

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

1. Konsep Perlindungan Konsumen

Perkembangan perekonomian yang pesat yang didukung oleh perkembangan teknologi dan informasi akan memperluas arus transaksi, sehingga akan menimbulkan berbagai macam barang atau jasa yang bervariasi. Kondisi tersebut tentu saja sangat menguntungkan konsumen karena pemenuhan kebutuhannya akan terpenuhi dengan mudah. Namun, hal tersebut membuat kedudukan konsumen tidak seimbang dengan pelaku usaha dimana posisi konsumen akan berada diposisi yang lemah. Konsumen akan menjadi objek dalam melakukan aktivitas bisnis bagi pelaku usaha dengan meraup keuntungan yang besar dengan cara melakukan penjualan yang akan menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Konsumen termasuk siapa saja yang memanfaatkan barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat untuk tujuan *non-komersial* seperti untuk kepentingan pribadi, keluarga, maupun sosial. Dalam hal perlindungan konsumen, harus mencakup segala sesuatu mulai dari tindakan dalam mendapatkan barang atau jasa hingga dampak penggunaannya. Perlindungan terhadap konsumen berlaku dalam segala transaksi jual beli secara langsung maupun *online* seperti yang saat ini berkembang. Meskipun

jual beli tersebut dilakukan secara *online*, konsumen tetap berhak untuk mendapatkan perlindungan tanpa terkecuali.

Kesadaran konsumen akan haknya masih sangat rendah karena rendahnya pengetahuan konsumen mengenai hal tersebut. Maka dari itu, perlindungan konsumen akan memberikan jaminan hukum kepada konsumen secara adil. Perlindungan hukum kepada konsumen diwujudkan melalui perundang-undangan yang bersifat umum sehingga setiap orang yang melakukan transaksi barang atau jasa akan mendapatkan kepastian hukum. Penetapan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa segala upaya dengan tujuan untuk menjamin adanya kepastian hukum bagi konsumen merupakan arti dari perlindungan konsumen dan hal tersebut dimaksudkan sebagai upaya perlindungan agar kedudukan konsumen kuat dan setara.

2. Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli Online

Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa konsumen memiliki hak untuk memilih serta mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi yang dijanjikan. Selain itu, konsumen juga berhak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan jujur mengenai kondisi barang atau jasa. Konsumen juga memiliki hak untuk mendapatkan ganti rugi jika barang yang diterima tidak sesuai dengan kesepakatan sebagaimana mestinya.

Selain hak konsumen yang harus dipenuhi, pelaku usaha juga memiliki kewajiban sebagaimana diatur dalam Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen. Dalam Pasal tersebut disebutkan bahwa pelaku usaha harus

memberikan informasi yang benar, jelas, serta jujur mengenai kondisi barang atau jasa. Mengenai barang atau jasa yang tidak sesuai dengan kesepakatan, maka pelaku usaha harus melakukan kompensasi atau ganti rugi. Pada Pasal 8 UU Perlindungan Konsumen, pelaku usaha dilarang untuk memperdagangkan barang atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dicantumkan dalam iklan atau foto maupun promosi penjualan barang atau jasa. Berdasarkan Pasal tersebut, maka ketidaksesuaian kondisi barang yang diterima dengan yang telah dijanjikan merupakan bentuk pelanggaran atau larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barangnya.

3. Tujuan Perlindungan Konsumen Terhadap Pelaku Usaha dan Konsumen

Kepentingan rakyat akan dirugikan oleh ketidakberdayaan konsumen dalam berhubungan dengan penjual. Penjual biasanya bersembunyi di balik *standard contract* atau disebut juga perjanjian baku yang telah ditandatangani oleh kedua pihak. Akibatnya, muncul bidang ilmu hukum baru yang disebut perlindungan konsumen sebagai tanggapan atas perkembangan kesadaran konsumen. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur tentang hak-hak konsumen yang wajib dilindungi di Indonesia. Tujuannya bukan untuk merugikan penjual, melainkan untuk meningkatkan kesadaran akan hak konsumen secara *universal* karena melindungi konsumen juga melindungi Hak Asasi Manusia (HAM) serta mendorong lahirnya usaha-usaha yang sehat dan berkualitas. Terdapat lima asas pada Pasal 2 UU Perlindungan Konsumen yang menjadi dasar dalam perlindungan konsumen :

- a. Bermanfaat, yakni dalam memberikan perlindungan harus bermanfaat terhadap kepentingan pelaku usaha maupun konsumen.
- b. Adil, yakni bertujuan supaya pelaku usaha maupun konsumen mendapatkan haknya dan menjalankan kewajibannya dengan adil.
- c. Seimbang, yakni kepentingan antara pelaku usaha, konsumen, serta pemerintah harus diwujudkan dan diatur dengan seimbang.
- d. Keamanan dan keselamatan konsumen, yakni menjamin keselamatan konsumen dalam menggunakan serta memanfaatkan barang atau jasa yang diperoleh.
- e. Kepastian hukum, yakni memastikan pelaku usaha maupun konsumen mentaati peraturan serta mendapatkan keadilan dalam upaya perlindungan konsumen.

