya seseorang memiliki 31 lisensi dengan potensi keuntungan yang lebih besar dari paket BASIC.

Ketika calon mitra membeli Lisensi Paytren, maka calon mitra juga berhak mendapatkan Produk promo perdana, seperti berikut :

NO	NAMA PAKET	HARGA	KP2	PROMO CASHBACK	PROMO DEPOSIT	KETERANGAN
1	Upgrade Basic	Rp. 325.000,-	2	-	1 BTL HABSPRO	
2	Basic	Rp. 350.000,-	2	Rp. 15.000,-	1 BTL HABSPRO	
3	Upgrade Titanium	Rp. 9.750.000,-	62		PILIH SALAH SATU	<p>Apabila salah satu paket membutuhkan deposit maka negle menggunakan Wayar Rp.350.000,- (dikurang dari deposit) untuk mendapatkan BTL Titanium</p>

PAKET LISENSI PAYTREN

1. **BELI SEDIH TAHBIS** & **12 Bulan Habspay + 12 Bulan Cicilan, Pulang Kering, Pulang Kondisional & Kepatuhan**
Rp.2.375.000

2. **BELI SEDIH TAHBIS** & **1 Unit HP Andriod ATAU Al-Quran Digital (A-QD)**
Rp.2.375.000

3. **BELI SEDIH TAHBIS** & **Al-Quran Digital (A-QD) & PRINTER BLUETOOTH**
Rp.500.000,-

4. **BOOKING SEAT UNTUK SENIAI** & **17 Bulan Habspay + 12 Bulan Cicilan, Pulang Kering, Pulang Kondisional & Kepatuhan**
Rp.3,5 JUTA

5. **BOOKING SEAT UNTUK SENIAI** & **Pilih salah satu:**
Al-Quran Digital (A-QD) ATAU 1 Unit HP ANDROID

6. **Tiket** & **Pilih salah satu:**
• Pesawat DFT mulai 2000.
• Pesawat DFI (4-6 hari) Cicilan Spesial mulai 10%.
• Pesawat Tiket Internet Marketing mulai 2000.
• Pesawat Tiket mulai 1000.
• Pesawat Tiket mulai 1000.

PROMO CASHBACK DEPOSIT
HABIS DIKLAIM
MELALUI VIRTUAL OFFICE

keterangan :

Upgrade BASIC artinya ketika calon mitra membeli paket KP25 dan ingin beralih ke paket BASIC.

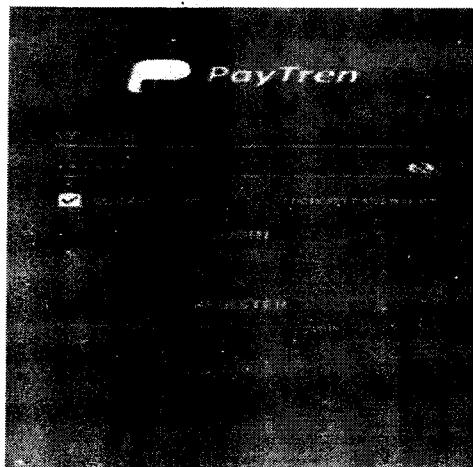
paket BASIC artinya calon mitra langsung membeli paket BASIC ketika awal join menjadi mitra paytren.

upgrade TITANIUM maksudnya ketika calon mitra memutuskan untuk beralih ke paket TITANIUM maka calon mitra harus menambah biaya pembelian lisensi sebesar tersebut di atas.

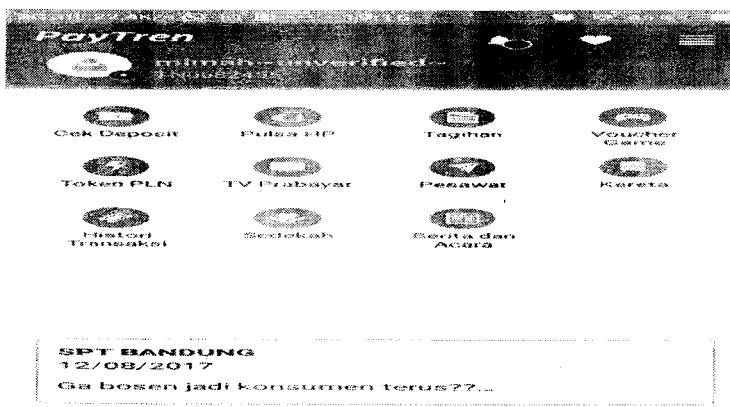
Untuk produk promo perdana paket Titanium calon mitra bisa memilih salah satu dari beberapa produk pilihan yang ada.

Adapun tahapan-tahapan dalam melakukan transaksi melalui aplikasi Paytren adalah sebagai berikut:⁸

1. Membuka aplikasi Paytren yang sudah *download*, kemudian *login* dengan memasukan email dan kata sandi seperti gambar berikut.

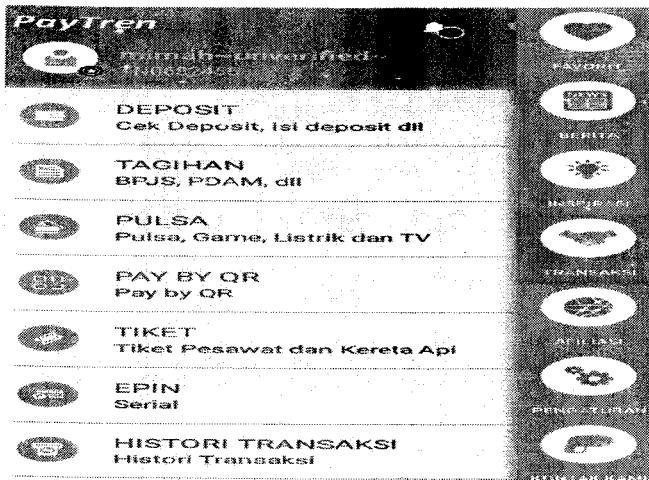


2. Setelah login maka akan muncul tampilan seperti gambar dibawah ini

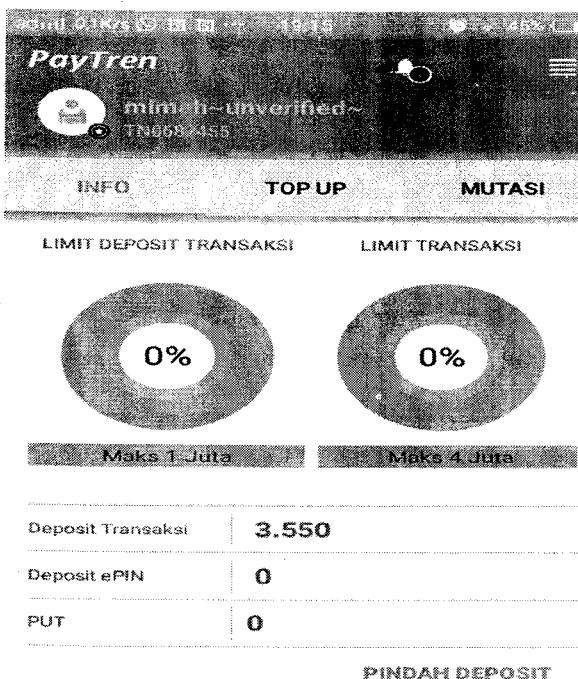


⁸ Diakses dari <http://www.kangrokim.com/2015/11/cara-kerja-paytren.html> pada tanggal 15 Agustus 2017.

