

**TINJAUAN HUKUM ISLAM
TERHADAP PRAKTIK JUAL-BELI SEPATU (*SNEAKERS*) BERMEREK
(STUDI PADA PERETAIL TIDAK RESMI)**



SKRIPSI

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT MEMPEROLEH
GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU HUKUM ISLAM**

**OLEH:
BUDI SARTONO
14380085**

**PEMBIMBING:
RATNASARI FAJARIYA ABIDIN, S.H., M.H**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2018**

ABSTRAK

Peretail tidak resmi yang notabene hanya pedagang kecil-menengah yang dijalankan oleh perorangan dapat menjual barang bermerek dengan harga yang jauh lebih rendah dari standar harga retail resmi. Berdasarkan hal tersebut maka muncul pertanyaan tentang faktor-faktor penyebab peretail tidak resmi dapat menjual barang bermerek dengan harga yang lebih rendah. Dari faktor-faktor tersebut yang menjadi pokok permasalahan adalah bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap praktik jual-beli sepatu bermerek pada peretail tidak resmi.

Penelitian ini merupakan studi lapangan, dengan mengambil sampel yang dilakukan dengan wawancara pada beberapa pelaku usaha (@dartt_sneakers, @altari_sports, @deu_esporte) dan beberapa konsumen di wilayah D.I. Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan akibat hukum dari praktik tersebut ditinjau dari Hukum Islam dan kesesuaiannya dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, yang menjadi faktor terjadinya perbedaan harga yang ditawarkan antara peretail resmi dan peretail tidak resmi adalah perolehan barang dari berbagai pihak distributor/*supplier* yang didapatkan pelaku usaha (peretail tidak resmi), juga pada beberapa barang dengan kondisi tertentu (memiliki kekurangan). Meski demikian kekurangan pada barang tidak menjadi masalah bagi konsumen, terbukti dengan respon atau tanggapan positif konsumen akan keberadaan pelaku usaha tersebut, karena barangnya berkualitas (original). Harga barang yang terkesan “murah” sebenarnya adalah barang yang terbilang dengan “harga wajar” karena beberapa barang dengan keadaan atau kondisi tertentu. Karena kondisi barang tersebut, barang disalurkan melalui jalur distribusi “khusus” yang kemudian dijual oleh peretail tidak resmi. Barang atau objek jual-beli (sepatu) adalah objek yang tidak dilarang dalam agama. Oleh karenanya, jual-beli ini diperbolehkan mengingat manfaat yang dapat diambil oleh kedua belah pihak (pelaku usaha dan konsumen). Namun tetap harus memperhatikan faktor lain seperti kerelaan (rida) dan itikad dari kedua pihak.

Kata Kunci: Jual-Beli *online*, Sepatu (*sneakers*) Bermerek, Hukum Islam, Perlindungan Konsumen



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Budi Sartono

Kepada
Yth. **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum**
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi, serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Budi Sartono
NIM : 14380085
Judul : "Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Jual-Beli Pakaian Bermerek pada Peretail Tidak Resmi"

Sudah dapat diajukan kembali pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalat) Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum Islam. Dengan ini kami mengharap agar skripsi atau tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqayahkan. Atas perhatiannyakami ucapkan terimakasih.

Wassalamua'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Yogyakarta, 27 Juli 2018
Pembimbing,

Ratnasari Fajariya Abidin, S.H., M.H

NIP: 19761018 200801 2009



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor: UIN.02/DS/PP.00.9/2649/2018

Tugas Akhir dengan judul : TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK JUAL-BELI
SEPATU (*SNEAKERS*) BERMEREK
(STUDI PADA PERETAILED TIDAK RESMI)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : BUDI SARTONO
Nomor Induk Mahasiswa : 14380085
Telah diujikan pada : Jumat, 10 Agustus 2018
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang/Penguji I

Ratnasari Fajariya Abidin, S.H., M.H.
NIP. 19761018 200801 2 009

Penguji II

Drs. Kholid Zulfa, M.Si.
NIP. 19660704 199403 1 002

Penguji III

Dra. Hj. Widyarini, M.M.
NIP. 19600407 198601 2 002

Yogyakarta, 10 Agustus 2018

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Syari'ah dan Hukum

DEKAN



Dr. H. Agus Moh. Najib, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19710430 199503 1 001



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Budi Sartono
NIM : 14380085
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalat)
Fakultas : Syariah dan Hukum

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya, dan bebas dari plagiarisme. Jika kemudian hari terbukti bukan karya sendiri atau melakukan plagiasi maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 27 Juli 2018

Saya yang menyatakan,



Budi Sartono
NIM: 14380085

MOTTO

Ketika masih di pesantren saya diajarkan bahwa:

**“Ujian adalah dalam rangka untuk belajar,
bukan sebaliknya belajar untuk menghadapi ujian”**

Begitupun penyikapan saya terhadap pengerjaan dan ujian skripsi ini, hanyalah bagian dari proses belajar.

Ketika kuliah saya mengerti bahwa:

“Perbedaan adalah keniscayaan”

Sebagaimana yang kita ketahui bahwa ulama klasik terdahulu, yang dianugerahi dengan kecerdasan dan kesalehannya, sangat menghormati dan menghargai perbedaan pendapat (*ikhtilaf*) di antara ulama lain. Karena perbedaan hakikatnya merupakan rahmat dari Rabb al-‘Alamin.

Begitupun dengan hasil penelitian ini hanyalah sebuah asumsi, yang mungkin berbeda dengan pendapat para pembaca, dan insyaAllah saya sangat menghormati dan menghargai itu.

PERSEMBAHAN

Kedua Orang Tua dan Keluarga tercinta

Guru-guruku yang telah memberikan pendidikan dan pengajaran



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله ربّ العلمين نحمده و نستعينه و نعوذ بالله من شرور أنفسنا ومن سيّات أعمالنا
أشهد ان لا اله الا الله وحده لا شريك له و أشهد أنّ محمّدا عبده و رسوله
اللّهم صلّ على سيّدنا محمّد و على آل سيّدنا محمّد

Puji serta syukur kehadiran Allah subhanahu wa ta'ala Tuhan semesta alam yang telah memberikan rahmat, taufik, hidayah-Nya, serta nikmat yang tiada tara. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah kepada baginda Rasulullah Muhammad sholallahu alaihi wasalam, manusia terbaik sepanjang masa sebagai suri tauladan bagi kita semua.

Skripsi yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Jual-Beli Sepatu (*Sneakers*) Bermerek (Studi pada Peretail Tidak Resmi)” alhamdulillah telah selesai disusun guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan dan dukungan serta kerja sama semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. K.H. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Agus M. Najib, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Saifuddin, SHI., M.Si., selaku Ketua Jurusan Muamalah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kaliaga Yogyakarta.

