

PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI *CASH ON DELIVERY* ATAS PENGIRIMAN BARANG TANPA PESANAN PERSPEKTIF UNDANG – UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TANTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN FIQH MUAMALAH

SKRIPSI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Oleh:
SHELOMITA NUR LAILY
NIM. 211102020031

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS SYARIAH
MEI 2025**

PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI *CASH ON DELIVERY* ATAS PENGIRIMAN BARANG TANPA PESANAN PERSPEKTIF UNDANG – UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TANTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN FIQH MUAMALAH

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memnuhi salah satu persyaratan memperoleh

gelar Sarjana Hukum (S.H)

Fakultas Syariah

Program Study Hukum Ekonomi Syariah

Oleh :

SHELOMITA NUR LAILY

NIM. 211102020031

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

J E M B E R

Disetujui Dosen Pembimbing

FREDDY HIDAYAT, S.H., M.H.

NIP: 198808262019031003

**PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI CASH ON
DELIVERY ATAS PENGIRIMAN BARANG TANPA PESANAN
PERSPEKTIF UNDANG – UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TANTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN FIQH MUAMALAH**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H)
Fakultas Syariah
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Hari : Rabu

Tanggal : 28 Mei 2025

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris



Yudha Bagus Tunggal Putra, S.H., M.H.
NIP. 19880419 201903 1 002



Siti Muslifah, S.H.I., M.S.I
NIP. 198809212023212028

Anggota :

1. **Dr. Hj. Mahmudah, M.E.I.** ()

2. **Freddy Hidayat, S.H., M.H.** ()

Menyetujui

Dekan Fakultas Syariah



Dr. Wildani Hefni, S.H.I., M.A.
NIP. 199111072018011004

MOTTO

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

“Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada.” (HR. Tirmidzi)¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Srianti Pertama, Kriteria Pedagang Yang Baik Dalam Perspektif Hadist, *Jurnal Kajian Al-Qur'an & Tafsir*, Vol 8, No 2, 2023, 24

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas segala rahmat, hidayah, dan kekuatan yang telah diberikan hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Tanpa ridho-nya, semua ini tentu tak akan terwujud. Ya Allah, terima kasih atas segala pertolongan dan kemudahan yang engkau berikan di setiap langkah dalam perjalanan panjang ini. Skripsi ini juga saya persembahkan kepada:

Untuk diri sendiri, terima kasih telah berjuang tanpa henti. Perjalanan ini penuh tantangan, tetapi semua rintangan akhirnya terlampaui. Kamu sudah berhasil melewati momen-momen sulit dan meraih apa yang telah diupayakan.

Untuk orang tua tercinta, Bapak Suwarsono dan Ibu Suwati, terima kasih atas cinta, doa, pengorbanan, dan dukungan yang tiada henti. Segala usaha dan kesabaran kalian adalah inspirasi terbesar dalam hidup saya. Setiap langkah saya tak akan pernah berarti tanpa doa dan restu kalian.

Untuk kakak saya, Ita Nuryani, Agus Purwanto serta kakak ipar saya, Sukron Mahmud, terima kasih atas inspirasi, semangat, dan dukungan yang selalu menguatkan dan yang selalu memberikan motivasi, meskipun dari kejauhan.. Kalian selalu ada untuk memberikan nasihat dan kebijaksanaan di saat saya membutuhkannya.

Semua ini takkan tercapai tanpa cinta, dukungan, dan bimbingan dari kalian semua. Terima kasih dari lubuk hati saya yang terdalam.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur alhamdulillah kepada Allah Swt atas rahmat dan hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi sebagai syarat untuk kelulusan dan tugas akhir atas masa perkuliahan yang sudah ditempuh. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Skripsi ini berjudul “Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi *Cash On Delivery* Atas Pengiriman Barang Tanpa Pesanan Perspektif Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Fiqh Muamalah”. Dalam penyelesaiannya tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Tidak lupa peneliti mengucapkan rasa terima kasih atas bantuan dan dukungan pada skripsi ini kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. Wildani Hefni , S.H., M.A. selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Ibu Dr. Busriyanti, M.Ag. selaku Wakil Dekan I Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Bapak Freddy Hidayat, S.H., M.H. selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Sekaligus Dosen Pembimbing Akademik. Serta

dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan dukungan saat pengerjaan skripsi.

5. Beserta seluruh dosen dan staff kependidikan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah membantu proses kelengkapan administrasi dalam skripsi ini.
6. Dan teruntuk sahabat-sahabat saya Linda Ayu Pratiwi, Siti Anike, dan Ardianti Garnish Mardhatillah, saya ucapkan terima kasih telah menjadi sahabat saya semenjak awal pertama masuk dibangku perkuliahan hingga saat ini, terima kasih sudah tetap bersama disaat keadaan suka dan duka, tanpa adanya kalian perjalanan dibangku perkuliahan saya tidak akan seseru ini.

Dalam skripsi ini peneliti menyadari masih jauh dari kata sempurna dimungkinkan masih ada kekurangan yang memang harus diperbaiki. Peneliti sangat menerima bentuk kritik dan saran dengan harapan agar penulisan skripsi ini menjadi lebih baik lagi. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang luas untuk pembaca. Semoga skripsi ini dapat memberikan suatu manfaat bagi semua pihak

Jember, 2025

Shelomita Nur Laily

ABSTRAK

Shelomita Nur Laily, 2025: *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Cash On Delivery Atas Pengiriman Barang Tanpa Pesanan Perspektif Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tantang Perlindungan Konsumen Dan Fiqh Muamalah*

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Konsumen, *Cash On Delivery*, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Fiqh Muamalah

Dalam metode pembayaran *Cash On Delivery* COD, sering dijumpai berbagai permasalahan salah satunya yaitu pengiriman barang tanpa pesanan. Pengiriman barang tanpa pesanan melalui metode COD menimbulkan isu hukum terkait pelanggaran hak konsumen. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk mengkaji lebih dalam mengenai perlindungan hukum yang ada, serta efektivitasnya dalam melindungi konsumen dari praktik-praktik yang merugikan.

Fokus penelitian yang diteliti dalam skripsi ini yaitu: 1. Bagaimana Bentuk Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi *Cash On Delivery* Atas Pengiriman Barang Tanpa Pesanan Perspektif Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tantang Perlindungan Konsumen ?, 2. Bagaimana Bentuk Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi *Cash On Delivery* Atas Pengiriman Barang Tanpa Pesanan Perspektif Fiqh Muamalah ?.

Tujuan masalah penelitian ini ditujukan pada: 1. Untuk Mengetahui Bentuk Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi *Cash On Delivery* Atas Pengiriman Barang Tanpa Pesanan Perspektif Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tantang Perlindungan Konsumen. 2. Untuk Mengetahui Bentuk Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi *Cash On Delivery* Atas Pengiriman Barang Tanpa Pesanan Perspektif Fiqh Muamalah.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian hukum normatif sumber bahan hukum dalam penelitian ini terdiri dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang diperoleh dari undang-undang dan serta literatur buku, jurnal yang berkaitan, teknik pengumpulan data dengan cara membaca, mengutip dalam sumber bahan hukum.

Peneliti memperoleh kesimpulan 1. Undang-undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen bahwa terdapat pasal yang mengatur perlindungan konsumen dari pengiriman barang tanpa pesanan yang terdapat pada pasal 4 yang mengatur tentang hak konsumen 2. Pengiriman barang tanpa pesanan jelas tidak memenuhi syarat akad jual beli, karena tidak adanya ijab dan kabul diantara penjual dan pembeli. Hak ijar yang dijelaskan dalam hadis juga tidak bisa diterapkan karena akadnya sendiri tidak ada, sehingga Konsumen tidak wajib menerapkan atau membayar barang tersebut. Dengan demikian fiqh muamalah memberikan perlindungan secara prinsipil kepada konsumen dari bentuk-bentuk kecurangan, penipuan, atau pemaksaan dalam transaksi, termasuk dalam kasus beriman barang tanpa pesanan melalui sistem pembayaran cod.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Halaman Persetujuan	I
Halaman Pengesahan.....	Ii
Motto	Iii
Halaman Persembahan.....	Iv
Kata Pengantar	V
Abstrak.....	Vii
Daftar Isi	Viii
Daftar Tabel.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Definisi Istilah.....	9
F. Sistematika Pembahasan	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
A. Penelitian Terdahulu	17
B. Kajian Teori	24
1. Perlindungan Hukum	24
2. Perlindungan Konsumen	26
3. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen	33

4. Hak Khiyar	37
5. Akad Jual Beli	41
6. Etika Jual Beli	45
7. Larangan Jual Beli.....	50
BAB III METODE PENELITIAN	54
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	54
B. Sumber Bahan Hukum	55
C. Teknik Pengumpulan Data.....	56
D. Teknik Analisis Data.....	57
BAB IV PEMBAHASAN.....	58
A. Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi <i>Cash On Delivery</i> Atas Pengiriman Barang Tanpa Pesanan Perspektif Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tantang Perlindungan Konsumen	58
B. Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi <i>Cash On Delivery</i> Atas Pengiriman Barang Tanpa Pesanan Perspektif Fiqh Muamalah	72
BAB V PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	88
LAMPIRAN-LAMPIRAN	89
BIODATA PENULIS.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan peneliti terdahulu dan sekarang.....	22
---	----



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia teknologi, informasi, dan komunikasi semakin maju dan pesat terasa dampaknya oleh sebagian besar masyarakat dari yang sederhana menjadi modern dan serba cepat. Peran internet saat ini bukan hanya untuk aktivitas komunikasi, namun juga sebagai alat untuk pencarian informasi alat-alat komunikasi seperti komputer, laptop, dan smartphone sangat memudahkan masyarakat untuk melakukan koneksi dengan internet.²

Teknologi internet ini telah banyak digunakan masyarakat Indonesia berdasarkan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan jumlah pengguna internet Indonesia pada tahun 2024 kurang lebih mencapai angka 221,5 juta jiwa pengguna internet dari total populasi 278,6 juta jiwa penduduk di Indonesia dan peningkatan persentase penetrasi internet Indonesia 2023-2024 sejumlah 79,5%.³ Peningkatan akses internet yang lebih cepat dan murah serta perkembangan teknologi perangkat keras dan lunak telah memungkinkan transaksi online menjadi lebih mudah dan aman.

² Anisa Alya Madani, Irvan Iswandi, "Analisis Terhadap Penerapan Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Online Pada Aplikasi Shoppe Menurut Perspektif Hukum Islam", Jurnal Penelitian Multidisiplin Ilmu, Vol 1, No 4, (Desember 2022), 806.

³ APJII Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, "Laporan Survei Profil Internet Indonesia", diakses pada tanggal 31 Mei 2024, 18:12, <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>

Selain itu, perkembangan teknologi pembayaran digital juga mendukung kemudahan bertransaksi secara online.⁴

Pesatnya perkembangan *e-commerce* memunculkan banyaknya marketplace di Indonesia seperti Lazada, Bukalapak, Tokopedia, dan Shopee. *Marketplace* merupakan media online berbasis internet tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. *Marketplace* berfungsi sebagai perantara yang menyediakan infrastruktur untuk perdagangan yang memungkinkan berbagai penjualan menawarkan produk atau layanan mereka kepada konsumen yang lebih luas. Konsep dasarnya sama dengan pasar tradisional di mana terdapat berbagai perdagangan dalam satu lingkungan yang sama dalam menjajakan dagangannya, namun *marketplace* memfasilitasi pedagang dengan cara online dengan media internet.⁵

Perkembangan kemudahan berbelanja juga diimbangi dengan perkembangan metode pembayaran. Metode pembayaran adalah cara yang dapat digunakan oleh konsumen dalam membayar barang atau jasa dengan tujuan untuk mendapatkan manfaat dari produk. Metode pembayaran yang tersedia saat ini adalah melalui kartu kredit, kartu debit elektronik, paylater hingga COD atau pembayaran tunai di tempat.⁶

⁴ Risma Ayu Tiara, Rizki Amalia Sholihah, "Sistem Pengembalian Barang dan Dana Jual beli di Marketplace Shoppe Perspektif Fatwa DSN MUI Tentang Jual Beli Salam", *Jurnal Antologi Hukum*, Vol 3, No 1, (Juli 2023), 54.

⁵ Deni Apriadi, Arie Yandi Saputra, "E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian", *Jurnal Resti*, Vol 1, No 2, (2017),132.

⁶ Indra Kirana, Rahmi Ayunda, "Sistem Belanja Cash On Delivery (COD) Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen dan Transaksi Elektronik", *Jurnal Surya Kencana Satu: Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan*, Vol 13, No 1, (Maret 2022), 71.

Awalnya *cash on delivery* adalah transaksi jual beli di mana penjual dan pembeli bertemu di tempat dan waktu yang telah disepakati sebelumnya. Namun, COD dalam transaksi yang dilakukan melalui platform *marketplace* saat ini berubah bentuk, pembeli membeli barang melalui aplikasi *marketplace* dengan membayar ketika mereka menerima barang.⁷

Sebagian masyarakat lebih memilih menggunakan metode pembayaran *cash on delivery* pada transaksi jual beli di *e-commerce* karena disebabkan oleh mereka yang memiliki ketakutan atas produk palsu serta produk yang memiliki kualitas rendah saat melakukan pemesanan barang di *e-commerce*. Dengan adanya metode pembayaran *cash on delivery* ini masyarakat menganggap metode *cash on delivery* lebih aman bagi konsumen karena memberikan kesempatan untuk memeriksa barang sebelum membayar.⁸

Pertumbuhan *e-commerce* terus meningkat membuat *marketplace* Lazada ikut serta meramaikan perkembangan industri saat ini. Dengan aplikasi Lazada bisa membeli berbagai macam produk, menjual berbagai macam produk, belanja aman, dengan menggunakan fitur pembayaran metode *cash on delivery* (COD), dimana konsumen membayar barang tidak perlu menggunakan kartu kredit atau m-banking, akan tetapi konsumen membayar barang secara

⁷ Eko Budi Cahyono, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Transaksi E-Commerce Melalui Pembayaran Cash On Delivery", (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023), 2.

⁸ Fadia Syafiqah, "Pemahaman Literasi Sistem COD (Cash On Delivery) Pada Transaksi Jual Beli Online Dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah (Studi terhadap Mahasiswa Ekonomi Syari'ah UIN Ar-Raniry Banda Aceh)", (Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2023), 4.

cash apabila barang yang dipesan sudah datang kemudian menyerahkan sejumlah uang sesuai dengan harga yang telah dipesan untuk membayarnya.⁹

Namun, seiring dengan meningkatnya penggunaan metode COD, muncul berbagai permasalahan, salah satunya adalah pengiriman barang tanpa pesanan. Fenomena ini terjadi ketika konsumen menerima barang yang tidak pernah mereka pesan, namun tetap diminta untuk membayar. Kasus seperti ini menimbulkan ketidaknyamanan dan kerugian bagi konsumen.

Fenomena pengiriman barang tanpa pesanan ini peneliti temukan ketika, peneliti sedang *scroll* sosial media yaitu aplikasi tik tok. Dimana ada beberapa akun yang menceritakan bahwasannya mereka mengalami penerimaan paket cod yang sebenarnya mereka tidak pernah memesan paket tersebut. Seperti yang dialami oleh akun tik tok putri_paf22 dimana pemilik akun tersebut menjelaskan bahwasannya pemilik akun tidak pernah merasa memesan paket cod, akan tetapi ada whatsapp dari kurir bahwasannya ada paket yang akan sampai pada saat itu senilai Rp. 107.000, kemudian pemilik akun melihat kembali riwayat pesanan *marketplace* bahwasannya pemilik akun merasa tidak memesan barang apapun, dari situ pemilik akun merasa dirugikan dengan apa yang dialaminya.¹⁰

Dialami juga oleh akun tik tok Koh Dennies dimana pemilik akun menjelaskan bahwasannya saudaranya mengalami kejadian hal yang serupa dengan permasalahan diatas. Saudaranya kedatangan paket cod senilai 1,2 jt an

⁹ Adinda Rizki Sabila, Lia Kusumaningrum, "Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Shoppe Dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Pelanggan Shoppe di Kota Tangerang 2020), Jurnal Ilmiah Sekolah Tinggi Informasi NIIT, Vol 16, No 2, (Desember 2020):72.