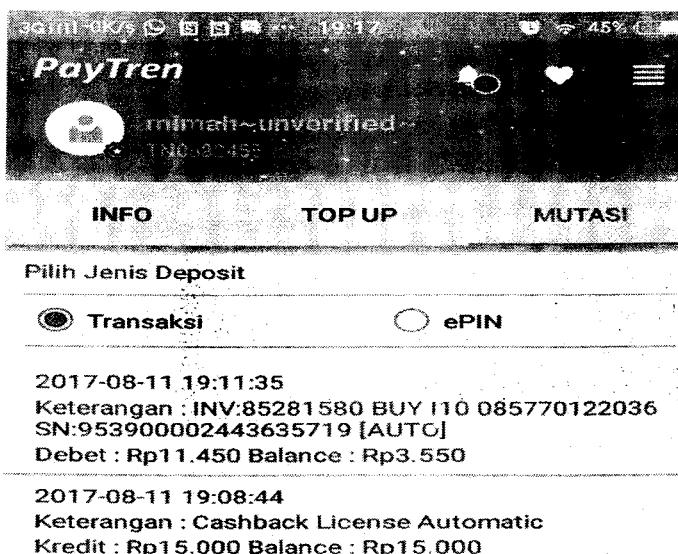
2. Untuk melakukan transaksi, klik icon transaksi, lalu pilih transaksi yang ingin dilakukan.



3. Deposit atau saldo merupakan syarat untuk melakukan suatu transaksi, jika deposit/saldo kosong maka transaksi tidak akan berhasil. Untuk minimal isi deposit sebesar Rp.50.000,-



4. Dalam melakukan suatu transaksi, akan ada pemberitahuan transaksi tersebut berhasil atau gagal. Jika berhasil maka akan ada pemberitahuan seperti gambar dibawah ini:



Jika transaksi itu gagal, maka mitra akan mendapat pemberitahuan melalui *Short Message Service* (SMS) dari layanan kantor pusat sebab dari kegagalan dalam transaksi tersebut.

Adapun uang konsumen yang sudah ditransfer ke mitra untuk pembelian produk-produk paytren, konsumen akan mengembalikannya kepada calon pembeli sesuai dengan nominal yang telah ditransfer.

BAB IV

ANALISIS HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP TRANSAKSI PEMBAYARAN *ONLINE PAYTREN* PT VERITRA SENTOSA INTERNASIONAL REGIONAL AGENCY JAKARTA TIMUR

A. Mekanisme Transaksi Pembayaran pada Paytren Menurut Hukum Islam

Dalam Islam, transaksi apapun dan bagaimanapun bentuknya, selama tidak mengandung hal-hal yang menyebabkan terjadinya kerugian pada salah satu pihak yang bertransaksi, barang yang diperjualbelikan bukanlah barang yang terlarang dan dilarang baik oleh hukum agama (syariat Islam).

Munculnya jual beli dengan pembayaran yang dilakukan secara *online* merupakan bagian dari arus perkembangan dan pertumbuhan perekonomian yang secara global memberikan pelayanan yang lebih praktis kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhannya.

Secara umum segala bentuk muamalah dalam perspektif hukum Islam, hukumnya adalah mubah (boleh dilakukan) berdasarkan pada kaidah fiqh, yaitu:

الْأَصْلُ فِي الْعُقُودِ وَالْمُعَامَلَةِ إِلَيْهَا حَتَّى يَدْلُلُ الدَّلِيلُ عَلَى التَّحْرِيمِ¹

“Asal atau pokok dalam masalah transaksi dan muamalah adalah mubah sehingga ada dalil yang mengharamkannya.”

Segala bentuk muamalah boleh dilakukan dengan ketentuan tidak melanggar beberapa prinsip-prinsip hukum Islam. Pelarangan dalam bermuamalah dikarenakan beberapa hal, antara lain:²

¹ Muhammad Rawwasy Qal'ah Jiy, *al-Muamalah al-Maliyyah al-Mu'ashirah Fi Dhau'i' al-Fiqh wa al-Syaria'ah* (Bairut: Dar Al-Nafa'is, 1999), h. 11.

1. Dilakukan dengan cara yang bathil dan merusak.
2. Adanya unsur perjudian dan spekulasi. Dapat merugikan salah satu pihak yang berakad.
3. Dalam melakukan takaran berbuat curang atau pemalsuan kualitas.
4. Menggunakan cara-cara yang ribawi atau dengan sistem bunga.

Islam membolehkan seluruh umatnya untuk melakukan berbagai bentuk muamalah, dengan tujuan untuk kemaslahatan bersama. Akan tetapi kebolehan tersebut dapat berubah menjadi sesuatu yang dilarang apabila terdapat alasan yang mendukungnya. Demikian juga dalam hal jual beli yang merupakan salah satu dari bentuk muamalah. Pada prinsipnya jual beli merupakan bentuk usaha yang dibolehkan dalam Islam, dan telah diatur dalam al-Qur'an dan Sunnah.

Ada beberapa alasan yang dapat mengakibatkan jual beli menjadi terlarang, salah satunya adalah apabila dalam jual beli tersebut mengandung adanya kerugian pada salah satu pihak yang berakad. Kesepakatan dan kerelaan (adanya unsur suka sama suka) sangat ditekankan dalam setiap jual beli.

Namun hanya dengan kesepakatan dan kerelaan yang bermula dari suka sama suka, tidak menjamin suatu transaksi dapat dinyatakan sah dalam Islam.³ Sebagai suatu akad, jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi sehingga jual beli itu dapat dikatakan sah oleh syara'. Apabila salah satu dari rukun tersebut tidak terpenuhi maka jual beli tersebut dapat dikategorikan sebagai jual beli yang tidak sah.

Jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi sehingga jual beli dapat dikatakan sah oleh syara'. Dalam menentukan

² Kuswara, *Mengenal MLM Syari'ah dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, Sampai Dengan Pengelolaannya* (Dopok: Qultum Media, 2005), cet. Ke-1, hlm. 85-86.

³ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-commerce Prespektif Islam*, (Yogyakarta: Magister Insani Press, 2004) Cet.ke-1, h.86.

rukun jual beli terdapat perbedaan pendapat antara ulama Hanafiyah dan jumhur ulama.

Menurut ulama Hanafiyah, rukun jual beli⁴ adalah ijab qabul yang menunjukkan adanya maksud untuk saling menukar atau sejenisnya (*mu'athaa*).⁵ Dengan kata lain, rukunnya adalah tindakan berupa kata atau gerakan yang menunjukkan kerelaan dengan berpindahnya harga dan barang.⁶ Inilah pernyataan ulama Hanafiyah dalam hal transaksi.

Adapun mayoritas ahli fikih berpendapat bahwa jual beli memiliki empat rukun yaitu:

1. Penjual.
2. Pembeli.
3. Persyaratan kata (ijab-qabul).
4. Barang.

Adapun rukun jual beli menurut mayoritas ulama ada 3, yaitu:⁷

1. Pelaku transaksi (penjual / pembeli).
2. Objek transaksi (barang/harga).
3. Pernyataan (ijab-qabul)

Dalam transaksi jual beli harus terpenuhi empat syarat, yaitu syarat terjadinya transaksi, syarat sah jual beli, syarat berlaku jual beli dan syarat keharusan (komitmen) jual beli.⁸

⁴ Menurut ulama Hanafiyah, rukun itu adalah sesuatu yang menjadi tempat ketergantungan sesuatu dan menjadi bagian yang tidak terpisahkan darinya. Sementara rukun bagi mayoritas ahli fikih adalah sesuatu yang menjadi tempat bergantung adanya sesuatu dan bisa dicerna otak. Terlepas dari apakah ia menjadi bagian yang tak terpisahkan atau tidak. Adapun syarat adalah sesuatu yang menjadi tempat tergantungnya sesuatu dan tidak menjadi bagian yang tak terpisahkan darinya.

⁵ *Mu'athaa'* adalah gerakan atau isyarat yang menunjukkan maksud jual beli tanpa ijab-qabul (penerjemah).