UU Perlindungan Konsumen diharapkan dapat memberikan rasa aman kepada konsumen guna memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Seperti dapat dilihat bahwa UU Perlindungan Konsumen memiliki sanksi pidana dalam semua norma perlindungan konsumen. Semua upaya untuk melindungi konsumen tidak hanya terhadap tindakan preventif tetapi juga tindakan represif. Akibatnya, pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan:

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung ketentuan kejelasan hukum dan kemudahan akses informasi.
- b. Melindungi seluruh kepentingan pelaku usaha, khususnya konsumen.
- c. Meningkatkan tingkat kualitas produk dan layanan.
- d. Melindungi konsumen dari praktik bisnis yang tidak jujur dan menipu.

- e. Mengintegrasikan perlindungan konsumen dengan bidang perlindungan lainnya.

Oleh karena itu, UU perlindungan konsumen mengacu pada prinsip serta pedoman yang mengatur dan melindungi konsumen yang melibatkan penjualan dan penggunaan produk konsumen, baik oleh penjual maupun konsumen. Tegasnya, hukum perlindungan konsumen yakni mencakup semua undang-undang, aturan, dan putusan pengadilan yang ada hubungannya dengan melindungi kepentingan konsumen.¹

B. Jual Beli dalam Hukum Islam

1. Pengertian Jual Beli

Dalam Bahasa Arab, jual beli termasuk menukar, mengganti, dan menjual (sesuatu untuk sesuatu yang lain). Secara syara', jual beli melibatkan pengalihan kepemilikan harta dengan harta. Atau dengan kata lain, jual beli merupakan pemindahan kepemilikan dengan kompensasi sesuai dengan syariat.² Jual beli termasuk dalam kegiatan tukar menukar sesuatu dengan sesuatu, seperti menukar barang dengan barang atau uang dengan kesepakatan bersama tanpa ada paksaan.

Al-Imam An-Nawawi memandang jual beli sebagai pertukaran harta dengan harta melalui kepemilikan. Ibnu Qudamah menyebutkan bahwa jual beli melibatkan kepemilikan dan penguasaan pertukaran harta dengan harta. Wahbah Az-Zuhaili mendefinisikan jual beli berarti menukar satu

¹ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2013), 21.

² Syaikh, Ariyadi, Norwili, *Fikih Muamalah Memahami Konsep dan Dialektika Kontemporer*, (Yogyakarta: K-Media, 2020), 44.

hal dengan yang lain.³ Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa barang yang ditukar dengan barang maupun uang dengan cara melepaskan kepemilikan secara tetap atas kesepakatan kedua pihak disebut dengan jual beli.

2. Hukum Jual Beli

Hukum jual beli bisa berbeda-beda karena merupakan perkara muamalat yang tergantung dari bagaimana pelanggaran syariah tersebut terjadi. Al-Imam Asy-Syafi'i menyebutkan bahwa jual beli hukumnya mubah, yakni jika terjadi karena kerelaan dari kedua belah pihak. Namun, jika terjadi suatu hal tertentu seperti apabila jual beli tersebut dilarang Rasulullah saw atau termasuk yang dilarang, maka kehalalan jual beli tersebut akan menjadi haram.

Jual beli harus dilakukan sesuai dengan tuntunan syariat Islam. Dilarang berdagang secara tidak sah, misalnya berbohong, curang, riba dan sejenisnya. Allah SWT mengajarkan dengan firmanNya :⁴

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba” (QS. Al Baqarah (2): 275)⁵

Dalam ayat lain, Allah juga berfirman :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ

³ Ahmad Sarwat, *Fiqh Jual Beli*, (Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2018), 5.

⁴ Siti Choiriyah, *Mu'amalah Jual Beli dan Selain Jual Beli*, (Surakarta: Centre for Developing Academic Quality (CDAQ) STAIN Surakarta, 2009), 18.

⁵ M. Quraish Shihab, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 61.

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil“ (QS. An Nisa’(4) : 29)⁶

Ulama telah mengelompokkan keharaman jual beli dengan mengurutkan penyebab keharamannya, diantaranya :⁷

1) Haram terkait dengan akad

a) Barang melanggar syariah

Barang akan dianggap haram jika melanggar syarat serta ketentuan dalam akad, seperti benda najis, barang yang tidak pernah ada, atau bahkan barang tersebut tidak mungkin untuk diserahkan.

b) Akad melanggar syariah

Yang dimaksud melanggar syariah dalam hal ini yakni jual beli dengan unsur riba serta *gharar*. Contoh diharamkan karena mengandung unsur *gharar* yakni jual beli janin hewan yang masih dalam kandungan induknya, jual beli buah mentah, jual beli wol yang masih melekat pada kambing, dan lain sebagainya.

2) Haram terkait dengan hal-hal di luar akad

a) Dharah mutlak

Jual beli yang dimaksud dalam hal ini seperti jual beli sari buah yang akan dibuat khamar, jual beli yang ditawarkan atau dibeli oleh saudaranya, jual beli budak yang memisahkan ibu dari anaknya, dan lain sebagainya.

⁶ Ibid., 112.