4. Ibu Zusiana Elly Triantini, S.H.I., M.Si. selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama masa perkuliahan.
5. Ibu Ratnasari Fajariya Abidin, S.H., M.H selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga selama bimbingan hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Segenap dosen Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah / Muamalah yang telah memberikan ilmunya dari awal perkuliahan sampai akhir.
7. Seluruh Staff Tata Usaha (TU) Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah membantu secara administrasi dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Segenap staff Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga yang telah membantu penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberikan segalanya bagi saya.
10. Teman-teman alumni Pondok Pesantren Pabelan, teman tumbuh sedari kecil hingga dewasa dalam satu tempat bernaung menimba ilmu dan pendidikan.
11. Teman-teman satu almamater, khususnya Muamalat 2014 yang saya cintai dan saya banggakan, dengan kegiatan bersama dan agenda kunjungan bulanan yang selalu dirindukan.
12. Kawan "Always on" PTGN, Agung Nuhria Ramadhan, Ahmad Nurbaihaqi Sufhan, Annas Budi Muskita, Arga Sumarga, Chandra Nor Berta, Faqih Bahtia Sukri, Jeihan Multazam, Kartika Rafiqia Utami, Mia Nur Fadilah, Muhammad Arsyadi, Muhammad Farhan, Mokhammad Rizal Auwali, Ahmad Fadhil. Serta teman seperjuangan

Rozi, Danang, Aziz, Rifqi, Asmul, Hanif, Irsyad, Zamil, Sujadi, Bayu, Yahya, Febrian, Fas, Khamim, Asror, Iqbal, Mun'im, Ikhwan, Muzaki, Rizka, dan nama-nama yang tidak dapat disebut satu-persatu.

13. Dosen Pembimbing Lapangan dan teman-teman Kuliah Kerja Nyata (KKN) Karangnongko 93, serta warga Dusun Karangnongko, Ngloro, Saptosari, Gunungkidul terimakasih telah memberikan ilmu dan pengalaman yang luar biasa.
14. Pemilik toko *online* @dartt_sneakers, @arastoreyk, @altari_sports, dan @deu_esporte, serta pihak konsumen yang telah berkenan menjadi informan untuk penelitian ini.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan yang telah memberikan bantuan dan dukungan secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga amal perbuatan baik mereka mendapatkan balasan yang sebaik-baiknya dari Allah subhanahu wata'ala. Semoga tulisan ini bermanfaat, khususnya bagi penyusun dan bagi pembaca pada umumnya. Akhirnya, hanya kepada Allah kami memohon petunjuk dan meminta pertolongan.

Yogyakarta, 25 Dzul Hijjah 1439 H
6 September 2018 M

Penyusun,

Budi Sartono
NIM: 14380085

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab-Latin ini merujuk pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI, tertanggal 22 Januari 1988 No: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

I. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	Alif	tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Śā'	Ś	es titik atas
ج	Jim	J	Je
ح	Hā'	H{	ha titik di bawah
خ	Khā'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	zet titik di atas
ر	Rā'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	es dan ye
ص	Şād	Ş	es titik di bawah

ض	Dād	Ḍ	de titik di bawah
ط	Tā'	Ṭ	te titik di bawah
ظ	Zā'	Ẓ	zet titik di bawah
ع	'Ayn	... ' ...	koma terbalik (di atas)
غ	Gayn	G	Ge
ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Waw	W	We
ه	Hā'	H	Ha
ء	Hamzah	... ' ...	Apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

II. Konsonan rangkap karena *tasydīd* ditulis rangkap

متعاقدين ditulis *muta' aqqidīn*

عدة ditulis *'iddah*

III. *Tā' marbūtah* di akhir kata

1. Bila dimatikan, ditulis h:

هبة ditulis hibah

جزية ditulis jizyah

(ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله ditulis ni'matullāh

زكاة الفطر ditulis zakātul-fitri

IV. Vokal pendek

__ َ __ (fathah) ditulis a contoh ضَرَبَ ditulis *daraba*

__ ِ __ (kasrah) ditulis i contoh فَهِمَ ditulis *fahima*

__ ُ __ (dammah) ditulis u contoh كُتِبَ ditulis *kutiba*

V. Vokal panjang

1. fathah + alif, ditulis ā (garis di atas)

جاهلية ditulis *jāhiliyyah*

2. fathah + alif maqṣūr, ditulis ā (garis di atas)

يسعى ditulis *yas'ā*

3. kasrah + ya mati, ditulis ī (garis di atas)

مجيد ditulis *majīd*

4. dammah + wau mati, ditulis ū (dengan garis di atas)

فروض ditulis *furūd*

VI. Vokal rangkap

1. fathah + yā mati, ditulis ai

بينكم ditulis *bainakum*

2. fathah + wau mati, ditulis au

قول ditulis *qaul*

VII. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof

انتم	ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

VIII. Kata sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis al-

القران	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, sama dengan huruf qamariyah.

الشمس	ditulis	<i>al-syams</i>
السماء	ditulis	<i>al-samā</i>

IX. Huruf besar

Huruf besar dalam tulisan Latin digunakan sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD).

X. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat dapat ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض	ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
اهل السنة	ditulis	<i>ahl al-sunnah</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN TRANSLITERASI	xi
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Kegunaan	9
D. Telaah Pustaka	10
E. Kerangka Teoretik	13
F. Metode Penelitian	18
G. Sistematika pembahasan	19
BAB II TINJAUAN UMUM KONSEP JUAL-BELI DALAM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN	21
A. Konsep Jual-Beli dalam Islam	21
1. Pendahuluan dan Pengertian Jual-Beli	21
2. Landasan Hukum Jual-Beli	22
3. Hukum Jual-Beli	24

4. Rukun dan Syarat Jual-Beli	24
5. Jual-Beli yang Dilarang dalam Islam	27
6. Bolehnya Menjual Barang dengan Harga Murah	31
7. Kaidah <i>Fiqhiyah</i>	33
B. Perlindungan Konsumen Menurut Hukum Positif Indonesia.....	34
1. Perlindungan Konsumen dalam Praktik Jual-Beli	34
2. Pengertian Konsumen serta Hak dan Kewajibannya	36
3. Pengertian Pelaku Usaha serta Hak dan Kewajibannya	37

BAB III PRAKTIK JUAL-BELI SEPATU (*SNEAKERS*) BERMEREK

PADA PERETAILE TIDAK RESMI	40
A. Perkembangan Kegiatan Jual-Beli	40
B. Jual-Beli Sepatu (<i>sneakers</i>) Bermerek oleh Peretail Tidak Resmi	44
C. Cara Membedakan antara Produk Original dengan Produk Imitasi/Tiruan	48
D. Faktor-faktor Peretail Tidak Resmi Dapat Menjual Barang dengan Harga yang Jauh Lebih Murah	53
E. Mekanisme Perolehan Barang oleh Peretail Tidak Resmi	58
F. Tanggapan Konsumen Tentang Keberadaan Toko <i>Online</i> /Peretail Tidak Resmi	61
G. Kelebihan dan Kekurangan antara Peretail Resmi dan Peretail Tidak Resmi	61
H. Profil Akun Tempat Penelitian	62

BAB IV ANALISIS PRAKTIK JUAL-BELI SEPATU (*SNEAKERS*)

BERMEREK PADA PERETAILE TIDAK RESMI	66
A. Analisis Jual-Beli Sepatu (<i>sneakers</i>) Bermerek pada Peretail Tidak Resmi dalam Perspektif Hukum Islam	66
B. Analisis Jual-Beli Sepatu (<i>sneakers</i>) Bermerek pada Peretail Tidak Resmi dalam Perspektif Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen	77

BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84



DAFTAR TABEL

Tabel 10 Kategori Produk.....	57
Tabel 2.0 Perbandingan Kekurangan dan Kelebihan antara Peretail Resmi dan Peretail Tidak Resmi.....	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Tabel Terjemah Bahasa Asing	84
Lampiran II. Biografi Ulama dan Tokoh	87
Lampiran III. Pedoman Wawancara	89
Lampiran IV. <i>Curriculum Vitae</i> (CV)	91



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk sosial, dalam bahasa yang sudah lazim diketahui dari seorang filsuf Yunani kuno “Aristoteles”, manusia adalah sebagai *zoon politicon*. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak bisa hidup sendiri tanpa bantuan dari manusia lain. Konsekuensi dari hal ini adalah bahwa manusia harus saling berinteraksi satu sama lain untuk melangsungkan kehidupannya. Manusia berinteraksi dan berkumpul dengan manusia lainnya membentuk suatu kelompok atau bisa disebut masyarakat.