⁶ Fathul Qodir, juz 5, h. 74. (dalam buku karya wahbah Az-Zuhaili, *Fiqih Islam* jilid 5, bagian 3: *Hukum Transaksi Keuangan*, h. 28).

⁷ As-Syahrul Kabir, juz 3, h. 2

⁸ Haasyiatu Ibni 'Aabidiin, juz 4, h. 5. (dalam buku karya Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islam* jilid 5, h. 34)

Adapun syarat-syarat jual beli sesuai dengan rukun jual beli yang dikemukakan jumhur ulama di atas sebagai berikut:⁹

1. Syarat-Syarat Orang Yang Berakad.

- a. Berakal

Berakal dan *mumayyiz* (*dapat membedakan*), sehingga bisa membedakan dan menghasilkan kesamaan pendapat dengan pemikiran telah sempurna akhlaknya, firman Allah:

وَلَا تُؤْتُوا الْسُّفَهَاءَ أُمَوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيمًا
وَأَرْزُقُوهُمْ فِيهَا وَأَكْسُوْهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

“Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik.” (QS. An-Nisa [4]: 5).

Berdasarkan ayat tersebut di atas jumhur ulama berpendapat bahwa orang yang melakukan jual beli harus *baligh* dan berakal. Oleh sebab itu, jual beli yang dilakukan oleh anak kecil yang belum berakal dan orang gila, hukumnya tidak sah, sekalipun mendapat izin dari walinya.

Adapun anak kecil yang telah *mumayyiz*, menurut ulama Hanafiyah, apabila transaksi yang dilakukan mengandung manfaat dan mudharat sekaligus, seperti jual beli, sewa menyewa dan perserikatan dagang, maka transaksi ini hukumnya sah jika walinya mengizinkan. Dalam kaitan ini, wali anak kecil yang *mumayyiz* benar-benar mempertimbangkan kemaslahatan anak kecil itu.

⁹ Ibid, h.34-36.

- b. Yang melakukan akad itu adalah orang yang berbeda. Artinya, seseorang tidak dapat bertindak dalam waktu yang bersamaan sebagai penjual sekaligus sebagai pembeli.
- 2. Syarat-syarat yang terkait dengan ijab qabul.

Jual beli dinyatakan sah apabila disertai dengan ijab dan qabul, kecuali jika sesuatu yang dipertukarkan adalah sesauatu yang remeh karena cukup dilakukan dengan saling menyerahkan barang atas dasar sama-sama rela. Hal ini dikembalikan pada tradisi dan kebiasaan yang berlaku di masyarakat.

Ijab qabul adalah apa saja yang menunjukkan kerelaan kedua belah pihak untuk melakukan transaksi jual beli. Menurut Abdurrahman al-Jaziri, ada dua macam *shighat* yaitu:

- a. القول (*ucapan*) atau yang masuk dalam kategorinya, seperti tulisan. *Shighat* dalam bentuk ucapan yang menunjukkan transaksi jual beli seperti “saya jual barang ini dengan harga sekian”, ucapan yang datang dari penjual tersebut dinamakan “ijab” dan ucapan yang keluar dari pembeli seperti, “saya beli dengan harga sekian”, dinamakan “qabul”.

- b. المعاطة (*serah terima*), yaitu mengambil dan memberi tanpa dengan ucapan seperti yang terjadi dalam supermarket.¹⁰

Ijab menurut madzab Hanafi adalah ucapan yang keluar terlebih dahulu baik dari penjual atau pembeli. Sedangkan qabul adalah yang keluar kemudian. Sedangkan pengertian yang dikemukakan oleh jumhur ulama dapat dipahami bahwa

¹⁰ Aburrahman Al-Jaziri, *al-Fiqh 'Ala Madzahib al-Arba'ah*, (Bairut: Dar al-Fikr, tth), Juz II, h, 147).

penentuan ijab dan qabul bukan dilihat dari siapa yang lebih dahulu menyatakan, melainkan dari siapa yang memiliki dan siapa yang akan memiliki. Dalam konteks jual beli, yang memiliki barang adalah penjual, sedangkan yang akan memilikinya adalah pembeli. Dengan demikian, pernyataan yang dikeluarkan oleh penjual adalah ijab, meskipun datangnya belakangan, sedangkan pernyataan yang dikeluarkan oleh pembeli adalah qabul, meskipun dinyatakan pertama kali. Adapun beberapa syarat yang memenuhi ijab qabul adalah:

- 1) Di antara penjual dan pembeli berada pada satu tempat yang tidak dipisahkan dengan sesuatu.
 - 2) Di antara penjual dan pembeli terjadi kesepakatan bersama yang saling menerima baik dari sisi barang ataupun harganya. Apabila tidak ada kesepakatan di antara keduanya, maka jual beli dinyatakan tidak sah.
 - 3) Kalimat yang dipergunakan adalah bentuk kalimat masa lampau, seperti ucapan penjual, “aku sudah menjual”, dan ucapan pembeli, “aku sudah menerima”. Atau menggunakan kalimat masa datang yang dimaksud sekarang, seperti perkataan penjual, “aku menjual sekarang” dan ucapan pembeli, “aku membeli sekarang.”
3. Syarat-syarat barang yang diperjualbelikan (*ma'qud 'alaih*)

Syarat-syarat yang terkait dengan barang yang diperjualbelikan sebagai berikut:

- a. Barang itu ada, atau tidak ada di tempat, tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang itu.
- b. Dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi muslim. Oleh sebab itu, bangkai, *khamar* dan darah tidak sah menjadi objek jual beli,

karena dalam pandangan *syara'* benda-benda seperti ini tidak bermanfaat bagi muslim.

- c. Barang yang dijual harus milik penjual, agar jual beli itu menjadi sah, karena seseorang tidak boleh menjual barang orang lain kecuali telah mendapatkan izin dari pemiliknya. Sabda Nabi:

عَنْ عُمَرَ بْنِ شُعَيْبٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ جَدِّهِ عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : لَا تَأْلَاقْ إِلَّا فِيمَا تَمْلِكُ وَلَا عَتَقْ إِلَّا فِيمَا تَمْلِكُ وَلَا
 بَيْعْ إِلَّا فِيمَا تَمْلِكُ . (رواه داود)¹¹

“Dari Amr bin Syu’ai, dari bapaknya, dari kakeknya, ia berkata: “tidaklah ada artinya thalaq melainkan kepada perempuan yang engkau miliki dan tidaklah ada artinya memerdekaan budak melainkan budak yang engkau miliki dan tidaklah ada artinya berjualbeli melainkan pada orang yang engkau miliki”.(HR. Abu Daud).

Barang yang sifatnya milik seseorang tidak boleh diperjualbelikan, seperti memperjualbelikan ikan di laut atau emas dalam tanah, karena ikan dan emas ini belum dimiliki penjual.

- d. Boleh diserahkan saat akad berlangsung atau pada waktu yang disepakati bersama ketika transaksi berlangsung. Barang yang dijual kepada pembeli harus dapat diserahterimakan, baik secara langsung atau tidak langsung, yakni melalui pihak ketiga.
- e. Barang dapat diketahui oleh penjual dan pembeli.

Kadar barang atau benda, harga serta sifat barang dapat diketahui secara jelas oleh kedua belah pihak. Hal ini menghindari kemungkinan adanya kerugian bagi pihak lain (pembeli), karena jual beli yang belum diketahui bendanya termasuk jual beli yang mengandung unsur penipuan.

¹¹ Abu Daud, *Sunan Abu Dawud*, (Beirut:Dar al-Fikr, 1990), cet. Ke-1, h. 487.