⁷ Siti Choiriyah, *Mu'amalah Jual Beli Dan Selain Jual Beli*, (Surakarta: Centre for Developing Academic Quality (CDAQ) STAIN Surakarta, 2009), 8.

b) Melanggar larangan agama

Jual beli yang dimaksud dalam hal ini seperti jual beli ketika azan shalat jum'at berkumandang serta jual beli mushaf kepada non muslim.

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Ulama Hanafiah memiliki pendapat yakni rukun dari jual beli adalah ijab serta qabul yang menunjukkan kegiatan saling tukar menukar. Namun, pada umumnya ulama telah sepakat bahwa perkara yang harus ada dalam jual beli, yakni:⁸

1) Adanya pelaku (penjual) dan pembeli

Syarat utama yang harus dipenuhi yakni telah memenuhi ahliyah berupa keadaan pelaku yang harus berakal dan juga baligh atau dewasa. Dalam fiqh berakal disebut dengan 'aqil, yang berarti seseorang tidak gila atau akalnya waras. Oleh karena itu, jika salah satu atau kedua pihak dianggap tidak sehat akalnya, maka transaksi jual beli tersebut batal menurut hukum syariah.

Sesuai dengan hukum Islam, seseorang yang tidak sehat akalnya tetap memiliki jaminan secara hak kepemilikan atas harta, seperti pada pembagian waris. Sekalipun salah seorang ahli waris itu gila, maka tetap diakui secara sah sebagai ahli waris dan hak-haknya tidak gugur. Sebab, menurut fiqh mawaris, masalah kesehatan jiwa bukanlah termasuk keadaan yang membatalkan hak ahli waris. Namun, untuk menjaga haknya, syariat

⁸ Ibid., 10.

Islam memiliki sistem guna melindungi hak orang gila atas harta mereka dengan melarangnya menghabiskan kekayaannya.

Selain itu, para ulama sependapat bahwa tidak ada hubungan antara penjual dan pembeli dengan agama atau kepercayaan. Sehingga seorang muslim dapat melakukan jual beli serta bermuamalah secara harta dengan non muslim. Sebagaimana dilakukan oleh Rasulullah saw, ketika beliau menggadaikan baju besinya kepada tetangga Yahudinya.

2) Adanya akad atau transaksi (ijab qabul)

Pernyataan kesepakatan yang diikuti dengan keridhaan dalam akad disebut dengan ijab qabul atau sighat. Mengenai ijab dan qabul, terdapat perbedaan pendapat antara jumhur ulama dan mazhab Al-Hanafiyah. Menurut jumhur ulama, segala sesuatu yang diakibatkan penjual menyatakan keridhaannya disebut dengan ijab. Sedangkan qabul sebaliknya, yakni apa saja yang timbul dari pihak pembeli yang menunjukkan keridhaannya. Menurut pandangan mazhab Al-Hanafiyah, ijab merupakan lafadz yang diucapkan terlebih dahulu. Sedangkan qabul yakni lafadz yang diucapkan berikutnya setelah lafadz ijab, boleh diucapkan oleh penjual maupun pembeli.

Sebagian ulama menyatakan bahwa akad jual beli harus dengan lafadz yang diucapkan, kecuali jika barang yang diperjual belikan merupakan barang yang nilainya rendah. Tetapi, ulama lain memperbolehkan akad jual beli dengan sistem mu'athaah, yaitu kesepakatan antara penjual dan pembeli untuk bertransaksi tanpa menyebutkan lafadz.

3) Adanya barang atau jasa yang menjadi objek jual beli

Menurut para ulama, barang yang menjadi objek jual beli harus memenuhi beberapa syarat sehingga akan sah secara syariah. Syarat tersebut diantaranya :

- a.) Suci, yakni bukan merupakan barang najis dan yang terkena najis.
- b.) Memiliki manfaat, maka tidak diperbolehkan menggunakan barang yang tidak boleh diambil manfaatnya menurut syara', seperti menjual babi.
- c.) Dimiliki oleh penjualnya, maka harus merupakan milik penjual karena jual beli tidak dianggap sah jika barang tersebut milik orang lain dan dijual tanpa izin dari pemiliknya.
- d.) Bisa diserahkan, maka tidak diperbolehkan menjual barang yang hilang atau tidak bisa diperoleh kembali karena samar.
- e.) Diketahui keadaannya, maka barang tersebut harus diketahui ukurannya, jenisnya, jumlahnya karena jika menimbulkan keraguan dianggap tidak sah.

4. Prinsip Jual Beli

Prinsip dalam jual beli, diantaranya :

1) Adil

Adil merupakan suatu hal yang menerapkan kebaikan dalam setiap aktivitas sehingga adil dijadikan sebagai dasar dalam melakukan transaksi. Maka dari itu, adil harus ada dalam semua aspek

perekonomian. Dalam hal ini, tidak seorang pun boleh dipaksa untuk membeli barang dengan harga tertentu dan permainan harga serta monopoli. Selain itu, jangan membiarkan orang-orang yang berkuasa mencengkram orang kecil yang tidak berdaya.