Dalam suatu kelompok masyarakat, setiap individu manusia tidak dapat bertindak bebas sekehendaknya sendiri. Mereka dibatasi oleh hukum. Seperti ungkapan klasik yang lazim didengar ketika belajar ilmu hukum yaitu “*Ubi societas, ibi ius*”, yang terjemahannya kurang lebih adalah ”di mana ada masyarakat, maka di situ ada hukum”.¹ Menurut Leon Duguit yang dikutip oleh Budi Ruhiatudin dalam bukunya *Pengantar Ilmu Hukum*, dikatakan bahwa:

Hukum ialah aturan tingkah laku para anggota masyarakat, aturan yang ada penggunaannya pada saat tertentu diindahkan oleh suatu masyarakat sebagai jaminan kepentingan bersama dan yang jika dilanggar menimbulkan reaksi bersama terhadap orang yang melakukan pelanggaran itu.²

7. ¹ Budi Ruhiatudin, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Yogyakarta: Cakrawala Media, 2013), hlm.

² *Ibid*, hlm. 19.

Kebutuhan dan keinginan tiap individu berbeda dan beragam, bahkan terkadang bertentangan antara satu individu dengan individu yang lain. Dari situlah hukum difungsikan, yaitu untuk membatasi keinginan individu yang tidak terbatas demi terjaganya ketertiban dan kepentingan kelompok. Hukum juga berfungsi sebagai pelindung pihak yang lemah dari kezaliman pihak yang lebih kuat. Setiap individu dibebani dan wajib mematuhi berbagai aturan hukum yang berlaku, bergantung pada kelompok mana yang dimasuki oleh individu tersebut. Sebagai contoh, seorang individu adalah warga negara Indonesia maka ia harus patuh dan taat kepada hukum positif yang berlaku, sekaligus individu tersebut adalah seorang yang beragama Islam maka wajib menjalankan perintah dan menjauhi larangan dalam agama Islam.

Hukum Islam (syariat) berbeda dari hukum konvensional yang dibuat dan disepakati oleh masyarakat. Hukum Islam hakikatnya dibuat oleh Allah melalui wahyu yang diturunkan kepada Rasul-Nya yang dapat diketahui saat ini dengan apa yang dikandung dalam “al-Quran”. Pada dasarnya, al-Quran sebagai pedoman hidup manusia telah memuat segala aspek ketentuan hukum bagi seluruh umat, namun apa yang disebut dalam al-Quran tidak selalu tegas sehingga memerlukan tafsiran-tafsiran lebih dalam. Ketika Rasulullah SAW masih hidup, segala urusan atau perkara yang tidak diketahui dapat ditanyakan kepada beliau. Kemudian apa yang ditetapkan oleh Rasul menjadi suatu hukum, inilah yang disebut “Hadis”. Semua ulama sepakat bahwa al-Quran dan Hadis (*nash*) merupakan sumber pokok hukum Islam. Al-Quran tidak selalu tegas dalam menyatakan suatu hukum dan Hadis Rasul juga terbatas pada konteks kehidupan pada saat itu, sedangkan

kehidupan manusia terus berubah dan berkembang. Permasalahan yang dihadapi pun semakin kompleks seiring berjalannya waktu. Pada awal berkembangnya Islam di berbagai negeri, permasalahan yang dihadapi oleh umat sudah semakin kompleks dan mungkin tidak ditemukan hukum yang tegas seperti yang disebutkan dalam al-Quran ataupun Hadis. Untuk menjawab berbagai permasalahan tersebut para ulama terdahulu yang dianugerahi dengan segala kelebihan kecerdasan dan kesalehannya melakukan ijtihad. Ijtihad-ijtihad yang telah dilakukan ulama menjadi suatu pedoman, hasil pemikiran atau ijtihad inilah yang disebut “fikih”. Melalui al-Quran dan Hadis serta fikih/ijtihad ulama, maka perubahan zaman dengan segala problematikanya akan dapat dijawab oleh hukum Islam. Penafsiran dalil *nash* yang bersifat *mujmal* (global) terhadap realita kehidupan yang bersifat relatif. Karena tujuan dari syariat (*maqashid asy-syariah*) adalah untuk menghindari mudarat dan mendatangkan maslahat. Baik untuk tujuan dunia maupun akhirat. Allah SWT berfirman dalam al-Quran:

ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيعَةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَ الَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ³

Ayat tersebut di atas berisi perintah Allah (sebagai pembuat syariat) kepada umat Nabi Muhammad SAW untuk mengikuti syariat dan melarang untuk mengikuti keinginan (nafsu) orang-orang yang tidak mengetahui.

Dunia dalam modernisasi telah mengalami perkembangan teknologi yang sangat pesat, sebagaimana istilah-istilah yang mulai familiar seperti IoT (*Internet of Things*) atau internet untuk segala, kecerdasan buatan atau AI (*Artificial Intelligence*), dan sebagainya. Hadirnya internet membantu umat manusia untuk

³ QS. Al-Jatsiah (45): 18.

mengembangkan kehidupannya lebih baik dan efisien dalam hal-hal tertentu. Kini, internet seakan tidak bisa dihindarkan dari kehidupan manusia, bahkan ada sebagian individu maupun kelompok yang tidak dapat bekerja tanpa adanya koneksi internet. Internet seakan telah menjadi kebutuhan pokok bagi sebagian besar masyarakat digital. Pada sekitar tahun 2000an masyarakat di berbagai negara termasuk di Indonesia sudah mulai akrab dengan internet dan dengan jumlah pengguna yang terus tumbuh dari tahun ke tahun. Hasil survey 2017 yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) menunjukkan bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia adalah pengguna internet, lebih tepatnya yaitu 54,68% atau 143,26 juta pengguna internet dari total populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 262 juta orang.⁴ Hal ini didukung oleh murah dan mudahnya memperoleh akses internet dan juga kecanggihan teknologi perangkat keras (komputer, gawai, dsb.) yang juga tersedia dalam berbagai macam pilihan spesifikasi dan harga, mulai dari yang murah hingga mahal.

Internet telah mengubah kehidupan sosial masyarakat. Berbagai macam informasi dengan sangat mudah dapat diakses melalui internet, jarak bukan lagi penghalang dalam berkomunikasi, dan lain sebagainya. Hal-hal yang bersifat konvensional (*off line*) mulai digeser dengan hal yang bersifat *on line* (terhubung dalam jaringan internet) karena lebih mudah dan murah penerapannya. Para pengembang ilmu teknologi pun berlomba dalam menciptakan dan mengembangkan berbagai macam aplikasi sehingga dapat membantu berbagai

⁴ Asosiasi Penyelenggara Jasa internet Indonesia, “Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survey 2017” (APJII, 2017) hlm. 6.

macam urusan manusia seperti telekomunikasi, pekerjaan, gaya hidup, dan sebagainya.

