

**EVALUASI PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI E-
COMMERCE DI LAZADA.CO.ID INDONESIA**



TESIS

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

OLEH:

ALIP SUNANDAR S.H.

18203011001

PEMBIMBING:

Dr. Sri Wahyuni, S.Ag., M.Ag., M.Hum.

**MAGISTER HUKUM ISLAM
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2020**

ABSTRAK

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada tahun 2017 memberikan data keluhan konsumen dalam jual beli online, yaitu dari 642 pengaduan secara umum. Terhitung dari bulan Januari sampai dengan November tahun 2017 YLKI merilis data pengaduan sebanyak 101 keluhan belanja online, atau sebesar 16% dari total aduan secara umum. Berdasarkan data tersebut aduan tertinggi ditujukan kepada Lazada.co.id sebagai salah satu *market place* yang populer di Indonesia. Berdasarkan permasalahan tersebut maka perlindungan konsumen menjadi pokok masalah yang perlu dikaji, baik itu dari sisi jaminan keamanan yang diberikan *e-commerce* sampai eektivitas Undang-undang Perlindungan Konsumen sebagai rujukan setiap konsumen. Oleh karena itu peneliti ini bertujuan untuk mengevaluasi sistem keamanan *e-commerce* Lazada.co.id dalam menjamin hak konsumen, dan sekaligus untuk mengevaluasi perlindungan konsumen dalam hukum positif berdasarkan cara pandang hukum Islam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*). Pendekatan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini adalah pendekatan yuridis normatif, yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai bahan dasar untuk diteliti, dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

Penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) Lazada.co.id telah melakukan upaya-upaya yang ditujukan untuk perlindungan konsumen, yaitu dengan memberikan aturan-aturan tertulis dalam Syarat dan Ketentuan Penggunaan Layanan (*term of use*). Meskipun dalam *term of use* Lazada.co.id telah mengupayakan perlindungan konsumen, tetapi peneliti menemukan beberapa kelemahannya yang berpotensi memudahkan seorang yang beritikad buruk untuk mengakses platform Lazada.co.id dengan menggunakan data-data pribadi yang tidak valid. Kelemahan yang lain adalah pemberlakuan syarat pada pengembalian barang, di mana Lazada.co.id menetapkan beberapa kriteria barang yang boleh dikembalikan (*return*), hal ini membatasi konsumen dalam menuntut penggantian barang karena terikat pada syarat-syarat yang harus dipenuhi terlebih dahulu. 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Hukum Islam keduanya sama-sama berupaya untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen, akan tetapi pada UUPK terdapat keterbatasan perlindungan konsumen seperti dalam masalah wilayah hukum, dan keterbatasan waktu tanggungjawab pelaku usaha, akan tetapi keterbatasan ini tidak berlaku dalam hukum Islam selagi dapat dibuktikan bahwa benar pelaku usaha telah melakukan kesalahan. Berdasarkan hal ini perlindungan konsumen dalam hukum Islam dapat menutupi kekurangan Undang-undang perlindungan konsumen yang berlaku.

Kata kunci: Perlindungan konsumen, *e-commerce*, Lazada.co.id, *khiyar*.

ABSTRACT

The Indonesian Consumers Foundation (YLKI) in 2017 provided data on consumer complaints in buying and selling online, namely from 642 complaints in general. Starting from January to November 2017, YLKI released data on complaints of 101 online shopping complaints, or 16% of total complaints in general. Based on this data, the highest complaint was addressed to Lazada.co.id as one of the popular market places in Indonesia. Based on these problems, consumer protection is a subject that needs to be studied, both in terms of security guarantees provided by e-commerce to the effectiveness of the Consumer Protection Law as a reference for every consumer. Therefore this research aims to check e-commerce security system Lazada.co.id in guaranteeing consumer rights, and at the same time to check consumer protection in positive law based on the perspective of Islamic law.

This type of research is library research (library research). The approach used in compiling this research is a normative juridical approach, namely legal research which is carried out by examining library materials or secondary data as the basic material for research, by conducting a search of the regulations about the problem under study.

This research can be concluded as follows: 1) Lazada.co.id has made efforts for consumer protection, namely by providing written rules in the Terms and Conditions of Service Use (term of use). Although in the term of use Lazada.co.id has sought consumer protection, researchers have found several weaknesses that have the potential to make it easier for someone with bad intentions to use the Lazada.co.id platform by using invalid personal data. Another weakness is the imposition of conditions on returning goods, where Lazada.co.id sets several criteria for items that can be returned (return), this limits consumers in demanding replacement goods because they are bound by conditions that must be met first. 2) Law Number 8 of 1999 about Consumer Protection (UUPK) and Islamic Law both strive to give protection for consumers, however in the UUPK there are limitations to consumer protection such as in matters of jurisdiction, and limited time for the responsibility of business actors. however, this limitation does not apply in Islamic law as long as it can be proven that it is true that the business actor has made a mistake. Based on this, consumer protection in Islamic law can cover the shortcomings of the applicable consumer protection laws. however, this limitation does not apply in Islamic law as long as it can be proven that it is true that the business actor has made a mistake. Based on this, consumer protection in Islamic law can cover the shortcomings of the applicable consumer protection laws. however, this limitation does not apply in Islamic law as long as it can be proven that it is true that the business actor has made a mistake. Based on this, consumer protection in Islamic law can cover the shortcomings of the applicable consumer protection laws.

Keywords: Consumer protection, e-commerce, Lazada.co.id, khiyar.

PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alip Sunandar S.H
NIM : 18203011001
Jurusan : Magister Hukum Islam
Fakultas : Syari'ah dan Hukum

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

Yogyakarta, 25 Juni 2020

Saya yang menyatakan,



Alip Sunandar S.H

NIM. 18203011001

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERSETUJUAN TESIS

Dosen: Dr. Sri Wahyuni, S.Ag., M.Ag., M.Hum.
Fakultas Syariah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

NOTA DINAS

Hal : Tesis Saudara Alip Sunandar
Lamp : 4 eksemplar

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti; memberikan petunjuk, dan mengoreksi, serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa tesis Saudara:

Nama : Alip Sunandar
NIM : 18203011001
Jurusan/Prodi : Megister Hukum Bisnis Syariah
Judul Tesis : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli Berbasis *E-Commerce* (pada Lazada Indonesia).

Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata dua dalam jurusan/prodi Megister Hukum Bisnis Syariah pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini kami berharap agar tesis/tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu, kami mengucapkan terima kasis.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 17 April 2020

Pembimbing,


Dr. Sri Wahyuni, S.Ag., M.Ag., M.Hum.
NIP. 19770107 200604 2 002



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-695/Un.02/DS/PP.00.9/08/2020

Tugas Akhir dengan judul : "EVALUASI PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DI LAZADA INDONESIA".

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ALIP SUNANDAR, S.H.,
Nomor Induk Mahasiswa : 18203011001
Telah diujikan pada : Kamis, 25 Juni 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Sri Wahyuni, S.Ag., M.Ag., M.Hum.

SIGNED

Valid ID: 5f34a1412db6d



Penguji II

Dr. H. Abdul Mujib, M.Ag.

SIGNED

Valid ID: 5f28b638ae3e2



Penguji III

Dr. H. Muhammad Fakhri Husein, S.E., M.Si.

SIGNED

Valid ID: 5f35ec88ecc44



Yogyakarta, 25 Juni 2020

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

Dr. H. Agus Moh. Najib, S.Ag., M.Ag.

SIGNED

Valid ID: 5f47612c96f86

MOTO

إذا اردت ان يكون لك عزّ لا يفنى فلا تستعزّ بعزّ يفنى

"Jika engkau ingin mendapatkan kemuliaan yang tidak rusak, maka jangan membanggakan kemuliaan yang bisa rusak"



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Tesis Ini Saya Persembahkan Untuk:

Orang tua tercinta;

Bapak Subagio dan Ibu Sumarni

Guru-guruku yang mulia,

Kakak ku tercinta;

Dewi Lestari

Terimakasih atas segala kasih sayang, cinta, doa dan keringatnya.