2) Suka sama suka

Transaksi tidak akan sah jika tidak ada kesepakatan yang terjadi antara kedua belah pihak. Kesepakatan tersebut tentunya harus didasari atas dasar kerelaan dari kedua pihak. Prinsip suka sama suka merupakan kerelaan antara pihak penjual serta pembeli sehingga tidak ada paksaan maupun tekanan. Jika kedua pihak saling merelakan, maka transaksi akan berjalan dan tidak menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak.

3) Bersikap benar, amanah, dan jujur

Dalam hal ini, dimaksudkan agar tidak ada pihak yang berbohong. Berbohong dalam promosi produk dan penetapan harga adalah contoh kebohongan yang dilakukan penjual. Keberkahan dalam jual beli akan hilang jika terdapat kebohongan yang digunakan dalam transaksi. Selain benar, ada hal mendasar lainnya, yaitu amanah. Amanah memiliki arti pengembalian semua hak kepada pemiliknya, tanpa mengambil sesuatu di luar haknya dan tanpa mengurangi hak orang lain berupa harga maupun upah. Amanah dilakukan dengan mempertanggungjawabkan segala hal berupa benda, perkataan, maupun kepercayaan kepada orang lain. Amanah akan menuntut kepercayaan penjual sehingga transaksi yang dilakukan dengan amanah akan membuat konsumen yakin dan percaya akan informasi yang disampaikan oleh penjual. Selain benar

dan amanah, penjual juga harus jujur karena kejujuran dapat melimpahkan keberkahan. Sehingga dalam hal, ini penjual yang mempromosikan barangnya harus berkata jujur mengenai kondisi barang tersebut, jangan sampai ada kebohongan yang ditutupi untuk menipu pembeli demi keuntungan pribadi.

4) Tidak mubadzir (boros)

Dalam Islam, setiap orang diperkenankan untuk membelanjakan harta miliknya sesuai dengan keperluan pribadinya maupun keluarganya serta menafkahnnya di jalan Allah. Islam tidak membenarkan perbuatan mubadzir karena Islam senantiasa mengajarkan umatnya untuk bersikap sederhana.⁹ Maka dari itu, segala perbuatan yang dilakukan manusia dengan tujuan menghamburkan hartanya untuk keperluan yang berlebihan tidak diperbolehkan dalam Islam.

5. Macam-macam Jual Beli

Jual beli dapat ditinjau dari beberapa segi, dilihat dari segi hukumnya, jual beli terbagi menjadi:

- 1) Jual beli yang sah, yakni yang sesuai dengan ketentuan syara', antara lain:¹⁰
 - a) Objek jual beli bukanlah barang yang haram.
 - b) Dapat dimanfaatkan dan bermanfaat.
 - c) Objek jual beli milik penjual sepenuhnya.

⁹ Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer*, (Malang, UIN Maliki Malang Press, 2018), 34.

¹⁰ Umi Hani, *Fiqh Muamalah*, (Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary Banjarmasin, 2021), 45.

- d) Dapat diserahkan.
 - e) Objek jual beli harus nampak dan diketahui keadaannya.
- 2) Jual beli yang batal, yakni batal karena melanggar syarat sah jual beli. Menurut jumhur ulama, jual beli yang rusak dan batal memiliki arti yang sama. Ulama Hanafiyah membagi hukum dan sifat jual beli menjadi sah, batal, dan rusak.
- 3) Jual beli yang dilarang dalam Islam. Wahbah Al-Zuhaili telah meringkasnya sebagai berikut:
- a) Terlarang sebab ahliyah (ahli akad). Para ulama telah menyepakati bahwa jual beli shahih adalah jual beli yang dilakukan oleh orang yang telah baligh, berakal, dapat memilih, serta mampu bertasharruf secara bebas dan baik. Mereka yang dipandang tidak sah dalam berjual beli, yakni:
 - 1) Jual beli oleh orang gila. Ulama fiqh menganggap jual beli yang dilakukan oleh orang yang tidak sehat akalnya tidaklah sah. Begitu juga dengan orang mabuk.
 - 2) Jual beli oleh anak kecil. Ulama fiqh memandang jual beli tersebut dianggap tidak sah jika dilakukan oleh anak kecil, kecuali dalam perkara yang ringan atau sepele. Menurut ulama Syafi'iyah, jual beli anak mumayyiz yang belum baligh tidak sah karena tidak ada ahliyah. Sedangkan ulama Malikiyah, Hanafiyah, dan Hanabilah, memandang jual beli yang dilakukan oleh anak kecil dianggap sah jika diizinkan oleh walinya.

