

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP
PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI
HANDPHONE *SUPERCOPY*
(Studi Kasus di Media Sosial Instagram @Wijayaharto,
Yogyakarta)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
Dalam Ilmu Syari'ah Dan Hukum



Oleh :

ANNISA YUNIAWATI

NIM. 112311069

**JURUSAN MUAMALAH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2015**

Dr. H. Abdul Ghofur, M. Ag.

NIP. 19670117 199703 1 001

Perum Kaliwungu Indah No.19 Rt. 05/Rw. 10 Kaliwungu, Kendal

Nur Hidayati Setyani, SH., MH.

NIP. 19670320 199303 2 001

Jln. Merdeka Utara I/B.9 Ngaliyan, Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
An. Sdr. Annisa Yuniawati

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Walisongo Semarang
di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah skripsi Saudara:

Nama : Annisa Yuniawati
NIM : 112311069
Jurusan : Muamalah
Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Islam terhadap Perlindungan
Konsumen dalam Jual Beli Handphone *Supercopy*
(Studi Kasus di Media Sosial Instagram @Wijayaharto
Yogyakarta).

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.


Demikian atas perhatiannya, harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 26 November 2015

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. H. Abdul Ghofur, M. Ag.
NIP. 19670320 199303 2 001



Nur Hidayati Setyani, SH., MH.
NIP. 19670117 199703 1 001



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

Jl. Prof. DR. Hamka (Kampus III) Telp. / Fax. (024) 7601291. Ngaliyan - Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Annisa Yuniawati
NIM : 112311069
Fakultas/Jurusan : Syari'ah dan Hukum / Muamalah
Judul Skripsi : **Tinjauan Hukum Islam terhadap Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli Handphone Supercopy (Studi Kasus di Media Sosial Instagram @Wijayaharto, Yogyakarta)**

Telah Dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Syari'ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus, pada tanggal:

15 Desember 2015

Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana (Strata Satu/S1)

Semarang, 21 Desember 2015

Dewan Penguji

Ketua Sidang

Drs. H. Agus Nurhadi, MA.
NIP. 19660407 199103 1 004

Penguji I

Afif Noor, S. Ag., SH., M. Hum
NIP. 19760615 200501 1 005

Pembimbing I

Dr. H. Abdul Ghofur, M. Ag.
NIP. 19670320 199303 2 001

Sekretaris Sidang

Nur Hidayati Setyani, SH., MH.
NIP. 19670320 199303 2 001

Penguji II

Drs. Rokhmadi, M. Ag.
NIP. 19660518 199403 1 002

Pembimbing II

Nur Hidayati Setyani, SH., MH.
NIP. 19670117 199703 1 001



MOTTO

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ
عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya : *Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran. (QS. An-Nahl : 90)*

PERSEMBAHAN

Halaman persembahan ini merupakan ungkapan hati sebagai rasa terimakasihku kepada Allah SWT. Atas sepercik keberhasilan yang IA hadiahkan. Karya mungil ini juga tidak akan menjadi apa-apa jika tanpa orang-orang terkasih.

Teruntuk Bapak dan Ibu yang namanya selalu ada dalam doa, terimakasih atas kisah-kisah puitis yang tak pernah habis diceritakan, terimakasih untuk barisan doa yang selalu diterbangkan dari langit Lampung, terimakasih atas dekap dan pelukan hangat yang kerap dihadirkan dalam jarak dan keterbatasan waktu. Pak bu, izinkan aku meletakkan dahiku ditelapak kakimu. Ini bukan apa-apa, hanya ungkapan syukur tak terhingga karena Allah jadikan Annisa sebagai anak perempuan dari pasangan romantis yang luar biasa hebat.

Teruntuk Hussein Ian Hidayat, laki-laki kecil kesayangan yang tangannya tak pernah lepas dari pundak ketika semangatku mulai memudar. *There's no other love like the love from you, my brother.*
And yes, i love you for sure.

Teruntuk keluarga besar Dipo Widjojo, terimakasih untuk tiap pelukan yang kerap melingkar dipundakku. Iya, seperti ada kekuatan lebih yang aku rasakan ketika doa-doa kalian dilambungkan demi kelancaran karya mungil ini.

Teruntuk (mas) Ainun Najib, terimakasih karena bersedia mendengarkan mimpi-mimpiku dan berhasil membenamkan rasa pesimisku berulang kali.

Teruntuk perempuan-perempuan kesayangan yang tumbuh tua dalam rumah nomor 25; Zidni Muyasyaroh, Lailatul Chusnah, Noor Bilqis Saqinah, Izzatu Shulhiya, Nanda Kusnaeni, Listiana, dan Dwi Handayaningsih. Terimakasih atas tawa, lagu, foto dan aroma yang tak habis-habisnya disuguhkan. Kelak, bolehkah aku mendapatkan keluarga seperti kalian lagi?

Teruntuk keluarga Justisia, terimakasih telah membentukku menjadi perempuan yang menggilai fotografi dan tulis menulis, *i love you guys!!*

Teruntuk Agung Wijayanto, narasumber inspiratif yang memiliki cita-cita setinggi langit, terimakasih atas waktu dan kesediaannya. *see you on top, Jay!*

Teruntuk kelas MUB; *you guys are awesome!!*

Teruntuk malaikat-malaikat tanpa sayap dan tongkat ajaibnya, terimakasih atas kata-kata mesra yang sangat membangun ketika semangatku hampir hilang.

Dan yang terakhir, teruntuk Annisa Yuniawati, terimakasih atas kerjasamanya. Masih ada jalan panjang dan berliku yang harus kita taklukan, bismillah!

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dari referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 30 November 2015

Deklarator



Annisa Yuniawati

112311069

ABSTRAK

Di zaman modern seperti saat ini, handphone menjadi kebutuhan yang sangat mendasar bagi masyarakat. Tidak heran jika angka penjualan handphone di dunia khususnya di Indonesia terus meningkat. Karena sebab itulah, muncul fenomena baru yang cukup menarik yaitu jual beli handphone *supercopy*. Handphone *supercopy* merupakan handphone replika yang bentuk, logo, warna, atau ukurannya hampir sama dengan handphone aslinya. Selain itu, produk ini cukup diminati konsumen karena harganya jauh lebih murah dibanding aslinya. Konsumen handphone *supercopy* ini juga sangatlah beragam, kebanyakan dari mereka membeli produk tersebut karena butuh pengakuan diri dan ingin dipandang mampu. Padahal, banyak dampak negatif dari penggunaan handphone *supercopy* tersebut. Disamping itu, negara juga ikut dirugikan karena jual beli handphone *supercopy* tidak menyumbang apapun untuk pertumbuhan ekonomi masyarakat. Dalam skripsi ini, penelitian dilakukan untuk menjawab permasalahan bagaimana mekanisme dan dampak jual beli handphone *supercopy*? Bagaimana tinjauan Hukum Islam terhadap jual beli handphone *supercopy*? Dan bagaimana tinjauan hukum perlindungan konsumen terhadap jual beli handphone *supercopy*?

Jenis penelitian yang digunakan untuk menyusun skripsi ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*), adapun langkah-langkah yang digunakan dalam pengumpulan data dengan wawancara dan studi kepustakaan. Setelah mendapatkan data, penulis menganalisa data menggunakan metode deskriptif analisis dengan pola pikir induktif.

Dari penelitian tersebut ada beberapa temuan yang telah penulis simpulkan. *Pertama*; dalam jual beli handphone *supercopy*, mekanismenya sama dengan jual beli pada umumnya, akan tetapi jual beli ini banyak memberikan dampak negatif bagi masyarakat dan juga negara dari sektor perpajakan. *Kedua*; menurut Hukum Islam, jual beli handphone *supercopy* ini diharamkan karena mengandung lebih banyak mudharatnya dibanding kemanfaatannya. *Ketiga*; Jual beli handphone *supercopy* ini juga bertentangan dengan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen karena banyak hak-hak konsumen yang tidak dipenuhi oleh pelaku usaha.

Selain itu, pelaku usaha usaha juga telah melanggar pasal 4 dan 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen karena ada beberapa tanggung jawab yang tidak dijalankan oleh pelaku usaha dan juga barang yang diperjual belikan tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan oleh peraturan perundang-undangan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala limpahan nikmat, taufiq serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **Tinjauan Hukum Islam terhadap Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli Handphone *Supercopy* (Studi Kasus di Media Sosial Instagram @Wijayaharto Yogyakarta)**. Sholawat dan salam semoga selalu tercurah kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya, pembawa risalah dan pemberi contoh teladan dalam menjalankan syariat Islam.

Sebuah kebahagiaan tersendiri bagi penulis, karena tugas dan tanggung jawab penulis untuk menyelesaikan studi Strata satu (S1) pada jurusan Muamalah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari, skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua yang telah memberikan dan mencurahkan segala doa dan kasih sayangnya kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, MA., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.

3. Bapak Dr. H. Abdul Ghofur, M.Ag. dan Ibu Nur Hidayati Setyani, SH., MH. selaku pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing penulis.
4. Bapak Dr. H. A Arif Junaidi M.Ag., sebagai Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Walisongo Semarang.
5. Para Dosen Pengajar Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Walisongo Semarang, yang telah membekali berbagai pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh staf TU Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Walisongo Semarang, yang telah memberikan kemudahan dalam urusan administrasi selama penulis berada di bangku kuliah.
7. Perpustakaan Universitas dan Fakultas yang telah memberikan fasilitas kepada penulis, sehingga mempermudah penulis dalam mencari referensi terkait skripsi penulis.
8. Semua pihak yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut serta membantu baik yang secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini.

Kepada mereka semua, penulis tidak dapat memberikan apa-apa, hanya untaian terima kasih serta do'a semoga Allah membalas semua amal kebaikan mereka dengan sebaik-baiknya balasan, Amin.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari sempurna karena keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Karena itu penulis berharap saran dan kritikan yang bersifat membangun dari pembaca. Penulis juga berharap semoga hasil analisis penelitian

skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya dan bagi penulis khususnya. Amin.

Semarang, 30 November 2015

Penulis

Annisa Yuniawati

112311069

Daftar Isi

COVER	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah :	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
D. Kajian Pustaka.....	11
E. Metode Penelitian.....	15
F. Sistematika Pembahasan	20
BAB II JUAL BELI DALAM HUKUM ISLAM DAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN.....	23
A. Jual Beli Dalam Hukum Islam	23
1. Pengertian dan Dasar Hukum Jual Beli	25
2. Syarat dan Rukun Jual Beli.....	30

3.	Bentuk dan Macam Jual Beli	35
B.	Hukum Perlindungan Konsumen.....	38
1.	Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen.....	38
2.	Filosofi dan Sejarah Hukum Perlindungan Konsumen	41
3.	Hak dan Kewajiban Konsumen dan Produsen.....	46
4.	Hubungan Hukum Antara Konsumen dan Produsen	57
5.	Tanggung jawab Produsen.....	59
BAB III	PELAKSANAAN JUAL BELI HANDPHONE <i>SUPERCOPY</i> DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @WIJAYAHARTO YOGYAKARTA	63
A.	Gambaran Umum @Wijayaharto Yogyakarta	63
1.	Profil @Wijayaharto Yogyakarta	63
2.	Pelayanan yang Disediakan Oleh @Wijayaharto Yogyakarta.....	65
3.	Proses @Wijayaharto Mendapatkan Handphone <i>Supercopy</i>	68
B.	Identifikasi Handphone <i>Supercopy</i>	69
1.	Definisi Handphone <i>Supercopy</i>	69
2.	Perbandingan Antara Handphone <i>Supercopy</i> dengan Handphone Asli.....	71
3.	Segmen Pasar Handphone <i>Supercopy</i>	77
C.	Pelaksanaan Jual Beli Handphone <i>Supercopy</i>	78
1.	Latar Belakang Terjadinya Jual Beli Handphone <i>Supercopy</i>	78

2. Mekanisme Pelaksanaan Jual Beli Handphone <i>Supercopy</i>	79
3. Dampak Jual Beli Handphone <i>Supercopy</i> Terhadap Konsumen.....	81
BAB IV TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI HANDPHONE <i>SUPERCOPY</i> DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @WIJAYAHARTO YOGYAKARTA.....	
A. Tinjauan Terhadap Mekanisme dan Dampak Jual Beli Handphone <i>Supercopy</i>	84
B. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Handphone <i>Supercopy</i>	88
1. Analisis subjek dan objek jual beli handphone <i>supercopy</i>	90
2. Analisis <i>sighat/ijab</i> qabul jual beli handphone <i>supercopy</i>	93
C. Tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Handphone <i>Supercopy</i>	95
BAB V 101	
A. KESIMPULAN	101
B. SARAN	103
C. PENUTUP	105
DAFTAR PUSTAKA	107
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	112
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	i

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Allah SWT menciptakan manusia sebagai makhluk sosial, dimana mereka hidup saling membutuhkan antara satu dengan yang lainnya. Sebagai makhluk sosial, manusia menerima dan memberikan andilnya kepada orang lain. Allah SWT juga mengatur hubungan manusia dengan Allah dalam rangka menegakkan *hablum min Allah* dan hubungan manusia dengan sesamanya dalam rangka menegakkan *hablum min an-nas*.¹ Saling bermuamalah untuk memenuhi hajat hidup adalah salah satu bentuk *hablum min an-nas*, karena muamalah merupakan satu bagian penting dari aktivitas kehidupan manusia sehari-hari.²

Pengertian muamalah sendiri dapat dilihat dari dua segi, pertama segi bahasa dan kedua dari segi istilah. Menurut bahasa, muamalah artinya saling bertindak, saling berbuat, dan saling

¹ Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqh*, Jakarta: Prenada Media, 2005, hal. 175.

² Ali Yafie, *Fiqh Perdagangan Bebas*, Bandung: Mizan Media Utama, 2003, hal. 3.

mengamalkan. Sedangkan menurut istilah, muamalah ialah aturan (hukum) Allah SWT untuk mengatur manusia dalam kaitannya dengan urusan duniawi dalam pergaulan sosial.³ Itulah sebabnya, muamalah sangat erat kaitannya dengan jual beli, karena objek pembahasan muamalah adalah hubungan antara manusia dengan manusia lain yang berkaitan dengan benda atau *mal*.⁴

Aktivitas jual beli bagi umat Islam sudah menjadi hal yang lumrah dan biasa dilakukan sehari-hari.⁵ jual beli atau dalam bahasa Arab *al-bai'* menurut etimologi ialah tukar menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa jual beli menurut bahasa adalah tukar menukar apa saja, baik antara barang dengan barang, barang dengan uang, atau uang dengan uang.⁶ Pengertian ini diambil dari firman Allah SWT. Dalam surah al-Baqarah ayat 16

³ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010, hal. 2

⁴ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2010, hal. 2.