4. Syarat-syarat nilai tukar barang (harga barang)

Para ulama fikih mengemukakan syarat-syarat *al-tsamans* sebagai berikut:¹²

- a. Harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya.
- b. Boleh diserahkan pada waktu akad, sekalipun secara hukum seperti pembayaran dengan cek, dan kartu kredit, apabila harga barang itu dibayar kemudian (berutang) maka waktu pembayarannya harus jelas.
- c. Apabila jual beli itu dilakukan dengan saling mempertukarkan barang (*al-Muqayyadah*) maka barang yang dijadikan nilai tukar bukan barang yang diharamkan oleh *syara'*, seperti babi dan *khamar*, karena kedua benda jenis ini tidak bernilai menurut *syara'*.

Dari uraian di atas dapat penulis menganalisis berdasarkan hukum Islam terhadap mekanisme transaksi melalui aplikasi pembayaran *online* yang diselenggarakan oleh PT Veritra Sentosa Internasional berdasarkan pemenuhan rukun dan syarat jual beli. Ada beberapa syarat jual beli yang tidak terpenuhi dalam praktek transaksi *online* yang dilakukan oleh PT Veritra Sentosa Internasional, adapun syarat jual beli yang tidak terpenuhi adalah sebagai berikut:

1. Dalam hal mekanisme rekrutmen calon mitra pebisnis paket Basic diwajibkan membayar nominal lebih dari yang diiklankan. Adapun paket Basic yang diiklankan harga RP. 350.000, dengan saldo Deposit Rp. 15.000. Dalam hal ini, ketika calon mitra sudah didaftarkan oleh *upline*, calon mitra diharuskan untuk transfer dengan ketentuan tanggal dan waktu yang telah ditentukan, adapun besar nominal yang

¹² Musthafa Ahmad Zarqa, *al-Madkhāl fī al-Fiqh al-Islāmī*, Juz 3, (Mesir: Mathabi' Fata al-'Arabi), h. 67

harus ditransfer berbeda-beda nilainya, yang mana 4 digit trakhir pada nominal transfer akan bertambah, bukan lagi Rp. 350.000. Seperti yang terjadi pada mitra A yaitu sebesar Rp. 354.559. Walaupun demikian, 4 digit terakhir pada nominal transfer akan tetap masuk ke dalam saldo deposit calon mitra.

2. Tidak ada informasi yang jelas dari para pelaku usaha terkait dengan kelabihan uang yang diinformasikan dalam iklan, sehingga konsumen merasa dirugikan atas hal tersebut. Para *upline* tidak jelas dalam menyampaikan informasi untuk apa kelebihan uang yang di luar Rp 350.000, para *upline* hanya memberitahu nomial yang 4 digit trakhir tersebut nomer cantik. Jual beli semacam ini tidaklah dibolehkan oleh Islam karena mengandung unsur *gharar*, yaitu ketidak jelasan sewaktu melakukan akad. Larangan tentang jual beli yang mengandung unsur *gharar* ini sangatlah jelas baik dalam hadits maupun pendapat para ulama'. Karena jual beli semacam ini sudah pasti merugikan salah satu pihak dan jauh dari prinsip saling rela yang sangat ditekankan dalam bermuamalah. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa' ayat 29:

يَتَأْتِيهَا الْذِيَرَاتُ إِمَّا مُنْوَأْ لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تَحْرِرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka-sama suka di antara kamu”(QS. An-Nisa' [4]:29).

Tidak ada informasi yang jelas dari para pelaku usaha terkait dengan kelebihan uang yang yang diinformasikan dalam iklan, sehingga konsumen merasa dirugikan atas hal tersebut.

B. Mekanisme Transaksi Melalui Aplikasi Pembayaran *Online* pada Paytren Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Bawa dalam proses rekrutmen anggota/mitra, PT Veritra Sentosa Internasional bertransaksi menjual lisensi kepada calon anggota/mitra. Namun demikian PT Veritra Sentosa Internasional tidak jelas dalam menyampaikan informasi berapa harga yang harus dibayar oleh calon anggota/mitra. Dalam hal ini PT Veritra Sentosa Internasional di dalam iklan/brosur/internet hanya menyebut Rp 350.000 untuk daftar paket basic, akan tetapi calon mitra yang sekaligus konsumen harus membayar Rp.354.559. selain itu PT Veritra Sentosa Internasional juga tidak jelas atau tidak transparan dalam memberikan informasi untuk apa kelebihan uang yang di luar 350.000 tersebut.

Bawa transaksi jasa PT Veritra Sentosa Internasional tersebut patut diduga telah melanggar ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai berikut:

1. Pasal 4 huruf c yaitu “hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi jaminan barang dan/atau jasa. Pasal 4 huruf d “hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.

Bawa Dengan demikian PT Veritra Sentosa Internasional tidak menunaikan apa yang menjadi hak konsumen sebagaimana yang diatur dalam pasal 4 huruf c dan huruf d Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

2. Pasal 7 huruf a yaitu kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

Bahwa Dengan demikian PT Veritra Sentosa Internasional sebagai pelaku usaha tidak melaksanakan apa yang menjadi kewajibannya sebagaimana yang diatur dalam pasal 7 huruf a Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

3. Pasal 8 ayat 1 huruf f yang berbunyi “Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut; |

Bahwa dengan tidak jelasnya PT Veritra Sentosa Internasional tentang harga yang harus dibayar oleh calon anggota, maka PT Veritra Sentosa Internasional melanggar Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 8 ayat 1 huruf f sebagaimana yang telah dijelaskan di atas.

4. Pasal 10 huruf a “pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditunjukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa .

Bahwa dengan perbuatan tersebut, PT Veritra Sentosa Internasional melanggar pasal 10 huruf a, sebagaimana yang telah dijelaskan di atas.

Bahwa atas pelanggaran ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut, maka berdasarkan ketentuan pidana Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagaimana diatur dalam pasal 61, 62 pelaku usaha (PT Veritra Sentosa Internasional) dan siapa saja yang terlibat dalam transaksi tersebut yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam pasal 8 ayat (1) huruf f,

A. Saran-saran

Berdasarkan hal-hal yang telah penulis uraikan, penulis menemukan hal-hal penting yang sebaiknya menjadi perhatian kita bersama. Dalam hal ini penulis menyarankan beberapa hal:

1. Dalam menjalankan bisnis *online* hendaknya para mitra menggunakan akad-akad yang sesuai dengan syariah, sehingga tidak ada salah satu pihak yang dirugikan.
2. Untuk masyarakat yang ingin melakukan transaksi *online*, khususnya yang ingin bayar-bayar lewat *online*, agar lebih berhati-hati agar tidak terjadi hal-hal yang diinginkan. Karena pada prakteknya zaman sekarang banyak penjual *online* yang melakukan penipuan dari segi barang maupun jasa yang dijualnya

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya, Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1996.
- Nasution, AZ., *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Diadit Media, 2006.
- Ali, Muhammad Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Khosyi'ah, Siah, *Fiqh Muamalah Perbandingan*, Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Abdullah, *Fikih Jual Beli Panduan Praktis Bisnis Syariah*, Jakarta: Senayan Publishing, 2008.
- Wardi, Ahmad, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Amzah, 2010.
- Widjaja Gunawan, *Seri Hukum Bisnis Lisensi*, Jakarta: PT Raja Grafindo persada 2001.
- Nugroho, Adi, *E-commerce Memahami Perdagangan di Dunia Maya*, Bandung: Informatika, 2006.
- Rusyid, Ibnu, *Bidayatul al-Mujtahid wa Nihayah al-Muqtashid*, Beirut: Dar Al-Fikr, 1999.
- Sabiq, as-Sayyid, *Fiqh as-Sunnah*, Ter. Mujahidin Muhayan, Bandung: PT Al-Ma'rif, 1996.
- Sahrani, Schari dan Abdullah, Rufa'ah, *Fiqh Mumalah*, Bogor: Gh Indonesia, 2011.
- Suhendi, Hendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Sinar Grafika 2011.