- 3) Jual beli oleh orang buta. Jual beli tersebut dinyatakan shahih bagi jumbuh ulama jika barang yang dibelinya diberi sifat (diterangkan sifat-sifatnya). Menurut Syafi'iyah, jual beli yang dilakukan oleh orang buta tidak sah karena orang tersebut tidak dapat membedakan antara barang yang berkualitas rendah dengan barang yang berkualitas tinggi.
- 4) Jual beli karena terpaksa. Ulama Hanafiyah berpendapat bahwa hukum jual beli karena terpaksa seperti jual beli *fudhul* (jual beli tanpa izin dari pemiliknya) harus ditanggihkan sampai ada kerelaan sehingga tidak ada rasa terpaksa. Pendapat lain juga dikemukakan oleh ulama Malikiyah yakni dianggap tidak lazim karena ada *khiyar*. Sedangkan ulama Syafi'iyah dan Hanabilah berpendapat bahwa jual beli tersebut dianggap tidak sah karena tidak ada keridhaan saat akad berlangsung.
- 5) Jual beli *fudhul*, yaitu jual beli milik orang lain tanpa seizinnya. Ulama Hanafiyah dan Malikiyah menganggap jual beli ini ditanggihkan sampai ada izin pemilik. Namun, menurut Syafi'iyah dan Hanabilah, jual beli ini tidak sah.
- 6) Jual beli orang yang terhalang. Yang dimaksud terhalang dalam hal ini yaitu terhalang karena bangkrut, kebodohan, maupun sakit. Menurut ulama Malikiyah, Hanafiyah dan Hanabilah, jual beli orang bodoh yang suka menghamburkan uang harus ditanggihkan. Menurut jumbuh selain Malikiyah,

jual beli orang yang sakit parah serta mendekati kematian hanya diperbolehkan sepertiga dari hartanya. Namun, jika melebihi sepertiga hartanya, maka jual beli tersebut harus ditangguhkan kepada ahli warisnya. Sepertiga harta menurut ulama Malikiyah hanya berlaku pada harta tidak bergerak, seperti rumah, tanah, dan lainnya.

b) Terlarang sebab ma'qud alaih (barang jualan), yaitu harta yang dijadikan alat pertukaran oleh orang yang berakad dan biasa disebut mabi' (barang jualan) dan harga, diantaranya:

- 1) Jual beli barang yang tidak ada dan keberadaannya juga tidak diketahui. Jumhur ulama sepakat bahwa jual beli dalam hal ini dianggap tidak sah karena barang yang diperjual belikan tidak ada.
- 2) Jual beli barang yang tidak dapat diserahkan, seperti burung yang ada di udara atau ikan yang berada di air tidak berdasarkan ketetapan syara'.
- 3) Jual beli *gharar* atau disebut juga tidak jelas (*majhul*).

Menurut Ibn Jazi Al-Maliki, *gharar* yang dilarang, yakni :

- a) Tidak dapat diserahkan
- b) Tidak diketahui harga dan barangnya
- c) Tidak sifat barangnya
- d) Tidak diketahui ukuran barangnya
- e) Tidak diketahui tenggang waktunya

- 4) Jual beli barang najis dan yang terkena najis. Namun, ulama Hanafi berpendapat bahwa jual beli barang najis, seperti kotoran hewan yang akan dimanfaatkan sebagai pupuk diperbolehkan karena jual beli tersebut merupakan jual beli barang yang ada manfaatnya.
 - 5) Jual beli barang yang tidak ada di tempat akad (ghaib) sehingga tidak dapat dilihat. Ulama Hanafiyah menganggap jual beli dalam hal ini diperbolehkan tanpa harus menyebutkan sifat-sifatnya dengan syarat pembeli memiliki hak *khiyar* ketika melihatnya. Ulama Syafi'iyah dan Hanabilah menyatakan tidak sah, sedangkan ulama Malikiyah membolehkan jika sifatnya disebutkan dan mensyaratkan beberapa hal, yakni:
 - a) Harus jauh tempatnya
 - b) Harus meringkas sifat barang secara menyeluruh
 - c) Penjual tidak boleh memberikan syarat
 - 6) Jual beli buah atau tumbuhan. Dalam hal ini, jika belum nampak buahnya, maka tidak ada akad. Setelah buah nampak, namun belum matang, maka akadnya fasid menurut ulama Hanafiyah dan batal menurut jumhur ulama. Adapun jika buah telah matang, maka akadnya sah.
- c) Terlarang sebab syara':
- 1) Jual beli dengan riba. Ulama fiqh sepakat bahwa segala bentuk muamalah yang mengandung unsur riba dianggap haram.

- 2) Jual beli dengan uang dari barang yang haram. Ulama Hanafiyah menganggap jual beli tersebut fasid (rusak) dan terjadi akad atas nilainya, sedangkan menurut jumbuh ulama batal sebab ada nash yang jelas dari hadis Bukhari dan Muslim bahwa Rasulullah saw mengharamkan jual beli khamar, bangkai, anjing.
- 3) Jual beli barang dari hasil pengecatan barang. Pengecatan barang yang dimaksud, yakni mencegat pedagang ketika dalam perjalanan menuju tempat yang dituju sehingga terdapat keuntungan bagi orang yang mencegatnya. Ulama Hanafiyah menganggap hal tersebut makruh tahrim, yakni segala sesuatu yang sudah pasti dilarang oleh syariat. Ulama Safi'iyah dan Hanabilah berpendapat bahwa pembeli boleh *khiyar*. Adapun ulama Malikiyah berpendapat bahwa jual beli tersebut termasuk fasid.
- 4) Jual beli waktu ibadah sholat jum'at. Menurut ulama Hanafiyah pada waktu azan pertama, sedangkan ulama lain, yakni azan ketika khatib sudah berada di mimbar. Ulama Hanafiyah menganggap hal tersebut sah haram. Tidak jadi pendapat yang mahsyur di kalangan ulama Malikiyah dan tidak sah menurut ulama Hanabilah.
- 5) Jual beli anggur untuk dijadikan khamar. Ulama Hanafiyah dan Syafi'iyah zhahirnya sah, tetapi makruh. Sedangkan menurut ulama Malikiyah dan Hanabilah adalah batal.