Semoga Allah membalas dengan merahmati di dunia sampai di akhirat

Allahumma Amin.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SISTEM TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab ke dalam kata-kata latin yang dipakai dalam penyusunan tesis ini berpedoman kepada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1997 dan 0543b/U/1987 tanggal 10 September 1987.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ṣa'	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	G	Ge

ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	wawu	W	We
ه	ha'	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

II. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

سنة ditulis *Sunnah*

علة ditulis *'illah*

III. Ta'Marbutah di akhir kata

a. Bila dimatikan ditulis dengan h

المائدة ditulis *al-Mā'idah*

إسلامية ditulis *Islāmiyyah*

(Ketentuan ini tidak diperlukan kata-kata Arab yang sudah terserah ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

b. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

أنتم	ditulis <i>a'antum</i>
أعدت	ditulis <i>u'iddat</i>
لإن شكرتم	ditulis <i>la'in syakartum</i>

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

- a. Bila diikuti huruf Qamariyyah

القرآن ditulis *al-Qur'an*

القياس ditulis *al-Qiyas*

- b. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf l (el) nya.

الرسالة ditulis *ar-Risālah*

النساء ditulis *an-Nisā'*

IX. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

أهل السنة ditulis *Ahl as-Sunnah*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT yang tak henti-hentinya melimpahkan rahmat dan karuninya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan tesis ini. Shalawat serta salam selalu peneliti haturkan kepada Nabi Muhammad saw yang senantiasa kita tunggu *syafaatnya* di *yaumul qiyamah* nanti.

Penulisan tesis ini adalah rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Magister Hukum Bisnis Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam menyelesaikan tesis ini, peneliti menyadari dengan sepenuhnya bahwa terdapat banyak pihak yang turut serta membantu dalam proses penulisan tesis ini. Untuk itu, kepada seluruh pihak yang selama ini telah banyak membantu, peneliti menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Ucapan terima kasih secara khusus peneliti sampaikan kepada:

1. Dr. Phil. Sahiron, M.A selaku Plt. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Makhrus, SH. M. Hum selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. H. Ahmad Bahiej, S.H., M. Hum selaku Ketua Program Studi Magister Hukum Islam.
4. Terkhusus untuk Dr. Sri Wahyuni, S.Ag., M.Ag., M.Hum. selaku dosen pembimbing tesis yang telah membimbing, mengarahkan, memberikan kritik dan saran,serta memberikan motivasi dalam penyempurnakan penelitian ini.
5. Seluruh Dosen, Pegawai dan Tata Staf Usaha Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan dalam penyusun selama menempuh pendidikan.
6. Orang tua, kakak, dan keluarga besar yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penyusun.

7. Seluruh teman seperjuangan Program Magistem Hukum Bisnis Syariah angkatan 2018. Semoga apapun yang kita citakan dan doakan dikabulkan oleh Nya.

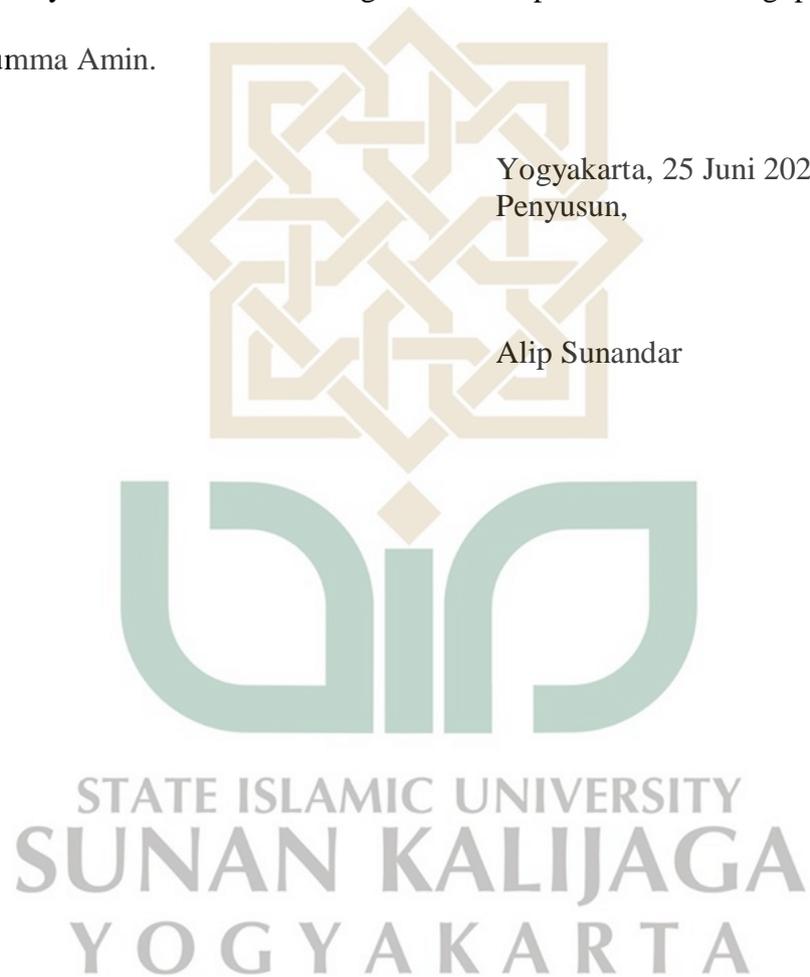
Semoga bantuan yang diberikan menjadi amal ibadah dan dibalas pula kebaikannya oleh Allah swt. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Allahumma Amin.

Yogyakarta, 25 Juni 2020

Penyusun,

Alip Sunandar



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
MOTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITRASI.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I : PENDAHULUAN.....	
A. Latar Belakang Masalah.....	2
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
D. Telaah Pustaka	9
E. Kerangka Teoretik.....	13
F. Metode Penelitian.....	23

G. Sistematika Pembahasan.....	27
--------------------------------	----

BAB II : TINJAUAN UMUM..... 30

A. Perlindungan Konsumen.....	30
-------------------------------	----

1. Pengertian	30
---------------------	----

2. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen	33
--------------------------------------------	----

B. Jual Beli	42
--------------------	----

1. Jual Beli dalam Hukum Indonesia.....	42
-----------------------------------------	----

a. Pengertian.....	42
--------------------	----

b. Dasar Hukum Perjanjian Jual Beli.....	44
------------------------------------------	----

c. Syarat Sahnya Jual Beli.....	48
---------------------------------	----

2. Jual Beli dalam Hukum Islam	52
--------------------------------------	----

a. Pengertian.....	52
--------------------	----

b. Dasar Hukum Jual Beli dalam Islam	53
--------------------------------------------	----

c. Rukun Jual Beli	54
--------------------------	----

d. Syarat Jual Beli.....	56
--------------------------	----

e. <i>Khiyar</i> dalam Jual Beli.....	59
---------------------------------------	----

f. Macam-macam <i>Khiyar</i>	60
------------------------------------	----

C. E-COMMERCE.....	71
--------------------	----

BAB III : GAMBARAN UMUM TENTANG <i>E-COMMERCE</i> PADA LAZADA.CO.ID.....	85
A. GAMBARAN UMUM LAZADA.CO.ID INDONESIA.....	85
1. Profil Lazada.co.id Group.....	85
2. Sejarah Lazada.co.id.....	87
3. Model Jual beli dan Produk Lazada.co.id.....	88
4. Produk Lazada.co.id	90
B. PROSEDUR PELAYANAN DAN <i>COMPLAIN</i>	92
BAB IV : ANALISIS EVALUASI PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI <i>E-COMMERCE</i> PADA LAZADA.CO.ID INDONESIA	101
A. Upaya Lazada.co.id dalam Melindungi Konsumen	101
1. Verifikasi <i>seller center</i> di Lazada.co.id	101
2. Layanan yang diberikan Lazada.co.id	104
B. Evaluasi Undang-undang Perlindungan Konsumen Perspektif Hukum Islam	113
.....	113
BAB V : PENUTUP	124
A. Kesimpulan.....	124
B. Saran.....	125
DAFTAR PUSTAKA.....	127
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan IT (*information and technology*) telah mengilhami lahirnya model jual beli baru. Jual beli modern ini dapat dilakukan tanpa harus bertatap muka secara langsung, dan dalam jual beli ini intraksi yang berlangsung berjalan dengan penggunaan media internet. Bentuk jual beli modern ini merupakan jenis jual beli *elektronik commerce (e-commerce)*. Dalam aplikatifnya segmen *e-commerce* ini dapat dibagi menjadi dua, yaitu jual beli antara produsen dan perdagangan antara konsumen dengan pelaku usaha.