- Miru, Ahmadi dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Syafi'i, Rahmat, *Fiqih Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2001.
- Nasrun, Harun, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.
- Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Mardani, *Fikih Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Majah, Ibnu, *Sunan Ibnu Majah*, Beirut: Dar al-Fikr, t.th.
- Widjaja, Gunawan dan Ahmad Yani, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia, 2003.
- Badrulzaman Mariam Darus, *Aneka Hukum Bisnis*, Bandung: Alumni, 1994.
- Syahatah, Husain, Siddiq Muh. Al-Amin Adh-Dhahir, *Transaksi dan Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Visi Insani Publishing, 2005.
- Hajar Ibnu al-'Asqalani, *Terjemah Bulughul Maram*, ter. Abdul Rosyad Siddiq, Jakarta: Akbar Media, 2013.
- Aburrahman, Al-Jaziri, *al-Fiqh 'Ala Madzahib al-Arba'ah*, Beirut: Dar al-Fikr, tth.
- Daud Abu, *Sunan Abu Dawud*, Beirut: Dar al-Fikr, 1990.
- Fauroni, Lukman, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006.
- Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Nugroho Susanti Adi, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Asnawi Haris Faulidi, *Transaksi Bisnis E-commerce Prespektif Islam*, Yogyakarta: Magister Insani Press, 2004.

Sunggono, Bambang, *Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1997.

Marbun, B.N, *Kamus Manajemen*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003.

Hasan, M. Iqbal, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghila Indonesia, 2002.

Hadi, Sutrisno, *Metodologi Penelitian Research*, Jakarta: Andi Offset, 1989.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Website:

[https://old.treni.co.id/sejarah-perusahaan/pada tanggal 12 Agustus 2017](https://old.treni.co.id/sejarah-perusahaan/pada_tanggal_12_Agustus_2017),

Pukul 15.01 Wib.

Tesis Hukum “Perlindungan Konsumen” Diakses dari <http://tesishukum.com/pegawai> Perlindungan Hukum Menurut Para Ahli.

Diakses dari http://legal-community.blogspot.co.id/2011/08/aspek-aspek_Hukum-Transaksi-Jual-Beli.html, ada Tanggal 06 Juli 2017.

Diakses dari: <http://www.npslawoffice.com/pengertian-jual-beli secara-umum/>, pada Tanggal 06 Juli 2017.



PAYTREN REGIONAL AGENCY

JAKARTA TIMUR

Nomor : 0201/PRAJAKTIM/VII/17

Jakarta, 18 Juli 2017

Lamp.

:-

Perihal : Mohon Data / Wawancara

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Syariah

Institut Ilmu Al-Quran (IIQ) Jakarta

Di

Tempat

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Memperhatikan surat saudara Nomor 0426/DFS.B.7/VI/17, tanggal 15 Juni 2017, perihal permohonan wawancara Paytren Regional Agency Jakarta Timur menerangkan bahwa :

Nama : Mimah

No Pokok : 13110689

Telah melakukan riset/ wawancara di Paytren Regional Agency Jakarta Timur, untuk memenuhi tugas akhir kuliah/ Skripsi.

Demikian atas perhatian kami ucapan terimakasih.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Manajer Operasional

Paytren Regional Agency Jakarta Timur

Octa Chandra Fatahillah

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA

NOMOR 8 TAHUN 1999

TENTANG

PERLINDUNGAN KONSUMEN

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

Menimbang

- : a. bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata materiil dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
- b. bahwa pembangunan perekonomian nasional opada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/ jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen;
- c. bahwa semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepatian atas mutu, jumlah dan keamanan barang dan/ atau jasa yang diperolehnya di pasar;
- d. bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap perilaku usaha yang bertanggung jawab;
- e. bahwa ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

- f. bahwa berdasarkan pertimbangan tersebut di atas diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat;
- g. bahwa untuk itu perlu dibentuk undang-undang tentang perlindungan konsumen.

Mengingat : Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27, dan Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945

Dengan persetujuan

DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA

MEMUTUSKAN

Menetapkan : **UNDANG-UNDANG TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

BAB I KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam undang-undang ini yang dimaksud dengan :

1. **Perlindungan konsumen** adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen
2. **Konsumen** adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
3. **Pelaku usaha** adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

4. **Barang** adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.
5. **Jasa** adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.
6. **Promosi** adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan.
7. **Impor barang** adalah kegiatan memasukkan barang ke dalam daerah pabean.
8. **Impor jasa** adalah kegiatan penyediaan jasa asing untuk digunakan di dalam wilayah Republik Indonesia.
9. **Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat** adalah lembaga non-pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.
10. **Klausula Baku** adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.
11. **Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen** adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.
12. **Badan Perlindungan Konsumen Nasional** adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen.
13. **Menteri** adalah menteri yang ruang lingkup tugas dan tanggung jawabnya meliputi bidang perdagangan.

BAB II

ASAS DAN TUJUAN

Pasal 2

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.

Pasal 3

Perlindungan konsumen bertujuan :

- a. meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

BAB III

HAK DAN KEWAJIBAN

Bagian Pertama

Hak dan Kewajiban Konsumen

Pasal 4

Hak konsumen adalah :

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 5

Kewajiban konsumen adalah :

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Bagian Kedua

Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pasal 6

Hak pelaku usaha adalah :

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 7

Kewajiban pelaku usaha adalah :

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

BAB IV

PERBUATAN YANG DILARANG

BAGI PELAKU USAHA

Pasal 8

- (1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

- a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
 - h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
 - i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/ dibuat;
 - j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
- (3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
- (4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

- b. cacat barang timbul pada kemudian hari;
- c. cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang;
- d. kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen;
- e. lewatnya jangka waktu penuntutan 4 (empat) tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan.

Pasal 28

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 22, dan Pasal 23 merupakan beban dan tanggungjawab pelaku usaha.

BAB VII

PEMBINAAN DAN PENGAWASAN

Bagian Pertama

Pembinaan

Pasal 29

- (1) Pemerintah bertanggungjawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.
- (2) Pembinaan oleh pemerintah atas penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
- (3) Menteri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) melakukan koordinasi atas penyelenggaraan perlindungan konsumen.
- (4) Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi upaya untuk:
 - a. terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

- b. berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
 - c. meningkatnya kualitas sumberdaya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.
5. Ketentuan lebih lanjut mengenai pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Kedua Pengawasan

Pasal 30

- (2) Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
- (3) Pengawasan oleh pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
- (4) Pengawasan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
- (5) Apabila hasil pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) ternyata menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan membahayakan konsumen, Menteri dan/atau menteri teknis mengambil tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (6) Hasil pengawasan yang diselenggarakan masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.
- (7) Ketentuan pelaksanaan tugas pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.

BAB VIII

BADAN PERLINDUNGAN KONSUMEN NASIONAL

Bagian Pertama

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Nama, Kedudukan, Fungsi, dan Tugas

Pasal 31

Dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen dibentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 32

Badan Perlindungan Konsumen Nasional berkedudukan di Ibu Kota Negara Republik Indonesia dan bertanggung jawab kepada Presiden.

Pasal 33

Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia.

Pasal 34

- (1) Untuk menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33, Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai tugas:
- memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
 - melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
 - melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
 - mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
 - menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen;

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

- f. menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha;
 - g. melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.
- (2) Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat bekerjasama dengan organisasi konsumen internasional.

Bagian Kedua

Susunan Organisasi dan Keanggotaan

Pasal 35

- (1) Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri atas seorang ketua merangkap anggota, seorang wakil ketua merangkap anggota, serta sekurang-kurangnya 15 (lima belas) orang dan sebanyak-banyaknya 25 (duapuluhan lima) orang anggota yang mewakili semua unsur.
- (2) Anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional diangkat dan diberhentikan oleh Presiden atas usul Menteri, setelah dikonsultasikan kepada Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia.
- (3) Masa jabatan ketua, wakil ketua, dan anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional selama (3) tiga tahun dan dapat diangkat kembali untuk 1 (satu) kali masa jabatan berikutnya.
- (4) Ketua dan wakil ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional dipilih oleh anggota.