- 6) Jual beli induk tanpa anaknya yang masih kecil. Hal tersebut dilarang sampai anaknya besar dan mandiri.
- 7) Jual beli barang yang sedang dibeli oleh orang lain. Maksud dalam hal ini, seperti seseorang yang telah sepakat untuk membeli sesuatu, namun masih dalam *khiyar*, kemudian ada orang lain yang menyuruh untuk membatalkannya karena akan dibeli dengan harga yang tinggi.
- 8) Jual beli dengan memakai syarat. Ulama Hanafiyah menganggap sah jika syaratnya baik. Menurut ulama Syafi'iyah dibolehkan jika syarat maslahat bagi salah satu pihak yang berakad, sedangkan ulama Hanabilah tidak membolehkan jika hanya bermanfaat bagi salah satu pihak.

6. *Khiyar* dalam Jual Beli

1) Pengertian *Khiyar*

Dalam bahasa Arab, *al-khiyar* berarti pilihan. Secara terminologi, *khiyar* adalah suatu hak bagi kedua belah pihak yang berakad untuk melangsungkan atau membatalkan suatu akad jika terjadi persoalan dalam transaksi tersebut. Islam sangat menghormati hak asasi seseorang sehingga kemauan dari pembeli tidak boleh dipaksakan ketika membeli sesuatu. Hak *khiyar* ditetapkan syariat Islam bagi orang-orang yang melakukan transaksi supaya tidak ada kerugian dalam transaksi tersebut sehingga kemaslahatan yang dituju akan tercapai. *Khiyar* dilakukan agar kedua pihak dapat memikirkan lebih jauh mengenai kemalahatan masing-masing dari akad jual beli supaya tidak menyesal dan merasa

tertipu. Dengan adanya *khiyar*, kerelaan dan kepuasan timbal balik pihak-pihak yang melakukan akad akan terjamin.¹¹

2) Macam-macam *Khiyar*

Khiyar berasal dari dua sumber, yakni bersumber dari syara' dan bersumber dari kedua belah pihak yang berakad. *Khiyar* yang bersumber dari syara', yakni *khiyar* majlis, aib, dan ru'yah. Sedangkan *khiyar* yang bersumber dari kedua belah pihak, yakni *khiyar* syarat dan ta'yin. Berikut penjelasannya:

a) *Khiyar* majlis

Hak yang berlaku bagi semua pihak yang berakad untuk membatalkan akad jika masih berada di tempat akad dan kedua pihak belum berpisah. Artinya, transaksi dianggap sah apabila kedua belah pihak yang berakad telah berpisah badan atau salah seorang diantara mereka telah menentukan pilihannya. *Khiyar* seperti ini berlaku pada transaksi yang sifatnya mengikat kedua belah pihak yang berakad, seperti jual beli dan sewa menyewa.¹²

b) *Khiyar* aib

Pembatalan akad yang dilakukan ketika pembeli menemukan cacat pada barang yang dibeli setelah transaksi berlangsung. Tetapi, jika kecacatan tersebut ditemukan sebelum transaksi berlangsung dan pembeli tetap membeli barang tersebut, maka transaksi tersebut tidak dapat dibatalkan karena pembeli dianggap telah rela dengan

¹¹ Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer*, (Malang, UIN Maliki Malang Press, 2018), 39.

¹² Umi Hani, *Fiqh Muamalah*, (Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary Banjarmasin, 2021), 56.

kondisi barang tersebut. Dalam *khiyar aib*, jika barang yang dibeli terbukti cacat, maka pembeli dapat mengembalikan barang dengan meminta ganti barang yang baik atau kembali barang dan uang. Adapun cacat yang menyebabkan adanya *khiyar* menurut ulama Hanafiyah dan Hanabilah, yakni seluruh unsur yang merusak objek jual beli serta mengurangi nilainya menurut tradisi pedagang. Sedangkan menurut ulama Malikiyah dan Syafi'iyah, yakni seluruh cacat yang menyebabkan nilai barang menjadi berkurang.

c) *Khiyar ru'yah*

Hak pilih bagi pembeli untuk melangsungkan atau membatalkan akad terhadap objek yang belum dilihat saat akad berlangsung. Akad tersebut boleh berlangsung jika objek yang dibeli tidak ada di tempat berlangsungnya akad atau karena sulit dilihat. *Khiyar ru'yah* mulai berlaku sejak pembeli melihat barang yang akan dibeli. Namun, ulama Syafi'iyah menganggap bahwa jual beli barang gaib tidak sah, baik barang tersebut disebutkan sifatnya waktu akad maupun tidak. Karenanya, *khiyar ru'yah* dianggap tidak berlaku karena akad tersebut mengandung unsur penipuan yang dapat membawa perselisihan.¹³

d) *Khiyar syarat*

Hak pilih yang dijadikan syarat oleh kedua belah pihak atau salah satu diantara mereka saat terjadi akad untuk meneruskan atau membatalkan akad, agar dipertimbangkan paling lama tiga hari.