⁵ Syekh Abdurahman as-Sa'idi, et al, *Fiqh Jual-beli: Panduan Praktis Bisnis Syariah*, Jakarta: Senayan Publishing, 2008, hal. 3.

⁶ Muslich, *Fiqh...*, hal. 173-174.

أُولَئِكَ الَّذِينَ اشْتَرُوا الضَّلَالََةَ بِالْهُدَىٰ فَمَا رَبِحَت تِّجْرَتُهُمْ وَمَا
كَانُوا مُهْتَدِينَ

Artinya : Mereka Itulah orang yang memberi kesesatan dengan petunjuk, Maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk.(Q.S. al-Baqarah:2/16).⁷

Jual beli itu merupakan bagian dari *ta'awun* (saling menolong). Bagi pembeli menolong penjual yang membutuhkan uang (keuntungan), sedangkan bagi penjual juga berarti menolong pembeli yang sedang membutuhkan barang.⁸ Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa inti dari jual beli ialah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela antara kedua belah pihak dimana satu pihak menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati keduanya.⁹

⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, hal. 4.

⁸ Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Kencana, 2010, hal. 89.

⁹ *Ibid.* hal. 67.

Adapun jual beli dalam islam, ada syari'at atau aturan-aturan yang harus di penuhi dan tidak boleh mengabaikan salah satu rukun dan syarat transaksi tersebut.¹⁰ Selain itu, dalam kegiatan jual beli juga harus mementingkan kemaslahatan umat, sehingga tidak ada pihak yang dirugikan didalamnya.¹¹ Karena pada prinsipnya, Islam tidak melarang perdagangan sepanjang tidak bertentangan dengan syari'at Islam, sedang sebagian lainnya dilarang karena mengandung unsur-unsur kedzaliman, penipuan, penindasan dan mengarah kepada sesuatu yang dilarang oleh Islam.¹²

Ajaran Islam memerintahkan secara eksplisit kepada umat manusia untuk memegang nilai-nilai ajaran Islam secara *kaffah* (total), menyeluruh, dan utuh.¹³ Oleh sebab itu, menjadi satu kewajiban bagi seorang usahawan muslim untuk mengenal hal-hal yang menentukan sah atau tidaknya usaha jual beli, sehingga akan

¹⁰ Wahbah Zuhaili, *Fiqh Islam Jilid 5*, Jakarta: Gema Insani, 2011, hal. 90.

¹¹ Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang*, Bandung: CV. Diponegoro, 1992, hal. 15.

¹² Muhammad Yusuf Qardhawi, *Halal Haram Hukum Islam*, Jakarta: PT. Bina Ilmu, 1997, hal. 190.

¹³ Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008, hal. 21.

menjadi suatu bentuk usaha yang barakah. Dengan demikian, usaha jual beli akan mempunyai nilai ibadah apabila hal tersebut dilakukan dengan ketentuan agama dan diletakkan ke dalam kerangka ketaatan kepada Sang Pencipta.¹⁴ Seperti firman Allah dalam Q.S. al-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ 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 adalah Maha Penyayang kepadamu.¹⁵

Allah SWT telah menjelaskan dalam kitab-Nya yang mulia, demikian pula Nabi Muhammad SAW dalam sunnahnya yang suci, mengenai beberapa hukum muamalah, karena manusia butuh bermuamalah dan karena manusia membutuhkan makanan,

¹⁴ *Ibid.* hal. 23

¹⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, hal. 185.

pakaian, tempat tinggal, kendaraan, dsb. Kebutuhan manusia sendiri tidak terbatas jumlahnya, beraneka macam, tidak berhenti, terus berubah, dan berkembang baik secara kuantitas dan kualitas. Makin bertambahnya jumlah penduduk, semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi, makin meluasnya lingkungan pergaulan manusia, serta semakin meningkatnya tingkat peradaban manusia adalah beberapa faktor yang menyebabkan kebutuhan manusia tidak terbatas jumlahnya. Kebutuhan manusia menurut tingkat intensitasnya dapat dibedakan menjadi tiga yaitu kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier.

Salah satu contoh kebutuhan tersier manusia di era modern ini ialah handphone. Seperti yang kita ketahui, di zaman modern seperti saat ini handphone memegang peranan penting di dalamnya. Selain itu juga, handphone menjadi standar komunikasi masyarakat jaman sekarang, khususnya di kalangan kaum muda. Benda praktis ini dapat kita temukan di genggamannya hampir setiap orang. Fungsinya pun semakin luas seiring berjalannya waktu. Tidak hanya sekadar untuk berkomunikasi, handphone juga digunakan sebagai sarana hiburan dengan fitur-fitur yang ada di

dalamnya. Perkembangan teknologi handphone dari sejak pertama keluar hingga saat ini sangatlah pesat dan semakin hari produk-produk handphone yang dikeluarkan pun semakin canggih.

Besarnya daya serap pasar terhadap handphone di Indonesia, telah memberikan kesempatan bagi banyak distributor handphone untuk melakukan bisnis jual beli handphone dan memasarkan handphone tersebut kepada masyarakat. Tak jarang untuk mendapatkan handphone dengan kualitas canggih tersebut membutuhkan dana yang tidak sedikit. Seperti contohnya baru-baru ini Apple mengeluarkan Iphone 6 dengan kisaran harga Rp. 11.500.000,- sampai Rp. 15.100.000,-.¹⁶

Ini tentu menjadi masalah tersendiri bagi sebagian orang yang ingin memiliki handphone canggih dengan merk tertentu namun memiliki budget yang tidak mencukupi. Karena itulah beberapa tahun belakangan ini terdapat fenomena jual beli handphone *supercopy*. Secara umum, handphone *Supercopy* adalah handphone replika yang bentuk dan ukurannya hampir sama dengan handphone aslinya, perbedaannya terdapat pada fitur dan

¹⁶ <http://oketekno.com/11833/harga-apple-iphone-6-plus-dan-spesifikasi.html> diakses pada hari Rabu, 27 Mei 2015 pukul 18.30

spec.¹⁷ Karena itulah banyak konsumen yang lebih memilih handphone *supercopy* sebagai salah satu alternatif untuk mendapatkan handphone merk tertentu dengan harga yang jauh lebih murah dari harga aslinya.

Disisi lain, permasalahan jual beli handphone *supercopy* ini juga berpengaruh kepada konsumen, sebagaimana di atur dalam Undang-Undang Nomor.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Terdapat penjelasan di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tentang apa yang dimaksud dengan konsumen dan pelaku usaha, serta hak dan kewajiban keduanya, Mengenai hak konsumen yang berkaitan dengan jual beli handphone *supercopy* terdapat dalam pasal 4 (c) yang berbunyi “hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa”. Kemudian pasal 4 (h) yang berbunyi “hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/ atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya”. Kemudian pelaku usaha terdapat dalam

¹⁷ <http://gdstore.co/blog/apa-itu-hp-supercopy> diakses pada hari Rabu, 27 Mei 2015 pukul 19.30.

pasal 7 (b) dan 8 ayat (1).¹⁸ Inilah yang menjadi latar belakang dalam pengambilan judul skripsi “**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI HANDPHONE *SUPERCOPY* (Studi Kasus di Media Sosial Instagram @wijayaharto, Yogyakarta)**”.

B. Rumusan Masalah :

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme dan dampak jual beli handphone *supercopy* di media sosial instagram @wijayaharto Yogyakarta?
2. Bagaimana tinjauan Hukum Islam terhadap jual beli handphone *supercopy* di media sosial instagram @wijayaharto Yogyakarta?
3. Bagaimana tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen terhadap jual beli handphone *supercopy* di media sosial instagram @wijayaharto Yogyakarta?

¹⁸ Janus Sidabolok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2014, hal. 264-266.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin penulis capai dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui mekanisme pelaksanaan jual beli handphone *supercopy* di media sosial instagram @wijayaharto Yogyakarta
2. Mengetahui tinjauan hukum Islam terhadap perlindungan konsumen dalam jual beli handphone *supercopy* di media sosial instagram @wijayaharto Yogyakarta
3. Mengetahui tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen terhadap jual beli handphone *supercopy* di media sosial instagram @wijayaharto Yogyakarta

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang menarik dan bahan masukan bagi masyarakat, pihak-pihak ataupun badan atau instansi yang terkait dalam melihat perkembangan jual beli handphone di Indonesia

2. Sebagai suatu karya ilmiah yang diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dan sebagai salah satu bahan bacaan yang berharga bagi peneliti berikutnya.
3. Secara praktis, hasil studi ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan dan bahkan penyuluhan secara komunikatif, informatif, dan edukatif.
4. Bagi peneliti sendiri merupakan sebuah pengalaman yang sangat berharga dalam upaya menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama mengenyam pendidikan di Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.

D. Kajian Pustaka

Berdasarkan pengamatan penulis, sampai saat ini belum ada penelitian atau tulisan yang secara khusus membahas tentang “Tinjauan Hukum Islam terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Handphone *Supercopy* (Studi Kasus di Media Sosial Instagram @wijayaharto, Yogyakarta)”. Namun, persoalan tentang jual beli yang terkait dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen merupakan suatu permasalahan yang sering terjadi

dimasyarakat, tetapi dalam pelaksanaannya masih banyak yang tidak sesuai dengan norma-norma Islam. Kajian pustaka ini pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang hubungan antara judul yang akan diteliti dengan penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, sehingga tidak terjadi pengulangan. Adapun topik yang pernah diteliti sebelumnya ialah:

1. Tinjauan Hukum Islam Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli HP *Black Market* di “Karisma Cell” Jombang oleh Dyna Thurisina NIM: CO2205066 Tahun 2010. Skripsi tersebut membahas tentang mekanisme jual beli handphone *black market* ditinjau dari hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Handphone *black market* ialah handphone asli keluaran pabrik namun tidak membayar pajak penjualan seperti handphone bersegel (baru) pada umumnya. Selain itu, menurut identifikasi yang terdapat dalam skripsi tersebut, tidak semua handphone *black market* merupakan barang selundupan. Barang tersebut menjadi *black market* karena adanya permainan atau rekayasa yang

dilakukan orang dalam sebuah pabrik resmi. Metode yang digunakan dalam skripsi tersebut ialah metode lapangan. Pada skripsi ini, peneliti hanya mengkaji tentang mekanisme jual beli HP *black market* di Karisma Cell kemudian dianalisis menurut Hukum Islam dan UU Perlindungan Konsumen.

2. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual-Beli Telepon Selular Tanpa Garansi Di Pasar Gelap (*Black Market*) oleh Gde Manik Yogiarta dan I Ketut Wirta Griadhi. Jurnal tersebut membahas perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli telepon seluler tanpa garansi di pasar gelap (*black market*) ditinjau dari perspektif Hukum Perlindungan Konsumen. Metode penulisan menggunakan metode normatif yang bersifat deskriptif. Pada jurnal ilmiah kali ini, peneliti hanya mengkaji tentang perlindungan konsumen dan sanksi terhadap penjualan telepon seluler tanpa garansi di pasar gelap.
3. Perlindungan Hukum Terhadap Distributor Terkait Penjualan Barang Black Market Dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen oleh H

Radea Respati Paramudhita. Jurnal tersebut membahas tentang perlindungan tentang distributor terhadap penjualan barang Pasar gelap (*blackmarket*) dan tindakan hukum yang dapat dilakukan distributor menghadapi tuntutan ganti rugi dari konsumen. Metode penulisan menggunakan metode deskriptif analitis. Pada jurnal ilmiah ini, peneliti mengkaji tentang pengaturan hukum terhadap distributor yang di atur dalam UU Perlindungan Konsumen.

4. Permasalahan Pelanggaran dan Langkah Hukum Hak Cipta atas Musik dan Lagu yang Dituangkan dalam Bentuk VCD dan DVD oleh Budi Agus Riswandi. Jurnal ini membahas tentang pelanggaran Hak Cipta terkait dengan praktek perdagangan musik dan lagu dalam bentuk VCD dan DVD di lingkungan jalan Mataram Yogyakarta. Jurnal ini menggunakan metode penelitian hukum empirik. Dalam jurnal ilmiah kali ini, peneliti mengkaji tentang pelanggaran hak cipta terkait barang bajakan.

Dalam skripsi ini, penulis membahas jual beli handphone *supercopy* mulai dari proses @wijayaharto mendapatkan

handphone *supercopy*, mekanisme pelaksanaan jual beli, hingga dampak dari jual beli handphone *supercopy* terhadap konsumen, kemudian ditarik ke dalam Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

E. Metode Penelitian

Secara metodologi, penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu metode yang digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti berperan sebagai instrument kunci dan hasil penelitian diperoleh dari data yang diperoleh di lapangan.¹⁹ Untuk mempermudah penelitian ini, maka peneliti menggunakan metode-metode sebagai berikut:

1. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab masalah yang

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012, hal. 13.

akan ditelitinya secara khusus.²⁰ Sumber data primer diperoleh langsung dari subyek penelitian sebagai sumber informasi yaitu pemilik dari @wijayaharto di Yogyakarta.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain.²¹ Sumber data sekunder merupakan data tambahan sebagai penunjang dan pelengkap dari penelitian ini, adapun sumber data berupa buku-buku seperti :

- 1) Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Penerbit PT. Citra Aditya Bakti, Bandung 2014
- 2) Ahmadi Miru, Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Penerbit Rajawali Pers, Jakarta 2008

²⁰ Istijanto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2005, hal. 45.

²¹ Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, Jakarta: PT. Grafindo, 2005, hal. 168.

- 3) Wahbah Zuhaili, *Fiqh Islam Jilid 5*, Penerbit Gema Insani, Jakarta 2010
- 4) Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta, 2008
- 5) buku-buku lain, karya ilmiah, dan artikel-artikel dari media internet yang berkaitan dengan masalah yang dibahas di atas

2. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang lebih jelas, maka diperlukan adanya teknik pengumpulan data. Sehingga dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik sebagai berikut:

a. Wawancara (*interview*)

Yaitu teknik yang digunakan untuk menghimpun data yang diperlukan dalam penelitian.²² Dalam penelitian kali ini, peneliti melakukan wawancara terstruktur berupa dialog atau tanya jawab dengan

²² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011, hal. 186.

pemilik @wijayaharto dan beberapa pembeli, agar penulis mendapatkan informasi yang lebih jelas.