Pasal 36

Anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri atas unsur:

- a. pemerintah;

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

- b. pelaku usaha;
- c. lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
- d. akademis; dan
- e. tenaga ahli.

Pasal 37

Persyaratan keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah:

- a. warga negara Republik Indonesia;
- b. berbadan sehat;
- c. berkelakuan baik;
- d. tidak pernah dihukum karena kejahatan;
- e. memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen; dan
- f. berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun.

Pasal 38

Keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional berhenti karena:

- a. meninggal dunia;
- b. mengundurkan diri atas permintaan sendiri;
- c. bertempat tinggal di luar wilayah Republik Indonesia;
- d. sakit secara terus menerus;
- e. berakhir masa jabatan sebagai anggota; atau
- f. diberhentikan.

Pasal 39

- (1) Untuk kelancaran pelaksanaan tugas, Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibantu oleh sekretariat.
- (2) Sekretariat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipimpin oleh seorang sekretaris yang diangkat oleh Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.
- (3) Fungsi, tugas, dan tata kerja sekretariat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dalam keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Pasal 40

- (1) Apabila diperlukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat membentuk perwakilan di Ibu Kota Daerah Tingkat I untuk membantu pelaksanaan tugasnya.
- (2) Pembentukan perwakilan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan lebih lanjut dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 41

Dalam pelaksanaan tugas, Badan Perlindungan Konsumen Nasional bekerja berdasarkan tata kerja yang diatur dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 42

Biaya untuk pelaksanaan tugas Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibebankan kepada anggaran pendapatan dan belanja negara dan sumber lain yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pasal 43

Ketentuan lebih lanjut mengenai pembentukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional diatur dalam Peraturan Pemerintah.

BAB IX

LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN

SWADAYA MASYARAKAT

Pasal 44

- (1) Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat.

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

- (2) Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.
- (3) Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan:
 - a. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
 - b. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
 - c. bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
 - d. membantu konsumen dalam menyerukan haknya, termasuk menentukan keluhan atau pengaduan konsumen;
 - e. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (3) diatur dalam Peraturan Pemerintah.

BAB X

PENYELESAIAN SENGKETA

Bagian Pertama

Umum

Pasal 45

- (1) Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.
- (2) Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

- (3) Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang.
- (4) Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

Pasal 46

- (1) Gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh:
 - a. seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;
 - b. kelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama;
 - c. lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya;
 - d. pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.
- (2) Gugatan yang diajukan oleh sekelompok konsumen, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, huruf c, atau huruf d diajukan kepada peradilan umum.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf d diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Kedua

Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Pasal 47

Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

Bagian Ketiga

Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan

Pasal 48

Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan dalam Pasal 45.

BAB XI

BADAN PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN

Pasal 49

- (1) Pemerintah membentuk badan penyelesaian sengketa konsumen di Daerah Tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan.
- (2) Untuk dapat diangkat menjadi anggota badan penyelesaian sengketa konsumen, seseorang harus memenuhi syarat sebagai berikut:
 - a. warga negara Republik Indonesia;
 - b. berbadan sehat;
 - c. berkelakuan baik;
 - d. tidak pernah dihukum karena kejahatan;
 - e. memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen;
 - f. berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun.

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

- (3) Anggota sebagaimana dimaksud pada ayat (2) terdiri atas unsur pemerintah, unsur konsumen, dan unsur pelaku usaha.
- (4) Anggota setiap unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) berjumlah sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang, dan sebanyak-banyaknya 5 (lima) orang.
- (5) Pengangkatan dan pemberhentian anggota badan penyelesaian sengketa konsumen ditetapkan oleh Menteri.

Pasal 50

Badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 49 ayat (1) terdiri atas:

- a. ketua merangkap anggota;
- b. wakil ketua merangkap anggota;
- c. anggota.

Pasal 51

- (1) Badan penyelesaian sengketa konsumen dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh sekretariat.
- (2) Sekretariat badan penyelesaian sengketa konsumen terdiri atas kepala sekretariat dan anggota sekretariat.
- (3) Pengangkatan dan pemberhentian kepala sekretariat dan anggota sekretariat badan penyelesaian sengketa konsumen ditetapkan oleh Menteri.

Pasal 52

Tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen meliputi:

- a. melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;
- b. memberikan konsultasi perlindungan konsumen;

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

- c. melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
- d. melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-undang ini;
- e. menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- f. melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
- g. memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- h. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap Undang-undang ini;
- i. meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen;
- j. mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;
- k. memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;
- l. memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- m. menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-undang ini.

Pasal 53

Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen Daerah Tingkat II diatur dalam surat keputusan menteri.

Pasal 54

- (1) Untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen, badan penyelesaian sengketa konsumen membentuk majelis.

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

- (2) Jumlah anggota majelis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus ganjil dan sedikit-sedikitnya 3 (tiga) orang yang mewakili semua unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 49 ayat (3), serta dibantu oleh seorang panitera.
- (3) Putusan majelis final dan mengikat.
- (4) Ketentuan teknis lebih lanjut mengenai pelaksanaan tugas majelis diatur dalam surat keputusan menteri.

Pasal 55

Badan penyelesaian sengketa konsumen wajib mengeluarkan putusan paling lambat dalam waktu 21 (dua puluh satu) hari kerja setelah gugatan diterima.

Pasal 56

- (1) Dalam waktu paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sejak menerima putusan badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 55 pelaku usaha wajib melaksanakan putusan tersebut.
- (2) Para pihak dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri paling lambat 14 (empatbelas) hari kerja setelah menerima pemberitahuan putusan tersebut.
- (3) Pelaku usaha yang tidak mengajukan keberatan dalam jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dianggap menerima putusan badan penyelesaian sengketa konsumen.
- (4) Apabila ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (3) tidak dijalankan oleh pelaku usaha, badan penyelesaian sengketa konsumen menyerahkan putusan tersebut kepada penyidik untuk melakukan penyidikan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- (5) Putusan badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (3) merupakan bukti permulaan yang cukup bagi penyidik untuk melakukan penyidikan.

Pasal 57

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Putusan majelis sebagaimana dimaksud dalam Pasal 54 ayat (3) dimintakan penetapan eksekusinya kepada Pengadilan Negeri di tempat konsumen yang dirugikan.

Pasal 58

- (1) Pengadilan Negeri wajib mengeluarkan putusan atas keberatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 56 ayat (2) dalam waktu paling lambat 21 (duapuluhan satu) hari sejak diterimanya keberatan.
- (2) Terhadap putusan Pengadilan Negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (1), para pihak dalam waktu paling lama 14 (empat belas) hari dapat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung Republik Indonesia.
- (3) Mahkamah Agung Republik Indonesia wajib mengeluarkan putusan dalam waktu paling lambat 30 (tiga puluh) hari sejak menerima permohonan kasasi.