¹³ Umi Hani, *Fiqh Muamalah*, (Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary Banjarmasin, 2021), 58.

Apabila masa waktu yang ditentukan telah berakhir dan akad tidak difasakhkan, maka jual beli wajib dilangsungkan. *Khiyar* batal dengan ucapan maupun tindakan pembeli terhadap barang yang dibeli dengan jalan mewakafkan, menghibahkan atau membayar harganya.

e) *Khiyar ta'yin*

Hak pilih bagi pembeli dalam menentukan barang yang berbeda kualitas dalam jual beli. *Khiyar* seperti ini, diperbolehkan menurut ulama Hanafiyah karena produk sejenis yang berbeda kualitasnya sangat banyak. Agar pembeli tidak tertipu dan barang yang dicari sesuai keinginannya, maka *khiyar ta'yin* diperbolehkan. Namun, ulama fiqh tidak menerima keabsahan dari *khiyar ta'yin* yang dikemukakan ulama Hanafiyah karena dalam akad jual beli barang yang diperdagangkan harus jelas, baik kualitasnya maupun kuantitasnya. Dalam *khiyar ta'yin*, identitas barang yang akan dibeli dianggap belum jelas.¹⁴

C. Media Sosial

1. Media Sosial dalam Jual Beli Online

Media sosial adalah *platform digital* yang saat ini sangat populer di kalangan masyarakat. Media sosial memfasilitasi para penggunanya untuk saling berkomunikasi atau membagikan konten berupa video, foto, maupun tulisan. Dengan adanya media sosial, komunikasi antar sesama menjadi

¹⁴ Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer*, (Malang: UIN Maliki Malang Press, 2018), 42.

lebih mudah dan praktis. Para pengguna dapat mengetahui berita secara lebih cepat dan mudah. Selain itu, media sosial juga dijadikan sebagai wadah untuk mencari pundi-pundi rupiah seperti berjualan. Kepopuleran media sosial di kalangan masyarakat membuat para penjual tertarik untuk berjualan dengan menggunakan media sosial.

Kemajuan media sosial menjadi kebutuhan yang selalu memudahkan urusan bagi penggunanya. Sosial media sangat memberikan efek pada sektor perdagangan untuk menarik konsumen dalam melihat serta mengunjungi tautan yang berisi mengenai informasi produk yang ditawarkan sehingga media sosial merupakan media pemasaran yang paling mudah. Hal tersebut tentu saja menarik minat pelaku usaha untuk menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran dan juga alat untuk menjual produk secara *online*.

Media sosial memiliki peran yang penting dalam melakukan transaksi jual beli yang efisien dan lebih efektif. Penjual akan dengan mudah memasarkan produk yang dapat membantu jangkauan pemasaran yang lebih luas. Selain itu, dapat memudahkan pembeli dalam mencari produk yang diinginkan, sehingga pembeli tidak perlu mengunjungi toko yang menjual produk tersebut. Membuat toko *online* di media sosial sangatlah mudah, sederhana, dan gratis, sehingga banyak penjual yang menggunakan *website* media sosial, seperti *facebook*, *whatsapp*, *twitter*, serta *instagram* untuk menjual serta mempromosikan produk yang dijual.¹⁵

¹⁵ Adi Sulistyono Nugroho, *E-Commerce Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: Ekuilibria, 2016), 24.

1) *Instagram*

Instagram merupakan *platform* media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk membagikan foto, video, *insta story*, video pendek 15 detik, dan video IG TV selama 24 jam. Mereka bahkan dapat melakukan transaksi pembelian secara langsung dengan penjual melalui aplikasi. *Instagram* dapat menjadi *platform* penjualan produk karena popularitasnya yang meningkat. Tab Toko merupakan fitur terbaru *instagram* yang berada di beranda *instagram* untuk memudahkan pengguna mencari produk dan membeli produk secara langsung melalui *instagram*. Selain itu, terdapat iklan *instagram* yang memungkinkan penjual untuk menjangkau pelanggan baru serta meningkatkan jangkauan pemasaran dengan memasukkan tautan ke situs web serta mengumpulkan data pengguna untuk membantu melakukan promosi melalui media sosial lainnya.