Jual beli dalam *e-commerce* memiliki berbagai kelebihan, pada jual beli ini bisnis dapat berjalan menjadi lebih mudah dan praktis, transaksi melalui *e-commerce* juga dapat meminimalisir penggunaan kertas. Oleh karena itu *e-commerce* dapat dikatakan sebagai solusi ekonomi baru dalam bidang teknologi. Akan tetapi selain dari pada keuntungan yang diperoleh, terdapat pula aspek negatif, seperti permasalahan keamanan berupa penyelewengan pelaku usaha yang berpotensi merugikan *pembeli* sebagai pihak yang lebih lemah. Penyelewengan tersebut seperti keberadaan pelaku usaha yang merupakan toko fiktif, barang yang tidak sesuai pesanan, lambannya proses pengiriman, ataupun terjadi kerusakan atas barang pesanan seperti barang yang dikirimkan cacat produk.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada tahun 2017 memberikan data keluhan konsumen dalam jual beli online, yaitu dari 642

pengaduan secara umum. Terhitung dari bulan Januari sampai dengan November tahun 2017 YLKI merilis data pengaduan sebanyak 101 keluhan belanja online, atau sebesar 16% dari total aduan secara umum. Tingkat pengaduan konsumen belanja *online* meningkat signifikan pada Desember 2017, jumlah keseluruhan meningkat dua kali lipat dibandingkan 2016 yang hanya sebesar 8%. Permasalahan yang diadukan kepada YLKI dapat dijabarkan sebagai berikut¹:

NO	Masalah yang diadukan	Persentase aduan
1	Lambatnya dalam merespon aduan	44%
2	Belum diterimanya barang	36%
3	Sistem merugikan	20%
4	Tidak di berikannya <i>refund</i>	17%
5	Dugaan penipuan	11%
6	Barang yang dibeli tidak sesuai	9%
7	Dugaan kejahatan siber	8%
8	Cacat produk	6%
9	Masalah pelayanan	2%
10	Masalah harga	1%
11	Masalah akurasi informasi	1%
12	Keterlambatan pengiriman barang	1%

¹ “Keluhan terbanyak konsumen selama 2017 soal toko online,” <https://katadata.co.id/>, akses 02 Juli 2020.

Lazada.co.id menjadi situs belanja online yang mendapat pengaduan belanja terbanyak, dengan total sebanyak 18 aduan, kemudian peringkat kedua Akulaku dengan jumlah 14 aduan, kemudian Tokopedia sebesar 11 aduan, Bukalapak 9 aduan, Shopee 7 aduan, Blibli 5 aduan, JD.ID 4 aduan, dan Elevania 3 aduan, kemudian blog pribadi juga mendapatkan 8 pengaduan dari konsumennya, dan 6 aduan sisanya adalah media sosial ².

Berdasarkan data tersebut, Lazada.co.id sebagai salah satu *e-commerce* yang berada di Indonesia, menempati posisi pertama sebagai lapak jual beli online yang paling banyak menerima aduan. Dalam realitanya pelaku usaha secara umum selalu berada pada posisi yang lebih kuat, tidak berbeda dengan Lazada.co.id sebagai penyedia lapak jual beli *e-commerce*. Melalui syarat penggunaan layanan (*terms of use*) Lazada.co.id telah menetapkan berbagai kebijakan yang harus di ikuti siapapun yang ingin mengakses platformnya. Hal ini seperti dalam perintah mengisi biodata pengguna dengan sesuai, dan mencantumkan informasi yang berkaitan dengan spesifikasi produk secara lengkap, ketentuan ini di dasarkan demi menjaga setiap pelanggannya dari tindak kriminal yang berpotensi merugikan pembeli sebagai pengguna layanan Lazada.co.id.

Pemberlakuan syarat dan ketentuan (*terms of use*) di Lazada.co.id tersebut bukan merupakan suatu masalah sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, ketertiban umum, moral dan kesusilaan.

² “YLKI Sebut Perlindungan Konsumen Belanja Online Rendah,” <https://www.cnnindonesia.com/>, akses 22 September 2019.

Hanya saja terhadap penerapan syarat dan ketentuan yang bersifat sepihak tersebut harus turut diimbangi dengan adanya layanan yang lebih baik kepada konsumen, dan juga konsumen diberikan kesempatan untuk melakukan upaya hukum yang merupakan haknya sebagai warga negara Indonesia³.

Dalam hukum positif Indonesia, perlindungan konsumen dapat ditemukan dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Hak-hak yang dimiliki konsumen disebutkan dalam pasal 4, dan berkenaan kewajiban pelaku usaha disebutkan dalam pasal 7 UUPK. Pelaku usaha juga dilarang melakukan perilaku yang berpotensi merugikan konsumen seperti yang disebutkan dalam pasal 8 UUPK yang melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, e-tiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa. Berdasarkan pasal 8 tersebut, ketidaksesuaian spesifikasi barang yang diterima dengan yang tertera pada iklan/foto penawaran barang adalah bentuk pelanggaran hukum bagi pelaku usaha. Ganti rugi merupakan hak konsumen sebagaimana yang dijelaskan dalam Pasal 4 huruf h UUPK, bahwa konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, sedangkan dalam Pasal 7 huruf g UUPK pelaku usaha diberi kewajiban untuk memberi kompensasi. Ganti rugi

³ Ari Wahyudi Hertanto, "Pencantuman Batasan Tanggung Jawab Pemilik/Pengelola Situs Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online Dan Dampaknya Bagi Konsumen", *Jurnal Hukum dan Pembangunan Tahun ke-45*, No.1 Januari-Maret 2015, hlm. 140.

atau penggantian barang tersebut apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian.

Perjanjian jual beli dalam *e-commerce* pada prinsipnya adalah sama dengan jual beli secara faktual pada umumnya. Hukum perlindungan konsumen terkait transaksi jual beli *e-commerce* juga tidak berbeda dengan hukum yang berlaku dalam transaksi jual beli secara nyata. Pembedanya hanya pada penggunaan sarana internet atau sarana telekomunikasi lainnya. Akibatnya adalah dalam transaksi *e-commerce* sulit dilakukan eksekusi ataupun tindakan nyata apabila terjadi sengketa maupun tindak pidana penipuan.

Permasalahan penerapan UUPK dalam transaksi *e-commerce* bisa berupa transaksi yang tidak dalam satu negara yang sama. Hal ini memicu masalah baru, baik dalam penyelesaian sengketa, ataupun dalam pilihan hukumnya, demikian pula mengenai pilihan pengadilan atau badan arbitrase yang akan memeriksa sengketa tersebut, apabila para pihak sejak awal tidak menentukan pilihan pengadilan atau badan arbitrase terlebih dahulu. Berdasarkan kenyataan ini Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dapat diterapkan untuk menyelesaikan sengketa yang timbul dalam transaksi *e-commerce* pada Lazada.co.id, dengan catatan transaksi yang berlangsung tersebut masih dalam wilayah hukum yang sama.

Selain dalam UUPK perlindungan bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* dapat merujuk Undang-undang No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-undang No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan

Transaksi Elektronik. Sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 45A ayat (1) bahwa setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)”.

Perlindungan konsumen memiliki tujuan untuk menumbuhkan kesadaran bagi setiap pelaku usaha dalam menjaga kejujuran dan juga agar senantiasa bertanggung jawab dalam upaya meningkatkan kualitas produksi. Tujuan lain dari perlindungan konsumen adalah untuk melindungi hak setiap konsumen di dalam setiap transaksi jual beli. Secara substantif tujuan ini tidak berbeda dengan tujuan perlindungan konsumen dalam Islam.

Islam merupakan agama yang komprehensif dan universal, disebut komprehensif, karena Islam mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, dan universal karena daya berlakunya tidak terbatas oleh waktu dan tempat. Masalah bisnis, perdagangan, perniagaan, dan perekonomian merupakan salah satu bidang muamalah, di dalam Islam telah terdapat rambu-rambunya.

Khiyar atau hak pilih dalam jual beli merupakan salah satu instrument dalam hukum Islam yang dapat digunakan dalam perlindungan konsumen. *Khiyar* merupakan hak yang dimiliki oleh setiap konsumen untuk melanjutkan ataupun membatalkan jual beli yang berlangsung ketika pembeli menanggung kerugian, seperti kerusakan barang yang disembunyikan, penipuan, ketidakjujuran pelaku usaha dan itikad buruk lainnya.