Kegiatan jual-beli merupakan salah satu kegiatan yang mengalami revolusi praktik akibat dari pesatnya perkembangan teknologi. Tanpa memiliki sebuah toko, seorang individu dapat menjual produk dagangannya melalui berbagai macam *platform* yang tersedia bahkan nyaris tanpa biaya. Toko yang terhubung dalam jaringan internet ini disebut toko *online* atau *online shop*. Keunggulan lain dari toko *online* adalah bahwa jarak bukan menjadi penghalang bagi penjual dan pembeli, artinya bahwa kedua pihak tidak perlu bertemu secara langsung untuk melakukan jual-beli seperti halnya pada praktik jual-beli konvensional. Maraknya praktik toko *online* di Indonesia bermula dari pemanfaatan media sosial seperti Facebook juga forum *online* KasKus oleh penjual. Kemudian beberapa pengembang teknologi melihat adanya potensi dari kegiatan ini sehingga mereka menciptakan aplikasi khusus untuk memudahkan kegiatan jual-beli tersebut, hingga hari ini kita dapat melihat adanya *marketplace* seperti Bhinneka, Buka Lapak, Tokopedia, dan lain sebagainya yang ketiganya merupakan hasil karya anak bangsa yang sukses dalam perkembangannya.

Online shop yang terdaftar dalam *marketplace* ataupun yang memanfaatkan media sosial (Instagram, Facebook, dsb.) hanya sebagai salah satu media pemasaran bagi pelaku usaha yang murah dan mudah dalam penerapannya. Pelaku usaha melalui toko *online*-nya dapat menjual apapun produk dagangannya, tentunya dengan segala konsekuensi dari apa yang dijual. Terdapat suatu hal menarik dari fenomena toko *online* ini, yaitu beberapa toko *online* yang

merupakan toko perorangan (bukan *official shop*) menjual barang (sepatu) bermerek jauh lebih murah dibanding toko atau korporasi yang menjual secara resmi seperti pada gerai-gerai yang dapat kita jumpai di sebuah mall atau pusat perbelanjaan. Sebagai contoh adalah toko *online* yang mempunyai akun bernama @goldenface.store yang dapat ditemukan di Instagram, akun tersebut menjual sepatu bermerek New Balance seri 576 Made in England seharga Rp 725.000,-. Dalam *posting-an* itu juga disertai keterangan bahwa harga retail resmi dari sepatu tersebut adalah 2,6 juta rupiah.⁵ Contoh *posting-an* lain adalah sepatu Adidas seri Alphabounce Engineered Mesh yang dijual dengan harga Rp 835.000,- dengan keterangan lain bahwa harga retail resmi dari sepatu tersebut adalah Rp 1.899.000,-.⁶

Contoh lain dari akun yang berbeda dapat ditemukan pada akun bernama @altari_sports. Contoh dari akun tersebut adalah sebuah *posting-an* berupa sepatu bermerek Asics seri Gel-Zaraca 5 yang dijual seharga Rp 580.000,- dengan keterangan lain (*caption*) yang menunjukkan bahwa harga retail dari sepatu tersebut adalah Rp 1.599.000,-.⁷

Menarik untuk dibahas karena masih terdapat anggapan dalam masyarakat bahwa apa yang dipakai oleh seorang individu menentukan status sosialnya. Masih terdapat perilaku pada sebagian kalangan masyarakat, ketika memakai barang bermerek kepercayaan dirinya dapat meningkat dibanding ketika memakai barang yang tidak bermerek. Kata “bermerek” dalam Kamus Besar Bahasa

⁵ <https://www.instagram.com/p/BgbH5QQhDvu/> diakses melalui aplikasi *mobile* Instagram pada 20 April 2018.

⁶ <https://www.instagram.com/p/BfYEFJIH3Vf/> diakses melalui aplikasi *mobile* Instagram pada 20 April 2018.

⁷ <https://www.instagram.com/> aplikasi *mobile* Instagram pada 24 Agustus 2018.

Indonesia (KBBI) berarti: mempunyai atau menggunakan merek (cap, tanda, dsb.); mempunyai nama (terkenal).⁸ Sedang dalam penelitian ini kata “bermerek” diartikan sebagai sesuatu yang mempunyai merek, terkenal di kalangan masyarakat luas sebagai nama yang memiliki nilai tersendiri seperti desain, karakter, kualitas, dan sebagainya. Salah satu yang menjadi fokus dari bagian “*fashion*” di masyarakat (terutama kalangan muda yang paham tentang “merek”) adalah “*sneakers*”. *Sneakers* adalah salah satu jenis sepatu berbahan sol karet yang nyaman dipakai dan mempunyai model yang beragam sehingga jenis sepatu ini sangat digemari. Ke-tiga contoh sepatu yang telah disebutkan di atas adalah sepatu berjenis *sneakers*.

Berdasarkan kedua contoh akun dengan *posting*-annya yang telah disebutkan, maka dapat diketahui bahwa perbedaan harga yang ditawarkan sangat jauh berbeda antara peretail tidak resmi⁹ (*online shop*) yang merupakan penjual perorangan dengan peretail resmi yang merupakan korporasi yang mempunyai lisensi terhadap penjualan barang tersebut (seperti Sports Station, Planet Sports, Adidas Store, dsb.). Adapun hasil dari pra-riset yang telah dilakukan, barang yang dijual mempunyai kualitas yang sama (*original*) bukan barang yang berbeda kualitas atau tiruan yang lazim disebut dengan barang “KW”. Cukup banyak keberadaan akun *online shop* semacam yang dapat ditemukan di media sosial

⁸ KBBI V *offline mobile app*, Edisi Kelima, Aplikasi luring resmi Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.

⁹ Kata peretail (pengecer) adalah istilah yang diartikan untuk pelaku usaha akhir yang menjual barang langsung kepada konsumen (dari rantai distribusi: produsen-distributor-peretail-konsumen). Sedangkan istilah “resmi” dan “tidak resmi” digunakan sebagai pembeda antara pelaku usaha berbadan hukum yang diberikan hak penjualan barang langsung dari pemegang merek (resmi) dengan pelaku usaha perorangan yang tidak berbadan hukum yang notabene pelaku usaha kecil-menengah tanpa memiliki hak penjualan langsung dari pemegang merek (tidak resmi). Penjelasan lebih lanjut terdapat pada BAB III sub-bab B.

Instagram, tidak hanya satu atau dua. Sejauh ini, belum ada data yang menyebutkan secara valid dan resmi berapa jumlah pelaku usaha dengan media *online* yang melakukan bisnis serupa dengan contoh di atas. Berdasarkan penelusuran akun-akun serupa di Instagram, terdapat puluhan bahkan mungkin ratusan pelaku usaha yang melakukan bisnis serupa dengan jumlah yang terus bertambah, mengingat kegiatan bisnis ini dapat dimungkinkan untuk dilakukan oleh siapapun individu yang mempunyai cukup modal dan kemampuan untuk melakukan kegiatan usaha tersebut. Bisnis ini seperti bisnis yang menjanjikan, barang yang menarik dengan harga yang terjangkau selalu ditunggu oleh konsumen. Bahkan beberapa dari pelaku usaha yang berangkat dari *online shop*, telah mampu membuka toko konvensionalnya (*offline store*) untuk lebih memanjakan konsumen serta pelanggan. Keberadaan toko *online* tersebut juga bukan merupakan hal yang asing bagi sebagian masyarakat, terbukti dengan ribuan pengikut (*followers*) aktif pada tiap akun *online shop*.