¹⁰ Di akses pada tanggal 1 Januari 2025, <https://vt.tiktok.com/ZS6AQwg5e/>

dari *marketplace* lazada, padahal saudaranya tersebut tidak merasa sama sekali memesan paket cod dengan harga yang cukup mahal, pemilik akun serta saudaranya merasa kebingungan darimana orang itu mendapatkan alamat lengkap, nama, serta nomor *handphone* penerima paket. Dari situ korban merasa dirugikan sekali dengan kejadian yang dialaminya.¹¹

Dialami juga oleh akun tik tok Dndanay228 dimana pemilik akun juga menjelaskan mengenai permasalahan datangnya paket cod tanpa pesanan, dimana pada saat itu ada kurir datang ke alamat pemilik akun bilang kalau ada paket cod senilai Rp. 110.000, si pemilik akun bingung karena tidak merasa memesan paket cod, pemilik akun juga menunjukkan riwayat pesanan di akun *marketplacena* bahwasannya pemilik akun ini tidak pesan paket cod sama sekali. Pemilik akun merasa dirugikan atas kejadian yang dialaminya.¹²

Kasus seperti ini menimbulkan ketidaknyamanan dan kerugian bagi konsumen, yang pada akhirnya mengarah pada pertanyaan mengenai sejauh mana perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam situasi seperti ini. Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 4 konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa.¹³ Selain itu, konsumen juga berhak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang yang diterima. Namun, dalam praktiknya, penegakan hukum atas hak-hak

¹¹ Di akses pada tanggal 1 Januari 2025, <https://vt.tiktok.com/ZS6AQ7CrD/>

¹² Di akses pada tanggal 1 Januari 2025, <https://vt.tiktok.com/ZS6AQcF3C/>

¹³ Sekretariat Negara Republik Indonesia Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4

konsumen tersebut masih menemui berbagai kendala, terutama ketika terjadi pelanggaran dalam transaksi COD.

Begitupun dalam Fiqh Muamalah merupakan bagian dari hukum Islam yang mengatur transaksi ekonomi dan bisnis. Prinsip-prinsip dalam Fiqh Muamalah mengedepankan keadilan, transparansi, dan kejujuran dalam transaksi. Dalam konteks transaksi COD, prinsip-prinsip ini dapat memberikan panduan tambahan tentang bagaimana transaksi harus dilakukan dengan etika yang baik, menghindari penipuan, dan memastikan hak-hak konsumen serta penjual terlindungi.

Pengiriman barang tanpa pesanan melalui metode COD menimbulkan isu hukum terkait pelanggaran hak konsumen. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk mengkaji lebih dalam mengenai perlindungan hukum yang ada, serta efektivitasnya dalam melindungi konsumen dari praktik-praktik yang merugikan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum yang tersedia bagi konsumen dalam transaksi COD, khususnya dalam kasus pengiriman barang tanpa pesanan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penelitian ini akan mengkaji lebih dalam terkait persoalan yang dihadapi oleh konsumen yang akan dituangkan dalam skripsi dengan judul "**Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi *Cash On Delivery* Atas Pengiriman Barang Tanpa Pesanan Perspektif Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Fiqh Muamalah**".

A. Fokus Penelitian

1. Bagaimana Bentuk Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi *Cash On Delivery* Atas Pengiriman Barang Tanpa Pesanan Perspektif Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tantang Perlindungan Konsumen ?
2. Bagaimana Bentuk Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi *Cash On Delivery* Atas Pengiriman Barang Tanpa Pesanan Perspektif Fiqh Muamalah ?

B. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Bentuk Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi *Cash On Delivery* Atas Pengiriman Barang Tanpa Pesanan Perspektif Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tantang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk Mengetahui Bentuk Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi *Cash On Delivery* Atas Pengiriman Barang Tanpa Pesanan Perspektif Fiqh Muamalah.

C. Manfaat Penelitian

Setelah melakukan penelitian, peneliti mengevaluasi kontribusinya melalui apa yang dikenal sebagai manfaat penelitian. Manfaat ini bisa bersifat teoritis dan praktis, serta dapat diterapkan dalam berbagai konteks, seperti oleh para ilmuwan, lembaga pemerintah, dan masyarakat umum. Penelitian ini juga berfungsi sebagai materi refleksi untuk beragam lapisan rakyat, diharapkan

dapat mendorong eksplorasi lebih lanjut dan memberikan data yang bermanfaat.

Berikut adalah manfaat yang disusun dalam penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis

Temuan dalam penelitian ini bisa dijadikan acuan bagi konsumen mengenai perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *cash on delivery* atas pengiriman barang tanpa pesanan prespektif undang-undang perlindungan konsumen dan fiqh muamalah dan sebagai sumber referensi penelitian tambahan diperpustakaan Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember.

2. Manfaat Praktis

a. Untuk Peneliti

Tujuan penelitian ini adalah untuk landasan studi masa depan dan sebagai pengujian kemampuan peneliti dalam merumuskan karya ilmiah. Selain itu, juga memberikan gagasan dan masukan baru untuk meningkatkan pemahaman kita tentang bidang penelitian.

b. Bagi UIN KHAS Jember

Penelitian ini dimaksudkan agar memperkaya ketersediaan kajian-kajian sebelumnya di perpustakaan UIN KHAS Jember serta memberikan kontribusi pengetahuan yang baru dan berharga untuk komunitas akademik di UIN KHAS Jember tentang perlindungan bagi konsumen mengenai pengiriman barang tanpa pesanan.

c. Bagi Masyarakat dan Pembaca

Pembaca akan memperoleh keuntungan dari pengetahuan serta pemahaman yang diperoleh dari studi ini tentang perlindungan bagi konsumen mengenai pengiriman barang tanpa pesanan.

D. Definisi Istilah

Penelitian ini menggali definisi operasional, yang mencakup penjelasan lebih lanjut tentang istilah-istilah kunci yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap istilah yang terkait dengan judul penelitian dapat dipahami dengan baik oleh semua orang yang membaca penelitian ini. Dengan demikian, peneliti akan memaparkan penjelasan arti dari setiap istilah yang ada, diantaranya sebagai berikut:

1. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum merupakan gambaran dari bekerjanya fungsi hukum untuk mewujudkan tujuan-tujuan hukum yakni keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum. Perlindungan hukum dapat diartikan sebagai perlindungan oleh hukum atau perlindungan dengan menggunakan pranata dan sarana hukum.¹⁴ Secara etimologi, perlindungan hukum berasal dari Bahasa Belanda yaitu *theorie van de wettelijke bescherming*. Kata perlindungan hukum menunjukkan arti bahwa hukum itu melindungi

¹⁴ Muhamad Qustulani, *Modul Mata Kuliah Perlindungan Hukum & Konsumen*, (Tangerang: PSP Nusantara Press, 2018), 17

sesuatu. Sesuatu yang dilindungi oleh hukum adalah kepentingan manusia, karena memang hukum itu dibuat oleh dan untuk manusia atau masyarakat.¹⁵

Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subjek hukum sesuai dengan aturan hukum, baik itu yang bersifat preventif maupun bersifat represif baik secara tertulis maupun tidak tertulis dalam rangka penegakan peraturan hukum. Secara konseptual, perlindungan hukum yang diberikan bagi rakyat Indonesia merupakan implementasi atas prinsip pengakuan dan perlindungan terhadap harkat dan martabat manusia bersumber pada Pancasila dan prinsip negara hukum yang berdasarkan Pancasila.¹⁶

Menurut Satjipto Rahardjo perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.¹⁷ Sedangkan menurut C.S.T. Kansil perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.¹⁸

¹⁵ Hulman Panjaitan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bekasi: Jala Permata Aksara, 2021), 48.

¹⁶ Muhamad Qustulani, *Modul Mata Kuliah Perlindungan Hukum & Konsumen*, (Tangerang: PSP Nusantara Press, 2018), 20

¹⁷ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000), 53.

¹⁸ C.S.T. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), 102.

2. Konsumen

Istilah konsumen berasal dari ahli bahasa dari kata *consumer* (Inggris-Amerika) atau *consument/konsument* (Belanda). Secara harfiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Pengertian konsumen dalam arti umum adalah pemakai pengguna dan apa manfaat barang dan/atau jasa untuk tujuan tertentu. Pakar masalah konsumen di Belanda, Hondius menyimpulkan, para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan konsumen sebagai pemakai, pemakai terakhir dari benda dan jasa (*uiteindelijke gebruiker van goederen eb diensten*).¹⁹

Menurut pasal 1 angka 2 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyatakan menyatakan bahwa konsumen adalah setiap orang memakai barang dan/jasa , yang tersedia dalam masyarakat, bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.²⁰

Namun demikian, pengertian konsumen menurut UUPK secara umum dapat terbagi dalam tiga bagian, yaitu:²¹

1. Konsumen dalam arti umum yaitu memakai, pengguna dan/atau bermanfaat barang dan/atau jasa untuk tujuan tertentu.

¹⁹ Hulman Panjaitan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bekasi: Jala Permata Aksara, 2021), 73

²⁰ Sekretariat Negara Republik Indonesia Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1

²¹ Yessy Kusumadewi, Grace Sharon, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah, 2022), 21.

2. Konsumen antara, yaitu pemakai, pengguna dan/atau pemanfaatan barang dan/atau jasa untuk diproduksi (*produsen*) menjadi barang/jasa lain atau untuk memperdagangkannya (*distributor*) dengan tujuan komersil konsumen antara ini sama dengan pelaku usaha; dan
3. Konsumen akhir, yaitu pemakai, pengguna dan/atau pemanfaatan barang dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan kembali.

3. Transaksi

Transaksi adalah suatu kegiatan finansial atau ekonomi yang melibatkan minimal 2 pihak yang akan melakukan pertukaran, pinjam meminjam atas dasar kesengajaan, melibatkan diri dalam suatu perikatan usaha dan lain-lain. Transaksi adalah suatu kejadian finansial atau ekonomi yang melibatkan minimal dua pihak yang mana keduanya akan saling melakukan kegiatan pertukaran, pinjam meminjam, melibatkan diri dalam suatu kegiatan.²²

4. *Cash On Delivery* (Cod)

Cash On Delivery (COD) adalah sebuah teknik yang digunakan di mana pemesanan barang dilakukan melalui *marketplace* atau situs belanja *online* kemudian kegiatan pembayaran pesanan yang dibayarkan secara tunai pada saat pesanan tiba di tujuan atau saat tiba di tangan konsumen.²³

²² Sarah Mutmainah, Tika Sari Novia, "Analisis Transaksi Keuangan Perdagangan Secara Online Di CV.Nyai", *EJurnal Unsub*, Vol 4, No 2, (Desember 2022), 86

²³ Sabrina Salsabila, "Prospek Pelarangan Cash On Delivery (COD) Sebagai Sistem Pembayaran Dalam Perdagangan Secara Elektronik", *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, Vol 7, No 2, (Maret 2023), 963.

COD merupakan metode pembayaran yang dilakukan secara langsung di tempat setelah pesanan diterima oleh pembeli. Sistem pembayaran ini telah digunakan oleh beberapa pelaku usaha yang memiliki pembeli di kota yang sama dengan penjual namun penjual tersebut tidak memiliki toko *offline*. Tujuan dari sistem pembayaran COD adalah untuk mempermudah pembeli dalam melakukan pembayaran tanpa harus memiliki rekening di bank atau kartu kredit, serta apabila tidak berlokasi dekat dengan berapa gerai yang bekerja sama dengan perusahaan *e-commerce* tersebut seperti Alfamart dan Indomaret.²⁴

Seperti halnya dengan fitur COD pada aplikasi *marketplace* Lazada, dimana, *Cash On Delivery* (COD) atau bayar ditempat adalah metode pembayaran yang dilakukan secara langsung dan tunai ditempat, setelah pesanan dari kurir diterima oleh pembeli.²⁵

5. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
UUPK adalah undang-undang yang mengatur perlindungan hukum bagi konsumen dalam memperoleh barang dan/atau jasa, agar tidak dirugikan oleh pelaku usaha. Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. Adapun perlindungan konsumen dalam Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 diberikan

²⁴ Afida Ainur, Angel Rezky, "Penyelesaian Sengketa Sistem Pembayaran Cash On Delivery Pada Media E-Commerce", *Jurnal Bina Mulia Hukum*, Vol 6, No 2, (Maret 2022), 163.

²⁵Lazada diakses pada tanggal 14 September 2024,13:18, <https://www.lazada.co.id/helpcenter/cod-cash-on-delivery-bayar-di-tempat-5674.html>

pengertian bahwa Perlindungan Konsumen adalah: *segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen*. Perlindungan konsumen memiliki cakupan yang luas, meliputi peluang konsumen terhadap barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang dan jasa tersebut. Cakupan perlindungan konsumen itu dibedakan menjadi dua, antara lain:²⁶

1. Perlindungan terhadap barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang disepakati.
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

6. Fiqh Muamalah

Dalam Pembahasan ini yang dimaksud fiqh muamalah sebagaimana dikutip oleh Drs. Masduha Abdurrahman dalam bukunya 'Pengantar dan Asas-asas Hukum Perdata Islam (Fiqh Muamalah)' memiliki arti khusus, yaitu :

الأحكام المتعلقة بأفعال الناس وتعاملهم بعضهم مع بعض في الأموال والحقوق وفصل منازعاتهم

"Hukum- hukum yang berkaitan dengan perbuatan dan hubungan manusia sesama manusia dalam urusan kebendaan dan hak-hak kebendaan serta cara-cara menyelesaikan persengketaan mereka"

²⁶ Esther Masri, Otih Handayani, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, (Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2023), 23

Jadi, fiqh muamalah dapat diartikan dalam dua pengertian sebagai berikut:

1. Fiqh muamalah dilihat dari sisi bahwa ia adalah sebuah kesatuan hukum dari aturan-aturan tentang hubungan antara sesama manusia dalam hal kebendaan untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka.
2. Fiqh muamalah dipandang sebagai sebuah ilmu pengetahuan tentang hukum.

Dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa secara garis besar definisi atau pengertian fiqh muamalah, yaitu hukum-hukum yang berkaitan dengan tata cara berhubungan antar sesama manusia, baik hubungan tersebut bersifat kebendaan maupun dalam bentuk perjanjian perikatan. Fiqh muamalah adalah salah satu pembagian lapangan pembahasan fiqh selain yang berkaitan dengan ibadah, artinya lapangan pembahasan hukum fiqh muamalah adalah hubungan interpersonal antar sesama manusia, bukan hubungan vertikal manusia dengan tuhan (ibadah *mahdhah*).²⁷

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan ilmiah dengan judul “Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi *Cash On Delivery* Atas Pengiriman Barang Tanpa Pesanan Perspektif Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Fiqh Muamalah” ini yakni sebagai berikut:

²⁷ Hariman Surya Siregar, Koko Khoerudin, *Fikih Muamalah Teori dan Implementasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), 6.

Bab I, yang berisi mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan definisi istilah. Dimana bab pertama ini membahas mengenai penjabaran secara umum, dan penegasan penelitian pada permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti.

Bab II, yakni berisi kajian pustaka mengenai penelitian terdahulu dan kajian teori, di mana peneliti membandingkan antara penelitian sebelumnya yang masih berkaitan dengan judul penelitian “Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi *Cash On Delivery* Atas Pengiriman Barang Tanpa Pesanan Perspektif Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Fiqh Muamalah” apakah ada sebuah perbedaan dan persamaan diantaranya.

Bab III, yakni berisi metode penelitian di mana peneliti akan menjelaskan mengenai jenis dan pendekatan yang digunakan kemudian sumber bahan hukum, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisa data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitiannya.

Bab IV, yakni berisi mengenai penyajian data dan analisis data yang dilakukan oleh peneliti dimana peneliti di sini akan menjelaskan bagaimana inti dari hasil penelitiannya mengenai “Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi *Cash On Delivery* Atas Pengiriman Barang Tanpa Pesanan Perspektif Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Fiqh Muamalah”.

Bab V, berisi mengenai penutup, kesimpulan dan saran dari hasil yang diteliti selain itu peneliti juga melengkapinya dengan saran-saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian ini, peneliti telah mengkaji sejumlah literatur dari sumber-sumber terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini, termasuk skripsi skripsi sebelumnya dan berbagai referensi pustaka lainnya. Penelitian sebelumnya telah dievaluasi untuk meningkatkan dan memperbarui penelitian ini. Untuk mencapai tujuan ini, mereka telah menganalisis beberapa penelitian sebelumnya yang terkait dengan subjek ini dan temuan mereka menunjukkan bahwa sebagai berikut:

1. Skripsi karya Khulaila Inda Fikriyah tahun 2023 dari Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, yang mengangkat judul "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Korban Pengguna Jual Beli Sistem Cash On Delivery (COD) Di Indonesia".

Kesimpulan dari penelitian ini, fakta konsumen yang menggunakan sistem COD karena mereka percaya bahwa dengan adanya sistem ini dianggap sangat mengurangi adanya penipuan yang dilakukan oleh pelaku usaha, dengan berhasilnya sebuah transaksi sistem COD juga sangat berpengaruh kepada kepercayaan konsumen. Kemudian dalam pertanggungjawaban dari pelaku usaha sudah diatur dalam pasal 22 UUPK dan pada pasal 1491 KUHPerdara pelaku usaha memiliki dua tanggung jawab terhadap barang yang dijualnya menjamin bahwa barang tersebut

dapat dikontrol dengan aman dan tenang dan bahwa tidak ada cocok tersembunyi yang dapat menyebabkan pembatalan.

Kemudian konsumen dapat melapor kepada BPSK untuk meminta pelaku usaha bertanggung jawab jika ini terjadi karena ketentuan yang disepakati dalam kontrak yang berkaitan dengan transaksi atau produk yang diterima oleh konsumen.