Seperti dalam *Khiyar aib* misalnya, pembeli sebagai pihak yang membutuhkan barang memiliki hak untuk membatalkan atau melangsungkan jual beli apabila terdapat cacat pada obyek yang dipertransaksikan, dan cacat itu tidak diketahui pemiliknya ketika akad berlangsung⁴. Aib atau cacat dalam *khiyar* ini dapat diartikan sebagai sesuatu yang mengurangi nilai ekonomis objek transaksi, baik itu dalam bentuk fisik maupun non fisik, maka transaksi yang berlangsung dalam kondisi seperti ini, bagi pembeli memiliki pilihan untuk meneruskan atau membatalkan transaksi. *Khiyar* sendiri secara umum dapat dibedakan berdasarkan tempat berlangsungnya jual beli, kondisi barang, dan kesepakatan menyertakan *khiyar* di dalam transaksi. Akan tetapi dari beberapa jenis *khiyar* hanya *khiyar aib* dan *khiyar ta'yin* saja yang dapat diterapkan dalam perlindungan konsumen pada transaksi *e-commerce* Lazada.co.id.

Berbeda dengan perlindungan konsumen dalam UUPK pada *e-commerce* yang masih mengandung keterbatasan pada wilayah hukum, *khiyar* menawarkan penyelesaian hukum yang dapat berlaku secara umum tanpa harus di batasi letak batas negara yang berbeda. Berdasarkan kenyataan tersebut, *khiyar* dapat menjadi solusi penyelesaian hukum bagi sengketa konsumen dalam transaksi *e-commerce* seperti Lazada.co.id yang tidak dalam satu negara yang sama.

⁴Abdul Rahman Ghazali, Ghufron Ihsan, Sapiudin Shidiq, *Fikih Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 100-101.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini menarik untuk dilakukan guna mengevaluasi sistem keamanan Lazada.co.id yang termuat dalam *terms of use* atau Syarat dan penggunaan layanan. Mengingat *Terms of use* dijadikan Lazada.co.id sebagai aturan baku yang menuntut setiap pengguna platformnya untuk mematuhi setiap ketentuan yang terkandung di dalamnya. Penelitian ini juga untuk mengevaluasi penerapan Undang-undang perlindungan konsumen ditinjau dari hukum Islam pada transaksi *e-commerce* seperti di Lazada.co.id.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana e-efektifitas perlindungan konsumen di sistem Lazada.co.id?
2. Bagaimana penerapan Undang-undang Perlindungan Konsumen di Lazada.co.id ditinjau dari hukum Islam?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Untuk mengevaluasi sistem keamanan yang dimiliki Lazada.co.id.
2. Untuk memberikan *framework* analisis hukum Islam pada penerapan perlindungan konsumen di Lazada.co.id.

D. Telaah Pustaka

Agar penelitian lebih komprehensif, peneliti melakukan tinjauan terlebih dahulu terhadap karya-karya ilmiah yang dapat peneliti gunakan sebagai perbandingan karena terdapat kesamaan permasalahan. Pada dasarnya penelitian terkait tema perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* sudah sangat banyak dikaji, seperti penelitian yang dilakukan Suwari Akhmaddhian dan Asri Agustiwi yang berjudul Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik di

Indonesia⁵. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana keabsahan transaksi elektronik itu sendiri dan bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen (pembeli) dari transaksi elektronik tersebut. Penelitian ini berkesimpulan keabsahan perjanjian jual beli secara elektronik, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) memiliki asas netral teknologi atau kebebasan memilih teknologi. Hal ini termasuk memilih jenis tanda tangan elektronik yang dipergunakan untuk menandatangani suatu informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik. Para pihak yang melakukan transaksi elektronik dapat menggunakan tanda tangan elektronik yang memiliki kekuatan hukum dan akibat hukum yang sah seperti diatur dalam Pasal 11 ayat 1 UU ITE. Berkenaan perlindungan hukum terhadap konsumen didasarkan pada Pasal 38 dan Pasal 39 Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Pasal 23 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Penelitian lainya seperti yang dilakukan Arfian Setiantoro dkk, yang berjudul Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen dan Penyelesaian Sengketa *E-Commerce* di Era Masyarakat Ekonomi Asean⁶. Sengketa *e-commerce* yang terjadi antar negara diperlukan kajian yang lebih mendalam dan restrukturisasi aturan antar negara untuk menyelesaikan sengketa tersebut. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 yang mengatur arbitrase secara konvensional masih

⁵ Suwari Akhmaddhian, Asri Agustiwi, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik di Indonesia," *jurnal Unifikasi* Vol 3, No 2 (Juli 2016).

⁶ Arfian Setiantoro dkk, "Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen dan Penyelesaian Sengketa E-Commerce di Era Masyarakat Ekonomi Asean," *jurnal RechtsVinding* Vol 7, No 1 (April 2018).

banyak kelemahan karena tidak mengatur secara rinci masalah penyelesaian sengketa *e-commerce* khususnya dalam sengketa konsumen yang berbeda negara. Berangkat dari permasalahan ini penelitian Arfian Setiantoro dkk bertujuan untuk membahas mengenai perlindungan konsumen dan alternatif penyelesaian sengketa dalam transaksi *e-commerce* di era Masyarakat Ekonomi ASEAN.

Perkembangan *e-commerce* (transaksi elektronik) yang terus berkembang cepat seiring berkembangnya teknologi telekomunikasi yang maju, menciptakan peluang terjadinya sengketa menjadi sangat serius. Islam sebagai agama yang komprehensif dan universal. Dikatakan komprehensif karena Islam mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, dan universal karena daya berlakunya tidak terbatas oleh waktu dan tempat. Secara khusus Islam menetapkan nilai-nilai atau etika yang harus dipatuhi dalam kegiatan bisnis yang merupakan tolak ukur kejujuran, kepercayaan dan ketulusan, seperti larangan sumpah palsu, larangan memberikan takaran yang tidak benar dan keharusan beritikad baik dalam transaksi bisnis. Oleh karena itu perlindungan konsumen selain yang tertuang dalam hukum positif dapat juga ditemukan dalam hukum Islam. Berangkat dari permasalahan tersebut Nurul Tika Pratiwi dan Aprina Chintya melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengkomparasikan kedua hukum tersebut dalam penelitian yang berjudul Studi Komperatif Hak dan Kewajiban Konsumen Menurut UU No. 8 Tahun

1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam⁷. Penelitian ini berkesimpulan keberadaan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (UUPK) tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam sama-sama berupaya untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen. Terdapat beberapa persamaan dan perbedaan antara UUPK dan Hukum Islam, diantaranya dalam UUPK hak konsumen maupun pelaku usaha bersifat mutlak ditentukan dalam Undang-Undang, sementara dalam hukum Islam hak konsumen maupun pelaku usaha tidak bersifat mutlak akan tetapi ditentukan oleh syara. Selain itu hak informasi yang diterima konsumen dalam hukum Islam lebih luas, karena selain menyangkut kualitas dan kuantitas juga termasuk informasi kehalalan suatu produk.

Meskipun penelitian bertema perlindungan konsumen pada *e-commerce* sudah banyak dilakukan, tetapi penelitian yang telah ada seperti penelitian Suwari Akhmaddhian dan Asri Agustiwi⁸ lebih terfokus untuk melihat keabsahan transaksi elektronik dan bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen (pembeli) dari transaksi elektronik tersebut. Adapun penelitian Arfian Setiantoro dkk⁹ bertujuan untuk mengkaji penyelesaian sengketa yang terjadi antara konsumen dengan pelaku usaha yang berlainan negara, khususnya dalam lingkup ASEAN. Berbeda dengan yang akan peneliti

⁷ Nurul Tika Pratiwi, Aprina Chintya, "Studi Komperatif Hak dan Kewajiban Konsumen Menurut UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam," *jurnal Fikri* Vol 2, No 1, (Juni 2017).

⁸ Suwari Akhmaddhian, Asri Agustiwi, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik di Indonesia," *jurnal Unifikasi* Vol 3, No 2 (Juli 2016).

⁹ Arfian Setiantoro dkk, "Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen dan Penyelesaian Sengketa E-Commerce di Era Masyarakat Ekonomi Asean," *jurnal RechtsVinding* Vol 7, No 1 (April 2018).

lakukan, penelitian bertujuan untuk melihat sistem keamanan yang dimiliki Lazada.co.id sebagai salah satu *e-commerce* yang populer di Indonesia yang banyak mendapatkan aduan. Efektivitas Undang-undang Perlindungan konsumen dalam hukum positif akan dievaluasi kembali agar dapat diketahui sejauh mana peran Undang-undang tersebut dalam menjamin kepentingan konsumen. Hukum Islam sebagai hukum yang komprehensif dan universal akan digunakan untuk menganalisa perlindungan konsumen dalam hukum positif agar Undang-undang perlindungan konsumen mendapat sudut pandang yang berbeda.