2) *Facebook*

Jika ingin melakukan pemasaran *online*, *facebook* adalah salah satu *platform* yang harus digunakan. selain menggunakan *facebook* sebagai media untuk pemasaran, *facebook* juga dapat digunakan untuk berinteraksi dengan pelanggan dan target pasar, sehingga kita dapat mempromosikan produk atau bisnis. *Facebook* memberikan manfaat bagi pelaku usaha, seperti dengan menggunakan metode promosi murah. Pelaku usaha dapat mempromosikan produk mereka kepada banyak pelanggan dengan biaya yang hampir gratis. *Facebook* juga dapat memudahkan pelaku usaha untuk mengidentifikasi target pasar dengan bergabung bersama kelompok orang yang memiliki minat

dan kebutuhan yang sama. Dengan memanfaatkan fitur yang tersedia di *facebook*, maka dapat membantu bisnis dalam promosi.¹⁶

3) *Twitter*

Twitter memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk mengamati, mendengarkan, dan menanggapi diskusi mengenai produk yang dijual secara *online*. Karena persaingan yang ketat di dunia bisnis, menyusun program promosi melalui *platform* ini membutuhkan strategi yang matang. *Twitter* memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan media sosial lain. Pelaku usaha dapat menggunakannya sebagai media promosi dengan banyak konten, seperti *following*, *tweeting*, *replies*, *retweet*, dan *trending topic*.¹⁷

4) *Whatsapp*

Whatsapp adalah aplikasi gratis yang memungkinkan pengguna untuk berbagi gambar, video, audio, dan file serta melakukan panggilan video maupun suara. Sebagai aplikasi pesan lintas *platform*, *whatsapp* memungkinkan penggunanya bertukar pesan tanpa biaya. Oleh karena itu, *whatsapp* sangat potensial untuk digunakan sebagai media komunikasi karena memudahkan penggunanya untuk berkomunikasi dan berinteraksi tanpa mengeluarkan banyak uang. *Whatsapp* membantu meningkatkan bisnis dengan berbagai cara, termasuk memantau sistem pengiriman, melakukan promosi dan marketing dalam upaya meningkatkan bisnis. *Whatsapp* dapat membuat katalog yang menampilkan produk dan layanan serta

¹⁶ Syaharullah, Muhammad Yahya, dan Ahmad Syarif, "Penggunaan Facebook Dalam Promosi Produk Barang Jadi", *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, Vol. 12, No. 2, (2021), 32.

¹⁷ Rosanti Utami Dewi dan Zam Zam Nurjaman, "Penggunaan Jejaring Sosial Twitter Sebagai Media Promosi Pada Restoran Ranjang 69", *Jurnal Komunikasi dan Media*, Vol.1, No.2, (2017), 59.

terhubung dengan pelanggan dengan menggunakan fiturnya untuk menyortir dan menjawab pesan dengan cepat.¹⁸

2. Faktor yang Mempengaruhi Minat Jual Beli Online di Media Sosial

Terdapat banyak keuntungan yang didapatkan dari penggunaan *platform digital* sebagai sarana untuk melakukan jual beli, seperti dapat mempromosikan barang dagangan sehingga mampu menarik konsumen dari berbagai daerah, dapat digunakan sebagai sarana untuk mendengarkan keluhan serta saran dari konsumen. Sehingga dengan adanya media sosial, barang dagangan menjadi lebih banyak diketahui oleh masyarakat dan akan meningkatkan jumlah konsumen.

Media sosial memiliki berbagai macam pelayanan yang mudah dan praktis bagi para penggunanya. Kemudahan pembelian dalam jual beli *online* berkaitan dengan kemudahan mengakses produk bagi konsumen yang dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun. Selain itu, kemudahan pembayaran melalui ATM atau *E-Banking* sangat mempengaruhi minat konsumen dalam membeli produk melalui media sosial. Akibatnya, pengguna sosial media terus meningkat dan peningkatan tersebut memberikan peluang lebih besar bagi pelaku usaha untuk mempromosikan barang yang diperjual belikan. Sosial media akan memudahkan pelaku usaha dalam mengkomunikasikan barang jual belinya sehingga mampu mencapai target penjualan.

¹⁸ Dessy Andamisari, "Penggunaan Status Whatsapp Sebagai Digital Marketing Warga Kecamatan Medan Satria Bekasi Di Era New Normal", *Jurnal Lugas*, Vol.5, No.1, (2021), 68.

3. Peran Instagram dalam Jual Beli Online

Pelaku usaha dapat menggunakan media sosial untuk melakukan komunikasi pemasaran dan menjangkau khalayak yang lebih luas dengan biaya iklan yang lebih rendah. Salah satu media sosial yang banyak dijadikan peluang untuk berbisnis, yaitu *instagram*. *Instagram* dapat digunakan sebagai media pemasaran dan komunikasi. Banyak fitur menarik yang ditawarkan oleh *instagram*, seperti mencantumkan harga produk yang dijual pada setiap foto produk yang diunggah. Dengan adanya fitur tersebut, dapat memudahkan konsumen untuk mengetahui harga barang tanpa harus menanyakan terlebih dahulu kepada pelaku usaha. Selain itu, terdapat fitur *insta story* yang dapat digunakan untuk membuat konten yang menarik sehingga pelanggan antusias dengan produk yang dipasarkan. Dalam membuat konten tersebut, pelaku usaha dapat menambahkan stiker untuk membuat tampilan *insta story* lebih menarik. *Insta story* dapat membantu pelaku usaha dalam berkomunikasi dengan konsumen. Pelaku usaha juga dapat mengunggah pamflet iklan *digital* atau katalog produk yang ditawarkan dalam *insta story*.¹⁹

¹⁹ Jesslyn dan Septia Winduwati, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Online Shop @ivoree.id dalam Memasarkan Produk", *Jurnal Prologia*, Vol. 5, No.1, (2021), 136.