BAB XII

PENYIDIKAN

Pasal 59

- (1) Selain Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia, Pejabat Pegawai Negeri Sipil tertentu dilingkungan instansi pemerintah yang lingkup tugas dan tanggung jawabnya dibidang perlindungan konsumen juga diberi wewenang khusus sebagai penyidik sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang Hukum Acara Pidana yang berlaku.
- (2) Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berwenang:
 - a. melakukan pemeriksaan atas kebenaran laporan atau keterangan berkenaan dengan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - b. melakukan pemeriksaan terhadap orang lain atau badan hukum yang diduga melakukan tindak pidana dibidang perlindungan konsumen;
 - c. meminta keterangan dan bahan bukti dari orang atau badan hukum sehubungan dengan peristiwa tindak pidana dibidang perlindungan konsumen;

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

- d. melakukan pemeriksaan atas pembukuan, catatan, dan dokumen lain berkenaan dengan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - e. melakukan pemeriksaan ditempat tertentu yang diduga terdapat bahan bukti serta melakukan penyitaan terhadap barang hasil pelanggaran yang dapat dijadikan bukti dalam perkara tindak pidana di bidang perlindungan konsumen.
 - f. meminta bantuan ahli dalam rangka pelaksanaan tugas penyidikan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen.
- (3) Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memberitahukan dimulainya penyidikan dan hasil penyidikannya kepada Penyidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia.
- (4) Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menyampaikan hasil penyidikan kepada Penuntut Umum melalui Penyidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia.

BAB XIII

S A N K S I

Bagian Pertama

Sanksi Administratif

Pasal 60

- (1) Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25 dan Pasal 26.
- (2) Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 (duaratus juta rupiah).
- (3) Tata cara penetapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.

Bagian Kedua

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Sanksi Pidana

Pasal 61

Penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya.

Pasal 62

- (1) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c,huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
- (2) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

Pasal 63

Terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62, dapat dijatuhan hukuman tambahan, berupa:

- a. perampasan barang tertentu;
- b. pengumuman keputusan hakim;
- c. pembayaran ganti rugi;
- d. perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
- e. kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
- f. pencabutan izin usaha.

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

BAB XIV KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 64

Segala ketentuan peraturan perundang-undangan yang bertujuan melindungi konsumen yang telah ada pada saat undang-undang ini diundangkan, dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dan/atau tidak bertentangan dengan ketentuan dalam undang-undang ini.

BAB XV KETENTUAN PENUTUP

Pasal 65

Undang-undang ini mulai berlaku setelah 1 (satu) tahun sejak diundangkan. Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan undang-undang ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Disahkan di Jakarta
Pada tanggal 20 April 1999
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

ttd.

BACHARUDDIN JUSUF HABIBIE

Diundangkan di Jakarta
Pada tanggal 20 April 1999
**MENTERI NEGARA SEKRETARIS NEGARA
REPUBLIK INDONESIA**

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

ttd.

AKBAR TANDJUNG LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 1999 NOMOR 42

PENJELASAN ATAS UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

I. UMUM

Pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Di samping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.

Kondisi yang demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen.

Disisi lain, kondisi dan fenomena tersebut di atas dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu, Undang-undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Upaya pemberdayaan ini penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha, yang pada dasarnya prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Prinsip ini sangat merugikan kepentingan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Atas dasar kondisi sebagaimana dipaparkan di atas, perlu upaya pemberdayaan konsumen melalui pembentukan undang-undang yang dapat melindungi kepentingan konsumen secara integratif dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif di masyarakat.

Piranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha yang sehat yang mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas.

Disamping itu, Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini dalam pelaksanaannya tetap memberikan perhatian khusus kepada pelaku usaha kecil dan menengah. Hal itu dilakukan melalui upaya pembinaan dan penerapan sanksi atas pelanggarannya.

Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini dirumuskan dengan mengacu pada filosofi pembangunan nasional bahwa pembangunan nasional termasuk pembangunan hukum yang memberikan perlindungan terhadap konsumen adalah dalam rangka membangun manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah kenegaraan Republik Indonesia yaitu dasar negara Pancasila dan konstitusi negara Undang-Undang Dasar 1945.

Disamping itu, Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen pada dasarnya bukan merupakan awal dan akhir dari hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen,

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

sebab sampai pada terbentuknya Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini telah ada beberapa undang-undang yang materinya melindungi kepentingan konsumen, seperti:

- a. Undang-undang Nomor 10 Tahun 1961 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang Nomor 1 Tahun 1961 tentang Barang, menjadi Undang-undang;
- b. Undang-undang Nomor 2 Tahun 1966 tentang Hygiene;
- c. Undang-undang Nomor 5 Tahun 1974 tentang Pokok-pokok Pemerintahan di Daerah;
- d. Undang-undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal;
- e. Undang-undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan;
- f. Undang-undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian;
- g. Undang-undang Nomor 15 Tahun 1985 tentang Ketenagalistrikan;
- h. Undang-undang Nomor 1 Tahun 1987 tentang Kamar Dagang dan Industri;
- i. Undang-undang Nomor 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan;
- j. Undang-undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Agreement Establishing The World Trade Organization (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia);
- k. Undang-undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas;
- l. Undang-undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil;
- m. Undang-undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan;
- n. Undang-undang Nomor 12 Tahun 1997 tentang perubahan Atas Undang-undang Hak Cipta sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 7 Tahun 1987;
- o. Undang-undang Nomor 13 Tahun 1997 tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 6 Tahun 1989 tentang Paten;
- p. Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 19 Tahun 1989 tentang Merek;
- q. Undang-undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup;
- r. Undang-undang Nomor 24 Tahun 1997 tentang Penyiaran;
- s. Undang-undang Nomor 25 Tahun 1997 tentang Ketenagakerjaan;
- t. Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.

Perlindungan konsumen dalam hal pelaku usaha melanggar hak atas kekayaan intelektual (HAK) tidak diatur dalam Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini karena sudah

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

diatur dalam Undang-undang Nomor 12 Tahun 1997 tentang Hak Cipta, Undang-undang Nomor 13 Tahun 97 tentang Paten, dan Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Merek, yang melarang menghasilkan atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang melanggar ketentuan tentang HAKI.

Demikian juga perlindungan konsumen di bidang lingkungan hidup tidak diatur dalam Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini karena telah diatur dalam Undang-undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup mengenai kewajiban setiap orang untuk memelihara kelestarian fungsi lingkungan hidup serta mencegah dan menanggulangi pencemaran dan perusakan lingkungan hidup.

Dikemudian hari masih terbuka kemungkinan terbentuknya undang-undang baru yang pada dasarnya memuat ketentuan-ketentuan yang melindungi konsumen. Dengan demikian, Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini merupakan payung yang mengintegrasikan dan memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen.

II. PASAL DEMI PASAL

Pasal 1

Angka 1

Cukup jelas

Angka 2

Di dalam kepustakaan ekonomi dikenal istilah konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam undang-undang ini adalah konsumen akhir.

Angka 3

Pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, koperasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain.

Angka 4

Cukup jelas

Angka 5

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Cukup jelas

Angka 6

Cukup jelas

Angka 7

Cukup jelas

Angka 8

Cukup jelas

Angka 9

Lembaga ini dibentuk untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam upaya perlindungan konsumen serta menunjukkan bahwa perlindungan konsumen menjadi tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat.

Angka 10

Cukup jelas

Angka 11

Badan ini dibentuk untuk menangani penyelesaian sengketa konsumen yang efisien, cepat, murah dan profesional.

Angka 12

Cukup jelas

Angka 13

Cukup jelas

Pasal 2

Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional yaitu:

1. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materil ataupun spiritual.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
5. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Pasal 3

Cukup jelas

Pasal 4

Huruf a

Cukup jelas

Huruf b

Cukup jelas

Huruf c

Cukup jelas

Huruf d

Cukup jelas

Huruf e

Cukup jelas

Huruf f

Cukup jelas

Huruf g

Hak untuk diperlukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif berdasarkan suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya, miskin dan status sosial lainnya.

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Huruf h

Cukup jelas

Huruf i

Cukup jelas

Pasal 5

Cukup jelas

Pasal 6

Cukup jelas

Pasal 7

Huruf a

Cukup jelas

Huruf b

Cukup jelas

Huruf c

Pelaku usaha dilarang membeda-bedakan konsumen dalam memberikan pelayanan.