E. Kerangka Teoretik

1. Perlindungan Konsumen

a. Pengertian

Perlindungan konsumen merupakan sebuah istilah yang digunakan untuk menjelaskan upaya dalam memberikan perlindungan hukum bagi setiap konsumen dalam upaya pemenuhan kebutuhannya, dari segala hal yang dapat berpotensi merugikan¹⁰. Perlindungan hukum Menurut Janus Sidabalok juga dapat diartikan sebagai setiap upaya dalam memberikan perlindungan konsumen secara hukum sebagai manifestasi hak asasi manusia untuk mendapatkan *protect* dari resiko kerugian, di mana *protec* tersebut ditujukan untuk setiap

¹⁰ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006), hlm. 29.

masyarakat, agar secara personal dapat menikmati haknya yang dilegalkan oleh hukum¹¹.

Istilah konsumen dalam Pasal 1 ayat (2) UUPK didefinisikan sebagai; setiap pengguna barang maupun jasa, baik itu digunakan untuk kepentingan diri sendiri, maupun keluarga, sampai dengan setiap makhluk hidup lainnya, dan penggunaan barang tersebut untuk keperluan konsumtif¹².

Adapun istilah “orang” yang dimaksud UUPK menurut Az. Nasution adalah orang secara personal, bukan merupakan badan hukum. Sebab hanya orang (individu) saja yang menggunakan, atau memanfaatkan barang tersebut baik untuk tujuan sendiri, keluarga, maupun untuk kepentingan setiap orang secara masal, dan tidak dimaksudkan untuk dikomersilkan¹³.

b. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen

Berpangkal tolak dari ketentuan Pasal 28D ayat (1) dan Pasal 28H ayat (1) UUD 1945, pembentuk Undang-undang mengatur hak dan kewajiban konsumen dalam produk legislasi yang ditujukan untuk melindungi setiap hak sipil. Berdasarkan hal itu perlindungan hak dan kewajiban konsumen secara limitatif dituangkan dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen¹⁴.

¹¹ *Ibid.*, hlm. 3.

¹² Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 ayat (2).

¹³ Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, hlm. 30-31.

¹⁴ Iman Sjahputra, *Perlindungan Konsumen dalam Jual beli Elektronik*, (Bandung: PT Alumni, 2010), hlm. 32.

Melalui Pasal 4 UUPK menetapkan bahwa terdapat 9 (Sembilan) hak konsumen yaitu¹⁵:

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa,
- 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 untuk informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa,
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan,
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut,
- 6) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen,
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta 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 peraturan perundang-undangan lainnya.

¹⁵ Pasal 4 ayat (1-9).

2. Jual Beli

a. Jual Beli dalam Hukum Indonesia

Jual beli dapat didefinisikan sebagai suatu keharusan dari salah satu pihak untuk mengikatkan dirinya dengan memberikan satu barang, sedangkan pihak kedua berkewajiban untuk membayar harga barang yang telah disepakati¹⁶. Esensi dari definisi ini penyerahan benda dan membayar harga¹⁷. Berdasarkan hal tersebut, pihak yang terikat untuk menyerahkan barang disebut dengan penjual, sedangkan pihak yang terikat untuk membayar harga disebut sebagai pembeli.

Jual beli menurut Subekti sebagaimana yang dikutip I Ketut Oka Setiawan adalah sebuah perjanjian di mana salah satu pihak yang memiliki keharusan untuk menyerahkan hak milik barang yang dijadikan jual beli, adapun pihak yang lain diharuskan untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Pihak pertama selaku penjual berjanji untuk memindah tangankan hak miliknya kepada pihak kedua, sedangkan pihak kedua selaku pembeli membayar harga yang telah disetujui.

b. Dasar Hukum Perjanjian Jual Beli

Buku III KUH Perdata menyebutkan lima asas hukum, yaitu asas kebebasan berkontrak, asas konsensualisme, asas *pacta sunt*

¹⁶ Pasal 1457 KUH Perdata.

¹⁷ Salim, *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2019), hlm. 48.

servada (asas kepastian hukum), asas itikad baik, dan asas kepribadian. Berdasarkan lima asas hukum tersebut, asas kebebasan berkontrak dan asas *pacta sun servada* (asas kepastian hukum) mempunyai hubungan yang sangat erat dalam perancangan kontrak.

1) Asas kebebasan berkontrak merupakan suatu asas dalam akad

untuk memberikan kebebasan, seperti kebebasan untuk:

- a) Membuat sebuah perjanjian,
- b) Kebebasan mengadakan perjanjian dengan siapapun,
- c) Kebebasan untuk menentukan sendiri isi perjanjian, seperti kapan pelaksanaan dan apa saja persyaratannya,
- d) Kebebasan untuk menentukan bentuk perjanjian tersebut

berupa tertulis atau lisan¹⁸.

2) Asas *Pacta Sunt Servanda*

Asas ini berkaitan dengan akibat dari sebuah perjanjian.

Asas kepastian hukum menetapkan bahwa setiap hakim sebagai

pihak ketiga harus dapat menghormati isi kontrak dari yang telah disepakati kedua belah pihak, seperti sebuah ketentuan Undang-

undang yang dibuat secara umum. Hakim sebagai pihak ketiga

tidak diperkenankan memberikan intervensi terhadap isi kontrak

dari para pihak tersebut¹⁹.

¹⁸ Salim, Abdullah, Wiwiek Wahyuningsih, *Perancangan Kontrak*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2007), hlm. 1.

¹⁹ Salim, Abdullah, Wiwiek Wahyuningsih, *Perancangan Kontrak*, hlm.1.

Adapun sumber hukum dalam hukum positif dapat dibagi menjadi 2 (dua) macam, yakni sumber hukum materiil dan sumber hukum formil. Sumber hukum perancangan kontrak yang berasal dari peraturan perundang-undangan adalah KUH Perdata (BW). Ketentuan hukum yang mengatur tentang perancangan kontrak di dalam KUH Perdata meliputi Buku III KUH Perdata. Sistem yang berlaku pada pengaturan KUH Perdata adalah sistem terbuka (*open system*). Berdasarkan sistem ini, setiap personal memiliki kebebasan dalam membentuk perjanjian, baik yang sudah diatur Undang-undang maupun yang belum²⁰.

c. Syarat Sahnya Jual Beli

Pasal 1320 KUH Perdata menetapkan empat syarat keabsahan jual beli, empat syarat tersebut adalah adanya kata sepakat antara pihak-pihak, memiliki kemampuan untuk melakukan tindakan hukum, objek yang dijadikan jual beli, dan syarat terakhir adalah suatu sebab yang halal.

Syarat pertama dan kedua merupakan syarat subjektif disebabkan karena syarat ini terkait dengan subjeknya atau para pihak, adapun dengan syarat ketiga dan keempat dapat disebut sebagai syarat objektif karena meliputi objek perjanjian. Apabila kata sepakat dan kecakapan untuk melakukan perikatan tidak terpenuhi maka syarat subjektif tidak menjadikan rusaknya

²⁰*Ibid.*, hlm.3-4.

perjanjian, meskipun begitu putusan pengadilan tetap memiliki kewenangan untuk mematahkannya. Akan tetapi apabila yang tidak terpenuhi adalah persyaratan yang menyangkut objek perjanjian, maka perjanjian tersebut akan dianggap batal demi hukum²¹.

d. Jual Beli dalam Hukum Islam

Jual beli dalam bahasa Arab sepadan dengan kalimat *ba'i* dari kata dasar *ba'a-yabi'u-ba'i* yang dapat diartikan dengan menerima segala sesuatu dan memberikan sesuatu yang lain. Adapun secara istilah *ba'i* yaitu saling tukar-menukar harta yang bernilai dengan tujuan untuk kepemilikan²². Hukum asal dari jual beli (*ba'i*) adalah mubah (boleh), namun terkadang hukum asal tersebut dapat berubah wajib, haram, sunah, ataupun makruh, dipengaruhi asas kemaslahatannya²³. Dalil yang menjelaskan tentang hukum asal *ba'i* dapat ditemukan pada al-Qur'an, hadis, ijma, dan logika (*ra'yi*). Adapun dalil al-Quran terkait jual beli adalah QS. Al-Baqarah (2): 275. Berdasarkan ayat tersebut secara terang Allah telah menegaskan untuk menghalalkan jual beli dan mengharamkan praktik riba, sehingga ketentuan ini menjadi panduan setiap muslim terkait muamalahnya.