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan suatu karangan ilmiah yang berisi pendapat berbagai pakar mengenai suatu masalah yang kemudian ditelaah dan dibandingkan, kemudian ditarik kesimpulan.²³ Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa buku, jurnal ilmiah, atau media internet yang berkaitan dengan jual beli handphone *supercopy*.

3. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti

²³ Haryanto Ag, *Metode Penulisan dan Penyajian Karya Ilmiah*, Jakarta: Buku Kedokteran EGC, 2000, hal. 78.

dan menyajikannya ke dalam temuan.²⁴ Setelah memperoleh semua data, maka peneliti akan mengumpulkan temuan-temuan di lapangan tersebut sekaligus dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh sesuai dengan arah penelitian.

Dalam penelitian kali ini, teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif analisis. Deskriptif analisis yaitu metode yang dimulai dari membuat gambaran atau konsep secara akurat yang menggambarkan jawaban terhadap apa yang tercantum dalam rumusan masalah untuk dianalisis sesuai dengan data-data yang diperoleh di lapangan. Selanjutnya dianalisis untuk menilai dan membuktikan kebenaran dari data tersebut apakah dapat diterima atau ditolak.²⁵ Karena penelitian ini dilakukan untuk menggambarkan sifat atau keadaan yang dijadikan objek dalam penelitian.²⁶ Sifat dan keadaan yang dimaksud peneliti

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Jakarta: Alfabeta, 2012, hal. 334.

²⁵ *Ibid.* hal. 308.

²⁶ Tim Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang, *Pedoman Penulisan Skripsi*, Semarang : Basscom Multimedia Grafika, 2012, hal. 17

ini adalah praktek jual beli handphone *supercopy* di media sosial instagram @wajaharto Yogyakarta

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pemahaman dalam pembahasan skripsi ini, maka penulis membuat sistematika pembahasan menjadi lima bab yang teratur sedemikian rupa agar pembaca mudah memahami karya tulis ini. Adapun sistematika tersebut meliputi hal-hal sebagai berikut :

BAB I berisi tentang pendahuluan ini memuat uraian tentang aspek-aspek yang berkenaan dengan rancangan pelaksanaan penelitian. Terdiri dari sub-sub yang meliputi : latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka konseptual, kajian pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II ini berisi landasan teori penelitian yaitu tentang uraian jual beli menurut Hukum Islam dan Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam bab kedua ini, terdiri dari sub-sub bab yang meliputi : jual beli dalam Hukum Islam, definisi jual beli, dasar hukum jual beli, syarat dan rukun

jual beli, bentuk dan macam jual beli, filosofi dan sejarah legalisasi UU Perlindungan Konsumen, hak dan kewajiban konsumen dan produsen, hubungan hukum antara konsumen dan produsen, dan tanggung jawab produsen.

BAB III memuat tentang data laporan pelaksanaan jual beli handphone *supercopy* di @wijayaharto Yogyakarta. Dalam bab ini meliputi profil @wijayaharto Yogyakarta, Pelayanan yang diberikan oleh @wijayaharto Yogyakarta, proses @wijayaharto Yogyakarta mendapatkan handphone *supercopy*, definisi handphone *supercopy*, perbandingan antara handphone *supercopy* dan handphone asli, segmen pasar handphone *supercopy*, latar belakang terjadinya jual beli handphone *supercopy*, mekanisme pelaksanaan jual beli handphone *supercopy*, dan dampak jual beli handphone *supercopy* terhadap konsumen.

BAB IV ini berisi tentang analisa hasil riset di lapangan. Setelah hasil riset dijabarkan, maka proses berikutnya adalah melakukan analisis terhadap pokok-pokok permasalahan yang sesuai dengan data-data yang dipeoleh dari @wijayaharto Yogyakarta. Kemudian pokok permasalahan yang sesuai dengan

data-data tersebut perlu ditinjau dari segi Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Karena itu, bab IV ini merupakan kerangka menjawab pokok permasalahan dengan metode ilmiah dan sistematis yang telah ditentukan. Adapun bab yang akan dibahas mengenai analisis subjek dan objek jual beli handphone *supercopy*, analisis akad jual beli handphone *supercopy*, analisis latar belakang terjadinya jual beli handphone *supercopy*, analisis dampak jual beli handphone *supercopy*, analisis jual beli handphone *blackmarket*, dan analisis jual beli handphone *supercopy* berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

BAB V ini merupakan bab akhir yang berisi kesimpulan, saran dan penutup. Melalui proses pembahasan secukupnya, maka akan diperoleh jawaban-jawaban atas pokok permasalahan yang dituangkan dalam bentuk kesimpulan.

BAB II

JUAL BELI DALAM HUKUM ISLAM DAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Jual Beli Dalam Hukum Islam

Dorongan kebutuhan lahiriyah merupakan suatu bentuk hasrat atau kebutuhan yang bersifat primer dan sekunder yang harus dipenuhi untuk melanjutkan serta mempertahankan kelangsungan eksistensi individu dalam kehidupan sehari-hari. Pemenuhan kebutuhan tersebut tidak hanya diraih dengan merenung dan angan-angan belaka tanpa ada usaha serta kerja keras dari seorang individu. Untuk mencapai syarat tersebut, harus diwujudkan dalam bentuk aktivitas seperti jual beli.²⁷

Aktivitas jual beli sendiri merupakan salah satu dari aspek kehidupan manusia yang bersifat horizontal. Hubungan horizontal yang dimaksud, menurut *fiqh* Islam dikelompokkan ke dalam masalah *mu'amalah*, yakni masalah-masalah yang

²⁷ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003, hal. 113.

berkenaan dengan hubungan antar manusia dalam kehidupan bermasyarakat.²⁸ Sekalipun sifatnya adalah hubungan yang horizontal, namun rambu-rambunya tetap mengacu pada al-Qur'an dan as-Sunnah. Namun demikian, tidak semua praktik perdagangan diperbolehkan.

Jual beli yang dijalankan dengan cara yang tidak jujur, mengandung unsur penipuan yang karena itu ada pihak yang dirugikan, dan praktik-praktik lain sejenis merupakan hal-hal yang dilarang dalam Islam. Selain itu, disadari atau tidak, bahwa aktivitas pemasaran dengan cara yang tidak dibenarkan dalam Islam kerap dilakukan untuk memuluskan transaksi perdagangan. Oleh karena itu, hal ini tidak boleh luput dari pembahasan. Cara memasarkan atau aktivitas jual beli merupakan suatu fenomena yang menarik untuk dikedepankan di tengah banyaknya tipu menipu dewasa ini. Untuk dapat menelusuri problematika pada pokok masalah yang penulis teliti, terlebih dahulu penulis mendiskripsikan tentang pola awal berfikir dalam memecahkan masalah yang menjadi pokok permasalahan.

²⁸ Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008, hal. 22.

1. Pengertian dan Dasar Hukum Jual Beli

Terdapat banyak pembahasan tentang sistem jual beli menurut Islam. secara Etimologi, kata jual beli berasal dari bahasa arab, yaitu jual-beli (البيع) artinya menjual, mengganti dan menukar (sesuatu dengan sesuatu yang lain). Kata البيع dalam bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata: (الشراء) (beli).²⁹ Lafal الجوال (jual) dan الشراء (beli) kadang-kadang digunakan untuk satu arti yang sama. Jual diartikan beli dan beli diartikan jual. Menurut Wahbah az-Zuhaili, jual beli menurut etimologi adalah proses tukar menukar barang dengan barang.³⁰ Sedangkan menurut Imam Nawawi dalam kitab *Majmu'* mengatakan bahwa jual beli adalah tukar menukar barang dengan barang dengan maksud memberi kepemilikan.³¹

Menurut Terminologi, yang dimaksud dengan jual beli adalah :

²⁹ Mahmud Yunus, *Kamus Bahasa Arab Indonesia*, Jakarta: Yayasan Penyelenggaraan Penterjemahan Penafsir al-Qur'an, hal. 75.

³⁰ Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, Jakarta: Darul Fikir, 2011, hal. 25.

³¹ *Ibid.*

- a. Jual beli adalah akad *mu'awadhah* , yakni akad yang dilakukan oleh dua pihak, dimana pihak pertama menyerahkan barang dan pihak kedua menyerahkan imbalan, baik berupa uang maupun barang.³²
- b. Menurut Imam Taqiyuddin, jual beli adalah tukar menukar harta, saling menerima, dapat dikelola (*tasharruf*) dengan ijab qabul, dengan cara yang sesuai dengan syara'.³³
- c. Menurut Sayid Sabiq, jual beli adalah

البيع معناه لغة مطلق المبادلة

*Pengertian jual beli menurut bahasa adalah tukar menukar secara mutlak*³⁴

Jadi menurut Sayyid Sabiq, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta atas dasar saling merelakan dan memindahkan milik dengan ganti yang dibenarkan.³⁵

³² Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2010, hal. 177.

³³ Imam Taqiyuddin, *Kifayat al-Ahyar*, Indonesia: Daar Ihyak al-Kutub al-Arabiyyah, t. Th, hal. 239.

³⁴ Sayid Sabiq, *Fiqh As-Sunnah Juz 3*, Beirut: Dar al-Fikr, 1981, hal. 126.

³⁵ Abdul Rahman Ghazaly, Ghufron Ihsan, Sapiudin Shidiq, *Fiqh Mumamalat*, Jakarta: Kencana, 2010, hal. 67.

- d. Definisi lain dikemukakan oleh ulama syafi'iyah, yaitu suatu akad yang mengandung tukar menukar harta dengan harta dengan syarat yang akan diuraikan nanti untuk memperoleh kepemilikan atas benda atau manfaat untuk waktu selamanya.³⁶
- e. Menurut Kitab Undang-Undang Hukum (KUH) Perdata, jual beli adalah suatu perjanjian, dimana pihak pertama mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak kedua membayar harga yang telah ditentukan.³⁷
- f. Sedangkan menurut Burgerlijk Wetboek (BW), jual beli adalah suatu perjanjian timbal balik dimana pihak yang satu (penjual) berjanji akan menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedangkan pihak yang lain (pembeli) berjanji untuk membayar harta yang terdiri atas

³⁶ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2010, hal. 176.

³⁷ KUH Perdata, Pasal 1457.

sejumlah uang sebagai imbalan perolehan dari hak milik ntersebut.³⁸

Dari pernyataan di atas dapat diketahui, bahwa jual beli merupakan sarana tolong-menolong antar umat manusia. Selain itu, jual beli juga mempunyai landasan yang kuat dalam al-Qur'an dan as-Sunnah. Terdapat beberapa ayat al-Qur'an dan as-Sunnah yang berbicara tentang jual beli, antara lain:

- a. Surat al-Baqarah (2) ayat 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا.....

Artinya : Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba

- b. Surat al-Baqarah (2) ayat 198

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ.....

Artinya : Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu.

- c. Surat an-Nisa (4) ayat 29

³⁸ R. Subekti, *Aneka Perjanjian*, cet. Ke-10, Bandung: CV. Diponegoro, 1984, hal. 13.

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

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

d. Hadits yang diriwayatkan oleh Rifa'ah ibn Rafi' :

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ أَيُّ
الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَ كُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ (رواه

البزار والحاكم)

Artinya: Dari Rifa'ah ibnu Rafi' bahwa Nabi SAW ditanya usaha apakah yang paling baik Nabi menjawab: usaha seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur. (HR. Al-Bazzar dan Al-Hakim)³⁹

³⁹ Sayyid al-Imam Muhammad ibn Ismail al-Kahlani al-Sun'ani, *Subul Al-Salam Sarh Bulugh Al-Maram Minjami' Adilati Al Ahkam, Juz 3*, Kairo: Dar Ikhya' al-Turas al-Islami, 1960, hal. 4

2. Syarat dan Rukun Jual Beli

Adapun syarat-syarat jual beli sesuai dengan rukun jual beli yang dikemukakan jumhur ulama di atas sebagai berikut:⁴⁰

a. Syarat-syarat orang yang berakad⁴¹

Para ulama *fiqh* bersepakat, bahwa orang yang melakukan akad jual beli itu harus memenuhi syarat:

- 1) Berakal. Oleh sebab itu, jual beli yang dilakukan anak kecil yang belum berakal dan orang gila hukumnya tidak sah. Adapun anak kecil yang telah *mumayiz*, menurut ulama hanfiah, apabila akad yang dilakukannya membawa keuntungan bagi dirinya, seperti menerima hibah, wasiat dan sedekah, maka akadnya sah.
- 2) Yang melakukan akad itu adalah orang yang berbeda. Artinya, seseorang tidak dapat bertindak dalam waktu bersamaan sebagai penjual sekaligus sebagai pembeli.

⁴⁰ *Ibid*, hal. 71

⁴¹ *Ibid*, hal. 72.

b. Syarat-syarat yang terkait dengan ijab qabul

Para ulama *fiqh* sepakat, bahwa unsur utama dari jual beli yaitu kerelaan kedua belah pihak. Kerelaan kedua belah pihak dapat dilihat dari ijab dan qabul yang dilangsungkan. Menurut mereka, ijab dan qabul perlu diungkapkan secara jelas, dan transaksi-transaksi yang bersifat mengikat kedua belah pihak, seperti akad jual beli, sewa menyewa dan nikah. Apabila ijab qabul telah diucapkan dalam akad jual beli, maka pemilikan barang atau uang telah berpindah tangan dari pemilik semula. Untuk itu, para ulama *fiqh* mengemukakan bahwa syarat ijab dan qabul sebagai berikut:

- 1) Orang yang mengucapkan telah baligh dan berakal
- 2) Qabul sesuai dengan ijab
- 3) Ijab dan qabul itu dilakukan dalam satu majlis

c. Syarat-syarat barang yang diperjual belikan⁴²

Adapun syarat-syarat barang yang diperjual belikan adalah sebagai berikut:

⁴² *Ibid*, hal. 72-73.