Terdapat persamaan antara skripsi ini dan penelitian yang sedang peneliti telaah dalam hal membahas perlindungan hukum bagi konsumen Akan tetapi skripsi ini membahas lebih fokus kepada perlindungan hak konsumen bahwa konsumen kurang puas dengan barang yang sudah dibeli tersebut, sedangkan peneliti lebih fokus kepada perlindungan hukum bagi konsumen bahwa konsumen merasa dirugikan dikarenakan datangnya paket COD yang tidak konsumen pesan.²⁸

2. Skripsi karya Ulviana tahun 2024 dari Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, yang mengangkat judul “Perlindungan Konsumen Terhadap Pelanggaran Hak Jual Beli Daring Di Shopee Indonesia Berdasarkan Undang-Undang”

Kesimpulan dari penelitian ini, bahwa kebijakan shopee dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah sesuai namun ada hal yang tidak dijelaskan secara detail seperti privasi dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak menjelaskan secara detail apa saja yang

²⁸ Khulaila Inda Fikriyah, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Korban Pengguna Jual Beli Sistem Cash On Delivery (COD) Di Indonesia", (Skripsi, UIN Khas Jember, 2023), 8.

termasuk dalam privasi, kebijakan shopee dengan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi juga telah mengatur secara lengkap dan detail namun dalam penerapannya kurang maksimal.

Kemudian upaya perlindungan hukum yang diberikan shopee ada dua yakni bentuk perlindungan preventif yang mana bentuk perlindungannya preventif memberikan kebijakan-kebijakan mengenai pengembalian barang cara melaporkan pelanggaran pengembalian dana tersebut. Kemudian bentuk perlindungan represif berkaitan dengan jika terjadi pelanggaran shopee memberikan solusi dan jika tidak mencapai mufakat maka sengketa akan diserahkan kepada Pengadilan Negeri maupun Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen BPSK.

Terdapat persamaan antara skripsi ini dan penelitian yang sedang peneliti telaah dalam hal membahas perlindungan bagi konsumen, sedangkan peneliti lebih fokus pada perlindungan hukum bagi konsumen bahwa konsumen merasa dirugikan dikarenakan datangnya paket COD yang tidak konsumen pesan.²⁹

3. Skripsi karya Eko Budi Cahyono tahun 2023 dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, yang mengangkat judul "Perlindungan Hukum Konsumen Pada Transaksi E-Commerce Melalui Pembayaran Cash On Delivery"

Kesimpulan dari penelitian ini, bahwa dalam praktek transaksi e-commerce melalui pembayaran COD pada aplikasi shopee ini masih banyak

²⁹ Ulviana, "Perlindungan Konsumen Terhadap Pelanggaran Hak Jual Beli Daring Di Shopee Indonesia Berdasarkan Undang-Undang", (Skripsi, UIN Khas Jember, 2024), 9.

terjadi pelanggaran terhadap hak konsumen terutama mengenai informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta didengarkan pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan, sehingga memudahkan untuk melakukan penyelesaian terhadap kasus yang dialami. Peraturan perundang-undangan dan aplikasi shopee itu sendiri telah mengatur tata cara bertransaksi dengan metode pembayaran COD dengan baik dan benar untuk melindungi kepentingan para pihak yang melakukan transaksi tersebut, akan tetapi karena masih kurangnya informasi yang didapat oleh para pihak sehingga menyebabkan timbulnya suatu masalah.

Terdapat persamaan antara skripsi ini dan penelitian yang sedang peneliti telaah dalam hal membahas mengenai perlindungan hukum bagi konsumen akan tetapi skripsi ini membahas lebih fokus kepada perlindungan terhadap konsumen pada transaksi cod, sedangkan peneliti lebih fokus kepada perlindungan hukum bagi konsumen bahwa konsumen merasa dirugikan dikarenakan datangnya paket COD yang tidak konsumen pesan.³⁰

4. Skripsi karya Nafa Sofiyana Reza tahun 2020 dari Universitas Islam Negeri Walisongo, yang mengangkat judul "Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Online Dengan Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) di PT. Shopee Indonesia"

³⁰ Eko Budi Cahyono, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Transaksi E-Commerce Melalui Pembayaran Cash On Delivery", (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2023), 6.

Kesimpulan dari penelitian ini, menunjukkan bahwa hubungan hukum antara para pihak dalam jual beli online metode pembayaran Cash On Delivery (COD) termasuk hubungan hukum bersegi dua karena kedua belah pihak saling memberikan dan meminta sesuatu, kemudian secara perlindungan hukum yang didapatkan pelaku usaha menggunakan akibat hukum jika ingkar janji yaitu pasal 1266 KUHPdata tentang pembatalan perjanjian, dengan demikian dikirimkannya kembali barang tersebut kepada pelaku usaha serta shopee akan menonaktifkan akun konsumen yang melakukan etika tidak baik saat jual beli online metode pembayaran Cash On Delivery (COD) sebanyak dua kali dalam 60 hari, dan akan diaktifkan kembali setelah 60 hari terhitung dari tanggal dinonaktifkan, namun hal ini belum memberikan efek jera kepada konsumen.

Terdapat persamaan antara skripsi ini dan penelitian yang sedang peneliti telaah dalam hal membahas mengenai perlindungan hukum akan tetapi skripsi ini membahas lebih fokus kepada perlindungan terhadap pelaku usaha sedangkan peneliti lebih fokus pada perlindungan hukum bagi konsumen bahwa konsumen merasa dirugikan dikarenakan datangnya paket COD yang tidak konsumen pesan.³¹

5. Penelitian dari jurnal hukum pidana islam karya Hamka, Indra Satriani yang berjudul "Sistem Pembayaran Cash On Delivery (COD) Dalam Belanja Online Prespektif Fiqh Muamalah"

³¹ Nafa Sofiyana Reza, "Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Online Dengan Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) di PT. Shopee Indonesia", (Skripsi, UIN Wali Songo, 2020), 6.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa jual beli online merupakan transaksi pada zaman modern sehingga tidak bisa terhindarkan karena banyak digemari masyarakat termasuk yang beragama Islam di sisi lain Islam menerapkan secara khusus mekanisme transaksi jual beli yang termaktub dalam fiqih muamalah jika dilihat dari prinsip atau etika dan transaksi jual beli pada fiqih muamalah tidak bertentangan dengan jual beli online selama tidak ada yang merasa terzalimi diantara keduanya atau saling mempercayai atas objek atau barang jualan yang tidak bertentangan dengan syariat.

Terdapat persamaan antara penelitian ini dan penelitian yang sedang peneliti telaah dalam hal membahas mengenai prespektif fiqih muamalah akan tetapi skripsi ini membahas lebih fokus kepada sistem pembayaran COD menurut fiqih muamalah sedangkan peneliti lebih fokus pada perlindungan hukum bagi konsumen bahwa konsumen merasa dirugikan dikarenakan datang pakai COD yang tidak konsumen pesan.³²

Untuk memudahkan dalam membaca penelitian terdahulu yang tersaji dalam penelitian ini simak dan cermati table berikut ini:

Tabel 2.1.
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

NO	PENELITIAN TERDAHULU	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Khulaila Inda Fikriyah, (2023), "Perlindungan Hukum Terhadap	Membahas mengenai transaksi cash on delivery	Skripsi ini membahas lebih fokus kepada perlindungan hak konsumen bahwa

³² Hamka Indra Santriani, "Sistem Pembayaran Cash On Delivery (COD) Dalam Belanja Online Prepektif Fiqh Muamalah", Jurnal Hukum Pidana Islam, Vol 6, No 1, (2024), 109.

	Konsumen Korban Pengguna Jual Beli Sistem Cash On Delivery (COD) Di Indonesia” (Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember)		konsumen kurang puas dengan barang yang sudah dibeli tersebut, sedangkan peneliti lebih fokus kepada perlindungan hukum bagi konsumen bahwa konsumen merasa dirugikan dikarenakan datangnya paket COD yang konsumen tidak merasa pesan sama sekali.
2	Ulviana, (2024), “Perlindungan Konsumen Terhadap Pelanggaran Hak Jual Beli Daring Di Shopee Indonesia Berdasarkan Undang-Undang” (Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember)	Membahas mengenai perlindungan hukum bagi konsumen	Peneliti lebih fokus pada perlindungan hukum bagi konsumen bahwa konsumen merasa dirugikan dikarenakan datangnya paket COD yang tidak konsumen pesan
3	Eko Budi Cahyono, (2023), “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Transaksi E-Commerce Melalui Pembayaran Cash On Delivery” (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)	Menggunakan metode penelitian normatif	Skripsi ini membahas lebih fokus kepada perlindungan terhadap konsumen, sedangkan peneliti lebih fokus kepada perlindungan hukum bagi konsumen bahwa konsumen merasa dirugikan dikarenakan datangnya paket COD yang konsumen tidak merasa pesan sama sekali.
4	Nafa Sofiyana Reza, (2020), “Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Online Dengan Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) di PT. Shopee Indonesia”	Membahas mengenai perlindungan hukum dengan menggunakan uupk	Skripsi ini membahas lebih fokus kepada perlindungan terhadap pelaku usaha sedangkan peneliti lebih fokus pada perlindungan hukum bagi konsumen bahwa konsumen merasa dirugikan dikarenakan datangnya paket COD

	(Universitas Islam Negeri Walisongo)		yang tidak konsumen pesan
5	Hamka, Indra Satriani, (2024), “Sistem Pembayaran Cash On Delivery (COD) Dalam Belanja Online Prespektif Fiqh Muamalah” (Jurnal Hukum Pidana Islam)	Membahas mengenai prespektif fiqh muamalah	Skripsi ini membahas lebih fokus kepada sistem pembayaran COD menurut fiqh muamalah sedangkan peneliti lebih fokus pada perlindungan hukum bagi konsumen bahwa konsumen merasa dirugikan dikarenakan datang pakai COD yang tidak konsumen pesan.

B. Kajian Teori

Untuk mengarahkan penelitian ini, diperlukan kerangka teori yang akan menjelaskan dan membatasi teori yang akan diaplikasikan oleh penelitian. Kajian teori ini mencakup diskusi yang akan menjadi kerangka kerja dalam melaksanakan penelitian. Diskusi ini bersifat menyeluruh dan mendalam mengungkapkan perspektif peneliti tentang masalah yang akan ditangani. Ini sesuai dengan rumusan masalah dan fokus penelitian.³³

1. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum merupakan gambaran dari bekerjanya fungsi hukum untuk mewujudkan tujuan-tujuan hukum yakni keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum. Perlindungan hukum dapat diartikan sebagai perlindungan oleh hukum atau perlindungan dengan menggunakan pranata dan sarana hukum.³⁴ Secara etimologi, perlindungan hukum berasal

³³ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Ahmad Siddiq Jember., 2021), 104.

³⁴ Muhamad Qustulani, *Modul Mata Kuliah Perlindungan Hukum & Konsumen*, (Tangerang: PSP Nusantara Press, 2018), 17

dari Bahasa Belanda yaitu *theorie van de wettelijke bescherming*. Kata perlindungan hukum menunjukkan arti bahwa hukum itu melindungi sesuatu. Sesuatu yang dilindungi oleh hukum adalah kepentingan manusia, karena memang hukum itu dibuat oleh dan untuk manusia atau masyarakat.³⁵

Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subjek hukum sesuai dengan aturan hukum, baik itu yang bersifat preventif maupun bersifat represif baik secara tertulis maupun tidak tertulis dalam rangka penegakan peraturan hukum. Secara konseptual, perlindungan hukum yang diberikan bagi rakyat Indonesia merupakan implementasi atas prinsip pengakuan dan perlindungan terhadap harkat dan martabat manusia yang bersumber pada Pancasila dan prinsip negara hukum yang berdasarkan Pancasila.³⁶

Menurut Satjipto Rahardjo perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.³⁷ Sedangkan menurut C.S.T. Kansil perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara

³⁵ Hulman Panjaitan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bekasi: Jala Permata Aksara, 2021), 48.

³⁶ Muhamad Qustulani, *Modul Mata Kuliah Perlindungan Hukum & Konsumen*, (Tangerang: PSP Nusantara Press, 2018), 20.

³⁷ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000), 53.

pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.³⁸

2. Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Dalam penjelasan Undang-Undang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa peran hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya, sebab perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha yang sehat, serta lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas.³⁹

Perlindungan Konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat

³⁸ C.S.T. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), 102.

³⁹ Gunawan Widjaja Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 17.

dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut. Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu:⁴⁰

- a. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
- b. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Pada tanggal 15 Maret 1962, Presiden Amerika Serikat John F. Kennedy memberikan pidato mengenai hak-hak konsumen di Gedung Putih. Dalam pidatonya tersebut, Kennedy menyatakan bahwa setiap konsumen memiliki 4 (empat) hak dasar sebagai konsumen, yaitu:⁴¹

1. *The right to safety* (hak atas keamanan). Konsumen memiliki hak untuk melindungi diri dari produk yang berbahaya atau merugikan, serta hak untuk memperoleh informasi yang jelas dan akurat tentang risiko dan keamanan produk yang digunakan.
2. *The right to choose* (hak untuk memilih). Konsumen memiliki hak untuk memilih produk dan jasa yang berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau, serta hak untuk mendapatkan pelayanan yang memadai dan adil dari penjual atau penyedia jasa.
3. *The right to be informed* (hak mendapatkan informasi). Konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi yang jelas, akurat, dan mudah dipahami tentang produk dan jasa yang ditawarkan, termasuk

⁴⁰ Zulham, *Perlindungan Hukum Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2013), 21.

⁴¹ Esther Masri, Otih Handayani, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, (Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2023), 7.

informasi tentang bahan-bahan yang digunakan, cara penggunaan, dan informasi harga

4. *The right to be heard* (hak untuk didengar pendapatnya). Konsumen memiliki hak untuk didengar dan dipertimbangkan pandangan, keluhan dan saran mereka dalam pembuatan keputusan yang mempengaruhi konsumen secara keseluruhan.⁴²

Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 (UUPK): Undang-undang ini memberikan landasan hukum yang kuat bagi konsumen untuk mendapatkan hak dan kewajiban mereka. Hak dan Kewajiban merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Terjalannya suatu kesepakatan menyebabkan akibat hukum bagi masing-masing pihak yakni berupa hak dan kewajiban, hal ini termasuk dari syarat penyerta berdasarkan kesepakatan yang telah dibuat pada awal akad. hak dan kewajiban boleh berlaku selama tidak bertentangan dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh *syara*. Adapun hak-hak konsumen disebutkan pada pasal 4 dalam undang-undang perlindungan konsumen, yaitu:⁴³

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Artinya konsumen mempunyai hak atas kenyamanan barang atau jasa yang digunakan, keamanan

⁴² Esther Masri, Otih Handayani, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, (Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2023), 7.

⁴³ Sekretariat Negara Republik Indonesia Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Hukum Perlindungan Konsumen, Pasal 4

dalam menggunakan barang seperti tidak mengandung zat-zat yang berbahaya ataupun tidak ada unsur penipuan atas jasa yang digunakan oleh konsumen.

2. Hak untuk memilih barang dan/jasa serta mendapatkan barang dan/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Artinya memiliki hak untuk memilih barang atau jasa yang ingin digunakan. Maka dari itu tidak boleh adanya unsur pemaksaan bagi konsumen untuk memilih atau menggunakan barang atau jasa.
3. Hak atas Informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Artinya konsumen mempunyai hak untuk mendapatkan informasi secara detail mengenai barang atau jasa yang ingin digunakan, seperti rincian bagaimana keadaan suatu barang yang sebenarnya dan tidak boleh ada yang ditutup-tutupi.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. Artinya konsumen memiliki hak untuk didengar keluhannya atas barang atau jasa yang telah konsumen gunakan, seperti barang yang tidak cocok atau tidak sesuai dengan barang atau jasa yang dipergunakan.⁴⁴
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

⁴⁴ Sekretariat Negara Republik Indonesia Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4

Konsumen memiliki hak untuk dilindungi apabila konsumen itu merasa dirugikan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab.

6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen. Artinya konsumen berhak untuk mendapatkan pemahaman atas hak dan kewajiban apa saja yang perlu konsumen ketahui dan ditaati.
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Artinya konsumen harus dilayani dengan sukacita tidak boleh adanya deskriminatif atau pilih-pilih dalam melayani konsumen.
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.⁴⁵

Setiap ada hak yang diberikan maka ada suatu kewajiban yang harus dilakukan atau perlu diperhatikan. Maka dari itu, dalam undang-undang perlindungan konsumen tidak hanya mengatur adanya hak konsumen saja akan tetapi juga mengatur tentang kewajiban konsumen juga. Adapun kewajiban konsumen yang terdapat pada pasal 5 yang harus dilaksanakan diantaranya yakni:⁴⁶

⁴⁵ Sekretariat Negara Republik Indonesia Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4

⁴⁶ Sekretariat Negara Republik Indonesia Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 5

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Hak dan Kewajiban pelaku usaha diatur dalam pasal 6 dan pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen. Adapun hak-hak pelaku usaha dimaksudkan untuk menciptakan kenyamanan berusaha bagi para pelaku usaha dan sebagai keseimbangan atas hak-hak yang diberikan kepada konsumen, hak pelaku usaha terdapat pada pasal 6 diantaranya yaitu:⁴⁷

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.