Pelaku usaha dilarang membeda-bedakan mutu pelayanan kepada konsumen.

Huruf d

Cukup jelas

Huruf e

Yang dimaksud dengan barang dan/atau jasa tertentu adalah barang yang dapat diuji atau dicoba tanpa mengakibatkan kerusakan atau kerugian.

Huruf f

Cukup jelas

Huruf g

Cukup jelas

Pasal 8

Ayat (1)

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Huruf a

Cukup jelas

Huruf b

Cukup jelas

Huruf c

Cukup jelas

Huruf d

Cukup jelas

Huruf e

Cukup jelas

Huruf f

Cukup jelas

Huruf g

Jangka waktu penggunaan/ pemanfaatannya yang paling baik adalah terjemahan dari kata 'best before' yang biasa digunakan dalam label produk makanan.

Huruf h

Cukup jelas

Huruf i

Cukup jelas

Huruf j

Cukup jelas

Ayat (2)

Barang-barang yang dimaksud adalah barang-barang yang tidak membahayakan konsumen menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Ayat (3)

Sediaan farmasi dan pangan yang dimaksud adalah yang membahayakan konsumen menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Ayat (4)

Menteri dan menteri teknis berwenang menarik barang dan/atau jasa dari peredaran.

Pasal 9

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Pasal 10

Cukup jelas

Pasal 11

Huruf a

Cukup jelas

Huruf b

Cukup jelas

Huruf c

Cukup jelas

Huruf d

Yang dimaksud dengan jumlah tertentu dan jumlah yang cukup adalah jumlah yang memadai sesuai dengan antisipasi permintaan konsumen.

Huruf e

Cukup jelas

Huruf f

Cukup jelas

Pasal 14

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Cukup jelas

Pasal 15

Cukup jelas

Pasal 16

Cukup jelas

Pasal 17

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Pasal 18

Ayat (1)

Larangan ini dimaksudkan untuk menempatkan kedudukan konsumen setara dengan pelaku usaha berdasarkan prinsip kebebasan berkontrak.

Huruf a

Cukup jelas

Huruf b

Cukup jelas

Huruf c

Cukup jelas

Huruf d

Cukup jelas

Huruf e

Cukup jelas

Huruf f

Cukup jelas

Huruf g

Cukup jelas

Huruf h

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Ayat (4)

Cukup jelas

Pasal 19

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Ayat (4)

Cukup jelas

Ayat (5)

Cukup jelas

Pasal 20

Cukup jelas

Pasal 21

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Pasal 22

Ketentuan ini dimaksudkan untuk menerapkan sistem beban pembuktian terbalik.

Pasal 23

Cukup jelas

Pasal 24

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Pasal 25

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Pasal 26

Cukup jelas

Pasal 27

Huruf a

Cukup jelas

Huruf b

Cacat timbul di kemudian hari adalah sesudah tanggal yang mendapat jaminan dari pelaku usaha sebagaimana diperjanjikan, baik tertulis maupun lisan.

Huruf c

Yang dimaksud dengan kualifikasi barang adalah ketentuan standardisasi yang telah ditetapkan pemerintah berdasarkan kesepakatan semua pihak.

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Huruf d

Cukup jelas

Huruf e

Jangka waktu yang diperjanjikan itu adalah masa garansi

Pasal 28

Cukup jelas

Pasal 29

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Ayat (4)

Cukup jelas

Ayat (5)

Cukup jelas

Pasal 30

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Yang bertanggung jawab dengan menteri teknis adalah menteri yang bertanggung jawab secara teknis menurut bidang tugasnya.

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Ayat (3)

Pengawasan yang dilakukan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan atas barang dan/atau jasa yang beredar di pasar dengan cara penelitian, pengujian dan/atau survei.

Aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha.

Ayat (4)

Cukup jelas

Ayat (5)

Cukup jelas

Ayat (6)

Cukup jelas

Pasal 31

Cukup jelas

Pasal 32

Cukup jelas

Pasal 33

Cukup jelas

Pasal 34

Ayat (1)

Huruf a

Cukup jelas

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Huruf b

Cukup jelas

Huruf c

Cukup jelas

Huruf d

Cukup jelas

Huruf e

Keberpihakan kepada konsumen dimaksudkan untuk meningkatkan sikap peduli yang tinggi terhadap konsumen (*wise consumerism*).

Huruf f

Cukup jelas

Huruf g

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Pasal 35

Ayat (1)

Jumlah wakil setiap unsur tidak harus sama.

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Ayat (4)

Cukup jelas

Pasal 36

Huruf a

Cukup jelas

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Huruf b

Cukup jelas

Huruf c

Cukup jelas

Huruf d

Akademis adalah mereka yang berpendidikan tinggi dan anggota perguruan tinggi.

Huruf e

Tenaga ahli adalah mereka yang berpengalaman di bidang perlindungan konsumen.

Pasal 37

Cukup jelas

Pasal 38

Huruf a

Cukup jelas

Huruf b

Cukup jelas

Huruf c

Cukup jelas

Huruf d

Sakit secara terus menerus sehingga tidak mampu melaksanakan tugasnya.

Huruf e

Cukup jelas

Huruf f

Cukup jelas

Pasal 39

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Ayat (3)

Cukup jelas

Pasal 40

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Yang dimaksud dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah keputusan yang ditetapkan berdasarkan musyawarah anggota.

Pasal 41

Yang dimaksud dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah keputusan yang ditetapkan berdasarkan musyawarah anggota.

Pasal 42

Cukup jelas

Pasal 43

Cukup jelas

Pasal 44

Ayat (1)

Yang dimaksud dengan memenuhi syarat, antara lain, terdaftar dan diakui serta bergerak di bidang perlindungan konsumen.

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Ayat (4)

Cukup jelas

Pasal 45

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat ini tidak menutup kemungkinan penyelesaian damai oleh para pihak yang bersengketa. Pada setiap tahap diusahakan untuk menggunakan penyelesaian damai oleh kedua belah pihak yang bersengketa.

Yang dimaksud dengan penyelesaian secara damai adalah penyelesaian yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang bersengketa (pelaku usaha dan konsumen) tanpa melalui pengadilan atau badan penyelesaian sengketa konsumen dan tidak bertentangan dengan undang-undang ini.

Ayat (3)

Cukup jelas

Ayat (4)

Cukup jelas

Pasal 46

Ayat (1)

Huruf a

Cukup jelas

Huruf b

Undang-undang ini mengakui gugatan kelompok atau class action. Gugatan kelompok atau class action harus diajukan oleh konsumen yang benar-benar dirugikan dan dapat dibuktikan secara hukum, salah satu diantaranya adalah adanya bukti transaksi.

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Huruf c

Cukup jelas

Huruf d

Tolok ukur kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit yang dipakai adalah besar dampaknya terhadap konsumen.

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Pasal 47

Bentuk jaminan yang dimaksud dalam hal ini berupa pernyataan tertulis yang menerangkan bahwa tidak akan terulang kembali perbuatan yang telah merugikan konsumen tersebut.

Pasal 48

Cukup jelas

Pasal 49

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Unsur konsumen adalah lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau sekelompok konsumen.

Ayat (4)

Cukup jelas

Ayat (5)

Cukup jelas

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Pasal 50

Cukup jelas

Pasal 51

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Pasal 52

Cukup jelas

Pasal 53

Cukup jelas

Pasal 54

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Yang dimaksud dengan putusan majelis bersifat final adalah bahwa dalam badan penyelesaian sengketa konsumen tidak ada upaya banding dan kasasi.

Ayat (4)

Cukup jelas

Pasal 55

Cukup jelas

UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Pasal 56

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Ayat (4)

Cukup jelas

Ayat (5)

Cukup jelas

Pasal 57

Cukup jelas

Pasal 58

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Pasal 59

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)