Pada dasarnya jual-beli merupakan kegiatan yang diperbolehkan dalam Islam. Allah SWT berfirman:

... و أحلّ الله البيع وحرّم الربوا....¹⁰

melihat kasus di atas, timbulah pertanyaan mengapa sebuah toko *online* yang notabene hanya merupakan usaha tingkat kecil-menengah yang dimiliki oleh perorangan dapat menjual barang bermerek dengan harga yang jauh lebih murah dibanding peretail resmi yang tentunya memiliki lisensi penjualan produk. Juga menjadi pertanyaan bagaimana mekanisme perolehan barang tersebut oleh

¹⁰ QS. Al-Baqarah (2): 275.

peretail tidak resmi (*online shop*), sehingga ia dapat menjual dengan harga di bawah pasar. Pertanyaan lain adalah tentang akibat hukum dari jual-beli tersebut, apakah sah ataukah tidak dilihat dari perspektif hukum Islam. Kemudian korelasinya terhadap Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, apakah hak konsumen terlindungi ataukah tidak. Inilah yang menjadi kegelisahan melihat fenomena jual-beli yang marak dilakukan melalui media sosial ataupun *marketplace* dengan kasus serupa, sehingga menarik untuk dilakukan penelitian dan dikaji lebih dalam terkait praktik jual-beli tersebut. Oleh karena itu, timbul keinginan untuk melakukan penelitian dengan judul “TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK JUAL-BELI SEPATU (*SNEAKERS*) BERMEREK (STUDI PADA PERETAİL TIDAK RESMI)”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana akibat hukum jual-beli sepatu bermerek pada peretail tidak resmi ditinjau dari perspektif hukum Islam?
2. Bagaimana kesesuaian jual-beli sepatu bermerek pada peretail tidak resmi dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

C. Tujuan dan Kegunaan

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, maka dapat dikemukakan tujuan dan kegunaan dari penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan akibat hukum dari praktik jual-beli sepatu bermerek pada peretail tidak resmi ditinjau dari perspektif hukum Islam.
2. Untuk menjelaskan kesesuaian praktik jual-beli sepatu bermerek dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Sedangkan kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoretis diharapkan hasil penelitian ini nantinya dapat menjadi suatu manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan (khususnya bidang muamalat).
2. Secara praktis diharapkan bagi masyarakat umum agar dapat diaplikasikan ke dalam kegiatan jual-beli, khususnya jual-beli yang berkenaan dengan praktik ini.

D. Telaah Pustaka

Telaah pustaka adalah telaah dari beberapa karya atau literatur ilmiah yang berkaitan dengan permasalahan yang melatarbelakangi penelitian sehingga menjadi referensi dan/atau pembeda dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Dari pencarian karya ilmiah yang penyusun cari, maka ditemukan beberapa karya ilmiah yang dapat dijadikan sebagai telaah pustaka dari penelitian ini, karya tersebut adalah sebagai berikut:

Penelitian Shobirin tentang jual-beli dalam pandangan Islam. Hasil dari penelitian adalah, bahwa bagi umat Islam yang melakukan bisnis dan selalu berpegang teguh padanorma-norma hukum Islam akan mendapatkan berbagai hikmah di antaranya: (a) bahwa jual-beli (bisnis) dalam Islam dapat bernilai sosial

atau tolong-menolong terhadap sesama, akan mendapatkan pahala, (b) bisnis dalam Islam merupakan salah satu cara untuk menjaga kebersihan dan halalnya barang yang dimakan untuk dirinya dan keluarganya, (c) bisnis dalam Islam merupakan cara untuk memberantas kemalasan, pengangguran dan pemerasan kepada orang lain, (d) berbisnis dengan jujur, sabar, ramah, memberikan pelayanan yang memuaskan sebagaimana diajarkan dalam Islam akan selalu menjalin persahabatan kepada sesama manusia.¹¹

Penelitian Wati Susiawati tentang jual-beli dalam konteks kekinian. Hasil dari penelitian tersebut adalah, bahwa dalam transaksi *online* saat ini memberikan kemudahan dalam bertransaksi jual-beli produk bagi penjual maupun konsumen. Dengan banyaknya model transaksi jual-beli saat ini, seyogyanyalah lebih teliti dan lebih berhati-hati dalam melakukan akad jual-beli tanpa mengurangi esensi dari rukun dan syarat jual-beli sesuai dengan syariat agama Islam.¹²

Penelitian Juhrotul Khulwah tentang maraknya praktik jual beli dengan sistem *dropship*. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa *dropshipping* adalah penjualan produk yang memungkinkan *dropshipper* (*reseller*) menjual barang ke pelanggan dengan bermodalkan foto dari *supplier* atau toko (tanpa harus menyetok barang) dan menjual ke pelanggan dengan harga yang ditentukan oleh *dropshipper*. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa jual beli dengan sistem *dropship* diperbolehkan apabila barang yang diperjualbelikan dimiliki atau

¹¹ Shobirin, "Jual-Beli dalam Pandangan Islam", *Jurnal BISNIS*, Vol. 3, No. 2 (Desember 2015), hlm 259.

¹² Wati Susiawati, "Jual Beli dalam Konteks Kekinian", *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 8, No. 2 (November 2017), hlm 171.

sudah mendapat izin untuk diperjualbelikan, juga karena praktik ini mengandung kemaslahatan yang besar di dalamnya.¹³

Penelitian M. Nur Rianto Al-Arif tentang maraknya jual-beli *online* berbasis media sosial. Dalam jurnal tersebut dijelaskan bahwa penjualan *online* berbasis media sosial diperkenankan mengingat banyaknya manfaat yang dapat diambil dari kegiatan berbasis media tersebut, meskipun kekurangan dan kelemahan dari kegiatan tersebut juga tidak dapat dibantahkan. Bentuk akad yang dapat diadopsi dari jual-beli *online* adalah *bai' al-murabahah* dan *bai' as-salam*.¹⁴

Dari beberapa literatur atau hasil penelitian yang telah disebutkan di atas, dapat diketahui bahwa masih terdapat perbedaan yang cukup mendasar dengan penelitian ini. Sebagaimana dijelaskan berikut ini:

1. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Shobirin terletak pada fokus penelitiannya, bahwa Shobirin menjelaskan jual-beli dalam pandangan Islam secara umum tanpa spesifikasi objek, sedangkan penelitian ini dengan objek yang lebih spesifik, yaitu sepatu (sneakers) bermerek yang dijual pada peretail tidak resmi.
2. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Wati Susiawati terletak pada fokus penelitiannya, bahwa Wati menjelaskan jual-beli dalam konteks kekinian dilihat dari perspektif hukum Islam secara umum tanpa spesifikasi objek, sedangkan penelitian ini dengan objek yang lebih

¹³ Juhrotul Khulwah, "Tinjauan Hukum Islam terhadap Sistem Jual Beli *Dropship*", *Skripsi* UIN Sunan Kalijaga (2013), hlm. 64.

¹⁴ M. Nur Rianto Al Arif, "Penjualan On-Line Berbasis Media Sosial", *Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan* Vol. 13, No. 1 (Juni 2013), hlm. 33-48.

spesifik, yaitu sepatu (*sneakers*) bermerek yang dijual pada peretail tidak resmi.

3. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Juhrotul Khulwah terletak pada fokus penelitian, bahwa penelitian yang ditulis Juhrotul fokus pada sistem jual-beli (*dropship*), sedangkan fokus penelitian kali ini adalah pada objek jual-beli, yaitu objek berupa sepatu (*sneakers*) bermerek yang dijual pada peretail tidak resmi.
4. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh M. Nur Rianto terletak pada objeknya, bahwa M. Nur Rianto membahas jual-beli *online* dengan objek yang umum sedangkan pada penelitian ini dengan objek yang khusus atau spesifik, yaitu objek berupa sepatu (*sneakers*) bermerek.

Dari perbedaan yang telah dijelaskan, dapat diketahui bahwa masih belum ada penelitian yang secara khusus membahas tentang praktik-jual beli sepatu bermerek pada peretail tidak resmi dengan penawaran harga yang lebih rendah dari standar harga retail. Oleh karenanya penelitian ini dapat menjadi penelitian lanjutan dari penelitian-penelitian yang sudah ada sebelumnya.

E. Kerangka Teoretik

Kerangka teoritik merupakan teori-teori atau kerangka konseptual yang akan digunakan sebagai “pisau” analisis untuk membedah masalah-masalah yang akan diteliti.¹⁵ Sebagaimana telah dijelaskan pada latar belakang permasalahan, bahwa penelitian ini fokus pada praktik jual-beli dengan objek berupa sepatu (*sneakers*)

¹⁵ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi*, (Yogyakarta: Fak. Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga, 2017) hlm. 4.

bermerek pada peretail tidak resmi. *Sneakers* adalah suatu jenis sepatu yang berbahan sol karet yang nyaman digunakan dan memiliki berbagai jenis model sehingga sangat digemari masyarakat luas. Kata “bermerek” dalam KBBI berarti mempunyai atau menggunakan merek, mempunyai nama (terkenal), sedang dalam penelitian ini kata bermerek diartikan sebagai sesuatu yang mempunyai merek, terkenal di kalangan masyarakat luas karena memiliki nilai tertentu seperti kualitas, desain, karakter, dan sebagainya. Peretail adalah orang atau pelaku usaha yang menjual sedikit-sedikit atau satu-satu (pengecer)¹⁶, sedangkan istilah resmi dan tidak resmi digunakan sebagai pembeda antara keduanya. Peretail resmi adalah pelaku usaha (badan usaha) yang mempunyai izin penjualan dari pemegang merek sedangkan peretail tidak resmi adalah pelaku usaha perorangan, tidak berbadan hukum, dan tanpa memiliki izin penjualan produk dari pemegang merek. Dalam penelitian ini digunakan sebuah teori sebagai teori analisis utama dengan teori lain sebagai teori analisis pembantu.

Sebagai teori analisis utama, digunakan teori “fikih muamalat”. Lebih tepatnya lagi adalah teori “fikih jual-beli” yang merupakan salah satu fokus bagian dari fikih muamalat. Hal ini tentunya berkaitan erat dengan penelitian yang dilakukan tentang jual-beli yang merupakan bagian dari muamalat. Hendi Suhendi dalam bukunya *Fiqh Muamalah* mengutip pendapat Muhammad Yusuf Musa, dijelaskan bahwa “muamalah adalah peraturan-peraturan Allah yang harus diikuti dan ditaati dalam hidup bermasyarakat untuk menjaga kepentingan manusia”.¹⁷ Pada dasarnya jual-beli diperbolehkan oleh syara’, sebagaimana tentang

¹⁶ KBBI V *offline mobile app*, Edisi Kelima, Aplikasi luring resmi Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.

¹⁷ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Depok: Rajawali Press, 2002) hlm. 2.

kebolehan jual-beli ada pada al-Quran. Terdapat banyak term-term yang menjelaskan tentang maksud dari istilah (terminologi) jual-beli. Salah satu di antaranya menjelaskan bahwa yang dimaksud jual-beli adalah “pemilikan harta benda dengan jalan tukar-menukar yang sesuai dengan aturan syara”.¹⁸ Dalam hukum Islam, jual-beli atau dapat disebut dengan *al-bai'* dapat dikatakan sah apabila telah memenuhi rukun dan syarat yang telah ditentukan. Berikut adalah rukun dan syarat jual-beli dalam Islam sebagaimana yang dijelaskan oleh Mardani:

1. Rukun (Unsur) Jual Beli

Rukun jual-beli ada 3 (tiga), yaitu:¹⁹

- a. Pelaku transaksi, yaitu penjual dan pembeli (para pihak).
- b. Objek transaksi, yaitu harga dan barang.
- c. Akad (transaksi), yaitu segala tindakan yang dilakukan kedua belah pihak yang menunjukkan mereka sedang melakukan transaksi, baik tindakan itu berbentuk kata-kata maupun perbuatan. Akad dengan kata-kata dinamakan juga dengan ijab kabul, sedangkan akad dengan perbuatan dinamakan juga dengan *mua'athah*.

2. Syarat Sah Jual Beli

Syarat sah jual beli ada 7 (tujuh), yaitu:²⁰

- a. Saling rela (ridha) antar kedua belah pihak. Kerelaan antar kedua belah pihak merupakan syarat mutlak keabsahannya dalam melakukan transaksi.

¹⁸ *Ibid.*, hlm. 67.

¹⁹ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2012) hlm. 102-103.

²⁰ *Ibid.*, hlm. 104-105.

- b. Pelaku akad adalah orang yang dibolehkan melakukan akad, yaitu orang yang telah balig, berakal, dan mengerti.
- c. Harta yang menjadi objek transaksi telah dimiliki sebelumnya oleh kedua belah pihak. Maka tidak sah jual beli barang yang belum dimiliki tanpa seizin pemiliknya.
- d. Objek transaksi adalah barang yang dibolehkan oleh agama. Maka tidak boleh menjual barang seperti khamar dan lain-lain.
- e. Objek transaksi adalah barang yang bisa diserahkan. Maka tidak sah menjual mobil hilang atau burung di angkasa karena tidak dapat diserahkan.
- f. Objek jual beli diketahui oleh kedua belah pihak saat akad. Maka tidak sah menjual barang yang tidak jelas. Misalnya, pembeli harus melihat terlebih dahulu barang dan/atau spesifikasi barang tersebut.
- g. Harga harus jelas saat transaksi. Maka tidak sah jual beli ketika penjual mengatakan “aku jual mobil ini kepadamu dengan harga yang akan kita sepakati nantinya”.

Teori lain yang diperlukan sebagai dasar untuk mendukung teori sebelumnya adalah teori “hukum perlindungan konsumen”. Hal ini dirasa perlu mengingat praktik kegiatan bisnis adalah kegiatan yang melibatkan sekurang-kurangnya 2 (dua) pihak, yaitu antara penjual dan pembeli atau bisa disebut dengan pelaku usaha dan konsumen. Konsumen sebagai pihak penerima barang atau jasa dari pelaku usaha harus terlindungi dan dijamin hak dan keamanannya dalam mengonsumsi barang atau jasa yang beredar di masyarakat, sehingga

terhindar dari praktik jual-beli secara tidak sehat yang mungkin dilakukan oleh pelaku usaha. Karena tidak dipungkiri masih banyak pelaku usaha yang mengedepankan prinsip mencari keuntungan besar dengan menghalalkan segala cara, dengan penipuan misalnya. Maka dalam hal ini, dibutuhkan peran negara sebagai organisasi dengan otoritas tertinggi agar dapat melindungi masyarakat dalam melaksanakan kegiatan ekonominya.