⁴⁷ Sekretariat Negara Republik Indonesia Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 6

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

Sama halnya yang ada pada kewajiban konsumen tadi, undang-undang perlindungan konsumen tidak hanya memberikan kewajiban pada konsumen saja akan tetapi juga memberikan kewajiban yang harus dilakukan dan diperhatikan juga sebagai pelaku usaha. Adapun kewajiban pelaku usaha yang terdapat pada pasal 7 yang harus dilaksanakan diantaranya yakni:⁴⁸

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku

⁴⁸ Sekretariat Negara Republik Indonesia Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 7

5. 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
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian

Dalam UUPK pasal 8 mengatur larangan bagi pelaku usaha untuk melakukan praktik usaha yang tidak jujur. Pengiriman barang tanpa pesanan dapat dikategorikan sebagai praktik tidak jujur yang merugikan konsumen.⁴⁹

Dalam UUPK pasal 19 mengatur Pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen akibat pelanggaran ini, memberikan hak kepada konsumen untuk mengajukan keluhan atau tuntutan ganti rugi.⁵⁰

3. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Istilah asas merupakan padanan dan bahasa latin "*princupium*" yang dalam bahasa inggris disebut "*principle*". Padanan kata ini dalam Belanda "*beginsel*" yang artinya dasar atau sesuatu yang menjadi tumpuan berpikir

⁴⁹ Sekretariat Negara Republik Indonesia Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 8

⁵⁰ Sekretariat Negara Republik Indonesia Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 19

atau berpendapat. Kata *Principle* atau sering di indonesiakan sebagai prinsip sebagai sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alas, sebagai dasar tumpuan sebagai tempat untuk menyandarkan untuk mengembalikan sesuatu hal yang ingin dijelaskan.⁵¹

Asas di sini memiliki makna secara luas umum dan abstrak, di mana asas adalah merupakan hal yang mendasari adanya norma hukum. Itulah sebabnya asas hukum bukanlah suatu perintah hukum yang konkret, karena perintah hukum yang konkret dalam bentuk norma yang presisi dan dituangkan dalam wujud pasal-pasal dalam aturan perundang-undangan.

Pembentukan suatu hidup bersama yang baik pertimbangan tentang asas atau dasar dalam membentuk hukum supaya sesuai dengan cita-cita dan kebutuhan hidup bersama. Dengan demikian, asas hukum adalah prinsip-prinsip yang dianggap dasar atau fundamental hukum. Asas-asas itu dapat juga disebut titik tolak dalam pembentukan undang-undang dan interpretasi undang-undang tersebut. Berdasarkan keterangan di atas, jelaslah semua peraturan hukum harus dapat dikembalikan pada asas hukumnya. Asas hukum ini disebut sebagai alasan bagi lahirnya peraturan hukum.⁵²

Mengenai batasan pengertian asas hukum dapat dilihat beberapa pendapat para ahli, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Pendapat Bellefroid. Asas hukum adalah norma dasar yang dijabarkan dari hukum positif dan yang oleh ilmu hukum tidak

⁵¹ Andreas Albertus, Andi Prajitno, *Hukum Fidusia*, (Malang: Selaras, 2010), 114.

⁵² Ishaq, *Dasar-Dasar Ilmu Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2007), 75.

dianggap berasal dari aturan yang lebih umum. Asas hukum umum itu merupakan pengendapan hukum positif dalam suatu masyarakat.

2. Pendapat Van Eikema Hommes mengatakan bahwa asas hukum itu tidak boleh dianggap sebagai norma-norma hukum yang konkret, akan tetapi perlu dipandang sebagai dasar-dasar hukum atau petunjuk-petunjuk bagi hukum yang berlaku. Pembentukan hukum praktis perlu berorientasi pada asas-asas hukum tersebut. Dengan kata lain asas hukum ialah dasar-dasar petunjuk arah dalam pembentukan hukum positif.
3. Menurut Scholten, bahwa asas hukum adalah kecenderungan yang disyaratkan oleh pandangan kesusilaan kita pada hukum, merupakan sifat-sifat umum dengan segala keterbatasannya sebagai pembawaan yang umum itu, tetapi yang tidak boleh tidak harus ada.

Apabila diamati rumusan batasan pengertian tentang asas hukum sebagaimana telah dijelaskan oleh ketiga ahli di atas, dapatlah dijelaskan bahwa asas hukum adalah dasar-dasar umum yang terkandung dalam peraturan hukum, dan dasar-dasar umum tersebut merupakan sesuatu yang mengandung nilai-nilai etis serta jiwa dari norma hukum norma hukum penjabaran secara konkret dari asas hukum.⁵³

Berdasarkan uraian di atas, dapat dikemukakan bahwa asas hukum itu bukanlah norma hukum yang konkret tetapi merupakan latar belakang dari peraturan konkret karena ia adalah dasar pemikiran yang umum dan

⁵³ Ishaq, *Dasar-Dasar Ilmu Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2007), 77.

abstrak dan mendasari lahirnya setiap peraturan hukum. Dengan demikian, perbedaan antara asas dan norma adalah:

1. Asas merupakan dasar pemikiran yang umum dan abstrak, sedangkan norma merupakan peraturan yang riil.
2. Asas adalah suatu ide atau konsep, sedangkan norma adalah penjabaran dari ide tersebut.
3. Asas hukum tidak mempunyai sanksi sedangkan norma mempunyai sanksi.

Sedangkan Tujuan perlindungan konsumen yang ingin dicapai melalui UUPK sebagaimana dimaksud pada pasal 3 adalah:

1. Meningkatkan kesadaran kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan hak-haknya sebagai konsumen.
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai kepentingan perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.

6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan keamanan dan keselamatan konsumen.

Ketentuan pasal 3 UUPK ini merupakan isi pembangunan nasional sebagaimana disebutkan dalam pasal 2 UUPK sebelumnya karena Tujuan perlindungan konsumen yang ada itu merupakan sasaran akhir yang harus dicapai dalam pelaksanaan pembangunan di bidang hukum perlindungan konsumen.

4. Hak *Khiyar*

Khiyar merupakan hak untuk melanjutkan jual beli atau membatalkannya, pembeli dan penjual sama-sama memiliki hak *khiyar* untuk memilih meneruskan transaksi jual beli atau membatalkannya. Hak *Khiyar* menjadikan masing-masing memiliki independensi dalam mengambil keputusan dalam transaksi. Selain itu transaksi jual beli seharusnya dilakukan dengan keridhaan di antara pihak yang terlibat di dalamnya. Dengan pelaksanaan *khiyar* sebagai salah satu aturan syariat, tentu akan menjadikan transaksi yang dilakukan memperoleh keberkahan, karena didasarkan pada tuntunan yang berasal dari nabi Muhammad Saw.⁵⁴

Menurut bahasa, *khiyar* berarti pilihan atau memilih. Sedangkan menurut istilah *syara khiyar* adalah hak untuk memilih bagi penjual atau pembeli untuk meneruskan atau membatalkan akad jual belinya. Melakukan

⁵⁴ Muhammad Erfan, *Khiyar Dalam Jual Beli Online (Eksistensi, Implementasi, & Syariah Compliance)*, (Yogyakarta: Diandra Creative, 2022), 24.

khiyar hukumnya mubah atau boleh karena dengan *khiyar* penjual atau pembeli dapat mempertimbangkan sebaik-baiknya terhadap barang yang diperjualbelikan, sehingga tidak ada penyesalan di kemudian hari.⁵⁵

Dasar hukum *khiyar* diantaranya, ialah: firman Allah SWT dalam surat An-Nisa ayat 29 :

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

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah ialah Maha Penyayang kepadamu.”
(QS An-Nisa: 29)

Sabda Nabi Saw :

Artinya :

وَأَنْتَ بِالْخِيَارِ بِكُلِّ سِلْعَةٍ ابْتَعْتَهَا مَا لَمْ تُفْتَرَقَا (رواه البيهقي وابن ماجه)
"Engkau berhak *khiyar* dalam tiap-tiap barang yang engkau beli selama tiga malam", (HR. Baihaqi dan Ibnu Majah)

Khiyar bisa dilarang dalam beberapa sebab, diantaranya :

1. Karena terdapat usaha untuk membantu perbuatan maksiat.
2. Karena terdapat unsur-unsur penipuan
3. Karena terdapat unsur-unsur pemaksaan.

Dari definisi yang telah diajukan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa *khiyar* ialah pilihan untuk melanjutkan jual beli atau

⁵⁵ Siti Choiriyah, *Mu'malah Jual Beli Dan Selain Jual Beli*, (Sukoharjo: CDAQ STAIN Surakarta, 2009), 32.

membatakkannya, sebab terdapat cacat terhadap barang yang dijual atau terdapat perjanjian terdapat waktu akad atau karena sebab yang lain. Tujuan di terdapatkannya *khiyar* tersebut ialah untuk mewujudkan kebajikan bagi kedua belah pihak sehingga tidak terdapat teras menyesal telah akad selesai, karena mereka sama-sama rela atau setuju.

Syarat-syarat *Khiyar*

Khiyar dalam jual beli itu tidak sah kecuali dengan dua syarat yakni:⁵⁶

1. Hendaknya penjual dan pembeli sepakat dengan teknik khusus, yang akan kamu ketahui.
2. Hendaknya terdapat barang dagangan terdapat cacat yang memperkenankan dikembalikan.
3. Berdasarkan pendapat Abu Yusuf :pembeli memiliki dagangan tersebut yang dapat dipahami bahwa syarat khiyar ialah :
 - a. *Muta'akidaini*
 - b. Dalam satu lokasi
 - c. Masanga tiga hari
 - d. Terdapat kerusakan barang yang diperjual belikan

Macam-macam *Khiyar*

1. *Khiyar Majlis*

⁵⁶ Muhammad Erfan, *Khiyar Dalam Jual Beli Online (Eksistensi, Implementasi, & Syariah Compliance)*, (Yogyakarta: Diandra Creative, 2022), 26.

Khiyar Majlis yaitu hak memilih untuk membatalkan atau meneruskan jual beli selama penjual dan beli masih di tempat akad jual beli. Bila keduanya telah berpisah, maka hak khiyar tidak berlaku lagi. Suatu akad belum bersifat pasti sebelum berakhirnya majelis akad yang ditandai dengan berpisahnya orang yang berangkat atau timbulnya pilihan lain.

2. *Khiyar Syarat*

Khiyar Syarat adalah hak memilih untuk meneruskan atau membatalkan jual beli dengan syarat tertentu. Bila syarat tidak terpenuhi, maka akad jual beli batal. Masa berlaku khiyar syarat paling lama 3 hari.

3. *Khiyar 'Aibi*

Khiyar 'Aibi adalah hak untuk memilih meneruskan atau membatalkan jual beli disebabkan adanya cacat atau 'aib pada barang tersebut. Hal ini terjadi karena sebelumnya tidak diketahui oleh kedua belah pihak. Jika terdapat cacat dan akad jual beli dibatalkan, maka barang tersebut dikembalikan kepada penjual.

4. *Khiyar Ru'yah*

Khiyar Ru'yah ialah hak pembeli untuk membatalkan akad atau tetap melangsungkannya ketika ia melihat objek akad dengan syarat ia belum melihatnya ketika berlangsung akad atau sebelumnya ia pernah melihatnya dalam batas waktu yang memungkinkan telah jadi batas perubahan atasnya.⁵⁷

⁵⁷ Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori dan Praktik)*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2018), 46.

5. Akad Jual Beli

Jual beli dalam bahasa Arab disebut *ba'i* yang secara bahasa adalah tukar-menukar. Kata jual beli mengandung suatu pengertian, yang berasal dari bahasa Arab, yaitu kata *ba'i*, yang jamaknya adalah *buyu'i* dan konjungsinya adalah *ba'a-yabi'u-bai'an* yang berarti "menjual". Adapun pengertian jual beli secara istilah/terminologi, sebagaimana dikemukakan para fukaha adalah sebagai berikut:

1. Menurut Sayyid Sabiq, jual beli adalah "Penukaran benda dengan benda lain, saling merelakan atau memindahkan hak milik dengan ada penggantinya dengan cara yang diperbolehkan".
2. Menurut Hasbi ash-Shiddieqy, jual beli adalah "Akad yang tegak atas dasar penukaran harta dengan harta, maka jadilah penukaran hak milik secara tetap".
3. Menurut Ibnu Qudamah, jual beli adalah "Saling menukar harta dalam bentuk pemindahan milik".

Jual beli dalam pengertian *syara'* terdapat beberapa definisi yang dikemukakan oleh ulama mazhab. Ulama Hanafiyah mendefinisikan "Jual beli adalah menukar benda dengan dua mata uang (emas dan perak) dan semacamnya atau tukar-menukar barang dengan uang atau semacamnya menurut cara yang khusus". Definisi ini terkandung arti bahwa cara khusus yang dimaksudkan oleh ulama Hanafiyah adalah melalui ijab (ungkapan pembeli dari pembeli) dan kabul (pernyataan menjual dari penjual), atau

juga boleh melalui saling memberikan barang dan harga dari penjual dan pembeli. Akan tetapi, harta yang diperjualbelikan haruslah yang bermanfaat bagi manusia.⁵⁸ Definisi lain dikemukakan oleh ulama Malikiyah, Syafi'iyah dan hanabilah menurut mereka jual beli adalah "Pertukaran harta dengan harta, dalam bentuk pemindahan hak milik dan kepemilikan".

Dalam menguraikan apa yang dimaksud dengan harta terdapat perbedaan pengertian antara ulama Hanafiyah dengan jumhur ulama. Akibat dari perbedaan ini, muncul pula hukum-hukum yang berkaitan dengan jual beli itu sendiri. Menurut jumhur ulama, yang dimaksud dengan harta adalah materi dan manfaat. Oleh sebab itu, manfaat dari suatu benda (menurut mereka) dapat diperjualbelikan. Ulama Hanafiyah mengartikan harta dengan suatu materi yang mempunyai nilai. Oleh sebab itu, manfaat dan hak-hak (menurut mereka) tidak boleh dijadikan objek jual beli.

Jual beli menurut ulama Malikiyah ada dua macam, yaitu jual beli yang bersifat umum dan jual beli yang bersifat khusus. Jual beli umum adalah suatu perikatan dua kamar menukar sesuatu yang bukan kemanfaatan dan kenikmatan. Tukar-menukar, yaitu satu pihak menyerahkan ganti penukaran atas sesuatu yang ditukarkan oleh pihak lain. Sesuatu yang bukan manfaat itu adalah bahwa benda yang ditukarkan adalah zat (berbentuk), ia berfungsi sebagai objek penjualan, jadi bukan manfaatnya atau bukan hasilnya.⁵⁹

⁵⁸ Hariman Surya Siregar, Koko Khoerudin, *Fikih Muamalah Teori dan Implementasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), 111-113.

⁵⁹ Hariman Surya Siregar, Koko Khoerudin, *Fikih Muamalah Teori dan Implementasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019)

Jual beli khusus adalah ikatan tukar menukar sesuatu yang bukan kemanfaatan dan bukan kelezatan yang mempunyai daya tarik penukarannya bukan emas dan bukan pula perak, bendanya dapat direalisasikan dan ada seketika, tidak merupakan utang baik barang itu ada di hadapan si pembeli maupun tidak, barang yang sudah diketahui sifat-sifatnya atau sudah diketahui terlebih dahulu.⁶⁰

Adapun Syarat-Syarat Jual Beli diantaranya ialah:

1. Syarat orang yang sedang berangkat antara lain berakal maksudnya orang gila atau belum orang yang belum *mumayyiz* tidak sah dan yang mengerjakan akad tersebut harus orang yang berbeda.
2. Syarat yang berhubungan dengan ijab dan Kabul, semua ulama sepakat unsur utama dalam jual beli di kerelaan kedua belah pihak.⁶¹
3. Syarat barang yang diperjualbelikan antara lain barang ada atau tidak ada di tempat tapi penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang tersebut, dapat berfungsi atau difungsikan.
4. Syarat barang sudah ada pemiliknya, boleh diserahkan pada saat akad berlangsung atau waktu yang ditentukan ketika transaksi berlangsung.
5. Syarat nilai tukar (harga barang), tergolong unsur yang mendasar dalam jual beli ialah nilai tukar, dan kebanyakan manusia memakai uang. Terkait dengan nilai tukar para ulama fiqih membedakan *al-*

⁶⁰ Hariman Surya Siregar, Koko Khoerudin, Fikih Muamalah Teori dan Implementasi, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), 114.

⁶¹ Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori dan Praktik)*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2018), 32.

staman dengan *al-si'r*. *Staman* ialah harga pasar yang berlaku di tengah-tengah masyarakat, *al-si'r* ialah modal barang yang seharusnya diterima semua pedagang sebelum dijual ke konsumen.