- 1) Barang itu ada, atau tidak ada di tempat, tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang itu.
- 2) Dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia. Oleh sebab itu bangkai, khamr, dan darah tidak sah menjadi objek jual beli. Karena dalam pandangan *syara'*, benda-benda seperti itu tidak membawa manfaat bagi muslim.
- 3) Milik seseorang. Barang yang sifatnya belum dimiliki seseorang, tidak boleh diperjual belikan.
- 4) Boleh diserahkan saat akad berlangsung atau pada waktu yang telah disepakati bersama ketika transaksi berlangsung.

d. Syarat-syarat nilai tukar atau harga barang

Termasuk unsur terpenting dalam jual beli adalah nilai tukar dari barang yang dijual. Para ulama *fiqh* membedakan *al-tsaman* dengan *al-si'r*. Menurut mereka, *al-tsaman* adalah harga pasar yang berlaku di tengah-tengah masyarakat secara aktual, sedangkan *al-si'r*

adalah modal barang yang seharusnya diterima para pedagang sebelum dijual kepada konsumen. Dengan demikian, harga barang itu ada dua, yaitu harga antar pedagang dan antara pedagang dengan konsumen (harga jual di pasar).

Di samping syarat yang berkaitan dengan rukun jual beli di atas, para ulama fiqh juga mengemukakan syarat-syarat lain, yaitu :

- a. Syarat sah jual beli. Para ulama *fiqh* menyatakan bahwa suatu jual beli dianggap sah apabila terhindar dari enam cacat ('*aib*), yaitu :⁴³
 - 1) Ketidakjelasan (*jahalah*);
 - 2) Pemaksaan (*al-ikrah*);
 - 3) Pembatasan dengan waktu (*at-tauqit*);
 - 4) Penipuan (*gharar*);
 - 5) Kemudharatan;
 - 6) Syarat-syarat yang merusak.

⁴³ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2010, hal. 190.

- b. Syarat yang berkaitan dengan jual beli. Jual beli baru boleh dilaksanakan apabila yang berakad mempunyai kekuasaan untuk melakukan akad jual beli.
- c. Syarat yang terkait dengan kekuatan hukum akad jual beli. Para ulama *fiqh* sepakat bahwa suatu jual beli baru bersifat mengikuti apabila jual beli itu terbebas dari segala macam *khiyar* (hak pilih untuk meneruskan atau membatalkan jual beli), apabila jual beli itu masih mempunyai hak *khiyar*, maka jual beli itu masih mempunyai hak *khiyar*, maka jual beli itu belum mengikat dan masih boleh dibatalkan. Apabila semua syarat jual beli di atas terpenuhi, barulah secara hukum transaksi jual beli dianggap sah dan mengikat.

Sedangkan rukun jual beli menurut jumhur ulama ada empat, yaitu:⁴⁴

⁴⁴ Abdul Rahman Ghazali, dkk, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010, hal. 71.

- a. Orang yang berakad; penjual dan pembeli (*al-muta'qidain*)
- b. Ijab dan qabul (*sighat*)
- c. Barang yang diperjual belikan (*ma'qud 'alaih*)
- d. Ada nilai tukar pengganti barang

3. Bentuk dan Macam Jual Beli

Jual beli dapat ditinjau dari beberapa segi. Ditinjau dari segi hukumnya, jual beli ada dua macam; jual beli yang sah menurut hukum dan batal menurut hukum. Sedangkan dari segi benda yang dijadikan objek jual beli yang dikemukakan oleh Imam Taqiyuddin, jual beli dapat dibagi menjadi tiga bentuk:⁴⁵

- a. Jual beli benda yang kelihatan

Ialah pada waktu melakukan akad jual beli, benda atau barang yang diperjualbelikan ada di depan penjual dan pembeli.

- b. Jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam janji

⁴⁵ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010, hal. 75-76.

Ialah jual beli *salam* (pesanan). Dalam salam, berlaku semua syarat jual beli dan syarat-syarat tambahannya seperti berikut ini:

- 1) Ketika melakukan akad *salam*, disebutkan sifat-sifatnya yang mungkin dijangkau oleh pembeli, baik berupa barang yang dapat ditakar, ditimbang, maupun diukur.
- 2) Dalam akad harus disebutkan segala sesuatu yang bisa mempertinggi dan memperendah harga barang itu.
- 3) Barang yang akan diserahkan hendaknya barang-barang yang biasa didapatkan di pasar
- 4) Harga hendaknya dipegang di tempat akad berlangsung.

c. Jual beli benda yang tidak ada

Ialah jual beli yang dilarang oleh agama Islam karena barangnya tidak tentu atau masih gelap, sehingga dikhawatirkan barang tersebut diperoleh dari curian atau

barang titipan yang akibatnya dapat menimbulkan kerugian salah satu pihak.

Sedangkan bentuk jual beli ditinjau dari segi pelaku akad (subjek), dapat dibagi menjadi tiga, yaitu:⁴⁶

a. Jual beli yang dilakukan dengan lisan

Jual beli yang dilakukan dengan lisan adalah akad yang dilakukan oleh kebanyakan orang. Bagi orang bisu, diganti dengan isyarat karena isyarat merupakan pembawaan alamiah dalam menampakkan kehendak.

b. Jual beli melalui utusan, perantara, tulisan, atau surat menyurat

Jual beli ini dilakukan antara penjual dan pembeli tidak berhadapan dalam satu majlis akad. Jual beli seperti ini diperbolehkan menurut syara'.

c. Jual beli dengan perbuatan

⁴⁶ *Ibid*, hal. 77.

Jual beli ini mengambil dan memberikan barang tanpa ijab qabul, seperti seseorang mengambil rokok yang sudah bertuliskan label harganya. Jual beli dengan cara demikian dilakukan tanpa sighat ijab qabul antara penjual dan pembeli.

B. Hukum Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Hukum 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.⁴⁷ Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk

⁴⁷ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013, hal. 21.

memberi perlindungan kepada konsumen.⁴⁸ Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan/atau jasa, yang berawal dari tahap kegiatan sampai mendapatkan barang dan/atau jasa, hingga akibat-akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut.⁴⁹

Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu:⁵⁰

- 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.

Maka, hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah

⁴⁸ Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁴⁹ Adrianus meliala, *Praktik Bisnis Curang*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1993, hal. 152.

⁵⁰ *Ibid.*

penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan penggunaannya.

Selain itu, perlindungan konsumen juga merupakan hal yang sangat penting dalam Islam. Karena Islam melihat bahwa perlindungan konsumen bukan hanya sebagai hubungan keperdataan saja, melainkan menyangkut hubungan antara manusia dengan Allah SWT. Dalam Islam, hukum perlindungan konsumen mengacu kepada konsep halal dan haram, serta keadilan ekonomi, berdasarkan nilai-nilai dan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Aktivitas ekonomi Islam dalam perlindungan konsumen meliputi perlindungan terhadap zat, proses produksi, distribusi, tujuan produksi, hingga akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa tersebut. Maka dalam ekonomi Islam, barang dan/atau jasa yang halal dari segi zatnya dapat menjadi haram, ketika cara memproduksi dan tujuan mengonsumsinya melanggar ketentuan-ketentuan *syara'*.⁵¹

⁵¹ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013, hal. 25.

2. Filosofi dan Sejarah Hukum Perlindungan Konsumen

perkembangan perekonomian yang pesat, telah menghasilkan berbagai macam jenis dan variasi barang dan/atau jasa. Di samping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi dalam ataupun luar negeri.⁵²

Kondisi yang demikian pada satu sisi mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi. Namun di sisi lain, kondisi dan fenomena tersebut mengakibatkan konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui

⁵² Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008, hal. 37.

kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.⁵³

Atas dasar kondisi di atas, perlu upaya pemberdayaan konsumen melalui pembentukan undang-undang yang dapat melindungi kepentingan konsumen secara integratif dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif dimasyarakat. Piranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya. Perlindungan konsumen dapat mendorong lahirnya perusahaan atau usaha yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas.⁵⁴

Pengaturan tentang perlindungan konsumen di Indonesia sendiri telah dimulai sejak zaman Hindia Belanda, namun sebagian besar peraturan-peraturan tersebut pada saat ini sudah tidak berlaku lagi. Beberapa peraturan yang

⁵³ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia, 2013, hal. 12.

⁵⁴ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013, hal. 204.

berkaitan dengan perlindungan konsumen pada saat itu antara lain.⁵⁵

- a. *Reglement Industriële Eigendom*, S. 1912-545, jo. S. 1913 No. 214.
- b. *Hinder Ordonantie* (Ordonansi Gangguan), S. 1926-226 jo. S. 1924-449 jo. S. 1940-14 dan 450.
- c. *Loodwit Ordonantie* (Ordonansi Timbal karbonat), S. 1931 No. 28.
- d. *Tin Ordonantie* (Ordonasi Timah Putih), S. 1931-509.
- e. *Vuurwerk Ordonantie* (Ordonasi Petasan), S. 1932-143.
- f. *Verpakkings Ordonantie* (Ordonasi Kemasan), S. 1935 No. 161.
- g. *Ordonantie Op de Slacth Belasting* (Ordonasi Pajak Semebelih), S. 1936-671.
- h. *Sterkwerkkannde Genessmiddelen Ordonantie* (Ordonasi Obat Keras), S. 1937-641.
- i. *Bedrijfsrelementerings Ordonantie* (Ordonasi Penyaluran Perusahaan), S. 1938-86.

⁵⁵ *Ibid.* hal. 32.

Pada sisi lain, dalam beberapa kitab Undang-Undang juga terdapat beberapa ketentuan yang dapat digunakan untuk melindungi konsumen, yaitu:⁵⁶

- a. KUH Perdata: Bagian 2, Bab V, Buku II mengatur tentang kewajiban penjual dalam perjanjian jual beli.
- b. KUHD: tentang pihak ketiga yang harus dilindungi, tentang perlindungan penumpang/barang muatan pada hukum maritim, ketentuan mengenai perantara, asuransi, surat berharga, kepailitan, dan sebagainya.
- c. KUH Pidana: tentang pemalsuan, penipuan, pemalsuan merek, persaingan curang, dan sebagainya.

Setelah kemerdekaan Republik Indonesia hingga tahun 1999, Undang-Undang Indonesia belum mengenal istilah perlindungan konsumen. Namun peraturan perundang-undangan di Indonesia berusaha memenuhi unsur-unsur perlindungan konsumen. Gerakan perlindungan konsumen di Indonesia mulai terdengar dan populer setelah berdirinya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada Mei

⁵⁶ *Ibid.* hal. 32-33

1973 dan Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang pada Februari 1988. Gerakan konsumen di Indonesia, mencatat prestasi besar setelah naskah akademik Undang-Undang Perlindungan Konsumen berhasil dibawa ke Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), yang kemudian disahkan menjadi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada tanggal 20 April 1999.⁵⁷

Dalam Islam sendiri, perlindungan konsumen dimulai pada saat Nabi Muhammad SAW. Membawa barang dagangan milik Khadijah dengan mendapatkan imbalan/upah. Kendatipun tidak banyak literatur yang berbicara tentang aspek perlindungan konsumen pada saat itu, namun kita dapat menemukan prinsip-prinsip perlindungan konsumen dari praktik perdagangan yang dilakukan Rasulullah. Kejujuran, keadilan, dan integritas Rasulullah tidak diragukan lagi oleh penduduk Mekkah, sehingga potensi tersebut meningkatkan

⁵⁷ *Ibid.*

reputasi dan kemampuannya dalam memperdagangkan barang dagangan Khadijah.⁵⁸

Setelah Muhammad diangkat menjadi Rasul, konsumen juga mendapat perhatian dalam ajaran Islam, baik dalam al-Qur'an ataupun Hadits. Setelah Rasulullah hijrah dan berkuasa di Madinah, berbagai prinsip ekonomi yang tidak adil dan menjurus kepada penzaliman telah dihapus dan dilarang untuk dilakukan. Seperti penahanan stock, spekulasi, kolusi, oligarki, pembatalan informasi penting tentang produk penjualan dengan sumpah palsu, atau informasi menyesatkan.⁵⁹

3. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Produsen

Perlindungan konsumen memiliki hubungan yang erat dengan globalisasi ekonomi. Globalisasi ekonomi membawa konsekuensi bahwa semua barang/jasa yang berasal dari negara lain dapat masuk ke Indonesia. Untuk itu,

⁵⁸ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013, hal. 42.

⁵⁹ Muhammad Akram Khan, *Ajaran Nabi Muhammad SAW tentang Ekonomi*, Jakarta: Bank Muamalat, 1996, hal. 151.

perlindungan konsumen tidak saja terhadap barang-barang yang berkualitas rendah, namun juga terhadap barang-barang yang dapat membahayakan konsumen.⁶⁰ Sehingga keputusan konsumen untuk membeli suatu barang dan/atau jasa, atau tidak membeli sama sekali merupakan respon konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang tersedia.⁶¹

Sesungguhnya setiap pelaku usaha harus memiliki tanggung jawab sosial, yaitu kepedulian dan komitmen moral terhadap kepentingan masyarakat, terlepas dari kalkulasi untung dan rugi perusahaan. Tanggung jawab tersebut yakni tanggung jawab perusahaan terhadap kesejahteraan bagi lingkungan dan masyarakat.⁶² Berkenaan dengan pertimbangan tersebut, maka perlu juga dijelaskan apa yang menjadi hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha.

a. Hak dan Kewajiban Konsumen

⁶⁰ Erman Rajagukguk, *Agenda Pembaruan Hukum Ekonomi di Indonesia Menyongsong Abad XXI*, Jakarta: Universitas Indonesia, 2004, hal. 3.

⁶¹ *Opcit*, hal. 3

⁶² Murti Sumarni dan Jhon Suprihanto, *Pengantar Bisnis; Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan*, Yogyakarta: Liberty, 1987, hal. 21.

Ide, gagasan, atau keinginan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen berkembang dari kasus-kasus yang timbul di masyarakat. Karena itu, Amerika Serikat dan Inggris dapat disebut sebagai contoh dalam perkembangan hukum mengenai perlindungan konsumen ini. Seiring dengan keinginan untuk memberikan perlindungan terhadap kepentingan konsumen, maka mulailah dipikirkan kepentingan-kepentingan konsumen yang perlu mendapat perlindungan. Kepentingan-kepentingan itu dapat dirumuskan dalam bentuk hak.⁶³

Presiden Amerika Serikat John F. Kennedy dalam pidatonya dihadapan kongres Amerika Serikat pada tahun 1962, pada waktu mengemukakan gagasan tentang perlunya perlindungan konsumen, beliau sekaligus menyebutkan empat hak konsumen yang perlu mendapat perlindungan secara hukum, yaitu:⁶⁴

- 1) Hak memperoleh keamanan;

⁶³ Janus Sidabolok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2014, hal. 31.