Melalui Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, diharapkan kegiatan bisnis masyarakat akan berjalan dengan baik. Sebagaimana dalam Pasal 3 Undang-Undang tersebut dijelaskan tentang tujuan dari dibentuknya Undang-Undang Perlindungan Konsumen dengan 6 (enam) poin, isi dari Pasal 3 tersebut adalah:²¹

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

Setiap pihak baik itu pelaku usaha maupun konsumen pasti menginginkan usahanya berjalan dengan baik, untuk mewujudkannya maka setiap pihak haruslah memenuhi hak dan kewajibannya masing-masing, baik sebagai pelaku usaha ataupun sebagai konsumen. Tentang hak dan kewajiban dari setiap pihak, telah

²¹ Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

diatur dalam pasal 4 hingga pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen. Dengan diaturnya hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha, maka diharapkan kemungkinan-kemungkinan negatif yang akan timbul dalam kegiatan ekonomi masyarakat sebisa mungkin dapat dihindari.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, penelitian yang langsung terjun ke lapangan (*field research*) untuk mencari data-data yang diperlukan. Menurut Haris Herdiansyah penelitian kualitatif adalah:

Suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti.²²

Berikut adalah penjelasan bentuk dari pembagian metode penelitian tersebut:

1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan normatif. Pendekatan hukum Islam dengan al-Quran, Hadis, serta fikih sebagai sumber hukum.

2. Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara meninjau langsung objek penelitian secara cermat. Dengan cara observasi, akan didapatkan data-data yang empiris.

b. Wawancara

²² Haris Herdiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hlm. 9.

Wawancara adalah metode yang dilaksanakan dengan cara tanya-jawab kepada informan/narasumber guna memperoleh data yang valid. Data yang valid akan menghasilkan hasil yang objektif.

3. Analisis Data

Penelitian ini diuraikan secara deskriptif-analitik, yaitu dengan memberikan gambaran permasalahan yang melatarbelakangi penelitian, kemudian data-data yang diperoleh dianalisis menggunakan kerangka teoretik yang digunakan. Analisis data pada penelitian ini bersifat deduktif. Artinya penarikan kesimpulan dari yang umum (teori Hukum Islam) ke yang khusus (data hasil penelitian). Sehingga akan diketahui apa akibat hukum dari praktik jual-beli tersebut dilihat dari perspektif hukum Islam.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan skripsi ini dibagi menjadi 5 (lima) bab, dan pada setiap bab dapat tersusun atas beberapa sub-bab. Pembagian ini bertujuan agar skripsi tersusun dengan sistematis. Berikut adalah penjelasan dari pembagian pada setiap bab:

1. BAB I

Merupakan pendahuluan yang menggambarkan isi skripsi secara keseluruhan. BAB I tersusun atas 7 (tujuh) sub-bab, yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan, telaah pustaka, kerangka teoretik, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

2. BAB II

Memberikan penjelasan lebih lanjut tentang landasan teori yang digunakan sebagai pisau bedah analisis permasalahan. Penjelasan tentang teori fikih jual-beli sebagai pisau analisis utama dan teori hukum perlindungan konsumen sebagai pisau analisis pembantu.

3. BAB III

Membahas tentang praktik jual-beli di lapangan yang dilakukan oleh peretail tidak resmi. Memberikan deskripsi bagaimana pelaku usaha mendapatkan barang dagangannya sehingga dapat menjual produk di bawah harga pasaran dan respon beberapa konsumen akan keberadaan toko semacam ini.

4. BAB IV

Merupakan jawaban dari permasalahan penelitian. Dalam bab ini dilakukan analisis terkait praktik jual-beli sepatu bermerek oleh peretail tidak resmi dengan perspektif hukum Islam menggunakan kerangka teoretik yang telah disebutkan di atas.

5. BAB V

Merupakan akhir dari pembahasan isi skripsi yang berisikan kesimpulan dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Kegiatan jual-beli sepatu (*senakers*) bermerek pada peretail tidak resmi adalah kegiatan yang diperbolehkan karena mendatangkan manfaat atau maslahat bagi kedua belah pihak (konsumen dan pelaku usaha), terlebih bagi konsumen yang notabene adalah kalangan masyarakat menengah yang menginginkan produk atau barang original dengan harga terjangkau. Mengenai objek jual-beli pada peretail tidak resmi, sepatu adalah objek yang tidak dilarang dalam agama.
2. Tindakan pelaku usaha (peretail tidak resmi) yang secara jujur dan terbuka memberikan informasi tentang keadaan barang kepada konsumen adalah tindakan yang tepat dan sesuai dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, maka disarankan bagi setiap pihak sebagaimana berikut:

1. Setiap pihak dalam kegiatan jual-beli (konsumen dan pelaku usaha) harus mendasarkan diri dengan itikad baik dan memperhatikan tentang hak dan kewajibannya masing-masing sebagaimana ketentuan yang terdapat pada

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sehingga manfaat atau maslahat dari kegiatan ini akan dapat terealisasi bagi kedua belah pihak.

2. Tindakan pelaku usaha yang secara jujur dan terbuka memberikan informasi tentang keadaan barang kepada konsumen harus dipertahankan.



DAFTAR PUSTAKA

A. al-Quran

Departemen Agama, *Mushaf al-Quran dan Terjemahan*.

B. Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

C. Buku

Arfan, Abbas, *99 Kaidah Fiqhiyyah Muamalah Kulliyah*, Malang: UIN Maliki Press, 2013.

Azhmi, Sa'id Abdul, *Halal dan Haram dalam Bisnis Kontemporer*, Surakarta: Al Qowam, 2009.

Barkatullah, Abdul Halim, *Hak-Hak Konsumen*, Bandung: Nusamedia, 2010.

Ghazali, Abdul Rahman, dkk., *Fiqih Muamalat*, Jakarta: Kencana, 2010.

Hidayat, Enang, *Fiqih Jual Beli*, Bandung: Remaja Rosda karya, 2015.

Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana, 2012.

Muslich, Ahmad Wardi, *Fiqih Muamalat*, Jakarta: Amzah, 2010.

Ruhiatudin, Budi, *Pengantar Ilmu Hukum*, Yogyakarta: Cakrawala Media, 2013.

Suhendi, Hendi, *Fiqh Muamalah*, Depok: Rajawali Press, 2002.

Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi*, Yogyakarta: Fak. Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga, 2017

D. Jurnal

Al Arif, M. Nur Rianto, Penjualan online Berbasis Media Sosial dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Ijtihad: Jurnal Wacana Hukum Islam dan kemanusiaan*, Volume 13, No. 1, Juni 2013: 33-48.

Asosiasi Penyelenggara Jasa internet Indonesia, *Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survey 2017*, APJII, 2017.

Shobirin, “Jual-Beli dalam Pandangan Islam”, *Jurnal BISNIS*, Vol. 3, No. 2 Desember 2015: 240-21.

Wati Susiawati, “Jual Beli dalam Konteks Kekinian”, *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 8, No. 2 November 2017: 171-184.

E. Internet

Bhinneka, “Bagaimana Mekansme Kerja Bhinneka Marketplace?”, <https://www.bhinneka.com/aspx/faq/faqview.aspx?FAQID=197>, akses 13 Juni 2018.