²¹ Suyanto, Ayu Sulistiya Ningsih, "Pembatalan Perjanjian Sepihak Menurut Pasal 1320 Ayat (1) KUHPerdata tentang Kata Sepakat Sebagai Syarat Sahnnya Perjanjian," *Jurnal Pro Hukum*, Vol 7, No 2 (2018), hlm. 2-3.

²² Siska Lis Sulistiani, *Hukum Perdata Islam 'Penerapan Hukum Keluarga dan Hukum Bisnis Islam di Indonesia'*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2019), hlm. 168.

²³ Siska Lis Sulistiani, *Hukum Perdata Islam 'Penerapan Hukum Keluarga dan Hukum Bisnis Islam di Indonesia'*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2019), hlm. 169.

Menurut ulama Hanafiyah rukun jual beli hanya satu, yaitu ijab dan kabul. Sedangkang konsensus jumbuh ulama membagi rukun dalam jual beli menjadi empat, yaitu:

- 1) Para pihak,
- 2) *Shighat* (lafal ijab dan kabul)
- 3) Benda yang dijual belikan
- 4) Harga sebagai pengganti.

Syarat-syarat dalam jual beli:

- 1) Syarat-syarat orang yang berakad²⁴
 - a) mumayyiz,
 - b) Para pihak bukan orang yang sama,
 - c) Kerelaan kedua belah pihak.
- 2) Syarat-syarat yang terkait dengan ijab kabul
 - a) Kedua orang yang mengucapkannya telah balikh dan mumayyiz menurut konsensus ulama, cukup dengan telah berakal menurut Hanafiyah,
 - b) Kabul sesuai dengan ijab,
 - c) Ijab dan kabul dilakukan dalam tempat yang sama.
- 3) Syarat-syarat barang yang dijual belikan:
- 4) Syarat-syarat untuk nilai tukar²⁵
 - a) Kejelasan harga

²⁴ Abdul Rahman Ghazali dkk, *Fikih Muamalat*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm.71.

²⁵ Abdul Rahman Ghazali dkk, *Fikih Muamalat*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm.71-76.

- b) Kebolehan untuk diserahkan secara langsung,
- c) Halal.

e. *Khiyar* dalam Jual Beli

Secara bahasa *khiyar* memiliki arti pilihan. Para ulama fikih membahas *khiyar* yang dikaitkan dalam hubungan perdata ekonomi, sebagai suatu hak yang dimiliki baik pembeli maupun penjual ketika terjadi persoalan dalam jual belinya²⁶. *Khiyar* dapat berarti; kebolehan memilih antara dua pilihan, yaitu apakah dengan melanjutkan jual beli atau memilih membatalkannya²⁷. Fungsi *khiyar* adalah menghindarkan para pihak dari menyesal dikemudian hari dengan memikirkan dampak positif negatif seperti resiko kerugian yang dikarenakan merasa tidak dilayani dengan jujur atau merasa tidak memperoleh kesesuaian pilihan barang²⁸.

Hak *khiyar* dalam pembagiannya dapat dibedakan berdasarkan yang bersumber dari *syara* terbagi menjadi 3 (tiga); *khiyar* majelis, *aib*, *ru'yahlm*. Sedangkan *khiyar* yang bersumber dari persekutuan para pihak yang berakad adalah *khiyar* syarat, dan *khiyar ta'yin*²⁹.

²⁶ Abdul Rahman Ghazali, Ghufroon Ihsan, Sapiudin Shidiq, *Fikih Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 97.

²⁷ Sohari Sahrani, Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 76.

²⁸ Sohari Sahrani, Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 76.

²⁹ Nasrun Haroen, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), hlm. 130.

f. *E-Commerce*

Menurut Loudon *e-commerce* adalah sebuah aktivitas seorang konsumen berkenaan dengan membeli dan menjual berbagai produk yang dilakukan secara online dari perusahaan ke perusahaan lain dengan memanfaatkan perangkat komputer guna melakukan jual belinya³⁰. Perkembangan awal *e-commerce* adalah *business to consumer* (B2C), sampai pada perkembangan berikutnya *e-commerce* meliputi pula bidang *consumer to consumer* (C2C), *consumer to business* (C2B), dan *business to business* (B2B).

- 1) *Business to business* (B2B) adalah jual beli yang dilakukan secara elektronik antara satu perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain³¹.
- 2) B2C (*Business to Consumer*) merupakan aktivitas jual beli dengan memanfaatkan sarana internet (*e-businesses*) di mana pelayanannya dilakukan secara langsung antara konsumen dengan penjual. Model ini memungkinkan konsumen melakukan pemesanan secara langsung karena baik keterangan dan detail produk serta biaya dapat langsung diketahui, konsumen dapat melakukan penelusuran sendiri terhadap barang maupun jasa guna memenuhi kebutuhannya.

³⁰ Adi Sulistio Nugroho, *E-commerce Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: Ekuilibria, 2016), hlm. 7.

³¹ *Ibid.*, hlm. 7.

- 3) C2C (*Consumer to Consumer*) adalah sistem komunikasi dan aktivitas jual beli antar konsumen dalam upaya memenuhi kebutuhannya. Contoh perusahaan yang menerapkan konsep C2C adalah Toko Bagus.com³². *Marketplace* C2C adalah model bisnis di mana *website* tersebut juga memfasilitasi jual beli uang secara online, tidak hanya terbatas untuk mempromosikan barang dagangan saja.
- 4) C2B (*Consumer to Bussines*) merupakan kebalikan dari *bussines to consumer* (B2C), di mana pada model bisnis ini seorang individu berkesempatan untuk menjadi agen bagi produsen lain dalam menawarkan berbagai produk, konsumen juga memiliki kesempatan untuk melakukan pengembangan dari produk itu sendiri, yang nantinya perusahaan dapat menggunakan jasanya dengan membayar jasa atau produk tersebut.

F. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*). Penelitian *library research* adalah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis data yang bersumber dari perpustakaan, baik dalam bentuk buku, majalah, seperti majalah ilmiah berkala, cerita

³²*Ibid.*

sejarah, dokumen dan bahan perpustakaan lainnya, yang dapat digunakan sebagai sumber referensi untuk menyusun laporan ilmiah³³.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analitik, yaitu dengan mengumpulkan data berkaitan Undang-undang Perlindungan Konsumen dan hak *khiyar* kemudian memaparkan dan menjelaskan bagaimana deskripsi antara keduanya agar dapat diketahui korelasi maupun perbedaan kedua regulasi tersebut dalam perlindungan konsumen *e-commerce* Lazada.co.id.

3. Pendekatan

Pendekatan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini adalah pendekatan yuridis normatif yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan memeriksa bahan pustaka atau data sekunder sebagai dasar untuk penelitian dengan mencari peraturan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti³⁴.

Berdasarkan pendekatan tersebut, maka pada penelitian ini peneliti akan membedah bagaimana ketentuan perlindungan konsumen dalam UUPK. Kemudian hasil tersebut akan dianalisis dengan perlindungan konsumen menurut hukum Islam, dengan demikian akan diketahui bagaimana penerapan perlindungan konsumen yang berlaku di dalam hukum positif dan hukum Islam.

³³ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hlm. 95.

³⁴ Soerjono Soekanto, Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif; Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2001), hlm. 13-14.

4. Sumber Data

Menurut Suharsimi Arikunto, sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data diperoleh³⁵. Data adalah hasil yang direkam dalam bentuk fakta dan angka, dan data ini digunakan sebagai bahan untuk mengumpulkan informasi.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan data dasar yang langsung dikumpulkan oleh peneliti berasal buku-buku maupun sumber-sumber pokok yang utama³⁶. Sumber hukum primer yang digunakan penelitian ini terdiri dari al-Qur'an, al-Hadis, Fikih, dan juga Undang-undang. Seperti buku Adi Sulisty Nugroho *E-commerce Teori dan Implementasi*, Abdul Halim Barkatullah *Hak-hak Konsumen*, Abdul Rahman Ghazali *et.al Fikih Muamalah*, Iman Sjahputra *Perlindungan Konsumen dalam Jual beli Elektronik* dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum kedua yang digunakan sebagai penunjang atau pendukung seperti buku-buku yang berkaitan

³⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Publik*, Edisi Revisi IV, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), hlm. 129.