⁶⁴ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008, hal. 39.

- 2) Hak memilih;
- 3) Hak mendapat informasi;
- 4) Hak untuk didengar.

Organisasi Konsumen Sedunia (*International Organization of Consumers Union – IOCU*) menambahkan empat hak dasar konsumen yang harus dilindungi, yaitu :⁶⁵

- 1) Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup
- 2) Hak untuk memperoleh ganti rugi
- 3) Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen
- 4) Hak untuk memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat

Sedangkan dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, disebutkan beberapa hak konsumen yang mendapat jaminan dan perlindungan dari hukum, yaitu:

- 1) Hak atas keamanan, kenyamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.

⁶⁵ *Ibid.*

- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur dan mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakannya
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
- 6) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur secara tidak diskriminatif.
- 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 perundang-undangan lainnya.⁶⁶

Dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, selain memperoleh hak-hak tersebut, konsumen juga memiliki kewajiban untuk :

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan
- 2) Beriktikad 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.⁶⁷

⁶⁶ Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Terkait dengan perlindungan konsumen, Islam memberikan ruang bagi konsumen untuk mempertahankan hak-haknya dalam perdagangan yang dikenal dengan istilah *khiyar* dengan beragam jenisnya sebagai berikut:⁶⁸

1) *Khiyar Majelis*

Khiyar Majelis adalah masing-masing pihak memiliki hak untuk mempertahankan atau membatalkan akad selama masih dalam satu majelis.

2) *Khiyar Syarat*

Khiyar Syarat adalah salah satu pihak yang berakad membeli sesuatu dengan ketentuan memiliki *Khiyar* selama jangka waktu yang jelas.

3) *Khiyar Aibi*

⁶⁷ Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁶⁸ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013, hal. 58-61.

Haram bagi seseorang menjual barang yang memiliki cacat (cacat produk) tanpa menjelaskan kepada pembeli.

4) *Khiyar Tadlis*

Yaitu jika penjual mengelabui pembeli sehingga menaikkan harga barang, maka hal itu haram baginya. Dalam hal ini pembeli memiliki *Khiyar* selama tiga hari.

5) *Khiyar al-Ghabn al-Fahisy (Khiyar al-Mustarsil)*

Khiyar jenis ini suatu saat menjadi hak penjual dan suatu saat bisa menjadi hak pembeli. Kadangkala pembeli membeli barang dengan harga 5 dinar, padahal barang tersebut hanya setara dengan 3 dinar. Atau penjual menjual barang dengan harga 10 dinar, padahal barang tersebut setara dengan 8 dinar. Jika seorang penjual dan pembeli ditipu dalam hal ini, maka ia memiliki *khiyar* untuk menarik diri dari jual beli dan membatalkan akad.

6) *Khiyar Ru'yah*

Khiyar jenis ini terjadi jika pelaku usaha menjual barang dagangannya, sementara barang tersebut tidak ada dalam majlis jual beli. Jika pembeli kemudian melihat barang tersebut dan tidak berhasrat terhadapnya, atau pembeli melihat bahwa barang tersebut tidak sesuai dengan keinginannya, maka pembeli berhak menarik atau membatalkan akad jual beli tersebut.

7) *Khiyar Ta'yin*

Khiyar jenis ini memberikan hak kepada pembelinya untuk memilih barang yang dia inginkan dari sejumlah barang yang dijual, kendatipun barang tersebut berbeda harganya, sehingga konsumen dapat menentukan barang yang dia kehendaki.

b. Hak Pelaku Usaha

Selain hak dan kewajiban konsumen, UUPK juga mengatur tentang hak dan kewajiban pelaku usaha yang dirumuskan dalam pasal-pasal selanjutnya. Dalam Pasal 6 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, mengatur tentang hak pelaku usaha, yaitu:⁶⁹

- 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 beriktikad baik
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan

⁶⁹ Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

- 5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya

Sedangkan dalam Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen mengatur tentang kewajiban pelaku usaha, diantaranya :

⁷⁰

- 1) Beriktikad 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

⁷⁰ Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

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 diperdagangkan
- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi , dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.

4. Hubungan Hukum Antara Konsumen dan Produsen

Hubungan hukum antara produsen dan konsumen memiliki tingkat ketergantungan yang cukup tinggi.⁷¹ Hubungan hukum antara produsen dan konsumen yang berkelanjutan telah terjadi sejak proses produksi, distribusi,

⁷¹ Sudaryatmo, *Masalah Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1996, hal. 23

pemasaran, dan penawaran.⁷² Masing-masing pihak merupakan unit-unit kegiatan perdagangan dengan peranan tersendiri pula. Semua pihak yang terkait dalam pembuatan suatu produk hingga sampai ke tangan konsumen disebut sebagai produsen.⁷³

Apabila diikuti pola distribusi yang dikenal dengan ilmu manajemen pemasaran, akan diperoleh gambaran sebagai berikut:

- a. Produsen ----- Konsumen
- b. Produsen ----- Pengecer ----- Konsumen
- c. Produsen --- Pedagang Besar --- Pengecer ---- Konsumen
- d. Produsen --- Agen ---- Pedagang Besar ---- Pengecer ----
- Konsumen
- e. Produsen ----- Agen ----- Pengecer -----
Konsumen⁷⁴

⁷² Bayu Swastia, *Manajemen Modern*, Yogyakarta: Liberty, 1997, hal. 25.

⁷³ Janus Sidabolok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2014, hal. 57.

⁷⁴ Basu D.H. Swastha dan Ibnu Sukotjo W., *Pengantara Bisnis Modern*, Yogyakarta: Liberty, 1993, hal. 202.

Hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha telah mengalami perubahan konstruksi hukum, yakni hubungan yang semula dibangun atas dasar prinsip *let the buyer beware*, berubah menjadi *let the seller beware*. *let the buyer beware* mengharuskan pembeli berhati-hati, hal ini memberikan penekanan terhadap ketentuan bahwa pembeli harus lebih peduli dan sadar bahwa ia sedang membeli haknya orang lain. Maka pembeli harus berhati-hati tentang keadaannya ketika ia membeli hak orang lain. Sedangkan *let the seller beware* adalah kebalikan dari *let the buyer beware*, yang berarti pihak penjual harus lebih berhati—hati dalam memasarkan produknya, karena jika terjadi sesuatu hal kepada konsumen yang tidak dikehendaki atas produknya tersebut, maka yang bertanggung jawab adalah penjual.⁷⁵

5. Tanggung jawab Produsen

Dari segi pertanggungjawaban, produsen sebagai pelaku usaha dibebani dua pertanggungjawaban, yaitu :

⁷⁵ *Opcit*, hal. 4.

a. Pertanggungjawaban publik

Bertanggung jawab untuk menciptakan iklim berusaha yang sehat, baik antara sesama pelaku usaha maupun antara pelaku usaha dengan konsumen. Ini dilakukan agar dapat menunjang bagi pembangunan perekonomian secara keseluruhan. Karena itu, pelaku usaha dibebankan untuk melaksanakan tugas dan kewajiban itu, yaitu melalui penerapan norma-norma hukum, kepatutan, dan menjunjung tinggi kebiasaan yang berlaku dikalangan dunia usaha.

Banyak ketentuan di dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ini yang bermaksud mengarahkan pelaku usaha untuk berperilaku sedemikian rupa dalam rangka menyukseskan pembangunan ekonomi nasional. Karena itu, pelaku usaha harus bekerja keras untuk menjadikan usahanya memberi kontribusi pada peningkatan pembangunan nasional secara keseluruhan.

b. Pertanggungjawaban privat

Dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah diatur mengenai pertanggungjawaban produsen yang disebut pelaku usaha. Ketentuan tersebut adalah sebagai berikut:

76

- 1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan
- 2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku
- 3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 hari setelah tanggal transaksi

⁷⁶ Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

- 4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan
- 5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

BAB III

PELAKSANAAN JUAL BELI HANDPHONE *SUPERCOPY*

DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @WIJAYAHARTO

YOGYAKARTA

A. Gambaran Umum @Wijayaharto Yogyakarta

1. Profil @Wijayaharto Yogyakarta

Perkembangan teknologi semakin hari semakin berkembang pesat. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya inovasi-inovasi yang telah diciptakan hingga saat ini. Selain itu, teknologi juga telah mempengaruhi gaya hidup dan pola pikir masyarakat sehingga bisa mempengaruhi kehidupan sosialnya. Situasi tersebut menggugah keinginan saudara Jay untuk mendirikan sebuah usaha yang menyediakan jual beli dan tukar tambah handphone. Usaha ini bertujuan untuk membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya terutama dalam hal teknologi.

Dari keterangan saudara Jay selaku pemilik @wijayaharto, usahanya didirikan pada pertengahan tahun 2013. Awalnya, saudara Jay melakukan jual beli handphone di @wijayaharto memakai sistem *dropship*. *Dropship* merupakan salah satu sistem jual beli online tanpa memerlukan modal sepeserpun, dimana pembeli terlebih dahulu mentransfer sejumlah uang ke rekening *dropshipper*. Selanjutnya *dropshipper* membayar ke supplier sesuai harga beli *dropshipper* disertai ongkos kirim barang ke alamat pembeli. *Dropshipper* berkewajiban menyerahkan data konsumen berupa nama, alamat dan nomor telepon kepada supplier. Bila prosedur tersebut telah dipenuhi, supplier kemudian akan mengirimkan barang ke pembeli atas nama *dropshipper*.⁷⁷ Jadi, saudara Jay tidak mengeluarkan modal seperpun diawal usahanya tersebut.⁷⁸

⁷⁷ Jefferly Helianthusonfri, *Bisnis Praktis dan Fantastis dengan Dropship*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2013, hal. 4.

⁷⁸ Hasil wawancara dengan saudara Jay selaku pemilik @wijayaharto, pada hari Minggu, 18 Oktober 2015 pukul 21:39.

2. Pelayanan yang Disediakan Oleh @Wijayaharto

Yogyakarta

Jenis-jenis pelayanan yang disediakan di @wijayaharto yaitu berupa:⁷⁹

a. Jual beli handphone

Jual beli handphone di @wijayaharto dibedakan menjadi tiga bagian, yaitu :

1) Jual beli handphone asli

Dalam hal ini biasanya saudara Jay melakukan penjualan handphone asli jika ada permintaan saja. Saudara Jay tidak memiliki persediaan handphone asli. namun jika ada konsumen yang menginginkan handphone asli, barulah saudara Jay mencarikan handphone asli yang sesuai dengan keinginan konsumen. Handphone asli yang dijual oleh saudara Jay ialah handphone dengan merk Samsung, Apple, Sony, dan Smartfren.

⁷⁹ *Ibid.*

2) Jual beli handphone *blackmarket*

Handphone *blackmarket* sebenarnya tidak jauh berbeda dengan handphone asli, yang membedakan ialah handphone tersebut masuk ke Indonesia dengan cara diselundupkan dan tidak melalui mekanisme pembayaran pajak (bea). Ini menyebabkan harga handphone *blackmarket* menjadi lebih murah dibanding handphone aslinya. Namun menurut saudara Jay, peminat handphone *blackmarket* lebih rendah dibanding handphone *supercopy*. Ini dikarenakan harga handphone *blackmarket* masih relatif mahal. Selisih harga handphone *blackmarket* dengan handphone asli masih berkisar antara Rp.700.000 – Rp. 1.000.000.

3) Jual beli handphone *supercopy*

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan saudara Jay selaku pemilik @wijayaharto, handphone *supercopy* ini

merupakan handphone yang paling sering dicari oleh konsumen. Ini karena banyak konsumen @wijayaharto menginginkan handphone merk ternama dengan harga yang terjangkau atau jauh lebih murah dari harga normal. Selama mendirikan @Wijayaharto, saudara Jay mengaku, handphone *supercopy* yang paling diminati konsumen adalah Samsung Galaxy Note 2, Samsung S4, dan Iphone 5.

b. Hak purna jual (tukar tambah)

Hak purna jual diberlakukan di @wijayaharto bagi para konsumen yang ingin menjual handphone lamanya, kemudian berkeinginan untuk membeli handphone baru. Namun hak purna jual ini masih sangat jarang dilakukan oleh saudara Jay. Mengingat @wijayaharto hanya memasarkan produknya melalui social media. Saudara Jay hanya mau melakukan tukar tambah handphone jika ada counter yang mau menerima atau membeli handphone tersebut. Tukar

tambah sendiri hanya dilakukan saudara Jay di sekitar Yogyakarta saja, karena menurutnya handphone yang akan ditukar tambah harus diteliti terlebih dahulu.

3. Proses @Wijayaharto Mendapatkan Handphone *Supercopy*

Pada awal usahanya, saudara Jay mendapatkan handphone *supercopy* dari distributor di Jakarta. Namun, ia tidak mengetahui bagaimana kondisi fisik handphone yang akan ia jual kepada konsumen. Karena diawal usahanya, saudara Jay masih menggunakan jual beli sistem *dropship*. Namun lambat laun, saudara Jay tidak hanya mendapatkan handphone *supercopy* dari distributor Jakarta saja, akan tetapi ia juga mengambil barang tersebut dari distributor Palembang ataupun dari temannya yang notabene sama-sama menjual hanpdhone *supercopy*.⁸⁰

⁸⁰ *Ibid*

B. Identifikasi Handphone *Supercopy*

1. Definisi Handphone *Supercopy*

Begitu banyaknya handphone *supercopy* yang beredar di pasaran memang sangat menggiurkan. Dengan budget yang lebih terjangkau, konsumen dapat memiliki handphone yang hampir sama persis dengan handphone aslinya. Secara umum, handphone *supercopy* ialah handphone replika yang bentuk, logo, warna, atau bahkan ukurannya hampir sama dengan handphone aslinya. Selain itu, handphone *supercopy* juga tidak mengikuti proses uji laboratorium uji milik Dirjen Perangkat Pos dan Telekomunikasi (POSTEL).⁸¹ Di Indonesia, pengujian dan sertifikasi Postel ialah standar kelayakan produk yang akan dijual di Indonesia.