Rukun-Rukun Jual Beli

1. *Akidain* (penjual dan pembeli).
2. Ada barang yang dibeli.
3. *Sighat* (ijab dan qabul).
4. Ada nilai tukar pengganti barang.⁶²

Prinsip-Prinsip Jual Beli

1. Prinsip keadilan, berdasarkan pendapat Islam adil merupakan aturan paling utama dalam semua aspek perekonomian. Salah satu ciri keadilan ialah tidak memaksa manusia membeli barang dengan harga tertentu, jangan ada monopoli, jangan ada permainan harga, serta jangan ada cengkraman orang yang bermodal kuat terhadap orang kecil yang lemah.
2. Suka sama suka, prinsip ini merupakan kelanjutan dari asas pemerataan, asas ini mengakui bahwa setiap format muamalah antar pribadi atau antar pihak harus berdasarkan kerelaan masing-masing, kerelaan di sini dapat berarti kerelaan mengerjakan sesuatu format muamalah, maupun kerelaan dalam menerima atau memberikan harta yang dijadikan objek dalam format muamalah lainnya.

⁶² Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori dan Praktik)*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2018), 33.

3. Bersikap benar, amanah, jujur. Tanpa kebenaran, agama tidak akan tegak bahkan stabil. Bencana terbesar di dalam pasar saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan batil, misalnya berdusta adalah mempromosikan barang dan menetapkan harga. Maksud amanat ialah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya tidak mengambil suatu melebihi haknya dan tidak meminimalisir hak orang lain baik berupa harga atau upah. Disamping benar dan amanat, seorang pedagang harus berlaku jujur.
4. Tidak mubazir (boros), Islam mengharuskan setiap orang membelanjakan harta miliknya untuk memenuhi keperluan diri pribadinya dan keluarganya serta menafkahnnya di jalan Allah.⁶³

6. Etika Jual Beli

Seorang pengusaha dalam pandangan Islam bukan sekedar mencari keuntungan melainkan juga keberkahan yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhoi oleh Allah SWT. Ini berarti yang harus diraih oleh seorang penjual dalam melakukan bisnis tidak sebatas keuntungan materil (*bendawi*) tetapi yang penting lagi adalah keuntungan inmateril (*spiritual*). Kebendaan yang bermakna apabila diimbangi dengan kepentingan spiritual yang transenden (*ukhrawi*). Karena itu persyaratan untuk meraih keberkahan seorang pelaku bisnis harus dapat memperhatikan beberapa prinsip etika yang telah digariskan dalam Islam,

⁶³ Akhmad Farroh Hasan , *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori dan Praktik)*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2018), 35

yang terdapat dalam Al-Quran dan sunnah Rasulullah Saw adalah sebagai berikut.⁶⁴

a. Jujur/Transparan

Seorang penjual wajib berlaku jujur dalam melakukan usaha jual beli. Jujur dalam arti luas tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada kaum berdasarkan fakta tidak berkhianat, serta tidak pernah ingkar janji dan lain sebagainya. Karena bersikap tidak jujur merupakan perbuatan dosa dan dilarang dalam agama Islam. Penjual yang curang dan bersikap tidak jujur tentu dapat merugikan orang lain. Biasanya hasil ketidakjujurannya dapat menghasilkan keuntungan yang berlipat ganda namun semua itu tidak akan berkah dan dilaknat oleh Allah SWT. Pelaku tidak jujur bisa menjadi contoh yang buruk bagi kehidupan keluarganya maupun bagi masyarakat bahkan jujur ini merupakan sifat Rasulullah Saw yang patut ditiru. Rasulullah Saw dalam berbisnis selalu mengedepankan sifat jujur. Beliau selalu menjelaskan kualitas sebenarnya dari barang yang dijual serta tidak pernah berbuat curang bahkan mempermainkan timbangan.

Allah swt berfirman dalam surat Al-An'am 6:152

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ

Artinya, "...Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil"

⁶⁴ Torik Gunara, *Marketing Muhammad Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad Saw*, (Bandung: PT Karya Kita, 2008), 90.

Ayat di atas menganjurkan kepada seluruh umat manusia pada umumnya, dan kepada para penjual khususnya untuk berlaku jujur dalam menimbang, menakar dan mengukur barang dagangan. Adanya penyimpangan dalam menimbang, menakar, dan mengukur merupakan wujud kecurangan kecurangan dalam perdagangan.

b. Menjual Barang Yang Halal

Al-Quran dengan tegas telah meletakkan konsep dasar halal dan haram yang berhubungan transaksi dalam jual beli. Dalam Islam disyaratkan, untuk bias meraih harta yang halal harus linear antara niat, proses, dan sarana yang dipergunakan. Dalam arti, sekalipun didahului dengan niat yang baik, akan tetapi jika proses dan sarana yang dipakai tidak dibenarkan oleh Islam, maka niscaya harta yang dihasilkan tidak akan berkah dan haram hukumnya. Oleh karena itu, pencucian hati yang dihasilkan melalui ibadah ritual seseorang, hendaknya bias menyucikan niat dan metode mereka dalam mencari nafkah dan penghasilan.⁶⁵

Islam adalah agama universal yang dapat dipahami sebagai sebuah pandangan hidup, aturan tangkritual dan muamalah yang berfungsi untuk membimbing manusia agar bisa hidup layak, hidup bahagia dengan ridho Allah Swt baik di dunia maupun di akhirat.

Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Dalam surat 2:275 :

⁶⁵ Imam Al Ghazali, *Benang Tipis Antara Halal dan Haram*, (Surabaya: Putra Pelajar, 2002), 217.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
 ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّنْ
 رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya:

"Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan karena gila. Keadaan mereka yang demikian itu adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), 'Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba,' padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu dia berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya."

c. Tidak Menyembunyikan Cacat Barang

Ibnu Majah menuturkan dari wasilah bin Al-Asqara, Dia berkata aku pernah mendengar Nabi Saw bersabda, "Barang siapa yang menjual suatu barang yang mempunyai cacat yang tidak diterangkannya, harusnya isinya berada dalam murka Allah dan para malaikat pun mengutusnyanya".

d. Tidak Melakukan Sumpah Palsu

Seringkali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari terutama di kalangan para penjual kelas bawah apa yang dikenal dengan obral sumpah dengan maksud untuk meyakinkan pembeli bahwa barang dagangannya tidak ada untung dengan harapan agar orang-orang terdorong untuk membelinya. Janganlah sekali-kali bersumpah atas nama Allah ketika berjual beli, dan jangan membiasakan diri berbuat

demikian karena keuntungan dunia yang kita kejar adalah lebih kecil dan lebih rendah daripada seseorang itu bersumpah atas nama Allah meskipun itu benar.

Tetapi jika sumpah dalam jual beli itu dilakukan dengan penuh kejujuran, maka sumpahnya tetap makruh, tetapi makruh dengan pengertian tanzih (sebaiknya dihindari) karena yang demikian itu sebagai upaya melariskan dagangan sekaligus sebagai upaya mencari daya tarik pembeli dengan banyak mengumbar sumpah.⁶⁶

إِنَّ الَّذِينَ يَسْتُرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ

Artinya:

"Sesungguhnya orang-orang yang menukar janji Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga yang sedikit, mereka itu tidak mendapat bagian (kebaikan) di akhirat."

e. Amanah

Amanah dalam bahasa Indonesia adalah dapat dipercaya.

Kepercayaan adalah aset yang sangat berharga di dunia bisnis. Amanah memiliki makna tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban moral yang dibebankan kepada setiap orang, baik dalam melaksanakan tugas penghambaan kepada Tuhan maupun tugas kemanusiaan antara sesamanya. Penjual yang islami harus mau dan mampu bertanggung jawab atas setiap usaha, pekerjaan, atau jabatan sebagai penjual yang menjadi profesinya. Setiap amanah yang dibebankan kepada pundak seseorang akan diminta

⁶⁶ Imam Al Ghazali, *Benang Tipis Antara Halal dan Haram*, (Surabaya: Putra Pelajar, 2002), 217.

pertanggungjawabannya diisi Allah, oleh karenanya apapun bentuknya amanah jangan disepelekan.⁶⁷

7. Larangan Jual Beli

1. *Riba* (Bunga)

Menurut bahasa *riba* (*al-riba*) memiliki beberapa pengertian, yaitu bertambah (*al-ziyadah*), berkembang atau tumbuh (*an-numu*), meningkat/menjadi tinggi (*al-'uluw*), menjulang (*al-rif'ah*), dan bertambah (*al-rima*). *Riba* merupakan perbuatan hukum yang dilarang secara eksplisit dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Saw. Dalam Al-Qur'an Allah

Berfirman:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

"Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba" (QS Al-Baqarah [2]:275).

Muhammad Abu Zahrah menegaskan bahwa jual beli dihalalkan karena di dalamnya terdapat keseimbangan antara untung dan rugi (*al-ghurm bi al-ghurm*), sedangkan riba diharamkan karena tidak terdapat keseimbangan antara untung dan rugi, yaitu usaha yang menguntungkan tanpa risiko tinggi.

2. *Gharar* (Ketidakjelasan)

Gharar dalam arti bahasa Arab adalah *al-khathr* yaitu pertaruhan, *majhul al-aqibah* yaitu tidak jelas hasilnya, ataupun dapat juga diartikan sebagai *al-mukhatharah* yaitu pertaruhan dan *al-jahalah* yaitu

⁶⁷ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV Alfabeta, 2010), 27.

ketidakjelasan. *Gharar* merupakan bentuk keraguan, tipuan, atau tindakan yang bertujuan untuk merugikan orang lain. Dilihat dari beberapa arti kata tersebut, yang dimaksud dengan *gharar* dapat diartikan sebagai semua bentuk jual beli yang di dalamnya mengandung unsur-unsur ketidakjelasan, pertaruhan atau perjudian. Dari semuanya mengakibatkan atas hasil yang tidak pasti terhadap hak dan kewajiban dalam suatu transaksi atau jual beli.

Adapun menurut istilah, banyak ulama yang telah memberi batasan makna terhadap *gharar* yang nampak saling berbeda tetapi memiliki kedekatan pengertian. Di antaranya adalah:

1. Al-Khattabi berpendapat bahwa *gharar* merupakan sesuatu yang tidak diketahui akibatnya, inti dan rahasianya tersembunyi. Dalam definisi menunjukkan kepada kita bahwa setiap jual beli yang maksudnya tidak diketahui dan tidak jelas.
2. Ibnu Mundhirb berpendapat bahwa sesungguhnya Rasulullah Saw yang telah melarang jual beli *gharar* yang termasuk di dalamnya cabang-cabang jual beli. Hal tersebut terjadi pada semua jual beli yang diadakan oleh pihak-pihak yang bertransaksi dan mengandung ketidaktahuan baik pada penjual dan pembeli maupun salah satu diantara keduanya.
3. Imam Nawawi menjelaskan larangan Rasulullah atas transaksi *gharar* merupakan sesuatu yang sangat pokok dan penting dalam jual beli. Oleh sebab itu, Imam Muslim menempatkannya di awal pada kitab shahihnya. Banyak kasus jual beli bahkan tidak terbatas

jumlahnya yang masuk dalam kategori gharar.akarannya adalah termasuk kategori *gharar*.⁶⁸

3. Penipuan (*Tadlis*)

Tadlis adalah transaksi yang mengandung suatu hal yang tidak diketahui oleh salah satu pihak yang bertransaksi jual beli. Setiap transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak. Mereka harus mempunyai informasi yang sama sehingga tidak ada pihak yang merasa dicurangi atau ditipu karena ada sesuatu yang keadaan di mana salah satu pihak tidak mengetahui informasi yang diketahui oleh salah satu pihak lain.

Tadlis berapa kan sesuatu yang mengandung unsur penipuan. Unsur ini tidak hanya dalam ekonomi syariah melainkan juga dalam ekonomi konvensional. *Tadlis* (penipuan) dalam berinvestasi adalah menyampaikan sesuatu dalam bertransaksi bisnis dengan informasi yang diberikan tidak sesuai dengan fakta yang ada pada suatu tersebut. Penipuan merupakan penyesatan dengan sengaja oleh salah satu terhadap pihak mitra janji dengan memberikan keterangan-keterangan palsu disertai dengan tipu muslihat untuk membujuk pihak mitra janji agar memberikan perizinannya di mana jelas bahwa kalau tidak karena tipu dia tidak membuat perikatan bersangkutan atau paling tidak, tidak ada syarat yang disetujuinya.⁶⁹

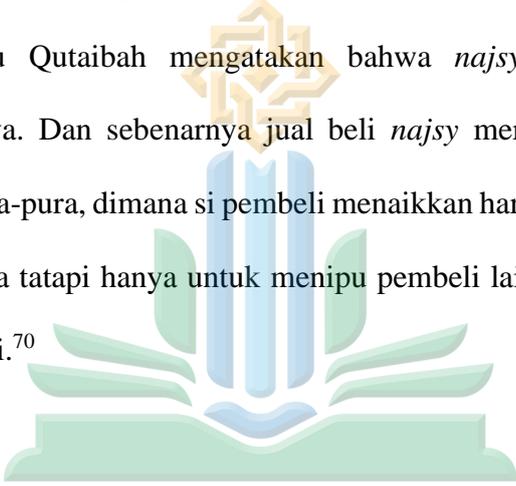
4. *Najsy* (Menawar Palsu)

⁶⁸ Prilla Kurnia Ningsih, *Fiqh Muamalah*, (Depok: Rajawali Pers, 2021), 40.

⁶⁹ Prilla Kurnia Ningsih, *Fiqh Muamalah*, (Depok: Rajawali Pers, 2021), 34.

Najsy secara bahasa berarti memengaruhi. Sedangkan menurut pengertian terminologi, *najsy* berarti jika seseorang meninggikan harga sebuah barang, namun tidak bermaksud untuk membelinya, melainkan hanya untuk membuat orang lain tertarik dengan barang tersebut sehingga tidak terjebak di dalamnya, atau dia memuji komoditas tersebut dengan kelebihan-kelebihan yang sebenarnya tidak dimiliki komoditas tersebut dengan tujuan untuk promosi belaka.

Ibnu Qutaibah mengatakan bahwa *najsy* adalah menipu dan memperdaya. Dan sebenarnya jual beli *najsy* merupakan jual beli yang bersifat pura-pura, dimana si pembeli menaikkan harga barang, bukan untuk membelinya tetapi hanya untuk menipu pembeli lainnya, membeli dengan harga tinggi.⁷⁰



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁷⁰ Prilla Kurnia Ningsih, *Fiqh Muamalah*, (Depok: Rajawali Pers, 2021), 34.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder disebut juga penelitian doktrinal di mana hukum seringkali dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law in books*) atau dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas.⁷¹

Menurut Peter Mahmud Marzuki, penelitian hukum normatif adalah suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi.⁷²

Dalam penelitian ini menggunakan dua pendekatan yaitu, pendekatan perundang-undangan serta pendekatan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan karena berfokus untuk menelaah norma-norma dalam peraturan perundang-undangan dan mengacu pada fakta sosial yang ada di masyarakat.

Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) akan dilihat hukum sebagai suatu system yang tertutup yang mempunyai sifat sebagai berikut:⁷³

⁷¹ Nurul Qamar, Farah Syah Rezah, *Metode Penelitian Hukum Doktrinal dan Non-Doktrinal*, (Makassar: CV. Social Politic Genius (SIGn), 2020), 47.

⁷² Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana, 2005), 43.

⁷³ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, (Mataram: Mataram University Press, 2020), 56.

- 1) *Comprehensive* artinya norma-norma hukum yang ada didalamnya terkait antara yang satu dengan yang lainnya secara logis
- 2) *All-iclusive* bahwa kumpulan norma hukum tersebut cukup mampu menampung permasalahan hukum yang ada sehingga tidak akan ada kekurangan hukum
- 3) *Sistematic* bahwa di samping bertautan antara satu dengan yang lain, norma-norma hukum tersebut juga tersusun secara sistematis.

Sedangkan pendekatan studi pustaka (*library research*) merupakan metode penelitian yang mengandalkan pengumpulan dan analisis informasi dari sumber-sumber tertulis, seperti buku-buku fiqh muamalah, jurnal, artikel, dan dokumen lainnya. Tujuannya adalah untuk memahami dan menyusun landasan teori yang relevan dengan topik penelitian, serta untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang masalah yang sedang diteliti.⁷⁴

Pendekatan ini merujuk pada peraturan perundang-undangan serta buku-buku, jurnal, artikel, dan dokumen lainnya sebagai fokus penelitian tersebut ialah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, serta buku-buku Fiqh Muamalah.

B. Sumber Bahan Hukum

Data yang peneliti butuhkan dalam menjawab permasalahan penelitian ini berupa informasi terkait ketentuan hukum peraturan perundang-undangan di Indonesia. Informasi itu lalu dikelompokkan sebagai berikut:

⁷⁴ Miza Nisa, Anisya Hanifah, "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka", *Jurnal Edumaspul*, Vol 6, No 1, (Maret 2022), 2.