³⁶Masri Singarimbun dan Sofian Efendi, *Metode Penelitian*, (Jakarta: LP3ES, 2000), hlm. 12.

dengan tema pembahasan penelitian ini³⁷, yaitu buku-buku yang membahas *e-commerce*, buku-buku berkaitan hak *khiyar* dan perlindungan konsumen. Seperti buku, Nasrun Haroen *Fiqih Muamalah*, Rachmad Syafe'i *fiqih muamalah*, Abdul hakim Barkatullah *Hukum Jual beli Elektronik di Indonesia*.

c. Bahan Hukum Tersier

Sumber pelengkap seperti kamus, ensiklopedia dan internet.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengelompokkan literatur-literatur yang memiliki kaitan erat dengan pembahasan peneliti. Oleh karena penelitian ini adalah penelitian *library research*, maka metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi sebagai alat dalam pengumpulan data. Metode pencatatan adalah alat untuk menemukan dan mengumpulkan data atau variabel melalui data perpustakaan dalam bentuk catatan penelitian, transkrip, buku sastra, hasil penelitian terkait dengan *e-commerce*, majalah, dan lainnya³⁸.

³⁷ Lexy A. Meleong, *Metode Penelitian Hukum*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 23.

³⁸ Suharsami Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hlm. 206.

6. Teknik Analisis Data

Masri Singarimbun dan Sofian Efendi menjelaskan bahwa analisis data adalah proses yang ditujukan untuk menyederhanakan data tersebut agar dapat lebih mudah untuk dibaca dan dipahami.³⁹

Setelah data diperoleh keseluruhan data tersebut di analisis dengan menggunakan analisis kualitatif, yang bisa juga di sebut *content analysis* atau analisis isi,⁴⁰ yaitu teknik penyelidikan untuk mendapatkan deskripsi yang objektif, sistematis dan kualitatif. Metode *content analysis* adalah teknik untuk menarik kesimpulan dengan mengidentifikasi berbagai karakteristik khusus pesan dengan cara yang objektif, sistematis dan generalis.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan penelitian ini teragi menjadi lima bab yang memiliki berkaitan antara bagian-bagian per bab satu dengan bab lainnya. Agar dapat mempermudah dalam proses membaca dan memahaminya, peneliti membuat sistematika pembahasan penelitian ini seperti di bawah ini:

Bab pertama, menjelaskan prosedur standar penelitian ilmiah yang terdiri dari beberapa sub-bab. Bab pertama adalah pengantar dan juga digunakan untuk membantu pembaca memahami sepenuhnya penelitian ini..

Kemudian baik permasalahan, sudut pandang yang digunakan dalam

³⁹ Masri Singarimbun dan Sofian Efendi, *Metode Penelitian*, (Jakarta: LP3ES, 2000), hlm. 263.

⁴⁰ Lexy A. Meleong, *Metode Penelitian Hukum*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 280.

mengkaji masalah, diuraikan dalam bab ini. agar dalam memahaminya dapat secara sistematis.

Bisnis modern *e-commerce* telah melahirkan satu bentuk jual beli yang memberikan kemudahan dan keuntungan dengan jual beli yang praktis, baik bagi para penjual dengan maupun bagi para pembeli. Tetapi selain keuntungan yang diperoleh, terdapat juga kekurangan berupa besarnya peluang pelanggaran hak konsumen. Mengantisipasi hal tersebut diperlukan regulasi Undang-undang yang dapat dijadikan sebagai penjamin keamanan setiap aktivitas jual beli dalam *e-commerce*. Perlindungan konsumen pada *e-commerce* Lazada.co.id dapat dilihat dari regulasi dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK), dengan melarang penipuan baik berkenaan informasi maupun dalam jual belinya, dan konsekuensi bagi penipu yang melakukan, meskipun begitu UUPK memiliki keterbatasan dalam melindungi konsumen. Hukum Islam memiliki tujuan yang tidak berbeda dengan tujuan UUPK, diatur dalam *khiyar*. *Khiyar* dalam Islam memberikan ketentuan-ketentuan hukum untuk menutup pintu-pintu pelanggaran yang mungkin terjadi.

Jenis penelitian ini adalah *library research*, oleh karena itu setelah data diperoleh keseluruhan data yang ada akan di analisa menggunakan analisis kualitatif, atau yang bisa juga di sebut sebagai *content analysis* atau analisis isi.

Bab kedua, mengemukakan teori yang terkait dengan masalah penelitian. Teori ini terkait dan memiliki hubungan yang erat dengan Bab

Empat. Ini juga merupakan panduan untuk melihat, memahami, meneliti dan menganalisis objek penelitian.

Bab ketiga, berisi penjelasan secara umum Lazada.co.id, tentang pola dan mekanisme di dalam jual beli yang digunakan, serta deskripsi hasil temuan. Hasil temuan tersebut akan dianalisa dengan teori yang ada pada bab sebelumnya dan di tuangkan dalam pembahasan pada bab selanjutnya.

Bab keempat, Ini adalah inti dari penelitian, karena bab ini memperkenalkan data dari objek penelitian, kemudian menganalisis dan mendeskripsikan data yang telah diperoleh.

Bab kelima, Ini adalah akhir atau akhir dari diskusi komprehensif studi ini, yang berisi kesimpulan dan jawaban atas pertanyaan yang diambil dari seluruh diskusi. Kemudian, berdasarkan kesimpulan yang ditarik oleh para peneliti, dapat digunakan sebagai referensi untuk membuat rekomendasi, yang pada akhirnya diharapkan dapat memberikan manfaat dalam bentuk kontribusi pemikiran ilmiah.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Lazada.co.id sebagai salah satu *marketplace* yang ada di Indonesia telah melakukan upaya-upaya yang ditujukan untuk perlindungan konsumen, yaitu itikad baiknya dengan memberikan aturan-aturan tertulis dalam Syarat dan Ketentuan Penggunaan Layanan (*term of use*). Syarat tersebut ditujukan baik bagi *seller* selaku pelaku usaha maupun *pembeli* sebagai konsumen yang mengakses platform Lazada.co.id. *Term of use* memberikan himbauan untuk mengisi data dengan akurat, sampai pada ketentuan-ketentuan lainnya yang menjadi hak dan kewajiban setiap penggunaannya. Meskipun begitu upaya perlindungan konsumen yang termuat dalam *term of use* Lazada.co.id lebih banyak hanya sebatas anjuran, hal ini merupakan betuk kelemahannya yang berpotensi memudahkan seseorang untuk mengakses platform Lazada.co.id dengan menggunakan data-data pribadi yang tidak valid. Dalam permasalahan pengembalian barang konsumen juga dibebani syarat-syarat tertentu yang menjadikan konsumen hak konsumen mendapatkan penggantian barang dibatasi. Semestinya sebagai hak yang melekat pada konsumen, upaya untuk membatalkan transaksi tidak perlu terikat dengan syarat-syarat seketat itu selama konsumen dapat membuktikan memang benar menderita kerugian.
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan hukum Islam sama-sama berupaya untuk memberikan perlindungan

terhadap konsumen berupa transaksi yang mendatangkan manfaat bagi kedua belah pihak. Akan tetapi dapat peneliti temukan kelemahan dalam Undang-undang perlindungan konsumen, seperti pembatasan waktu tanggungjawab pelaku usaha, sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 27 huruf (e) UUPK, pelaku usaha dapat dibebaskan dari tanggungjawab apabila lewat jangka waktu penuntutan 4 tahun sejak barang dibeli. Penerapan UUPK juga terikat dengan wilayah di mana hukum itu berlaku, oleh karena itu antara dua orang yang berlainan negara UUPK tidak dapat dijadikan landasan hukum untuk menyelesaikannya. Dalam hukum Islam pembatasan tanggungjawab ini tidak berlaku, selama kerugian yang ditimbulkan memang benar disebabkan oleh pihak tersebut. Begitu juga berkaitan dengan wilayah hukum, dalam hukum Islam setiap pelanggaran hak konsumen baik itu yang terjadi pada satu negara yang sama ataupun tidak, aturan-aturan dalam hukum Islam tetap dapat diterapkan tanpa harus dibatasi letak wilayah. Berdasarkan penjelasan tersebut kelebihan perlindungan konsumen dalam hukum Islam dapat dijadikan sebagai masukan dan evaluasi Undang-undang perlindungan konsumen yang sedang berlaku.