DDTC, Apa Saja Aspek Pajak dalam Bisnis Ritel?, <https://news.ddtc.co.id/konsultasi-pajak-ap-saja-aspek-pajak-dalam-bisnis-ritel-9908>, akses 28 Juni 2108.

GE Reports Indonesia, “Apa itu revolusi Industri 4.0?”, <http://gereports.co.id/post/139409744260/>, akses 17 April 2018.

Instagram, <https://www.instagram.com/p/BgbH5QQhDvu/> diakses melalui aplikasi *mobile* Instagram pada 20 April 2018.

_____, <https://www.instagram.com/p/BfYEFJIH3Vf/> diakses melalui aplikasi *mobile* Instagram pada 20 April 2018.

_____, <https://www.instagram.com/> diakses melalui aplikasi *mobile* Instagram pada 24 Agustus 2018.

Tempo.co, <https://cantik.tempo.co/read/1109742/burberry->, akses 23 Agustus 2018.

F. Lain-Lain

Khulwah, Juhrotul, Tinjauan Hukum Islam terhadap Sistem Jual Beli Dropship, *Skripsi UIN Sunan Kalijaga*, 2013.

LAMPIRAN I

DAFTAR TERJEMAHAN

Hlm	No. Foot-note	Ayat al-Quran/Hadis/Istilah Asing	Terjemah
3	3	QS. al-Jatsiyah (45): 18	Kemudian Kami jadikan engkau (Muhammad) mengikuti syariat (peraturan) dari agama itu, maka ikutilah (syariat itu) dan janganlah engkau ikuti keinginan orang-orang yang tidak mengetahui.
8	9	QS. al-Baqarah (2): 275	...padahal Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba...
22	1	Pengertian <i>al-bai'</i> menurut hanafiyah	Kepemilikan harta dengan cara tukar-menukar dengan harta lainnya pada jalan yang telah ditentukan
22	1	Pengertian <i>al-bai'</i> menurut Malikiyah	Akad saling tukar-menukar terhadap selain manfaat
22	1	Pengertian <i>al-bai'</i> menurut Syafi'iyah	Akad saling tukar-menukar yang bertujuan memindahkan kepemilikan barang atau manfaatnya yang bersifat abadi.
22	1	Pengertian <i>al-bai'</i> menurut Hanabilah	Saling tukar-menukar harta dengan harta dengan tujuan memindahkan kepemilikan.
23	3	QS. an-Nisā' (4): 29	Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesama mu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu...
23	4	HR. Al-Bazzar dan Al-Hakim	Rasulullah SAW ditanya salah seorang sahabat mengenai pekerjaan (profesi) apa yang paling baik. Rasulullah SAW menjawab: usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual-beli yang diberkati.
23	5	HR. Al-Baihaqi,	Jual-beli itu didasarkan kepada suka sama suka.

		Ibn Majah, dan Ibn Hibban	
23	6	HR. Tirmidzi	Pedagan yang jujur dan terpercaya itu sejajar (tempatny di surga) dengan para Nabi, para <i>shiddiqin</i> , dan para syuhada.
25	11	HR. Ibnu Majah	Sesungguhnya jual-beli atas dasar suka sama suka
26	12	QS. an-Nisā' (4): 5	Dan janganlah kamu serahkan kepada orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) kamu yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan.
26	13	QS. an-Nisā' (4): 6	Dan ujilah anak-anak yatim itu sampai mereka cukup umur untuk menikah. Kemudian jika menurut pendapatmu mereka telah cerdas (pandai memelihara harta), maka serahkanlah kepada mereka hartanya.
26	14	HR. Abu Dawud dan Tirmidzi	Janganlah engkau jual barang yang bukan milikmu
26	15	HR. Ahmad	Sesungguhnya Allah bila mengharamkan suatu barang juga mengharamkan nilai jual barang tersebut.
72	15	QS. Yusuf (12): 19-20	...kemudian mereka menyembunyikan dia sebagai barang dagangan dan Allah Maha Mengetahui apa yang mereka kerjakan. Dan mereka menjual Yusuf dengan harga yang murah yaitu beberapa dirham saja, dan mereka merasa tidak tertarik hatinya kepada Yusuf.
76	12	Kaidah <i>Fihiyyah</i>	Kemudharatan harus ditolak semampunya.
76	13	Kaidah <i>Fihiyyah</i>	Menangkal mafsadat adalah lebih utama dari menarik manfaat.

PEDOMAN WAWANCARA
KEPADA INFORMAN (PELAKU USAHA)

1. Sejak kapan anda menjalankan kegiatan usaha ini?
2. Hanya untuk memastikan saja, apakah barang yang anda jual benar-benar original?
3. Bagaimana cara membedakan antara barang original dengan barang palsu/*fake*/ KW?
4. Bagaimana pendapat anda tentang maraknya keberadaan kegiatan usaha jual-beli pakaian bermerek seperti yang anda jalankan saat ini?
5. Bagaimana respon konsumen/pelanggan anda (masyarakat) tentang keberadaan toko retail semacam yang anda jalankan?
6. Selama ini, adakah konsumen yang komplain dengan barang yang ia terima? (merasa tertipu atau tidak percaya bahwa barang yang diterima benar-benar original)
7. Sebagai pelaku usaha, apakah anda mengetahui dan mengerti Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
8. Apakah anda mengetahui dan mengerti tentang konsep jual-beli dalam Islam?
9. Apa saja faktor yang membuat barang yang anda jual bisa jauh lebih murah dibanding harga retail resmi?
10. Bagaimana mekanisme perolehan barang yang anda jual?

PEDOMAN WAWANCARA
KEPADA INFORMAN (KONSUMEN)

1. Sejak kapan anda mengetahui tentang keberadaan toko retail ataupun *online shop* (tidak resmi) yang menjual pakaian bermerek jauh lebih murah dibanding harga dari peretail resmi seperti yang biasa dapat kita jumpai di gerai di sebuah mall?
2. Apakah anda sepenuhnya percaya bahwa barang yang dijual adalah original?
3. Bagaimana cara anda membedakan antara barang original dengan barang palsu/*fake*/KW?
4. Apakah pelaku usaha memberikan informasi sesuai dengan barang yang dijual?
5. Apakah anda pernah menemukan cacat pada barang yang anda beli?
6. Apakah anda pernah bertanya-tanya “mengapa barang tersebut bisa dijual jauh lebih murah”? atukah mungkin anda pernah bertanya secara langsung kepada pelaku usaha tersebut? Kalau iya, bagaimana tanggapan/jawaban dari pelaku usaha?
7. Bagaimana pendapat anda tentang keberadaan toko/*online shop* tersebut?

CURRICULUM VITAE

Data Pribadi

Nama : Budi Sartono
Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 21 Mei 1994 M/10 Dzul Hijjah 1414 H
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat Asal : Dsn. Samban, Ds. Samban, RT 02 RW 02, Kec.
Bawen, Kab. Semarang
Alamat di Yogyakarta : Jl. Bima Sakti, Gg. Bina Raga, Sapen, RT 21 RW
06, GK 1/372, Demangan, Gondokusuman,
Yogyakarta
eMail : budisartono1994@outlook.com

Latar Belakang Pendidikan

Formal:
2000-2007 : SDN Bergas Lor 01
2007-2010 : MTs Pondok Pabelan
2010-2013 : MA Pondok Pabelan

Demikian *Curriculum Vitae* ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Hormat saya

Budi Sartono