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan sumber informasi langsung yang berhubungan dengan subjek penelitian. Pada penelitian ini, bahan hukum primer mencakup Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, serta Buku Literatur Fiqh Muamalah

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum yang terdiri atas buku- buku fiqh muamalah yang ditulis oleh ahli yang berpengaruh, jurnal-jurnal hukum, pendapat para sarjana, kasus-kasus hukum, yurisprudensi, dan hasil-hasil simposium mutakhir yang berkaitan dengan topik penelitian.

c. Bahan Hukum Tersier

Sedangkan bahan hukum tersier memberikan informasi tambahan atas bahan hukum sekunder misalnya koran, majalah, kamus hukum, dan sumber-sumber lainnya yang diakses melalui internet.⁷⁵

C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data untuk sumber data primer dan penunjang berupa data sekunder sebagai berikut studi kepustakaan yaitu serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Peneliti mengumpulkan data dengan membaca dokumen yang memuat informasi terkait ketentuan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi cod pada aplikasi lazada yang melibatkan pengiriman barang tanpa

⁷⁵ Bachtiar, *Metode Penelitian Hukum*, (Tangerang Selatan: UNPAM PRESS, 2018), 138.

pesanan prespektif undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan fiqh muamalah.

D. Teknik Analisis Data

Data yang telah diperoleh dan dikumpulkan dan dipilah-pilah lalu dianalisis dari studi dokumen yang telah dilakukan selanjutnya akan disederhanakan lalu akan diolah menjadi analisis deskriptif yaitu memaparkan atau menarasikan informasi yang telah didapatkan dalam bentuk rangkaian kalimat-kalimat hingga mudah dipahami. Analisis deskriptif merupakan analisa yang menggambarkan keadaan atau status fenomena dengan kata-kata atau kalimat, kemudian dipisahkan menurut kategorinya untuk memperoleh kesimpulan.⁷⁶



⁷⁶ Bachtiar, *Metode Penelitian Hukum*, (Tangerang Selatan: UNPAM PRESS, 2018), 160.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi *Cash On Delivery* Atas Pengiriman Barang Tanpa Pesanan Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Timbulnya ide perlindungan konsumen adalah sebagai akibat lemahnya posisi konsumen dibanding dengan pelaku usaha. Rasio dari seseorang perlu dilindungi adalah karena yang bersangkutan lemah. Bentuk perlindungan yang diberikan kepada pihak yang lemah termasuk dalam hal ini, konsumen adalah hukum karena salah satu sifat sekaligus tujuan hukum adalah memberikan perlindungan dan pengayoman kepada warga masyarakat. Inosentius Syamsul mengemukakan bahwa hukum perlindungan konsumen adalah peraturan perundang-undangan baik undang-undang maupun peraturan perundang-undangan lainnya serta putusan hakim yang substansinya mengatur mengenai kepentingan konsumen.⁷⁷

Konsumen telah menjamin posisinya dalam hukum dan pemerintahan sebagai subjek hukum. Konsumen memiliki hak dan kewajiban namun pada kenyataannya terkadang konsumen berada dalam posisi yang lemah. Penyedia barang atau produsen pada khususnya harus mengutamakan kepentingan konsumen, karena pada hakikatnya setiap orang adalah konsumen. Kepentingan

⁷⁷ Hulman Panjaitan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bekasi: Jala Permata Aksara, 2021), 83.

konsumen tersebut dapat mencakup kepentingan fisik konsumen, kepentingan sosial ekonomi konsumen, dan kepentingan hukum konsumen.

Praktik monopoli dan tidak adanya perlindungan konsumen telah menempatkan konsumen pada level terendah dalam berhubungan dengan pelaku usaha. Absennya alternatif yang bisa diambil konsumen sudah menjadi rahasia umum di dunia atau industry bisnis di Indonesia. Ketidakberdayaan konsumen dalam menyikapi bisnis tersebut jelas sangat merugikan kepentingan masyarakat.⁷⁸

Tindakan pemerintah dalam memberikan perlindungan kepada konsumen telah dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Di era perdagangan bebas ini, dibutuhkan undang-undang khusus yang dapat mengatur keamanan dan keselamatan konsumen.

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo mengemukakan bahwa rumusan pengertian perlindungan konsumen yang tersebut dalam Pasal 1 angka UUPK tersebut di atas cukup memadai. Kalimat yang menyatakan "segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum", diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang menguntungkan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan konsumen.⁷⁹

⁷⁸ Gunawan Widjaja, Ahmad Yani, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), 1.

⁷⁹ Hulman Panjaitan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bekasi: Jala Permana Aksara, 2021), 83.

Perlindungan konsumen yang diselenggarakan sebagai usaha bersama seluruh pihak yang terkait, masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah menurut Pasal 2 UUPK didasarkan pada 5 (lima) asas sebagai berikut:⁸⁰

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. Asas ini menghendaki bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk menempatkan salah satu pihak di atas pihak lain atau sebaliknya, tetapi adalah untuk memberikan kepada masing-masing pihak, produsen dan konsumen apa yang menjadi haknya. Dengan demikian, diharapkan bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat dan pada gilirannya bermanfaat bagi kehidupan berbangsa.
2. Asas Keadilan, dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh kanya dan melaksanakan kewajibannya secara adil. Asas ini menghendaki bahwa melalui pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen ini, konsumen dan produsen dapat berlaku adil melalui perolehan hak dan penilaian kewajiban secara

⁸⁰ Anak Agung Sagung Ngurah Indradewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Denpasar: Udayana University Press, 2020), 57.

seimbang. Karena itu, undang-undang ini mengatur sejumlah hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha.

3. Asas Keseimbangan, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual. Asas ini menghendaki agar konsumen, pelaku usaha dan pemerintah memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen.
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. Karena itu, undang-undang ini membebaskan sejumlah kewajiban yang harus dipenuhi dan menetapkan sejumlah larangan yang harus dipatuhi oleh produsen dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.
5. Asas Kepastian Hukum, dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan peroleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen serta negara menjamin kepastian hukum.⁸¹

Sebagai asas hukum, dengan sendirinya menempatkan asas-asas perlindungan konsumen ini menjadi rujukan baik dalam pengaturan perundang-undangan maupun dalam berbagai aktivitas yang berhubungan dengan gerakan

⁸¹ Anak Agung Sagung Ngurah Indradewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Denpasar: Udayana University Press, 2020), 58

perlindungan konsumen oleh semua pihak yang terlibat di dalamnya baik pemerintah maupun pelaku usaha.

Bahwa dalam dunia perdagangan, suatu produk sampai ke konsumen tidak terjadi langsung dari produsen, tetapi selalu melalui perantara sharing seperti agen, grosir, distributor, dan pedagang eceran. Situasi ini menambah kesulitan bagi korban/konsumen yang akan menuntut kerugian yang dideritanya. Sehingga perlu adanya tanggung jawab pelaku usaha terkait produk yang telah beredar di masyarakat atau konsumen.⁸²

Seperti halnya dalam bertransaksi jual beli online dimana pada aktivitas tersebut harus terdapat adanya perlindungan bagi konsumen, seiring berkembangnya zaman teknologi informasi terdapat munculnya berbagai jenis metode pembayaran, salah satunya *Cash On Delivery* (COD) pada aplikasi *marketplace* Lazada, dimana *Cash On Delivery* (COD) atau bayar ditempat adalah metode pembayaran yang dilakukan secara langsung dan tunai ditempat, setelah pesanan dari kurir diterima oleh pembeli.⁸³ Tujuan dari sistem pembayaran COD adalah untuk mempermudah pembeli dalam melakukan pembayaran tanpa harus memiliki rekening di bank atau kartu kredit.⁸⁴ Akan tetapi dengan meningkatnya penggunaan metode pembayaran cod ini menimbulkan permasalahan baru, yakni pengiriman barang tanpa pesanan.

⁸² Anak Agung Sagung Ngurah Inradewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Denpasar: Udayana University Press, 2020), 73.

⁸³ Lazada diakses pada tanggal 14 September 2024, 13:18, <https://www.lazada.co.id/helpcenter/cod-cash-on-delivery-bayar-di-tempat-5674.html>

⁸⁴ Afida Ainur, Angel Rezky, "Penyelesaian Sengketa Sistem Pembayaran Cash On Delivery Pada Media E-Commerce", *Jurnal Bina Mulia Hukum*, Vol 6, No 2, (Maret 2022), 163.

Fenomena pengiriman barang tanpa pesanan ini kerap sekali terjadi pada berbagai *platform marketplace*, termasuk Lazada, di mana konsumen menerima barang yang tidak dipesan namun tetap disuruh untuk membayar paket cod tersebut, tentu saja konsumen sangat merasa dirugikan dan menimbulkan ketidaknyamanan atas terjadinya fenomena tersebut.

Dalam hal ini ternyata sudah diatur secara mendalam pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, di mana di dalamnya sudah mengatur mengenai apa saja hak konsumen yang terdapat dalam pasal 4 yang berbunyi :⁸⁵

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Artinya, setiap konsumen berhak untuk merasa aman dan nyaman saat menggunakan suatu produk atau jasa.
2. Hak untuk memilih barang dan/jasa serta mendapatkan barang dan/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Konsumen memiliki kebebasan untuk memilih produk atau jasa yang mereka inginkan. Mereka juga berhak mendapatkan produk atau jasa tersebut sesuai dengan harga yang disepakati, serta sesuai dengan kondisi dan jaminan yang telah dijanjikan oleh penjual.
3. Hak atas Informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Penjual wajib memberikan informasi

⁸⁵ Sekretariat Negara Republik Indonesia Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4

yang lengkap dan jujur mengenai produk atau jasa yang mereka tawarkan. Informasi tersebut harus mudah dipahami dan tidak menyesatkan.

4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. Konsumen berhak untuk menyampaikan pendapat dan keluhan mereka jika merasa tidak puas dengan suatu produk atau jasa. Penjual wajib mendengarkan dan menanggapi keluhan tersebut dengan baik.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Jika terjadi sengketa antara konsumen dan penjual, konsumen berhak mendapatkan bantuan hukum dan perlindungan dari pihak yang berwenang. Mereka juga berhak mendapatkan penyelesaian sengketa yang adil.
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen. Konsumen berhak mendapatkan informasi dan edukasi mengenai hak dan kewajiban mereka sebagai konsumen. Pemerintah dan lembaga terkait wajib memberikan pembinaan dan pendidikan konsumen secara berkala.⁸⁶
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Konsumen berhak mendapatkan perlakuan yang adil dan

⁸⁶ Sekretariat Negara Republik Indonesia Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4

setara dari penjual. Penjual tidak boleh membeda-bedakan konsumen berdasarkan suku, agama, ras, atau golongan lainnya.

8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Jika produk atau jasa yang diterima konsumen tidak sesuai dengan perjanjian atau mengalami kerusakan, konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian.
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.⁸⁷

Selain hak-hak yang tercantum dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, konsumen juga memiliki hak-hak lain yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya.

Dari penjelasan 9 butir hak konsumen tersebut, disimpulkan bahwa masalah kenyamanan keamanan dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen. Selanjutnya , untuk menjamin hal tersebut maka konsumen diberikan hak untuk memilih barang dan atau jasa yang dikehendakinya berdasarkan atas keterbukaan informasi yang benar jelas, dan jujur. Jika terdapat penyimpangan, yang merugikan konsumen berhak, untuk didengar, memperoleh advokasi, pembinaan, perlakuan yang adil konversasi sampai ganti rugi.

⁸⁷ Sekretariat Negara Republik Indonesia Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4

Hak-hak konsumen tersebut sebenarnya bersumber dari hak-hak dasar umum yang diakui secara internasional. Hak dasar tersebut pertama kali dikemukakan oleh Presiden AS John F. Kennedy, di depan Konggres AS pada tanggal 15 Maret 1962 tentang "*A Special Message for the Protection of Consumer Interest*" atau yang lebih dikenal dengan istilah "Deklarasi Hak Konsumen" (*Declaration of Consumer Right*).⁸⁸

Deklarasi tersebut menghasilkan 4 hak dasar konsumen (*the four consumer basic right*) yang meliputi hak-hak sebagai berikut:⁸⁹

1. *The right to safe product*: hak untuk mendapatkan produk yang aman. Sederhananya, hak ini menjamin bahwa setiap barang atau jasa yang kita beli atau gunakan harus aman. Tidak boleh membahayakan kesehatan atau keselamatan kita. Misalnya, makanan tidak boleh mengandung bahan berbahaya, mainan anak-anak tidak boleh memiliki bagian yang mudah lepas dan tertelan, dan obat-obatan harus memiliki izin edar yang jelas.
2. *The right to be informed about product*: hak untuk mendapatkan informasi tentang produk. Hak ini memastikan bahwa kita sebagai konsumen mendapatkan informasi yang lengkap dan benar mengenai produk atau jasa yang akan kita beli. Informasi ini meliputi: nama dan jenis produk, komposisi bahan, tanggal produksi dan kadaluwarsa, cara penggunaan, manfaat dan risiko, harga.

⁸⁸ Yessy Kusumadewi, Grace Sharon, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah, 2022), 53

⁸⁹ Yessy Kusumadewi, Grace Sharon, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah, 2022), 54

3. *The right to definite choice about product*: Hak untuk memilih produk yang dikehendaki. Hak ini memberikan kebebasan kepada kita untuk memilih produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan kita. Tidak ada paksaan atau diskriminasi dalam memilih produk. Kita juga berhak mendapatkan berbagai pilihan produk yang tersedia di pasar. Misalnya seperti kita berhak memilih menu makanan yang kita inginkan di restoran, tanpa ada paksaan untuk memesan menu tertentu.
4. *To be heard regarding consumer interets*: hak untuk didengar pendapat/keluhannya. Jika kita memiliki keluhan atau masukan mengenai suatu produk atau jasa, kita berhak untuk menyampaikannya. Keluhan atau masukan ini bisa kita sampaikan kepada penjual, produsen, atau lembaga terkait. Mereka wajib mendengarkan dan menanggapi keluhan atau masukan kita dengan baik.⁹⁰

Sebagai pemakai barang/jasa, konsumen memiliki sejumlah hak. pengetahuan tentang hak-hak konsumen sangat penting, agar orang bisa bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri. Tujuannya, jika adanya tindakan yang tidak adil terhadap dirinya, ia secara spontan menyadari akan hal itu. Konsumen kemudian bisa bertindak lebih jauh untuk memperjuangkan hak-haknya. Dengan kata lain, ia tidak hanya tinggal diam saja ketika menyadari bahwa hak-haknya telah dilanggar oleh pelaku usaha.

⁹⁰ Yessy Kusumadewi, Grace Sharon, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah, 2022), 54

UUPK ternyata tidak hanya mencantumkan hak konsumen saja, melainkan juga kewajiban dari pelaku usaha. Kewajiban Pelaku Usaha dalam Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen antara lain meliputi:⁹¹

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan perbaikan dan pemeliharaan
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku
5. 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
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan

⁹¹ Sekretariat Negara Republik Indonesia Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 7

7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.⁹²

Kewajiban pelaku usaha merupakan konsekuensi dari hak-hak konsumen. Jika disimak baik-baik, nampak bahwa kewajiban-kewajiban tersebut merupakan manifestasi hak-hak konsumen dalam sisi lain untuk menciptakan “budaya” tanggungjawab pada diri para pelaku usaha.

Pada dasarnya UUPK tidak memberikan perlakuan yang berbeda kepada masing-masing pelaku usaha yang menyelenggarakan kegiatan usaha, sepanjang para pelaku usaha tersebut menjalankannya secara benar dan memberikan informasi yang cukup, relevan dan dapat dipertanggungjawabkan, serta tidak menyesatkan konsumen yang akan mempergunakan atau memakai atau memanfaatkan barang dan/atau jasa yang diberikan tersebut.⁹³

Secara garis besar, larangan yang dikenakan dalam Pasal 8 UUPK dapat kita bagi menjadi dua larangan pokok, yaitu:⁹⁴

1. Larangan mengenai produk yang tidak memnuhi syarat dan standar yang layak untuk dipergunakan, digunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen.

Kelayakan produk merupakan standar minimum yang dimiliki oleh suatu

⁹² Sekretariat Negara Republik Indonesia Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 7

⁹³ Yessy Kusumadewi, Grace Sharon, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah, 2022), 66

⁹⁴ Sekretariat Negara Republik Indonesia Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 8

barang dan/atau jasa tertentu sebelum barang dan/atau jasa tersebut dapat diperdagangkan untuk dikonsumsi/dimanfaatkan oleh masyarakat lain.

2. Larangan mengenai informasi yang tidak benar dan tidak akurat, yang menyesatkan konsumen. Informasi tentang produk merupakan hal penting bagi konsumen, karena dari informasi tersebut konsumen bisa menentukan pilihan atas suatu barang dan/atau jasa yang sesuai dengan kebutuhannya. Untuk itu, para pelaku usaha harus memberikan informasi yang sebenarnya tentang produk yang dihasilkan atau diperdagangkan.