B. Saran

Beberapa saran dari peneliti terkait dengan keamanan jual beli jual beli *e-commerce* adalah sebagai berikut:

1. Perlu dilakukan peningkatan edukasi pada masyarakat mengenai hak dan kewajibannya, agar kepercayaan diri sebagai seorang konsumen timbul kuat

bukan hanya dalam jual beli tradisional saja, tetapi juga dalam jual beli *e-commerce*.

2. Lazada.co.id perlu meninjau ulang ketentuan yang termuat dalam Syarat dan Ketentuan Penggunaan layanan (*term of use*). Revisi tersebut terutama dalam hal kemudahan melakukan penukaran produk dan penggantian barang.
3. Di perlukan pengkajian ulang Undang-undang perlindungan konsumen untuk merevisi kembali, agar dapat dijadikan sebagai rujukan bagi setiap konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Bandung: Nusa Media, 2010.
- Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Abdul Rahman Ghazali dkk, *Fikih Muamalat*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Adi Sulistio Nugroho, *E-commerce Teori dan Implementasi*, Yogyakarta: Ekuilibria, 2016.
- Ahmadi Miru, Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015.
- Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Diadit Media, 2002.
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006.
- Bagir Manan, *Perkembangan Pemikiran dan Pengaturan Hak Asasi Manusia di Indonesia*, Bandung: PT Alumni, tt.
- Didiek M. Arief Mansur, Elisatris Gultom, *Cyber Law*, Bandung: Refika Aditama, 2005.
- Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fikih Muamalah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Enizar, *Hadis Ekonomi*, Jakarta: Raja Grafindo, 2013.
- Ghufron A. Mas Adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Hendi Suhendi, *Fikih Muamalah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- I Ketut Oka Setiawan, *Hukum Perikatan*, Jakarta: Sinar Grafika, 2017.
- Iman Sjahputra, *Perlindungan Konsumen dalam Jual beli Elektronik*, Bandung: PT Alumni, 2010.
- Lexy A. Meleong, *Metode Penelitian Hukum*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.
- Masri Singarimbun dan Sofian Efendi, *Metode Penelitian*, Jakarta: LP3ES, 2000.
- Muhammad dan Alimin, *Etika Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BEFE Yogyakarta, 2004.
- Muhammad Syaifuddin, *Hukum Kontrak*, Bandung: Mandar Maju, 2012.
- Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.
- Nurul Tika Pratiwi, Aprina Chintya, "Studi Komperatif Hak dan Kewajiban Konsumen Menurut UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam," *jurnal Fikri* Vol 2, No 1, Juni 2017.
- Rachmad Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2001.
- Rahayu Hartini, *Hukum Komersial*, Malang: UMM Press, 2010.
- Ridwan Khaerandy, *Aspek-aspek Hukum Franchise dan keberadaannya dalam hukum Indonesia*, Yogyakarta: Majalah Unisa, 2004.
- Salim, *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Jakarta: Sinar Grafika, 2019.
- Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, cet. ke-4, Beirut: Dār al-Fikr, 1983.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: Grasindo, 2004.

- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia Edisi Revisi 2006*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2006.
- Siska Lis Sulistiani, *Hukum Perdata Islam 'Penerapan Hukum Keluarga dan Hukum Bisnis Islam di Indonesia'*, Jakarta: Sinar Grafika, 2019.
- Sohari Sahrani, Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Soerjono Soekanto, Sri Mamudji, *Pnelitian Hukum Normatif; Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: Rajawali Pers, 2001.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Publik*, Edisi Revisi IV, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006.
- Sulalaiman Rasjid, *Fiqih Islam*, Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2012.
- Wahbah az-Zuhailī, *al-Fiqh al-Islām wa Adillatuhu*, cet. Ke-3, Damaskus: Dār al-Fikr, 1989.
- Zainudin Hamidi *et.al*, *Terjemahan Hadits Shahih Bukhari*, Jakarta: Widjaya, 1992.

Tesis, Skripsi, dan Jurnal:

- Aditya Ayu Hakiki, Asri Wijayanti, Rizania Kharisma Sari, "Perlindungan Hukum Bagi Pembeli dalam Sengketa Jual Beli Online," *Justitia Jurnal Hukum*, Vol. 1 Nomor 1 April 2017.
- Ahmadi Miru, "Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia," *Disertasi* doktor Universitas Airlangga, Surabaya 2000.
- Arfian Setiantoro dkk, "Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen dan Penyelesaian Sengketa E-Commerce di Era Masyarakat Ekonomi Asean," *jurnal RechtsVinding* Vol 7, No 1 April 2018.
- Dewi Irmawati, "Pemanfaatan E-commerce dalam Dunia Bisnis", *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, Edisi Ke-VI, November 2011.
- Dwi Sakti, "tinjauan hukum Islam terhadap penerapan khiyar dalam jual beli barang elektronik secara online," *skripsi* Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013.
- Faisal Reza, "Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.co.id," *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol 4, Nomor 1 2016.
- Firnanda Yahya, Cholifah, Enny Istanti, "Pengaruh Kualitas Informasi, Kemudahan dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pengguna Lazada.co.id", *Jurnal Manajemen Branchmark* Vol 3, (2017).
- Galih Setiyo Budhi, "Analisis Sistem E-Commerce pada Perusahaan Jual Beli Online Lazada.co.id Indonesia," *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO)*, Volume 1, Nomor 2, Mei 2016.
- Ita Susanti, "Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Belanja Online Berdasarkan UU NO. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Juncto UU NO. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Jual beli Elektronik," *Sigma-Mu* Vol.9 Nomor 1 Maret 2017.
- M. Ibnu Hajar, "Analisis Hukum Islam dan UU NO.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Jual beli Online Onderdil Vespa Bekas", *skripsi* Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018.

- Pondaag G. E. Deo, "Analisis Kualitas Layanan Lazada.co.id dengan Menggunakan Metode E-Servqual dan IPA", *Journal of Accounting and Business Studies*, Vol. 2, No. 1, (September 2017).
- Rahmat Sholeh, Proses Hierarchy of Effect Model dalam Komunikasi Pemasaran," *Skripsi UIN Sunan Kalijaga*.
- Ratu Humaemah, "Analisa Hukum Islam Terhadap Masalah Perlindungan Konsumen yang Terjadi Atas Jual Beli E-Commerce", *Jurnal Islamiconomic* Vol.6 Nomor 1 Januari – Juni 2015.
- Rif'ah Roihanah, "Perlindungan Hak Konsumen dalam Jual beli Elektronik," *Justicia Islamica Jurnal Kajian Hukum dan Sosial* Vol 8, Nomor 2 2011.
- Santoso, "Perspektif Hukum Islam Terhadap Kitab Undang-undang Hukum (KUH) Perdata Pasal 1467 tentang Larangan Jual Beli Antara Suami Istri," *Jurnal Penelitian*, Vol. 8, Nomor 2, Agustus 2014.
- Suwari Akhmaddhian, Asri Agustiwi, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik di Indonesia," *jurnal Unifikasi* Vol 3, No 2 Juli 2016.
- Suyanto, Ayu Sulistiya Ningsih, "Pembatalan Perjanjian Sepihak Menurut Pasal 1320 Ayat (1) KUH Perdata tentang Kata Sepakat Sebagai Syarat Sahnya Perjanjian," *Jurnal Pro Hukum*, Vol 7, Nomor 2 2018.
- Umdah Aulia Rohmah, "Sistem Kontrak Ganda dalam Bisnis Online Lazada.co.id di Indonesia," *Tesis UIN Sunan Kalijaga*.
- Yashinta Asteria Norhermaya, "Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang", *Skripsi Universitas Diponegoro Semarang*.
- Yuliana Fransiska Tan, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Jual beli E-Commerce Berdasarkan Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen," *Lex et Societatis*, Vol. IV, Nomor 8, Agustus 2016.

Peraturan Perundang-Undangan:

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Website:

"Alasan-alibaba-akuisisi-Lazada.co.id?," <https://www.cnnindonesia.com>.

"Ketentuan gratis ongkir", <https://www.resellerdropship.com/blog>.

"Ketentuan-gratis-ongkir-Lazada.co.id" <https://www.resellerdropship.com/blog>.

"Penjelasan atas Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen," <https://jdih.kemenkeu.go.id/>.

Tim Lazada.co.id, "Terms of Use" dikutip dari www.Lazada.co.id akses 21 Januari 2020.