Perbedaan dasar antara handphone *supercopy* dengan handphone asli terdapat pada fitur, spec, dan harga yang jauh lebih murah dibanding dengan harga aslinya. Secara kasat

⁸¹ <http://tekno.liputan6.com/read/2058105/penjual-smartphone-supercopy-bisa-terancam-pidana> , diakses pada tanggal 24 Juni 2015 pada pukul 05.27.

mata, handphone *supercopy* memang sulit untuk dideteksi. Orang awam pun pasti tidak akan mengetahui mana handphone asli dan mana handphone replika. Handphone *supercopy* sebenarnya juga memiliki tingkatan kualitas. Semakin bagus kualitasnya, akan semakin mirip dan semakin sulit untuk diteliti keasliannya. Menurut saudara Jay, handphone *supercopy* dibedakan menjadi 3 jenis, yaitu:⁸²

- a. *King Copy* : jenis ini merupakan handphone yang spec sama persis dengan handphone asli.
- b. *Middle* : jenis handphone *supercopy* yang ini spec-nya tidak jauh berbeda dengan yang asli, hanya saja untuk RAM, kamera, dan resolusi layar agak rendah dibanding handphone aslinya.
- c. *Low* : jenis yang terakhir ini memiliki RAM, kamera, dan resolusi layar terendah dibanding *king copy* ataupun *middle*.

⁸² *Op. Cit*, pada hari Kamis, 22 Oktober 2015 pukul 17:26.

2. Perbandingan Antara Handphone *Supercopy* dengan Handphone Asli

Indonesia merupakan pasar yang sangat potensial bagi para produsen handphone. Tidak hanya produsen handphone kelas atas, berbagai merk handphone asal China juga banyak membanjiri pasaran tanah air. Bahkan tidak sedikit dari handphone tersebut adalah handphone *supercopy*. Bila dilihat secara sepintas, hampir tidak ada hal yang terasa berbeda dengan handphone *supercopy* dengan handphone aslinya. Ini dikarenakan, semakin hari handphone *supercopy* hadir dengan tampilan yang semakin mirip dengan aslinya

Hal ini tentu mempersulit konsumen untuk membedakan mana yang asli dan mana yang palsu. Namun, sebenarnya ada perbedaan signifikan yang dapat ditemukan pengguna. Berikut ini merupakan perbedaan mendasar antara handphone asli dengan handphone *supercopy*:

a. Kotak kemasan handphone

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan terhadap pemilik @wijayaharto, perbedaan awal dari

handphone asli dengan handphone *supercopy* ialah kotak kemasan handphone tersebut. Pada handphone asli, kotak kemasan handphone tersebut dibungkus (*wrapping*) oleh plastik berlogo Samsung diseluruh bagiannya, sementara untuk versi *supercopy* tidak. Andapun ada, *wrapping* plastik yang digunakan hanya berlogo sebagian, tidak keseluruhan.

Selain itu, kotak kemasan yang asli terbuat dari kertas daur ulang dengan serat halus dan berwarna coklat agak gelap dan lebih tebal dibandingkan versi *supercopy*. Sedangkan untuk kotak kemasan handphone *supercopy* tidak menggunakan kertas daur ulang berserat, sehingga warnanya pun cenderung pucat atau coklat terlalu gelap.⁸³

b. Fisik handphone

Dari sisi fisik atau tampilan handphone, antara yang asli dan *supercopy* memang tampak sama, bahkan sangat sulit untuk membedakannya. Namun ketika

⁸³ *Ibid*

sudah memegang handphone tersebut, maka akan jelas terasa perbedaannya. Versi *supercopy* akan terasa lebih berat, kasar, dan kesan plastiknya sangat terasa. Jika pada handphone asli, logo Samsung akan terasa lebih lembut, sedangkan versi *supercopy* terasa kasar dan timbul. Saat membuka casing belakang, akan terlihat kondisi dudukan baterai, hologram pada baterai terlihat lebih kasar karena dibuat asal-asalan.⁸⁴

c. International Mobile Station Equipment Identity (IMEI)

Handphone asli pasti mencantumkan nomor IMEI dibagian belakang handphone, sedangkan handphone *supercopy* yang diproduksi dan diedarkan biasanya tidak mencantumkan nomor IMEI. IMEI terdiri dari 15 digit angka dan berfungsi sebagai pembawa informasi tentang ponsel, seperti pabrik pembuat ponsel, model ponsel, dsb.⁸⁵

d. Kamera handphone

⁸⁴ *Ibid.*

⁸⁵ Hasil wawancara dengan saudara Fathi selaku narasumber ahli , pada hari Senin, 2 November 2015 pukul 20:00.

Salah satu elemen yang sulit ditiru oleh handphone *supercopy* adalah resolusi kamera. Seperti contoh handphone asli Samsung Galaxy S5 memiliki resolusi kamera 16 MP, sedangkan *supercopy* biasanya tidak lebih dari 13 MP. Tentu gambar yang dihasilkan juga sangat jauh berbeda kualitasnya, ini karena rata-rata kualitas kamera handphone *supercopy* adalah digital VGA.⁸⁶

e. Prosesor

Prosesor merupakan kunci yang paling membedakan antara handphone asli dan handphone *supercopy*. Hampir semua handphone *supercopy* menggunakan prosesor buatan Media Tek yang pastinya lebih murah dibanding buatan Qualcomm. Handphone *supercopy* juga biasanya masih menjalankan *Operating System* (OS) Android 4.2 Jelly

⁸⁶ *Ibid.*

Bean, walaupun tidak menutup kemungkinan akan ada yang berjalan pada OS Android 4.4 KitKat.

Untuk handphone iPhone *supercopy*, OS yang biasa digunakan ialah OS android. Sedangkan handphone Iphone asli sistem yang digunakan ialah operasi iPhoneOS atau disingkat iOS. Selain itu, RAM yang biasa digunakan oleh handphone *supercopy* hanya 1GB saja, sedangkan untuk memori internal pun biasanya hanya berkapasitas 2GB.⁸⁷

f. Konektivitas

Untuk melihat perbandingan handphone asli dengan *supercopy* juga bisa dilihat dari konektivitas perangkat terhadap komputer atau laptop. Jika handphone asli disambungkan dengan komputer maka biasanya akan terdeteksi, namun handphone *supercopy* tidak.⁸⁸

⁸⁷ *Ibid.*

⁸⁸ Hasil wawancara dengan saudara Jay selaku pemilik @wijayaharto, pada hari Kamis, 22 Oktober 2015 pukul 17:26.

g. Keaslian software

Menguji keabsahan software juga bisa dilakukan untuk melihat apakah handphone tersebut asli atau *supercopy*. Untuk handphone merk Samsung, cara menguji keasliannya dapat dilakukan dengan cara display test dengan mengetikkan kode **#0*#* pada menu panggilan handphone. Jika perangkat asli, maka nantinya akan muncul tampilan konfigurasi display. Jika tidak, maka perangkat tersebut kemungkinan besar adalah versi *supercopy*.⁸⁹

h. Harga

Kunci terakhir untuk melihat perbedaan mendasar dari handphone asli dan handphone *supercopy* ialah harga. Biasanya, handphone *supercopy* harganya jauh lebih murah dibanding handphone aslinya. Seperti contoh handphone asli Samsung Galaxy

⁸⁹ *Ibid.*

Note 3 dibandrol dengan harga Rp. 6.350.000,⁹⁰ namun harga handphone *supercopy* Samsung Galaxy Note 3 ialah Rp. 1.800.000.

3. Segmen Pasar Handphone *Supercopy*

Segmen pasar merupakan kegiatan mengklasifikasikan pasar dalam hal ini konsumen dari @wijayaharto. Disini, penulis hanya menggolongkan pada konsumen handphone *supercopy* saja. Dari penjelasan saudara Jay, handphone *supercopy* ini dijual kepada masyarakat luas. Target pemasaran handpone *supercopy* ini adalah masyarakat yang ingin tampil mewah dengan gadget yang terlihat canggih.⁹¹

⁹⁰ <http://www.tabloidpulsa.co.id/phones/samsung/4203-samsung-galaxy-note-3-neo-n7500> , diakses pada tanggal 14 Oktober 2015 pada pukul 14:37.

⁹¹ Hasil wawancara dengan saudara Jay selaku pemilik @wijayaharto, pada hari Kamis, 22 Oktober 2015 pukul 17:26.

C. Pelaksanaan Jual Beli Handphone *Supercopy*

1. Latar Belakang Terjadinya Jual Beli Handphone

Supercopy

Fenomena handphone replika atau yang lebih populer dengan sebutan *supercopy* ini sangat menarik untuk ditelaah lebih lanjut. Fenomena ini tentunya tidak terlepas dari gaya hidup masyarakat Indonesia yang masih cenderung konsumtif. Selain itu, masyarakat Indonesia tergolong masyarakat yang masih gila oleh merk. Merupakan sebuah kebanggaan tersendiri apabila memiliki sebuah handphone keluaran pabrikan besar dan berharga sangat mahal. Oleh karena itu, handphone terbaru keluaran pabrikan besar seperti Apple dan Samsung kian menjadi buruan.

Selain itu, handphone kini berfungsi menjadi sebuah gaya hidup dan cenderung menjadi sebuah tolak ukur dari kemampuan finansial. Bepergian dengan membawa sebuah gadget berharga jutaan rupiah menjadikan pemiliknya otomatis sebagai pusat perhatian. Untuk orang berkantong tebal, tentu bukan masalah mengeluarkan jutaan rupiah demi

meningkatkan standar gaya hidup. Akan tetapi untuk orang yang berpenghasilan pas-pasan namun ingin tetap bergaya dan tampil keren, maka satu-satunya cara adalah membeli produk replika/tiruan dari gadget tersebut. Karena kebanyakan dari konsumen yang membeli handphone *supercopy* tersebut butuh pengakuan diri dan dipandang mampu.

2. Mekanisme Pelaksanaan Jual Beli Handphone *Supercopy*

Dalam pelaksanaan jual beli tersebut, awalnya saudara Jay memasarkan produknya melalui *social media* (socmed), seperti facebook, twitter, Olx, ataupun instagram. Dalam postingan tersebut, saudara Jay tidak menyebutkan secara gamblang bahwa handphone yang ia jual merupakan handphone *supercopy*. Ia hanya menjelaskan type handphone dan harga jualnya. Selain itu, ia memberikan *contact person* untuk para konsumennya. Ini bertujuan agar konsumen yang ingin bertanya atau berminat membeli dapat menghubungi saudara Jay melalui *contact person* yang ia sertakan pada keterangan postingannya tersebut.

Setelah itu, jika ada konsumen yang berminat, maka konsumen akan menghubungi saudara Jay. Disitulah saudara Jay mulai menjelaskan kondisi handphone dan bagaimana cara pembayaran serta jasa pengiriman apa yang ia gunakan untuk mengirim handphone tersebut kepada konsumen. Setelah kedua belah pihak menyetujui, diadakanlah perjanjian-perjanjian yang menyangkut pelaksanaan jual beli handphone *supercopy* tersebut. Salah satu isi perjanjian tersebut ialah mengenai garansi yang saudara Jay berikan kepada konsumen. Ini bertujuan untuk menunjukkan adanya bukti kesepakatan diantara mereka.

Dalam jual beli ini, konsumen diperbolehkan menawar. Tawar-menawar harus diakhiri dengan kesepakatan harga jual diantara keduanya. Akan tetapi, tawar menawar yang disepakati saudara Jay tidak jauh berbeda dengan harga aslinya. Saudara Jay mematok keuntungan minimal satu barang ialah Rp.250.000. setelah kedua belah pihak melakukan tawar menawar dan kemudian disepakati harga jualnya, kemudian pembeli membayar

jumlah uang sesuai dengan yang disepakati. Pembayaran ini dilakukan dengan sistem transfer antar bank. Setelah pembeli mentransfer sejumlah uang, maka saudara Jay mewajibkan pembeli untuk memberikan bukti transfer yang dikirim kepada saudara Jay. Biasanya bukti transfer yang diberikan dapat berupa foto ataupun *screenshot*. Setelah bukti transfer ditunjukkan, saudara Jay kemudian memeriksa saldo rekening miliknya. jika uang sudah masuk rekening saudara Jay, maka barang akan langsung dikirim kepada konsumen dengan menggunakan jasa pengiriman TIKI ataupun JNE.

3. Dampak Jual Beli Handphone *Supercopy* Terhadap Konsumen

Berdasarkan data yang penulis peroleh dari saudara Jay mengenai bagaimana ia memperoleh, memasarkan, dan garansi yang diberikan terhadap konsumen, maka dapat diketahui beberapa dampak yang ditimbulkan dari jual beli handphone *supercopy*, diantaranya:

- a. Tidak banyak konsumen @wijayaharto merasa kecewa karena handphone yang diterima tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan.
- b. Handphone *supercopy* yang tidak memiliki izin produksi tentu tidak akan dapat dibawa ke luar negeri. Ini tentu sangat merugikan konsumen yang membeli apalagi yang tidak mengetahui bahwa handphone yang ia beli merupakan barang tidak asli.
- c. Kualitas keamanan handphone *supercopy* tidak terjamin dan dapat membahayakan konsumen. Handphone replika tersebut memiliki kekurangan dibaterainya yang mengakibatkan mudah panas karena menggunakan baterai tidak orisinal.
- d. Handphone *supercopy* ini tidak melewati serangkaian uji POSTEL dan tidak dikenai pajak penjualan, sehingga tidak menyumbang apapun terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat.
- e. Banyak konsumen yang dirugikan karena garansi yang @wijayaharto berikan kepada konsumen hanya 1

minggu. Selain itu konsumen juga harus melalui proses dan prosedur yang panjang, sehingga konsumen tentu mengalami kesulitan untuk memperoleh hak-haknya kembali.

BAB IV

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP
PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI
HANDPHONE *SUPERCOPY* DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @WIJAYAHARTO YOGYAKARTA**

A. Tinjauan Terhadap Mekanisme dan Dampak Jual Beli

Handphone *Supercopy*

Mekanisme jual beli handphone *supercopy* di @wijayaharto Yogyakarta pada dasarnya sama seperti jual beli handphone pada umumnya. Hanya saja saudara jay beberapa kali sempat menggunakan jual beli online sistem *dropship*. *Dropship* merupakan salah satu sistem jual beli online tanpa memerlukan modal sepeserpun, dimana pembeli terlebih dahulu mentransfer sejumlah uang ke rekening *dropshipper*. Selanjutnya *dropshipper* membayar ke supplier sesuai harga beli *dropshipper* disertai ongkos kirim barang ke alamat pembeli. *Dropshipper* berkewajiban menyerahkan data konsumen berupa nama, alamat

dan nomor telepon kepada supplier. Bila prosedur tersebut telah dipenuhi, supplier kemudian akan mengirimkan barang ke pembeli atas nama *dropshipper*.

Yang menjadi permasalahan disini ialah, saudara Jay tidak mencantumkan informasi secara detail barang yang ia jual. Dimana dalam pasal 7 huruf (b), (f) dan (g) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang berbunyi:

- b. memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dalam BAB II juga disebutkan, secara global akad jual beli harus terhindar dari enam aib, salah satu diantaranya ialah harus terhindar dari kemudharatan. Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan di lapangan, jual beli handphone *supercopy* ini menimbulkan banyak kerugian bagi konsumen dan juga negara. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, asal setiap bentuk perniagaan adalah mubah (boleh). Namun hukum asal tersebut bisa

berubah menjadi haram jika membawa dampak buruk bagi masyarakat. Islam telah membuat semua peraturan dan larangan dalam jual beli untuk mendatangkan kemaslahatan dan menghindarkan kemudharatan. Sebagaimana dijelaskan dalam kaidah fiqh berikut ini :⁹²

الضَّرَرُ يُزَالُ

Artinya : “kemudharatan harus dihilangkan”

Konsepsi kaidah ini memberikan pengertian bahwa manusia harus dijauhkan dari *idhrar* (tindak menyakiti), baik oleh dirinya sendiri maupun oleh orang lain, dan tidak semestinya ia menimbulkan bahaya bagi orang lain. Berdasarkan ketetapan para ahli hukum Islam, apabila seseorang menimbulkan kemudharatan umum (bahaya sosial), maka di sini tidak lagi dilihat apakah penyebab bahaya tersebut terlebih dahulu ada atau baru, tetapi dalam keadaan apapun bahaya ini harus dihilangkan.⁹³ Selain itu, dalam kaidah fiqh juga disebutkan:

⁹² Nashr Farid Muhammad Washil dan Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Qawa'id Fiqhiyyah*, Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2009, hal. 17.

⁹³ *Ibid*, hal. 19

الأصلُ في المَضارِّ التَّحريمِ

Artinya : “prinsip dasar pada masalah mudharat adalah haram

Dapat dipahami dari penggunaan kata *dharar* bahwa status pengharaman tidak terbatas pada substansi mudharat itu sendiri, namun juga mencakup tindakan yang mengarah pada kemudharatan.⁹⁴

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dampak dari jual beli atau penggunaan handphone *supercopy* ini berkaitan erat dengan tanggung jawab pelaku usaha. Dimana pelaku usaha telah melanggar ketentuan pasal 8 Ayat 1 huruf (a) dan (j), yang berbunyi :

- (1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa, di antaranya:
 - a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam Bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

⁹⁴ *Ibid*, hal. 89.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) telah secara tegas mengatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha terhadap produk/barang cacat yang menimbulkan kerugian bagi konsumen, sehingga pelaku usaha wajib menaatinya. Pertanggungjawaban tersebut dapat dilakukan melalui mekanisme hukum pidana dan perdata atas dasar Wanprestasi dan Perbuatan Melanggar Hukum.

B. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Handphone

Supercopy

Dalam kehidupannya, manusia selalu dihadapkan pada problem bagaimana dia dapat mempertahankan hidupnya sendiri dan kehidupan anak turunannya dengan sejahtera. Untuk membangun dan menciptakan kesejahteraan ekonominya tersebut, manusia melakukan berbagai kegiatan perekonomian, salah satunya ialah kegiatan jual beli. Namun berbeda dalam jual beli handphone *supercopy* ini, salah satu tujuan konsumen membeli handphone tersebut ialah untuk memenuhi gaya hidupnya. Perilaku konsumsi seperti ini tentu tidak dapat diterima begitu saja dalam Islam. Konsumsi yang islami selalu berpedoman pada ajaran Islam.

Seorang konsumen akan mempertimbangkan manfaat dan berkah yang dihasilkan dari kegiatan konsumsinya.⁹⁵

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya. Semua yang ada di bumi ini diciptakan untuk kepentingan manusia. Namun, manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang/jasa yang halal, wajar, dan tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan tetap dibolehkan selama hal itu mampu menambah mashlahah atau tidak mendatangkan mudharat.⁹⁶

Dalam Islam, ada sejumlah ketentuan dalam jual beli yang tujuannya untuk mendapatkan kemudahan atau kemaslahatan dan menghindari kerugian atau kemudharatan. Hal inilah yang mendorong penulis untuk melakukan analisis berdasarkan hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen tentang jual beli handphone *supercopy* yang terjadi di @wijayaharto Yogyakarta.

⁹⁵ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012, hal. 128.

⁹⁶ *Ibid*, hal. 131.

1. Analisis subjek dan objek jual beli handphone *supercopy*

Dalam BAB II, penulis telah menjabarkan syarat dalam jual beli, diantaranya ialah adanya penjual dan pembeli. Berdasarkan data yang penulis peroleh di lapangan, kedua orang yang melakukan transaksi jual beli pada dasarnya sudah sesuai dan memenuhi persyaratan dalam hukum Islam.

Syarat untuk '*aqid* (orang yang melakukan akad) harus berakal, memiliki *ahliyah* (kecakapan) dan *wilayah* (kekuasaan). Oleh sebab itu, jual beli yang dilakukan anak kecil yang belum berakal dan orang gila, hukumnya tidak sah. Selain itu, penjual dan pembeli harus berbilang (tidak sendirian), dalam arti terdapat dua pihak yang melakukan transaksi. Karena dalam jual beli terdapat hak yang bersifat kontradiktif, seperti menerima barang, membayar uang, dan lain sebagainya.

Syarat *ma'qud 'alaih* (objek akad) ialah barang yang dijual suci, memiliki nilai manfaat, dan sudah dimiliki oleh

penjual.⁹⁷ Begitu juga dengan objek yang diperjual belikan di @wijayaharto berupa handphone. Handphone memberikan banyak manfaat bagi manusia. Selain itu, handphone juga bukan barang najis. Handphone yang diperjual belikan juga merupakan milik saudara Jay yang telah ia beli dari distributor ketika konsumen telah membayar handphone pesannya tersebut.

Pada dasarnya, segala bentuk jual beli hukumnya sah apabila dalam jual beli tersebut rukun dan syaratnya telah terpenuhi. Namun, islam melarang jual beli yang mengandung unsur Ketidajelasan (*jahalah*), pemaksaan (*al-ikrah*), pembatasan dengan waktu (*at-tauqit*), penipuan (*gharar*), kemudharatan, dan syarat-syarat yang merusak. Seperti jual beli handphone *supercopy*, jual beli tersebut mengandung kemudharatan dan menimbulkan banyak kerugian bagi konsumen, negara dalam sektor perpajakan, dan dapat merusak mekanisme pasar handphone aslinya. Maka jual beli seperti ini adalah *al-muharram li ghairihi*, yaitu sesuatu yang

⁹⁷ Musthafa Dib Al-Bugha, *Ringkasan Fiqh Madzhab Syafi'i*, Jakarta: Noura Books, 2012, hal. 310.

dilarang bukan karena esensinya, karena secara esensial tidak mengandung kemudharatan. Namun dalam kondisi tertentu, sesuatu itu dilarang karena adanya pertimbangan eksternal atau perbuatan itu memungkinkan untuk digunakan sebagai perantara kepada sesuatu yang diharamkan.

Perbuatan haram yang mendatang itu seperti melaksanakan sholat di atas tikar hasil pencurian, atau melakukan jual beli dengan cara penipuan dan lain-lain yang mengandung keharaman karena sesuatu yang baru. Bukan haram karena realitas perbuatannya melainkan unsur dari luar perbuatan itu. Artinya, perbuatan itu pada dasarnya tidak menunjukkan kerusakan dan bahaya. tetapi, ada sesuatu yang menyertainya yang dapat menimbulkan kerusakan dan bahaya.

Adapun haram sebab sesuatu yang baru pada dasarnya disyari'atkan, sehingga patut mempunyai akibat hukum, karena haramnya adalah baru dan bukan asalnya. Illatnya bahwa haram yang asal dan rukun dan syaratnya terpenuhi. Sedangkan haram yang asal itu sendiri dapat merusak sebab

yang asal dan sifatnya, karena tidak memenuhi rukun atau syaratnya, maka keluar dari batasan yang disayriatkan.⁹⁸

Dalam Islam, apabila suatu perbuatan masih diperselisihkan kehalalan atau keharamannya, maka hendaklah dipandang kemudharatannya dan kemanfaatannya. Pengharaman terhadap sesuatu terjadi karena adanya keburukan dan kemudharatannya.⁹⁹ Karena itu, Bila kemudharatannya lebih banyak dari kemanfaatannya, berarti perbuatan itu terlarang. Sebaliknya, bila kemanfaatannya lebih banyak dari kemudharatannya, berarti perbuatan itu diperbolehkan.¹⁰⁰

2. Analisis *sighat/ijab* qabul jual beli handphone *supercopy*

Sighat yang dimaksud di sini adalah ungkapan perjanjian-perjanjian yang menyangkut pelaksanaan jual beli handphone *supercopy* antara penjual dan pembeli yang menunjukkan adanya bukti kesepakatan diantara mereka.

⁹⁸ *Op. Cit.*, Hal. 157.

⁹⁹ Yusuf Qhardawi, *Halal Haram dalam Islam*, Solo: Era Intermedia, 2000, hal. 52.

¹⁰⁰ *Op. Cit.*, Hal. 61.

Akad jual beli handphone *supercopy* di @wijayaharto biasa dilakukan oleh masyarakat umum dengan bahasa sehari-hari. Ada juga sebagian pembeli yang menggunakan bahasa jawa ketika melakukan transaksi jual beli dengan saudara Jay. Setelah kedua belah pihak saling tawar menawar dan menyepakati, maka terwujudlah suatu akad jual beli tadi, dan jual beli tersebut mempunyai kepastian hukum (sah hukumnya). Dalam permasalahan ini, para ahli hukum Islam merumuskan kaidah fiqh yang berbunyi :¹⁰¹

الْعِبْرَةُ فِي الْعُقُودِ بِالْمَقَا صِدُّ وَالْمَعَانِي لَا بِأَلْفَاظٍ وَالْمَبَانِي

Artinya : “yang menjadi patokan dasar dalam perikatan-perikatan adalah niat dan makna, bukan lafadz dan bentuk formal.”

Syarat akad yang paling penting adalah bahwa *qabul* harus sesuai dengan *ijab*, dalam arti pembeli menerima apa yang di-*ijab*-kan (dinyatakan) oleh penjual. Apabila terdapat perbedaan antara *qabul* dan *ijab*, misalnya pembeli menerima

¹⁰¹ Nashr Farid Muhammad Washil dan Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Qawa'id Fiqhiyyah*, Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2009, hal. 12.

barang yang tidak sesuai dengan yang dinyatakan oleh penjual, maka akad jual beli tidak sah.¹⁰²

Apabila *ijab qabul* telah diucapkan dalam akad jual beli, maka pemilikan barang atau uang telah berpindah tangan dari pemilik semula. Ini berarti barang yang dibeli berpindah tangan menjadi milik pembeli, dan uang yang berpindah tangan menjadi milik penjual. Selain *ijab qabul*, dalam jual beli juga harus dilakukan dengan jalan saling rela antara penjual dan pembeli. Apabila ada salah satu pihak yang terpaksa atau dipaksa, maka jual beli tersebut menjadi batal atau tidak sah.

C. Tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Terhadap Jual Beli Handphone *Supercopy*

Masalah perlindungan konsumen sudah sejak lama menjadi pokok perhatian meskipun tidak secara spesifik dibicarakan. Namun, berbicara dan membahas perlindungan konsumen sebagai masalah hukum tersendiri adalah suatu hal yang baru, bukan saja di

¹⁰² Ahmad Wardhi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2010, hal. 189.

Indonesia, melainkan juga di negara yang telah lama maju dalam bidang industri.¹⁰³ Kehadiran Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi tonggak sejarah perkembangan hukum perlindungan konsumen di Indonesia. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) ini dibentuk dengan tujuan untuk melindungi kepentingan konsumen dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, selain itu juga untuk menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sifat jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.¹⁰⁴

Ide, gagasan, atau keinginan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen berkembang dari kasus-kasus yang timbul di masyarakat. Seperti permasalahan yang menjadi pokok pembahasan penulis, yaitu jual beli handphone *supercopy* ini. Handphone *supercopy* yang diperjual belikan kepada masyarakat luas telah memberikan dampak negatif yang cukup banyak. Sebenarnya dampak ini tidak hanya merugikan masyarakat, tetapi

¹⁰³ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Group, 2013, hal. 21.

¹⁰⁴ Janus Sidabolok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti, 2014, hal. 30.

juga kepada negara. Dalam pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur tentang hak-hak konsumen, yaitu:¹⁰⁵

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dalam pasal tersebut dikatakan bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Konsumen juga berhak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Namun dalam prakteknya, konsumen merasa kesulitan ketika menggunakan garansi yang diberikan oleh @wijayaharto. Selain waktu garansi yang relatif singkat, mekanisme garansi tersebut

¹⁰⁵ *Op. Cit.*, hal. 175.

relatif sulit bagi konsumen @wijayaharto, karena harus melalui serangkaian prosedur yang telah ditentukan di awal perjanjian. Padahal sebagian konsumen mengaku, handphone *supercopy* yang ia beli baru menampakkan kerusakan ketika telah melewati tiga bulan pemakaian atau lebih. Selain itu, tidak banyak konsumen merasa kecewa ketika handphone yang ditawarkan oleh @wijayaharto tidak sesuai dengan aslinya, ini tentu merugikan konsumen yang membeli handphone *supercopy* dari @wijayaharto tersebut.

Selain mengatur tentang hak-hak konsumen, UUPK juga mengatur tentang kewajiban dan perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Seperti dalam pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur tentang kewajiban pelaku usaha, yaitu:¹⁰⁶

- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

¹⁰⁶ *Ibid*, hal. 177.

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

Dalam praktek jual beli handphone *supercopy* di @wijayaharto, dalam setiap postingan di *social media*, saudara Jay tidak menyebutkan secara rinci bahwa handphone yang ia jual ialah handphone *supercopy*. Selain itu juga, garansi yang @wijayaharto berikan hanya satu minggu terhitung barang tersebut diterima sampai pengiriman kembali handphone tersebut kepada saudara jay. Garansi disini tentulah bukan garansi resmi pabrikan handphone, melainkan garansi distributor.

Sedangkan dalam pasal 8 Ayat (1) huruf a (2), dan (4) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, diantaranya:¹⁰⁷

- (1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
- a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;

¹⁰⁷ *Ibid*, hal. 178-179.

- j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam Bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- (4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada Ayat (1) dan Ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Menurut ketentuan tersebut, pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang tidak memenuhi standar dan perundang-undangan yang berlaku. Bila tetap memperdagangkan produk (telekomunikasi) yang dilarang tersebut, akan dikenakan sanksi administratif berupa ganti rugi sebanyak dua ratus juta rupiah (pasal 60). Bagi pelaku usaha yang masih melanggar, bisa dipenjara dua tahun atau denda lima ratus juta rupiah. Selain itu, menurut penjelasan Pasal 8 ayat (4), menteri dan menteri teknis berwenang menarik barang dan/atau jasa dari peredaran.¹⁰⁸ Melihat dari masalah ini, pada dasarnya Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen baik dalam pengaturan pasal maupun penjelasannya sudah cukup maju. Hal mana terlihat dari cakupan materinya yang lebih luas dan lebih memberikan perlindungan yang maksimal bagi konsumen.

¹⁰⁸ *Ibid*, hal. 211.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan, yaitu:

1. mekanisme jual beli handphone *supercopy* di @wijayaharto hampir sama dengan jual beli pada umumnya, yang membedakan disini ialah jual beli handphone ini menggunakan sistem online. Jual beli handphone *supercopy* juga menimbulkan dampak negatif bagi konsumen secara luas. Selain itu, negara juga dirugikan dalam sektor perpajakan, sehingga tidak menyumbang apapun terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat.
2. Analisis dalam Hukum Islam terhadap jual beli handphone *supercopy* di @wijayaharto Yogyakarta ini diharamkan karena menimbulkan banyak mudharat bagi masyarakat luas dan juga negara. Jual beli ini juga termasuk *al-muharram li ghairihi*, yaitu sesuatu yang

dilarang bukan karena esensinya, tetapi pada kondisi tertentu dilarang karena adanya pertimbangan eksternal atau perbuatan itu memungkinkan untuk digunakan sebagai perantara kepada sesuatu yang diharamkan. Selain itu, dalam jual beli handphone *supercopy* ini juga mudharatnya dirasa lebih banyak dibanding manfaatnya. Dan apabila suatu perbuatan itu diperselisihkan halal haramnya, maka hendaklah dipandang kemudharatannya dan kemanfaatannya.

3. Analisis menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyatakan bahwa jual beli handpone *supercopy* ini banyak bertentangan dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dilihat dari Pasal 4, 7, dan 8. Banyak konsumen merasa dirugikan dari jual beli ini. Selain itu, barang yang diperjual belikan juga tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan oleh peraturan perundang-undangan. Jadi, jual beli handphone *supercopy* ini tentu

bertentangan dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

B. SARAN

Dari beberapa kondisi yang telah dipaparkan di atas, maka ada beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti, diantaranya:

1. Kepada calon konsumen, ada beberapa hal yang harus diperhatikan sebelum membeli handphone:
 - a. Handphone *supercopy* ini tidak hanya diperjual belikan di *counter* kecil, akan tetapi juga *counter* besar yang banyak tersebar di Indonesia. Banyak para penjual yang menyembunyikan jual beli Handphone *supercopy*, karena barang tersebut merupakan barang ilegal. Tidak banyak diantara penjual yang mengelabui calon konsumen dengan mengatakan bahwa handphone yang dijual tersebut adalah handphone asli.
 - b. Sebelum membeli handphone yang diinginkan, ada baiknya konsumen mencari banyak informasi terkait

handphone yang akan dibelinya tersebut. Setidaknya, pembeli tahu spec dan fitur handphone yang akan dibeli. Informasi tersebut berguna untuk mengidentifikasi apakah handphone yang ia beli asli atau tidak. jika ternyata spec ataupun fitur handphone yang ia beli tidak sesuai dengan aslinya, maka sudah jelas bahwa handphone tersebut ialah Handphone *supercopy*.

- c. Pastikan IMEI yang ada di handphone adalah imei asli handphone tersebut. Konsumen cukup mengetikkan kode *#06# dari handphone. Atau bisa juga menggunakan layanan dari website www.imei.info, kemudian ketikkan nomor IMEI handphone di kolom yang tersedia dan kemudian tekan tombol check. Jika IMEI yang keluar sama dengan IMEI yang tertera di handphone, berarti handphone tersebut adalah asli.
- d. Teliti keadaan unit handphone. Lihatlah segel dikotak kemasan, check bahwa ada segel dengan

hologram. Selanjutnya cermati layar handphone, jika itu handphone asli, maka layar yang ditampilkan benar-benar jernih dibandingkan dengan yang imitasi.

2. Bagi pelaku usaha, hendaklah barang yang dijual tidak bertentangan dengan hukum agama dan hukum negara.
3. Bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen, hendaklah melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen. Upaya pemberdayaan ini penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang memiliki prinsip dasar yaitu mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Prinsip ini sangat potensial merugikan kepentingan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.

C. PENUTUP

Segala puji bagi Allah Swt. penulis panjatkan atas segala limpahan taufiq, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, sekalipun

masih terdapat banyak kekurangan di dalamnya. Oleh karena itu, saran serta kritik yang bersifat konstruktif sangat penulis harapkan guna sempurnanya skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua. Amin.

DAFTAR PUSTAKA

- Ag, Haryanto, *Metode Penulisan dan Penyajian Karya Ilmiah*, Jakarta: Buku Kedokteran EGC, 2000.
- Al-Bugha, Musthafa Dib, *Ringkasan Fiqh Madzhab Syafi'i*, Jakarta: Noura Books, 2012.
- al-Sun'ani, Sayyid al-Imam Muhammad ibn Ismail al-Kahlani, *Subul Al-Salam Sarh Bulugh Al-Maram Minjami' Adilati Al Ahkam, Juz 3*, Kairo: Dar Ikhya' al-Turas al-Islami, 1960.
- Ali Hasan, M, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.
- As-sa'idi, Syekh Abdurahman, et al, *Fiqh Jual-beli: Panduan Praktis Bisnis Syariah*, Jakarta: Senayan Publishing, 2008.
- Az-Zuhaili, Wahbah, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, Jakarta: Darul Fikir, 2011.
- Bakry, Nazar, *Fiqh dan Ushul Fiqh*, Jakarta: Rajawali Pers, 1993.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*.
- D.H. Swastha, Basu, dan Ibnu Sukotjo W., *Pengantara Bisnin Modern*, Yogyakarta: Liberty, 1993, h. 202.
- Djuwaini, Dimyauddin, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.

- Fasya, Teuku Kemal, “Plagiat dan Kegersangan Perguruan Tinggi”,
Kompas, edisi 19 Februari 2010.
- Hermawan, Asep, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, Jakarta:
PT. Grafindo, 2005.
- Istijanto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Jakarta: PT. Gramedia
Pustaka, 2005.
- J. Moleong, Lexy, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT.
Remaja Rosdakarya, 2011.
- Jefferly Helianthusonfri, *Bisnis Praktis dan Fantastis dengan
Dropship*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2013.
- Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Khallaf, Abdul Wahhab, *Ilmu Ushul Fiqh*, Jakarta: Pustaka Armani,
2003.
- Miru, Ahmadi dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*,
Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2000.
- Muhammad Washil, Nashr Farid, dan Abdul Aziz Muhammad
Azzam, *Qawa'id Fiqhiyyah*, Jakarta: Sinar Grafika Offset,
2009.
- Muslich, Ahmad Wardhi, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Sinar Grafika
Offset, 2010.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi
Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012.
- Qhardawi, Yusuf, *Halal Haram dalam Islam*, Solo: Era Intermedia,
2000.

- Rahman Ghazaly, Abdul, dkk, *Fiqh Mumamalat*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Rajagukguk, Erman, *Agenda Pembaruan Hukum Ekonomi di Indonesia Menyongsong Abad XXI*, Jakarta: Universitas Indonesia, 2004.
- Sabiq, Sayid, *Fiqh As-Sunnah Juz 3*, Beirut: Dar al-Fikr, 1981.
- Sidabolok, Janus, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2014.
- Subekti, R, *Aneka Perjanjian*, cet. Ke-10, Bandung: CV. Diponegoro, 1984.
- Sudaryatmo, *Masalah Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1996.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- , *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Suhendi, Hendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- , *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Sumarni, Murti dan Jhon Suprihanto, *Pengantar Bisnis; Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan*, Yogyakarta: Liberty, 1987.
- Swastia, Bayu, *Manajemen Modern*, Yogyakarta: Liberty, 1997.
- Syarifuddin, Amir, *Garis-Garis Besar Fiqh*, Jakarta: Prenada Media, 2005.

- Taqiyuddin, Imam, *Kifayat al-Ahyar*, Indonesia: Daar Ihyak al-Kutub al-Arabiyah.
- Tim Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang, *Pedoman Penulisan Skripsi*, Semarang : BASSCOM Multimedia Grafika, 2012.
- Wardi Muslich, Ahmad, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Sinar Grafika, 2010.
- Widjaja, Gunawan dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia, 2013.
- Ya'qub, Hamzah, *Kode Etik Dagang*, Bandung: CV. Diponegoro, 1992.
- Yafie, Ali, *Fiqh Perdagangan Bebas*, Bandung: Mizan Media Utama, 2003.
- Yunus, Mahmud, *Kamus Bahasa Arab Indonesia*, Jakarta: Yayasan Penyelenggaraan Penterjemahan Penafsir al-Qur'an.
- Yusuf Qardhawi, Muhammad, *Halal Haram Hukum Islam*, Jakarta: PT. Bina Ilmu, 1997.
- Zuhaili, Wahbah, *Fiqh Islam Jilid 5*, Jakarta: Gema Insani, 2011.
- Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- <http://gdstore.co/blog/apa-itu-hp-supercopy> diakses pada hari Rabu, 27 Mei 2015 pukul 19.30.
- <http://oketekno.com/11833/harga-apple-iphone-6-plus-dan-spesifikasi.html> diakses pada hari Rabu, 27 Mei 2015 pukul 18.30.

<http://tekno.liputan6.com/read/2058105/penjual-smartphone-supercopy-bisa-terancam-pidana> , diakses pada tanggal 24 Juni 2015 pada pukul 05.27.

<http://www.tabloidpalsa.co.id/phones/samsung/4203-samsung-galaxy-note-3-neo-n7500> , diakses pada tanggal 14 Oktober 2015 pada pukul 14:37.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI:

Nama Lengkap : Annisa Yuniawati
Tempat, Tanggal Lahir : Bandar Jaya, 8 Januari 1994
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Jl. Lintas Timur, Km. 76, Rt 002/Rw
004, Kel. Terbanggi Besar, Kec.
Terbanggi Besar, Kab. Lampung Tengah,
Prov. Lampung
No. Hp : 089 822 513 68
Gol darah : A

PENDIDIKAN FORMAL

- a. TK Islam Terpadu Bustanul Ulum, Lampung Tengah, lulus Tahun 1999
- b. SD Islam Terpadu Bustanul Ulum, Lampung Tengah, lulus Tahun 2005
- c. SMP Islam Terpadu Bustanul Ulum, Lampung Tengah, lulus Tahun 2008
- d. MA Negeri 1 Poncowati, Lampung Tengah, lulus Tahun 2011
- e. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Jawa Tengah, lulus Tahun 2015

PENGALAMAN ORGANISASI

- a. Redaktur Majalah Lembaga Penerbitan Mahasiswa (LPM) Justisia UIN Walisongo Semarang periode 2012-2013
- b. Sekred *Onlinejournal.justisia.com* Lembaga Penerbitan Mahasiswa (LPM) Justisia UIN Walisongo Semarang periode 2013-2014
- c. Bendahara Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Copy Lens UIN Walisongo Semarang periode 2013-2014

Semarang, 30 November 2015

Annisa Yuniawati
NIM. 112311069

LAMPIRAN-LAMPIRAN



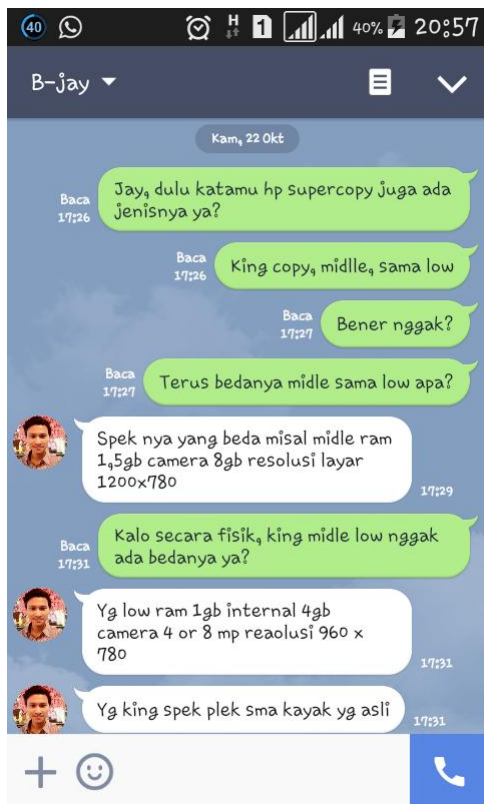
Akun Instagram saudara Jay, selaku pemilik @wijayaharto Yogyakarta. Dalam foto tersebut terlihat saudara Jay sedang menawarkan handphone supercopy dengan merk Iphone



♥ 21 menyukai

wijayaharto Readystock: New Iphone garansi 1th 4s 32gb (2,450k) ,5 16gb (3,950k) ,5 32gb (4,150k) ,5s 16gb (5,750k) PIN: 5395566c CP: 085664332015 bisa langsung ke toko ;) at #jogja #indonesia #iphone #iphoneonly #olshopindo #olshop #iphone4 #iphone4s #iphone5 #iphone5s #toko #onlineshop #hp #elektronik #smartphone

Keterangan yang diberikan saudara Jay dalam foto pertama. Dalam keterangan tersebut, saudara Jay menyebutkan merk dan harga jual handphone yang ia tawarkan. Akan tetapi, ia tidak menyebutkan bahwa handphone yang ia jual adalah handphone *supercopy*



Salah satu bukti wawancara penulis dengan pemilik @wijayaharto Yogyakarta



Contoh handphone
blackmarket yang
diperjualbelikan di
@wijayaharto Yogyakarta.