Sebagai konsekuensi hukum dari pelanggaran yang diberikan oleh UUPK, dan sifat perdata dari hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen maka demi hukum, setiap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha yang merugikan konsumen memberikan hak kepada konsumen yang dirugikan tersebut untuk meminta pertanggungjawaban dari pelaku usaha yang merugikannya, serta untuk menuntut ganti rugi atas kerugian yang diderita oleh konsumen tersebut. Tanggungjawab pelaku usaha menurut UUPK diatur khusus dalam Pasal 19.⁹⁵

Jika dilihat dari penjelasan di atas mengenai perlindungan konsumen tentang pengiriman barang tanpa pesanan ternyata masih banyak pelaku usaha yang melanggar aturan yang terdapat dalam undang-undang perlindungan konsumen pada pasal 4 nomor 2 dengan cara mengirimkan barang yang tidak

⁹⁵ Sekretariat Negara Republik Indonesia Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 19

dipesan oleh konsumen dengan metode pembayaran COD dengan jumlah nominal harga yang cukup mahal.

Maka dari itu dalam undang-undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen bahwa terdapat pasal yang mengatur hak konsumen untuk memilih barang/jasa yang terdapat pada :

Pasal 4 Hak Konsumen nomor 2 yang berbunyi.⁹⁶

“Hak untuk memilih barang dan/jasa serta mendapatkan barang dan/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan “

Dengan maksud agar konsumen memiliki kebebasan untuk menentukan barang atau jasa yang akan dibeli tanpa tekanan, paksaan, atau manipulasi dari pihak lain. Hak ini melindungi konsumen dari praktik-praktik yang mengarahkan atau membatasi pilihan mereka. Barang atau jasa yang dibeli harus memiliki nilai yang sebanding dengan harga yang dibayarkan. Nilai tukar di sini mengacu pada harga yang adil dan transparan. Barang atau jasa yang diterima konsumen harus sesuai dengan spesifikasi, deskripsi, atau kondisi yang telah dijelaskan sebelumnya oleh penjual atau penyedia jasa. Konsumen berhak atas jaminan atau garansi yang diberikan oleh penjual atau produsen.

Konsumen memiliki hak untuk memilih barang atau jasa yang ingin mereka beli. Jika barang dikirim tanpa adanya pesanan atau persetujuan dari konsumen, hal ini melanggar hak konsumen untuk memilih. Pengiriman tanpa

⁹⁶ Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

pesanan berarti konsumen tidak memiliki kebebasan dalam menentukan barang yang mereka butuhkan.

Dalam kasus pengiriman barang tanpa pesanan dengan metode COD, konsumen diminta membayar barang yang tidak mereka pesan. Ini melanggar prinsip nilai tukar karena konsumen tidak memiliki kewajiban membayar barang yang tidak mereka minta atau sepakati. Dengan kata lain, nilai tukar tidak relevan karena tidak ada transaksi yang sah sebelumnya. Dalam situasi ini, tidak ada perjanjian sebelumnya antara konsumen dan penjual mengenai barang yang dikirim. Barang yang dikirim tanpa pesanan otomatis tidak memenuhi syarat kondisi dan jaminan yang dijanjikan, karena konsumen tidak pernah menyetujui kondisi barang tersebut.

Dan dengan adanya UUPK itu diharapkan dapat menghilangkan kecurangan yang terdapat pada pengiriman barang tanpa pesanan dengan pembayaran menggunakan metode COD. Dan untuk mencegah kecurangan semacam itu, penting memberlakukan sanksi yang kuat kepada pelaku usaha yang terlibat. Sanksi tersebut bisa berupa tindakan administratif, ganti rugi, atau denda. Hal ini diperlukan sebagai bentuk pertanggungjawaban yang harus diemban oleh pelaku usaha yang melanggar.

B. Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Cash On Delivery Atas Pengiriman Barang Tanpa Pesanan Perspektif Fiqh Muamalah

Muamalah adalah aspek hukum Islam yang ruang lingkupnya luas. Pada dasarnya aspek hukum Islam yang bukan termasuk kategori ibadah, seperti shalat, puasa dan haji dapat disebut sebagai muamalah. Karena itu, masalah

perdata dan pidana pada umumnya digolongkan pada bidang muamalah. Namun dalam perkembangan selanjutnya, hukum Islam di bidang muamalah dapat dibagi dalam dua garis besar yaitu munakahat (perkawinan), jinayat (pidana) dan muamalah dalam arti khusus yang hanya berkaitan dengan bidang ekonomi dan bisnis dalam Islam.⁹⁷

Dalam persoalan muamalah syariat Islam lebih banyak memberikan pola-pola, prinsip-prinsip, dan kaidah-kaidah umum dibandingkan memberikan jenis dan bentuk muamalah secara perinci. Hal ini sesuai dengan kaidah *ushul* yang berbunyi:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا مَا دَلَّ عَلَى تَحْرِيمِهِ

“Hukum asal dalam muamalah adalah boleh sampai ada dalil yang melarangnya”.

Atas dasar ini, jenis dan bentuk muamalah yang kreasi dan perkembangannya diserahkan sepenuhnya kepada para ahli di bidang itu. Bidang-bidang inilah, yang menurut para ahli *ushul fiqh* disebut persoalan-persoalan *ta'aquliyyat* (yang bisa dinalar) atau *ma'kulatul ma'na* (yang bisa dimasukkan logika).

Artinya, dalam persoalan-persoalan muamalah yang dipentingkan adalah substansi makna yang terkandung dalam suatu bentuk muamalah serta sasaran yang akan dicapainya. Jika muamalah yang dilakukan dan dikembangkan itu sesuai dengan substansi makna yang dikehendaki oleh *syara'* yaitu mengandung prinsip dan kaidah yang ditetapkan *syara'*, dan bertujuan

⁹⁷ Huda Qamarul, *Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Teras, 2011), 7.

untuk kemaslahatan umat manusia dan meninggalkan kemudaratan dari mereka, maka jenis muamalah itu dapat diterima.⁹⁸

Contoh bentuk muamalah yang didasarkan atas kreasi manusia yang diciptakan sesuai perubahan sosial adalah pada era modern dan era teknologi seperti saat ini, jual beli tidak mesti berhadapan langsung tetapi sudah bisa via *internet (e-mail)* dan telepon. Atau jual beli melalui kartu debit atau kartu kredit, dan menggunakan metode *cash on delivery (cod)*. Atau akan timbul produk-produk baru perbankan/lembaga keuangan tentunya boleh atau tidaknya jenis produk tersebut harus berdasarkan fatwa ulama dalam hal ini fatwa DSN (Dewan Syariah Nasional).

Sebagai sistem kehidupan Islam memberikan warna dalam setiap dimensi kehidupan manusia, tak terkecuali dunia ekonomi. Sistem Islam ini berusaha mendialekkan nilai-nilai ekonomi dengan nilai akidah ataupun etika. Artinya, kegiatan ekonomi dan perikatan lain yang dilakukan oleh manusia dibangun dengan dialektika nilai materialisme dan spiritualisme berdasarkan sumber hukum syariat Islam. Kegiatan ekonomi yang dilakukan tidak hanya berbasis nilai materi tetapi terdapat sandaran transendental di dalamnya sehingga akan bernilai ibadah. Selain itu, konsep dasar Islam dalam kegiatan muamalah juga sangat konsentrasi terhadap nilai-nilai humanisme. Diantara kaidah dasar atau prinsip fiqh muamalah adalah sebagai berikut:⁹⁹

⁹⁸ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2012), 6.

⁹⁹ Hariman Surya Siregar, Koko Khoerudin, *Fikih Muamalah Teori dan Implementasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), 9.

1. Hukum asal segala bentuk muamalah boleh, bahwa segala bentuk transaksi ekonomi pada dasarnya diperbolehkan kecuali ada dalil yang melarangnya.
2. Muamalah dilakukan atas dasar sukarela, bahwa setiap transaksi harus didasarkan pada persetujuan kedua belah pihak tanpa adanya unsur paksaan atau penipuan.
3. Muamalah dilakukan atas dasar menarik manfaat dan menolak kemudharatan, bahwa transaksi harus memberikan manfaat bagi kedua belah pihak dan tidak boleh merugikan salah satu pihak.
4. Muamalah dilakukan atas dasar menegakkan keadilan dan menghindari unsur-unsur kezaliman, bahwa prinsip ini menekankan pentingnya keadilan dalam setiap transaksi.
5. Prinsip komitmen terhadap akhlakul karimah, bahwa dalam setiap transaksi para pihak harus menjunjung tinggi nilai-nilai moral seperti kejujuran, transparansi, dan amanah.
6. Prinsip amanah, bahwa bertanggung jawab atas setiap transaksi yang dilakukan.¹⁰⁰

Allah SWT berfirman dalam Surah An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ

إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

"Wahai orang-orang yang beriman. Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu..." (QS. An-Nisa: 29)

¹⁰⁰ Hariman Surya Siregar, Koko Khoerudin, *Fikih Muamalah Teori dan Implementasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), 9.

Ayat ini menegaskan bahwa suatu transaksi hanya dapat dibenarkan apabila dilakukan atas dasar suka sama suka. Oleh karena itu, dalam konteks pengiriman barang tanpa pesanan melalui COD, tidak terpenuhinya unsur kerelaan konsumen menyebabkan transaksi tersebut tidak sah menurut fiqh muamalah

Dari penjelasan di atas dalam fiqh muamalah, transaksi ekonomi dilakukan berdasarkan prinsip kejujuran, transparansi, dan keadilan. Metode pembayaran COD dinilai sah selama tidak mengandung unsur gharar (ketidakjelasan) atau penipuan, yang dapat merugikan salah satu pihak dalam transaksi. Namun, praktik pengiriman barang tanpa pesanan dianggap sebagai tindakan yang melanggar prinsip yang muamalah dilakukan atas dasar sukarela, dikarenakan pengiriman barang tanpa pesanan dengan metode pembayaran cod ini tidak adanya persetujuan diantara penjual dan pembeli dan pada akhirnya menimbulkan pemaksaan kepada pembeli untuk membayar paket cod tersebut.

Fiqh muamalah juga mengenal prinsip *khiyar*, yaitu hak bagi pembeli dan penjual untuk memilih melanjutkan atau membatalkan akad jual beli. Khiyar hukumnya boleh didasarkan pada hadis Rasulullah Saw :¹⁰¹

حَدَّثَنَا أَبُو الْغَنَاءِ، حَدَّثَنَا حَمَادُ بْنُ زَيْدٍ، حَدَّثَنَا أَيُّوبُ، عَنْ نَافِعٍ، عَنِ ابْنِ عُمَرَ - رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا - قَالَ
 قَالَ النَّبِيُّ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَنْفَرَقَا، أَوْ يَقُولَ أَحَدُهُمَا لِصَاحِبِهِ اخْتَرْ، وَرُبَّمَا قَالَ
 أَوْ يَكُونُ بَيْعُ خِيَارٍ

Dari Ibnu Umar ra. ia berkata : Telah bersabda Nabi Saw. : "Penjual dan pembeli boleh melakukan khiyar selagi keduanya belum berpisah, atau

¹⁰¹ Marwadi, *Konsep Khiyar Gharn Dalam Perspektif Mazhab Hanafi dan Hambali Dalam Transaksi Bisnis Modern*, (Yogyakarta: Lontar Mediatama, 2018), 12.

salah seorang mengatakan kepada temannya; "pilihan", dan kadang-kadang beliau bersabda: atau terjadi jual beli *khiyar*.

حَدَّثَنِي إِسْحَاقُ، حَدَّثَنَا شُعْبَةُ، قَالَ قَتَادَةُ أَخْبَرَنِي، قَالَ أَخْبَرَنِي صَالِحٌ، عَنْ أَبِي الْخَلِيلِ، عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ الْحَارِثِ، قَالَ: سَمِعْتُ حَكِيمَ بْنَ جِرَامٍ - رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ -، عَنِ النَّبِيِّ، قَالَ: «الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَنْفَرَقَا، فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَّتْ»
«بَرَكَهُ بَيْعُهُمَا»

Dari Abdullah bin Al-Harist ia berkata: Saya mendengar Hakim bin Hizam ra. Dari Nabi Saw. Beliau Bersabda: "Penjual dan membeli boleh melakukan *khiyar* selama mereka berdua belum berpisah. Apabila mereka berdua benar dan jelas, maka mereka berdua diberi keberkahan di dalam jual beli mereka, dan apabila mereka berdua berbohong dan merahasiakan maka dihapuslah keberkahan jual belinya".¹⁰²

Dari hadis tersebut jelaslah bahwa *Khiyar* dalam akad jual beli hukumnya dibolehkan. Apalagi apabila dalam barang yang dibeli terdapat cacat yang bisa merugikan kepada pihak pembeli. Hak *khiyar* ditetapkan oleh syariat Islam bagi orang-orang yang melakukan transaksi perdata agar tidak dirugikan dalam transaksi yang mereka lakukan sehingga kemaslahatan yang dituju dalam suatu transaksi tercapai dengan sebaik-baiknya.

Jadi hikmah *khiyar* dapat disimpulkan sebagai solusi kepada pembeli untuk membatalkan atau meneruskan transaksinya guna menghindari penipuan yang akan mengakibatkan pertengkaran dan pertentangan antara penjual dan pembeli.

Namun dalam transaksi pengiriman barang pesanan ini tidak termasuk dalam hak *khiyar*, dikarenakan tidak ada transaksi sama sekali diantara penjual dan

¹⁰² Marwadi, *Konsep Khiyar Gharn Dalam Perspektif Mazhab Hanafi dan Hambali Dalam Transaksi Bisnis Modern*, (Yogyakarta: Lontar Mediatama, 2018), 13.

pembeli atau tidak akad jual beli yang terjadi sebelumnya. Akan tetapi pembeli mempunyai hak untuk menolak paket tersebut dikarenakan tidak adanya akad maka tidak ada kewajiban yang harus pembeli lakukan atas paket tersebut.

Akad tidak terjadi apabila pernyataan kehendak masing-masing pihak tidak terkait satu sama lain. Sebab akad menghendaki keterkaitan kehendak kedua belah pihak yang tercermin dalam ijab dan kabul. Menurut istilah terminologi yang dimaksudkan dengan akad ialah:



إِرْتِبَاطُ الْإِجَابِ بِقَبُولِ عَلَى وَجْهِ مَشْرُوعٍ يُثْبِتُ التَّرَاضِي

“Perikatan ijab dan qabul yang dibenarkan syara yang menetapkan keridhaan kedua belah pihak”.¹⁰³



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹⁰³ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Depok: Rajawali Pers, 2019), 46.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi Cash On Delivery (COD) atas pengiriman barang tanpa pesanan di platform Lazada, dapat disimpulkan bahwa secara normatif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah memberikan jaminan hukum yang kuat kepada konsumen. Hal ini terlihat dari adanya ketentuan dalam Pasal 4 yang mengatur mengenai hak – hak konsumen dan terdapat pada ayat 2 dimana konsumen memiliki hak untuk memilih atas barang/jasa yang akan mereka gunakan atau konsumsi. Namun, dalam praktiknya, masih terdapat kelemahan dalam penerapan dan penegakan hukum, terutama dalam menanggapi kasus pengiriman barang tanpa pesanan yang jelas merugikan konsumen.
2. Perlindungan konsumen dalam transaksi *cash on delivery* (COD) atas pengiriman barang tanpa pesanan menurut fiqh muamalah menekankan pentingnya akad yang sah, kerelaan kedua belah pihak, serta etika dalam jual beli. Dalam fiqh muamalah, transaksi harus dilandasi dengan prinsip kejujuran (*ṣidq*), keterbukaan (*bayān*), dan tidak merugikan salah satu pihak. Pengiriman barang tanpa adanya pesanan jelas tidak memenuhi syarat akad jual beli, karena tidak ada ijab-qabul dan tidak terjadi keridhaan konsumen (*riḍhā*). Ini bisa dikategorikan sebagai tindakan yang batil (tidak

sah menurut hukum Islam). Hak *khiyār* yang dijelaskan dalam hadis juga tidak bisa diterapkan karena akadnya sendiri tidak ada, sehingga konsumen tidak wajib meneruskan atau membayar barang tersebut. Dengan demikian, fiqh muamalah memberikan perlindungan secara prinsipil kepada konsumen dari bentuk-bentuk kecurangan, penipuan, atau pemaksaan dalam transaksi, termasuk dalam kasus pengiriman barang tanpa pesanan melalui sistem COD.

B. Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi *cash on delivery* atas pengiriman barang tanpa pesanan dalam perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Fiqh Muamalah, penulis menyarankan agar pihak marketplace, meningkatkan sistem verifikasi pesanan dan identitas pengguna. Hal ini penting untuk meminimalisir terjadinya pengiriman barang tanpa pesanan yang merugikan konsumen. Selain itu, perlu adanya transparansi informasi dan edukasi terhadap konsumen mengenai hak-hak mereka, termasuk bagaimana langkah yang harus diambil jika mengalami pengiriman barang yang tidak mereka pesan. Pemerintah dan lembaga terkait juga diharapkan lebih aktif dalam pengawasan dan penegakan hukum agar perlindungan terhadap konsumen benar-benar dapat diwujudkan secara optimal.
2. Dari perspektif Fiqh Muamalah, sangat penting bagi setiap pelaku usaha untuk menjalankan transaksi jual beli sesuai dengan rukun dan syarat yang

sah serta menjunjung tinggi prinsip kejujuran, keadilan, dan kerelaan dari kedua belah pihak. Untuk itu, penulis menyarankan agar pelaku usaha diberikan pelatihan atau pembinaan mengenai etika bisnis Islami agar tidak hanya mengejar keuntungan tetapi juga mengedepankan tanggung jawab moral dalam bermuamalah. Dengan demikian, diharapkan dapat terbentuk sistem perdagangan yang tidak hanya legal secara hukum positif, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai syariah.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdul Aziz Jamal, *Akad Muamalah Klasik Dari Konsep Fikih ke Konsep Perbankan*, (Yogyakarta: Kalimedia, 2022)
- Ahmad Yani Gunawan Widjaja, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 17.
- Albertus Andreas, Prajitno Andi, *Hukum Fidusia*, (Malang: Selaras, 2010)
- Al Ghazali Imam, *Benang Tipis Antara Halal dan Haram*, (Surabaya: Putra Pelajar, 2002)
- Al Arif M. Nur Rianto, *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV Alfabeta, 2010)
- Arifin Zaenal, *Akad Mudharabah Penyaluran Dana Dengan Prinsip Bagi Hasil*, (Jakarta: Penerbit Adat, 2021)
- Bachtiar, *Metode Penelitian Hukum*, (Tangerang Selatan: UNPAM PRESS, 2018)
- Djuawaini Dimyauddin, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008)
- Gunara Torik, *Marketing Muhammad Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad Saw*, (Bandung: PT Karya Kita, 2008)
- Hasan Akhmad Farroh, *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori dan Praktik)*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2018)
- Huda Qamarul, *Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Teras, 2011)
- Indradewi Anak Agung Sagung Ngurah, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Denpasar: Udayana University Press, 2020)

- Ishaq, *Dasar-Dasar Ilmu Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2007)
- Kansil C.S.T., *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989)
- Kurnia Ningsih Prilla, *Fiqh Muamalah*, (Depok: Rajawali Pers, 2021)
- Marzuki Peter Mahmud, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana, 2005)
- Masri Esther, Handayani Oti, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, (Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2023)
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2012)
- Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, (Mataram: Mataram University Press, 2020)
- Muslich Ahmad Wardi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: AMZAH, 2017)
- Nugroho Sigit Sapto, *Metodologi Riset Hukum*, (Surakarta: Oase Pustaka, 2020)
- Panjaitan Hulman, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bekasi: Jala Permata Aksara, 2021)
- Pane Ismail, Syazali Hasan, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini 202)
- Penyusun Tim, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Ahmad Siddiq Jember., 2021)
- Rahardjo Satjipto, *Ilmu Hukum*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000)
- Siregar Hariman Surya, Khoerudin Koko, *Fikih Muamalah Teori dan Implementasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019)
- Suhendi Hendi, *Fiqh Muamalah*, (Depok: Rajawali Pers, 2019)
- Syafe'i Rachmat, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2001)

Widjaja Gunawan, Yani Ahmad, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003)

Qamar Nurul, Syah Rezah Farah, *Metode Penelitian Hukum Doktrinal dan Non-Doktrinal*, (Makassar: CV. Social Politic Genius (SIGn), 2020)

Qustulani Muhamad, *Modul Mata Kuliah Perlindungan Hukum & Konsumen*, (Tangerang: PSP Nusantara Press, 2018)

Yessy Kusumadewi, Grace Sharon, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah, 2022)

Jurnal

Ainur Afida, Rezky Angel, "Penyelesaian Sengketa Sistem Pembayaran Cash On Delivery Pada Media E-Commerce", *Jurnal Bina Mulia Hukum*, Vol 6, No 2, (Maret 2022)

Alya Madani Anisa, Iswandi Irvan, "Analisis Terhadap Penerapan Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Online Pada Aplikasi Shopee Menurut Perspektif Hukum Islam", *Jurnal Penelitian Multidisiplin Ilmu*, Vol 1, No 4, (Desember 2022)

Apriadi Deni, Yandi Saputra Arie, "E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian", *Jurnal Resti*, Vol 1, No 2, (2017)

Ayu Tiara Risma, Amalia Sholihah Rizki, "Sistem Pengembalian Barang dan Dana Jual beli di Marketplace Shopee Perspektif Fatwa DSN MUI Tentang Jual Beli Salam", *Jurnal Antologi Hukum*, Vol 3, No 1, (Juli 2023)

- Indra Santriani Hamka, "Sistem Pembayaran Cash On Delivery (COD) Dalam Belanja Online Prepektif Fiqh Muamalah", *Jurnal Hukum Pidana Islam*, Vol 6, No 1, (2024)
- Kirana Indra, Ayunda Rahmi, "Sistem Belanja Cash On Delivery (COD) Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen dan Transaksi Elektronik", *Jurnal Surya Kencana Satu: Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan*, Vol 13, No 1, (Maret 2022)
- Madjid Saleha, "Prinsip-Prinsip (Asas-Asas) Muamalah", *Jurnal Hukum Ekonomi Syari'ah*, Vol 2, No 1, (Januari 2018)
- Marwadi, *Konsep Khiyar Gharn Dalam Perspektif Mazhab Hanafi dan Hambali Dalam Transaksi Bisnis Modern*, (Yogyakarta: Lontar Mediatama, 2018)
- Mutmainah Sarah, Sari Novia Tika, "Analisis Transaksi Keuangan Perdagangan Secara Online Di CV.Nyai", *EJurnal Unsub*, Vol 4, No 2, (Desember 2022)
- Nisa Miza, Hanifah Anisya, "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka", *Jurnal Edumaspul*, Vol 6, No 1, (Maret 2022)
- Sabila Adinda Rizki, Kusumaningrum Lia, "Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Shoppe Dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Pelanggan Shoppe di Kota Tangerang 2020)", *Jurnal Ilmiah Sekolah Tinggi Informasi NIIT*, Vol 16, No 2, (Desember 2020)
- Salsabila Sabrina, "Prospek Pelarangan Cash On Delivery (COD) Sebagai Sistem Pembayaran Dalam Perdagangan Secara Elektronik", *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, Vol 7, No 2, (Maret 2023)

Skripsi

Budi Cahyono Eko, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Transaksi E-Commerce Melalui Pembayaran Cash On Delivery", (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023)

Inda Fikriyah Khulaila, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Korban Pengguna Jual Beli Sistem Cash On Delivery (COD) Di Indonesia", (Skripsi, UIN Khas Jember, 2023)

Sofiyana Reza Nafa, "Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Online Dengan Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) di PT. Shopee Indonesia", (Skripsi, UIN Wali Songo, 2020)

Syafiqah Fadia, "Pemahaman Literasi Sistem COD (Cash On Delivery) Pada Transaksi Jual Beli Online Dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah (Studi terhadap Mahasiswa Ekonomi Syari'ah UIN Ar-Raniry Banda Aceh)", (Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2023)

Ulviana, "Perlindungan Konsumen Terhadap Pelanggaran Hak Jual Beli Daring Di Shopee Indonesia Berdasarkan Undang-Undang", (Skripsi, UIN Khas Jember, 2024)

Undang-Undang

Sekretariat Negara Republik Indonesia Undang-Undang No 8 Tahun 1999
Tentang Perlindungan Konsumen

Website

APJII Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, "Laporan Survei Profil Internet Indonesia", diakses pada tanggal 31 Mei 2024, 18:12 ,

<https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>

Lazada diakses pada tanggal 14 September 2024,13:18,

<https://www.lazada.co.id/helpcenter/cod-cash-on-delivery-bayar-di-tempat-5674.html>

Di akses pada tanggal 1 Januari 2025, <https://vt.tiktok.com/ZS6AQwg5e/>

Di akses pada tanggal 1 Januari 2025, <https://vt.tiktok.com/ZS6AQ7CrD/>

Di akses pada tanggal 1 Januari 2025, <https://vt.tiktok.com/ZS6AQcF3C/>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Shelomita Nur Laily

NIM : 211102020031

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah

Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 28 Mei 2025

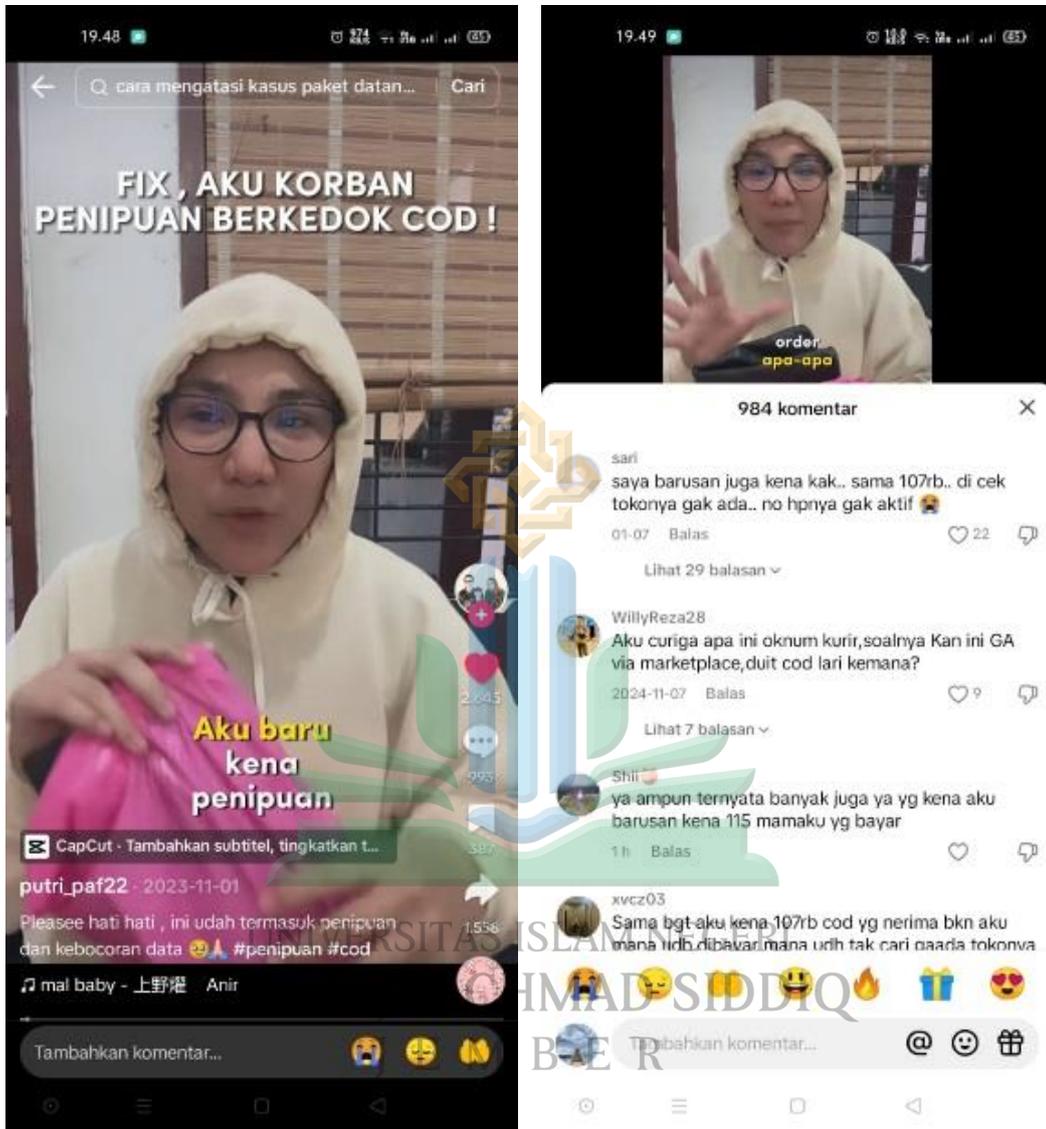
Saya yang menyatakan



Shelomita Nur Laily

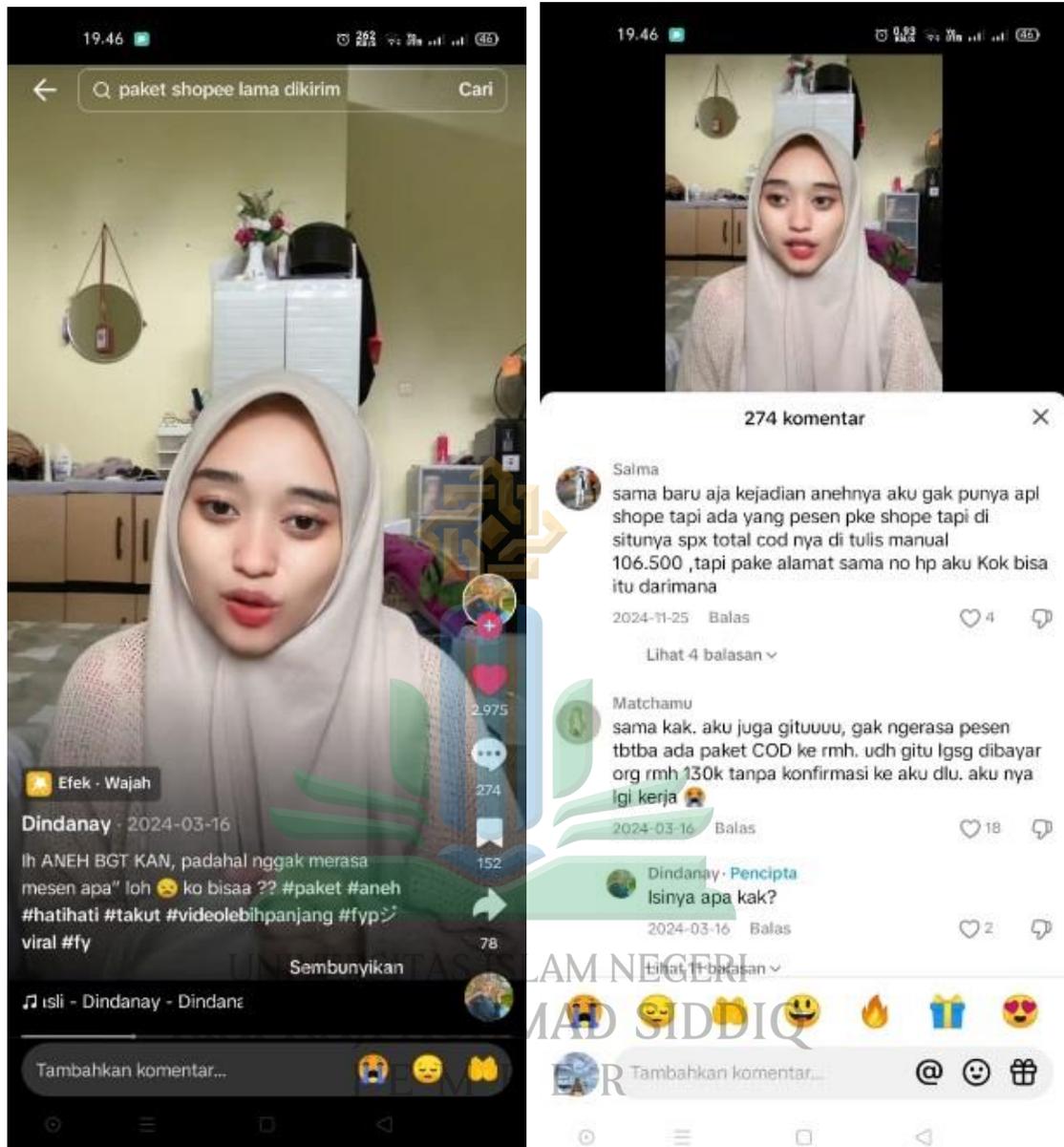
NIM: 211102020031

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Gambar 1.1

putri_paf22 <https://vt.tiktok.com/ZS6AQwg5e>



Gambar 1.2

Dindanay <https://vt.tiktok.com/ZS6AQcF3C/>



Gambar 1.3

Koh Dennies <https://vt.tiktok.com/ZS6AQ7CrD/>

Biodata Penulis



Riwayat Pribadi

Nama : Shelomita Nur Laily
 NIM : 211102020031
 Tempat tanggal lahir : Jember, 23 Mei 2003
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Fakultas : Syariah
 Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
 Alamat asal : Dusun Krajan Kidul, Rt/001 Rw/06, Desa Sukoreno,
 Kecamatan Umbulsari, Kabupaten Jember
 Email : shelomitanurlaily@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Tahun 2008-2015 : SDN Sukoreno 03
 Tahun 2015-2018 : SMP Plus Abdul Aziz
 Tahun 2018-2021 : SMK PGRI 05 Jember
 Tahun 2021-2025 : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember