

**ANALISIS HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG
NOMOR 11 TAHUN 2008 TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI
FIKTIF PADA AKUN *SHOPEE GBM_SIDOARJO***

SKRIPSI

Oleh:

Chusnul Faridah

NIM. C72218059



Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Syariah dan Hukum

Jurusan Hukum Perdata Islam

Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah)

Surabaya

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Chusnul Faridah

Nim : C72218054

Fakultas/Jurusan/Prodi : Syariah dan Hukum/ Hukum Perdata Islam /
Hukum Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Analisis Hukum Islam Dan Undang-Undang
Nomor 11 Tahun 2008 Terhadap Praktik Jual Beli
Fiktif Pada Akun *Shopee Gbm_Sidoarjo*

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian yang dirujuk dari sumbernya.

Surabaya, 20 Maret 2022

A 1000 Rupiah postage stamp with a signature over it. The stamp is yellow and red, featuring the Garuda Pancasila emblem and the text '1000', 'REPUBLIK INDONESIA', and 'METRA TEMPEL'. The signature is in black ink and appears to be 'Chusnul Faridah'.

Chusnul Faridah

Nim. C72218054

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Chusnul Faridah Nim. C72218054 dengan judul “Analisis Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Terhadap Praktik Jual Beli Fiktif Pada Akun *Shopee Gbm_Sidoarjo*” Ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 28 Maret 2022

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'S' followed by a horizontal line and some smaller, less distinct characters.

Dr. Sanuri. M.Fil. I

NIP. 197601212007101001

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Chusnul Faridah, NIM. C72218054 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel pada hari Kamis, tanggal 19 Mei 2022, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Hukum Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi:

Penguji I



Dr. Sanuri, M.Fil. I
NIP. 197601212007101001

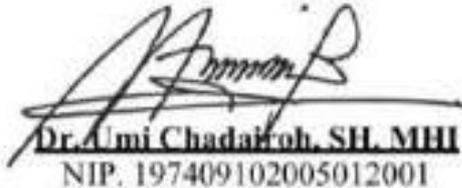
Penguji II



Dr. H. Moh Imron Rosyadi, S.Ag., MHL., MHI

NIP. 197704152006041002

Penguji III



Dr. Almi Chadafah, SH, MHI
NIP. 197409102005012001

Penguji IV



Ely Uzlifatul Jannah, M.H
NIP. 199110032019032018

Surabaya, 19 Mei 2022

Mengesahkan,
Fakultas Syariah dan Hukum
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Dekan,



Prof. Dr. H. Masruhan, M.Ag
NIP. 19590404198803100



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300

E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Chusnul Faridah
NIM : C72218054
Fakultas/Jurusan : Syariah dan Hukum / Hukum Ekonomi Syariah
E-mail address : chusnul.faridah3@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain
(.....)

yang berjudul :

Analisi Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Terhadap Praktik

Jual Beli Fiktif Pada *Akun Shopee Gbm_Sidoarjo*

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 Mei 2022

Penulis

(Chusnul Faridah)

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Analisis Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Terhadap Praktik Jual Beli Fiktif pada Akun *Shopee Gbm_Sidoarjo*” Penelitian ini adalah menjawab pertanyaan Bagaimana praktik jual beli fiktif pada akun *shopee gbm_sidoarjo*? Bagaimana analisis hukum Islam dan undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik terhadap praktik jual beli fiktif pada akun *shopee gbm_sidoarjo*?

Jenis Penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan tersebut adalah Jenis Penelitian Kualitatif Adapun pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dengan cara studi kepustakaan dan wawancara lapangan dengan pengumpulan dokumen-dokumen terkait permasalahan. Selanjutnya data dianalisis menggunakan pola pikir deduktif, yang menganalisis data dan ditarik kesimpulan dengan generalis.

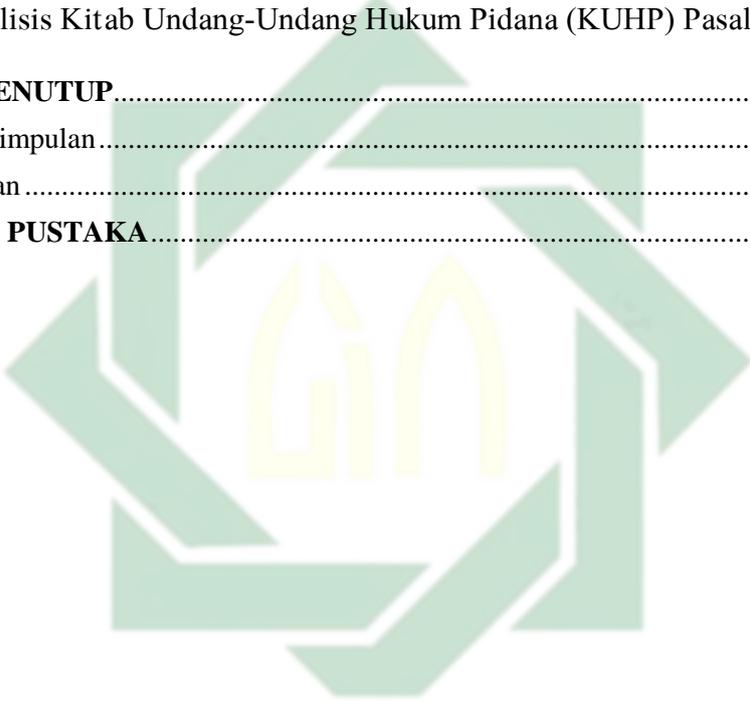
Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa jual beli fiktif pada akun *shopee* yang terdapat pada akun *shopee gbm_sidoarjo* dengan sengaja melakukan kecurangan dan biasa dibuktikan dengan adanya gambar produk yang dijual namun tidak sesuai dengan barang aslinya serta deskripsi yang dicantumkan tidak sesuai dengan keadaan produk yang diperjualkan. jual beli di akun *shopee gbm_sidoarjo* dengan mencantumkan barang yang tidak sesuai dengan barang aslinya yang dikirimkan kepada pembeli sehingga tidak sah karena sifatnya menipu pembeli agar tertarik dengan hasil ranting yang diberikan kepada penjual lainnya dengan tipu muslihat. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik merupakan wujud dari perlindungan konsumen dalam melakukan transaksi *online*. Sebagaimana dilakukan toko *online* dengan nama *gbm_sidoarjo* yang merupakan salah satu merchant di aplikasi jual beli *online shopee* dengan penjual telah merekayasa kecurangan yakni dengan meminta kerabat atau orang lain sebagai pembeli dan memberikan rating yang tinggi terhadap toko tersebut dengan alasan agar orang lain tertarik untuk membeli barang di toko tersebut. Dalam kasus yang terjadi di toko *online gbm_sidoarjo* diketahui bahwa penjual telah melakukan penipuan terhadap barang dagangan dan hal ini dilakukan pada jual beli *online shopee* tentunya perbuatan tersebut merupakan bagian pelanggaran dari pasal 28 Undang-Undang ITE dengan ancaman pidana 6 tahun dan denda maksimal 1 miliar rupiah.

Pembeli harus teliti dengan adanya postingan yang membuatnya bisa tertarik dengan adanya komentar dan ranting yang tinggi yang diberikan kepada pembeli lainnya sehingga terjadinya penipuan barang tanpa didasari dengan barang yang beda dari deskripsinya.

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TRANSLITERASI	xi
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah	8
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Kajian Pustaka	10
F. Kegunaan Penelitian	13
G. Definisi Operasional	14
H. Metode Penelitian	16
I. Sistematika Pembahasan.....	23
BAB II BAY' AL-NAJASY, UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008, DAN KITAB UNDANG-UNDANG HUKUMPIDANA (KUHP) PASAL 378	25
A. <i>Bay' Al-Najasy</i>	25
B. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik	35
C. Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) Pasal 378.....	54
BAB III PRAKTIK JUAL BELI FIKTIF PADA AKUN SHOPEE GBM_SIDOARJO DI KABUPATEN SIDOARJO	63
A. Jual Beli di Dunia Maya (<i>E-commerce</i>)	63
B. Sejarah Berdirinya Akun <i>Shopee Gbm_Sidoarjo</i>	65
C. Produk-produk Pada Akun <i>Shopee Gbm_Sidoarjo</i>	67
D. Latar Belakang Jual Beli Fiktif di Akun <i>Shopee Gbm_Sidoarjo</i>	70

E. Karakteristik Barang yang di Perjualbelikan	73
BAB IV ANALISIS TERHADAP JUAL BELI FIKTIF PADA AKUN SHOPEE GBM_SIDOARJO	78
A. Praktik Jual Beli Fiktif pada Akun Shopee Gbm_Sidoarjo	78
B. Analisis Hukum Islam terhadap Jual Beli Fiktif pada Akun <i>Shopee Gbm_Sidoarjo</i>	80
C. Analisis Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 terhadap Jual Beli Fiktif pada <i>Akun Shopee Gbm_Sidoarjo</i>	82
D. Analisis Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) Pasal 378.....	86
BAB V PENUTUP	90
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Produk dalam berupa baju <i>long dress</i> lengan pendek.....	60
Gambar 3.2 Produk dalam berupa baju <i>long dress</i> gamis bella premium ...	61
Gambar 3.3 Produk dalam berupa baju blouse bordir	62
Gambar 3.4 Produk dalam berupa baju cardigan ruffle	62



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini masyarakat Indonesia mulai bergerak menuju pasar maya dan sudah terbiasa melakukan transaksi jual beli melalui internet. Menjamurnya *smartphone* dengan fasilitas Internet yang menyediakan kemampuan jejaring sosial *online*, yang berarti semakin banyak masyarakat kelas menengah yang memahami dan mendukung perdagangan Internet, memberikan peluang besar bagi perusahaan *e-commerce* di Indonesia dan program perdagangan *online* seperti *OLX*, *Berniaga.com*, *Zalora*, *Elevania*, *Tokopedia*, *Bukalapak.com*, *Blibli.com*, *Blanja.com*, *Lazada* dan baru-baru ini salah satu toko online pertama yang mengembangkan strategi pengiriman gratis di Indonesia, *shopee*.¹

Shopee adalah aplikasi jual beli cepat dan mudah di ponsel. *Shopee* menawarkan beragam produk mulai dari *fashion* item hingga kebutuhan pokok. *Shopee* hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* yang memberikan kemudahan bagi pengguna untuk berbelanja *online* tanpa harus membuka website dari perangkat komputer. *Shopee* hadir di Indonesia untuk pengalaman belanja baru. *Shopee* memudahkan penjualan bagi penjual dengan menyediakan proses *checkout* yang aman dan pengaturan logistik terintegrasi kepada pembeli.

¹ Philip Kotler dan Garry Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012), 220.

Dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat sering menggunakan transaksi jual beli. Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain yang menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati.²

Dalam syariat Islam sendiri, jual beli di perbolehkan dalam firman Allah Q.S. *al-Baqarah* ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا . . .

Artinya : “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”³

(QS. Al-Baqarah (2): 275)

Dalam istilah fiqh jual beli dikenal dengan *al-bai'* yang artinya menjual, mengganti dan menukar satu hal dengan yang lain. Dalam bahasa arab pengucapan *al-bai'* terkadang digunakan untuk mengartikan sebaliknya, yaitu *asy-syira* (beli). Jadi kata *al-bai'* berarti jual, sekaligus juga berarti beli.⁴

Dalam fiqh muamalah termasuk jual beli yang dilarang atau *bay' al-najasy*.⁵ *Bay' al-najasy* (rekayasa pasar dalam demand) yaitu jika seorang produsen (pembeli) menciptakan permintaan palsu seolah-olah ada

² Muhammad Arifin Bin Badri, *Panduan Praktik Fikih Perniagaan Islam* (Jakarta:Darulhaq, 2018), 2.

³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV. Penerbit Jumanatul Ali, 2005).

⁴ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta:Gaya Media Pratama,2000), 111.

⁵ Kholis Firmansyah, *Karakteristik & Hukum Bisnis Syariah* (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020), 106.

banyak permintaan terhadap suatu produk, sehingga harga jual produk itu naik. Cara yang ditempuh bisa bermacam-macam, mulai dari penyebaran isu, melakukan order pembelian, sampai benar-benar melakukan pembelian pancingan agar sentimen pasar, bila harga sudah naik sampai level yang diinginkan, maka produsen mendapatkan untung besar. Praktik ini bukan hanya tidak etis, melainkan juga berbahaya bagi masyarakat karena dapat menciptakan kekacauan dalam pasar.⁶

Jual beli rekayasa atau *bay' al-najasy* termasuk dalam jual beli yang dilarang karena seseorang tidak seharusnya melampiaskan dengan melakukan tipu daya. Apabila dilihat dari macam-macam jual beli, ini termasuk fasid (rusak) yang mana syarat dan rukunnya kurang atau cacat menurut syariat.⁷

Sebelum, mengenal teknologi seorang membeli suatu produk atau barang, pembeli harus bertemu dengan penjual terlebih dahulu, penjual dan pembeli harus bertatap muka sampai tercapai kesepakatan antara kedua belah pihak, yaitu penjual dan pembeli, atau umumnya sebagai transaksi. Artinya, jarak antara penjual dan pembeli juga sangat terbatas, namun seiring dengan kemajuan teknologi khususnya di bidang internet, segala keterbatasan jarak, waktu dan biaya dapat diatasi dengan sangat mudah, salah satunya dengan melakukan perkembangan teknologi internet sebagai mengingat pertumbuhan bisnis penggunaan media.⁸

⁶ Veithzal Rivai, *Islamic Business And Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 404.

⁷ Idris Parakkasi, *Pemasaran Syariah Era Digital* (Bogor: LINDAN Bestari, 2020), 214.

⁸ Asnawir dan Basyruddin Usman, *Media Pembelajaran* (Jakarta: Ciputat Press, 2002), 7.

Belakangan ini ramai dibicarakan tentang potensi internet, khususnya bagi para pengusaha, untuk memasarkan produknya sedemikian rupa sehingga produknya mudah dijual ke masyarakat agar terlihat menarik dan *fashionable*. Dengan hadirnya internet, perusahaan atau pengusaha dapat mengelola usahanya dengan lebih cepat, mudah dan efisien dengan membuat toko *online* yang mempercepat dan mempermudah pemasaran dan komunikasi walaupun berada di lokasi yang berbeda. Kegiatan komersial yang menggunakan media internet dikenal dengan istilah perdagangan elektronik (*e-commerce*) atau perdagangan elektronik. *Electronic commerce*, atau perdagangan elektronik, adalah kegiatan bisnis yang melibatkan konsumen, produsen, penyedia layanan dan perantara melalui jaringan internet.⁹

Salah satu faktor yang menjadi daya tarik konsumen dalam mengambil keputusan pembelian adalah kualitas produk. Produsen harus memperhatikan kualitas barang yang dihasilkan, karena peningkatan kualitas akan meningkatkan reputasi produsen, sehingga produsen akan mendapatkan predikat yang baik di mata pelanggan, bahkan tidak menutup kemungkinan produk dapat diperluas di pasar dunia. Kualitas produk yang ditawarkan toko *online* biasanya digambarkan dalam katalog, deskripsi gambar di katalog umumnya menjelaskan bahan yang digunakan dan disertakan di bawah gambar, banyak gambar di katalog tidak sesuai dengan

⁹ Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), 2.

produk yang diterima, Banyak orang mengeluh bahwa produk yang dipesan tidak sesuai dengan permintaan, sehingga banyak juga orang yang ingin membeli dari toko tersebut karena ingin melihat langsung produknya.¹⁰

Banyak masyarakat yang melakukan jual beli fiktif untuk meningkatkan penjualannya di media sosial. Jual beli fiktif adalah perusahaan memalsukan transaksi penjualan yang sebenarnya belum atau tidak pernah dilakukannya. Upaya semacam ini dilakukan perusahaan dengan mengakui dan mencatat barang konsinyasi atau barang yang baru dikirim kepada pembeli sebagai barang yang telah terjual. Lebih parah lagi adalah dengan mengakui dan mencatat transaksi-transaksi yang sebenarnya tidak pernah ada atau tidak pernah dilakukan sama sekali.¹¹

Penjual yang melakukan fiktif di akun *shopee* bernama Faradillah Ita Rosliana asal Sidoarjo yang merupakan pemilik akun *shopee* dengan nama *gbm_sidoarjo* yang dalam kasus ini bekerja sama dengan kerabat dekatnya yang nantinya menjadi pembeli bernama Ratna Maya, Amirah Nada, dan Rina Irmalia, yang dalam kasus ini berperan sebagai pembeli, untuk melakukan transaksi jual beli fiktif di akun *shopee gbm_sidoarjo* dengan tujuan memperoleh keuntungan dalam bentuk *feedback* penilaian.

Penjual bernama Faradillah Ita Rosliana membuat tweet di akun *twitter @oyyeen* meminta tolong pada mutualannya sebagai pembeli. bernama Faradillah Ita Rosliana mengisikan saldo *shopeepay* kepada

¹⁰ Sofjan Assauri, *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), 117.

¹¹ Sri Sulistyanto, *Manajemen Laba: Teori dan Model Empiris* (Jakarta: Grasindo, 2008), 106.

kerabat dekat yaitu Ratna Maya, Amirah Nada, dan Rina Irmalia yang nantinya dibuat *check out*. Lalu, melakukan pembelian produk yang di jual pada akun *shopee gbm_sidoarjo* untuk order fiktif tanpa mengirim barang dan setelah barang diterima Ratna Maya, Amirah Nada, dan Rina Irmalia diminta untuk melakukan penilaian pada akun *shopee gbm_sidoarjo* dengan tujuan meningkatkan kepercayaan konsumen selanjutnya ketika ingin melakukan pembelian produknya.

Hal tersebut terjadi rata-rata konsumen ketika ingin membeli produk di *e-commerce shopee* pasti akan mempertimbangkan *feedback* dari konsumen sebelumnya untuk memastikan produk yang dijual sesuai dengan harga dan tentunya dalam kondisi bagus. Banyak *small business* yang baru saja merintis menggunakan cara yang salah seperti tersebut untuk meningkatkan kualitas penjualannya di *shopee*.

Hukum Indonesia pun menyiapkan undang-undang untuk menjerat pelaku penipuan dalam jual beli *online*. Undang-undang yang membahasnya adalah Pasal 28 ayat (1) UU ITE mengatur mengenai berita bohong yang menyebabkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik. Kerugian konsumen, barang yang di beli tidak sesuai dengan apa yang ada di deskripsi *shopee* dan juga tidak sesuai dengan penilaian yang ada di *shopee*. Maka dari itu masyarakat harus berhati-hati untuk melakukan

tindak jual fiktif dan tidak hanya itu tetapi yang berkaitan dengan unsur penipuan.¹²

Dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomer 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, menyatakan yang diartikan dengan transaksi elektronik merupakan “perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan atau media elektronik lainnya”. Sesuai dengan penafsiran di atas, maka kegiatan jual beli yang dilakukan melalui komputer ataupun *handphone* dapat dikategorikan sebagai suatu transaksi elektronik.¹³ Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik juga mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang lengkap dan benar.

Rekayasa yang diartikan dalam permasalahan di sini, terdapatnya kerjasama yang direncanakan antara penjual serta pembeli buat memperoleh *feedback* dengan metode merekayasa sistem jual beli. Penjual di sini saling mengenal dengan pembeli kemudian pembeli tersebut diperintahkan buat membeli dagangannya dengan metode berpura-pura membeli dagangannya. Sebelumnya pembeli tersebut sudah diberikan uang penjual yang nantinya duit tersebut hendak kembali kepada penjual itu sendiri. Transaksi tersebut dicoba guna untuk memperoleh *feedback* yang keuntungannya hendak didapatkan.¹⁴

¹² Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) Pasal 28 Ayat 1

¹³ Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) Pasal 1 Ayat 2

¹⁴ Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*, (Jakarta: Kencana, 2019), 196.

Dengan demikian, Penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang jual beli fiktif pada akun *shopee gbm_sidoarjo*.

Analisis Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Terhadap Praktik Jual Beli Fiktif Pada Akun *Shopee Gbm_Sidoarjo*.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Identifikasi masalah adalah pengenalan masalah atau inventarisir masalah. Identifikasi masalah adalah salah satu proses penelitian yang boleh dikatakan paling penting diantara proses lain.¹⁵ Masalah penelitian akan menentukan kualitas dari penelitian, bahkan juga menentukan apakah sebuah kegiatan bisa disebut penelitian atau tidak.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi bahwa pokok masalah yang akan dikaji adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat Indonesia sudah terbiasa melakukan transaksi jual beli melalui internet yaitu salah satunya *shopee*
2. Analisis hukum Islam terhadap praktik jual beli fiktif
3. Faktor yang melatarbelakangi terjadinya praktik jual beli fiktif pada akun *shopee gbm_sidoarjo*

¹⁵ Juliansyah Noor, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah* (Jakarta: KencanaPrenada Media Group, 2011), 25.

4. Penjual meminta tolong kepada kerabat (pembeli fiktif) untuk melakukan transaksi jual beli fiktif tanpa melakukan pengiriman produk
5. Penjual meminta kerabat (pembeli fiktif) untuk melakukan penilaian pada produk *shopee* yang dijual tanpa mengetahui kondisi barang secara detail dan spesifik
6. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Dari beberapa masalah yang telah teridentifikasi diatas, agar pembahasan dapat fokus dan mencapai apa yang diharapkan. Penulis membatasi pada masalah-masalah sebagai berikut:

1. Praktik jual beli fiktif pada akun *shopee gbm_sidoarjo*
2. Analisis hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik terhadap praktik jual beli fiktif pada akun *shopee gbm_sidoarjo*

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah pertanyaan-pertanyaan mengenai masalah sebuah hal atau kejadian yang berbentuk kalimat tanya yang sederhana, singkat, padat dan jelas. Rumusan masalah mempertanyakan beberapa hal yang berkaitan dengan suatu penelitian, di mana nantinya jawaban dari pertanyaan tersebut yang

akan menjadi hasil penelitian itu.¹⁶ Dari pernyataan tersebut penulis merumuskan beberapa masalah yang ingin dianalisis adalah:

1. Bagaimana praktik jual beli fiktif pada akun *shopee gbm_sidoarjo* ?
2. Bagaimana analisis hukum Islam dan undang-undang nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik terhadap praktik jual beli fiktif pada akun *shopee gbm_sidoarjo* ?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah indikasi sebuah arah yang mana informasi atau data dalam sebuah penelitian itu dicari. Tujuan tersebut ialah sebagai memperoleh atau menemukan sebuah data sebagai maksud dan memiliki tujuan.¹⁷ Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui jual beli fiktif pada akun *shopee gbm_sidoarjo*.
2. Untuk mengetahui Analisis Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik terhadap praktik jual beli fiktif pada akun *shopee gbm_sidoarjo*.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah suatu kegiatan penelitian yang bertujuan melakukan kajian secara sungguh-sungguh tentang teori-teori dan konsep-

¹⁶ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian (Edisi Pertama)* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2011), 20.

¹⁷ Sulistyowati Irianto, *Metode Penelitian Hukum: Konsentrasi dan Refleksi* (Jakarta: YayasanPustaka Obor Indonesia, 2009), 19.

konsep yang berkaitan dengan topik yang akan diteliti sebagai dasar dalam melangkah pada tahap penelitian selanjutnya.¹⁸

Setelah peneliti melaksanakan kajian pustaka, peneliti menemukan hasil penelitian yang telah ditemukan oleh peneliti terdahulu dan memiliki sedikit kesesuaian dengan penelitian ini, antara lain:

No	Nama dan Judul	Persamaan	Perbedaan	Originalitas Penelitian
1.	Mohammad Fathan Farzani, 2018, Analisis Kriminologi Kejahatan Orderan Fiktif Terhadap Grab Online	Jual beli fiktif	Objek penelitian, Prespektif hukum yang dikaji	Mengkaji dari segi keabsahan perjanjian jual beli dari prespektif hukum perdata
2.	Hafilah Nindya Pangesti, 2019, Praktik Jual Beli Rekayasa untuk Mendapat Cashback di Tokopedia	Jual beli fiktif	-Prespektif hukum yang dikaji. -Tempat kejadian perkara, metode	-Mengkaji dari segi keabsahan perjanjian jual beli dari prespektif hukum perdata. -tempat kejadian

¹⁸ I Made Pasek Diantha, *Metodologi Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Teori Hukum* (Jakarta: Prenada Media Group, 2016), 153.

	Purwokerto Prespektif Hukum Syariah		penelitian.	perkara di Malang dan Tulungagung -metode yang digunakan normatif
3	Bagus Triyulianto, 2019, Keabsahan Jual Beli <i>Voucher</i> Indomaret Fiktif Melalui Situs Tokopedia	Jual beli fiktif	Objek penelitian, Prespektif hukum yang dikaji	Mengkaji dari segi keabsahan perjanjian jual beli dari prespektif hukum perdata

Pertama, skripsi dengan judul “Analisis Kriminologi Kejahatan Orderan Fiktif Terhadap *Grab Online*” oleh Mohammad Fathan Farzani dari Fakultas Hukum Universitas Bandar Lampung. Penelitian ini lebih menekankan pada permasalahan faktor penyebab Kejahatan Orderan Fiktif Terhadap *Grab Online* pada wilayah Bandar Lampung tahun 2018 dan bagaimana upaya untuk penanggulangan Kejahatan Orderan Fiktif tersebut.¹⁹

Kedua, skripsi dengan judul “Praktik Jual Beli Rekeyasa untuk Mendapat *Cashback* di Tokopedia Purwokerto Prespektif Hukum Syariah”

¹⁹ Mohammad Fathan Farzani, “Analisis Kriminologi Kejahatan Orderan Fiktif Terhadap *Grab Online*”. (Skripsi--Universitas Bandar Lampung, 2018).

oleh Hafilah Nindya Pangesti dari Fakultas Syariah IAIN Purwokerto. Penelitian ini lebih spesifik pada prespektif hukum syariah dalam menanggulangi praktik jual beli rekayasa online.²⁰

Ketiga, skripsi dengan judul “Keabsahan Jual Beli *Voucher* Indomaret Fiktif Melalui Situs Tokopedia” oleh Bagus Tri Yulianto dari Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Penelitian ini lebih menekankan tentang keabsahan transaksi jual beli fiktif dalam prespektif hukum perdata, metode penelitian yang penulis gunakan yakni normatif, subyek penelitiannya yaitu pihak *e-commerce* selaku pihak yang merasa dirugikan.²¹

Jadi berdasarkan keterangan tersebut skripsi yang penulis tulis berbeda dengan skripsi pertama maupun skripsi kedua dan skripsi ketiga, perbedaannya yakni skripsi jual beli fiktif menggunakan teori dalam hukum Islam *bai najasy* dan undang-undang nomor 11 tahun 2008, dan yang menjadi pembeda yaitu di subjeknya penelitiannya yakni *grab online* dan tokopedia. Sedangkan persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama membahas tentang jual beli fiktif.

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberi manfaat dan berguna bagi banyak pihak seperti peneliti, pembaca ataupun pelaku usaha, dan bagi

²⁰ Hafilah Nindya Pangesti, “*Praktik Jual Beli Rekayasa untuk Mendapat Cashback di Tokopedia Purwokerto Prespektif Hukum Syariah*”. (Skripsi—IAIN Purwokerto, 2019).

²¹ Bagus Tri Yulianto, “Keabsahan Jual Beli *Voucher* Indomaret Fiktif Melalui Situs Tokopedia”. (Skripsi— Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2019).

konsumen yang dapat memberikan nilai tambah sebagai wawasan. Berdasarkan penjelasan yang telah penulis paparkan di atas kegunaan penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis

- a. Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang hukum Islam dan Undang-undang tentang Informasi dan transaksi elektronik.
- b. Menambah bahan pustaka bagi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya
- c. Bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya;

2. Secara praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tambahan di bidang muamalah
- b. Dapat dijadikan bahan pertimbangan pembeli mengenai jual beli fiktif yang lagi marak untuk meningkatkan *feedback* penilaian di *shopee*

G. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan cara peneliti dalam menggunakan *variable* yang sedang atau yang akan diteliti. Untuk melanjutkan studi atau penelitian ada beberapa hal yang perlu untuk ditegaskan atau dipersempit maknanya agar pembaca dan penulis mempunyai pemikiran sama ketika

membaca penelitian ini.²² Untuk menghindari penyimpangan pembahasan arah penulisan dan juga kesalahpahaman dalam skripsi yang berjudul “Analisis Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Terhadap Praktik Jual Beli Fiktif Pada Akun *Shopee Gbm_Sidoarjo*”. Maka perlu diuraikan beberapa istilah yang terdapat pada judul tersebut.

1. Hukum Islam adalah hukum-hukum yang diatur oleh Allah SWT untuk umat-Nya yang dibawa oleh seorang Nabi, diakui serta diyakini bagi sesama pemeluknya, dan bersifat mengikat. Baik hukum yang berhubungan dengan kepercayaan (aqidah) maupun hukum-hukum yang berhubungan dengan amaliyah (perbuatan).²³ Disini hukum Islam yang dimaksud yaitu menggunakan metode istinbath hukum tentang *bay' al-najasy* (jual beli yang dilarang)
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 adalah undang-undang yang mengatur tentang informasi dan transaksi elektronik.²⁴
3. Jual beli adalah transaksi tukar menukar yang berkonsekuensi beralihnya kepemilikan, keduanya sama-sama rela dan hal itu dapat terlaksana dengan akad, baik berupa ucapan maupun perbuatan.²⁵
4. Jual beli fiktif adalah suatu perusahaan memalsukan transaksi penjualan yang sebenarnya belum atau tidak pernah dilakukannya.

²² Ibid., 200.

²³ Mohammad Daud Ali, *Hukum Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 5.

²⁴ Undang-undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE)

²⁵ Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2015), 16.

5. *Shopee* adalah aplikasi jual beli cepat dan mudah yang ada di ponsel. *Shopee* menawarkan beragam produk mulai dari *fashion* item hingga kebutuhan pokok.
6. Akun *shopee gbm_sidoarjo* merupakan akun *shopee* yang menjual produk *fashion* dimana penjual melakukan jual beli fiktif kepada kerabat terdekat untuk mempertimbangkan *feedback* dari konsumen sebelumnya untuk memastikan produk yang dijual sesuai dengan harga dan tentunya dalam kondisi bagus.

H. Metode Penelitian

Metodologi penelitian adalah metode atau tahapan yang memfasilitasi penelitian seorang penulis dengan tujuan menghasilkan penelitian yang berkualitas dan berbobot. Metode penelitian berkaitan erat dengan prosedur, teknik, alat dan desain penelitian yang digunakan.

1. Jenis Penelitian

Field research (Penelitian lapangan) adalah jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penulisan penelitian ini dimana penulis harus turun ke lapangan untuk mengumpulkan fakta atau data yang berkaitan dengan fakta-fakta yang relevan dengan pertanyaan dalam penelitian ini. Kemudian dalam studi lapangan, penulis mengumpulkan beberapa data dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan dokumen yang berkaitan dengan profil toko hingga sistem transaksi jual beli fiktif yang kemudian hasil dari penelitian lapangan tersebut digunakan sebagai bahan pembahasan

terkait dengan analisis terhadap sistem transaksi jual beli fiktif di *akun shopee gbm_sidoarjo*.

2. Lokasi Penelitian

Letak lokasi penelitian yang menjadi objek dalam penelitian ini yaitu di Tulangan, Kabupaten Sidoarjo. Tepatnya di Jl. Rajawali VIII-B Dusun Ganting RT 13 RW 05 Desa Kenongo Tulangan, Sidoarjo.

3. Data Yang dikumpulkan

Dalam penelitian ini, penulis telah mengumpulkan data-data yang penulis gunakan sebagai bahan penelitian untuk membahas permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder, yaitu data primer atau data primer yang berkaitan data yang relevan langsung dengan subjek penelitian, sedangkan data sekunder adalah data tambahan yang secara teoritis relevan dengan pertanyaan yang terdapat dalam pertanyaan yang disajikan dalam penelitian ini²⁶. Datanya adalah:

a. Data Primer

Data primer pada penelitian ini meliputi yaitu yang pertama pemahaman umum jual beli di dunia maya (*e-commerce*), yaitu yang terdiri dari sejarah berdirinya akun *shopee gbm_sidoarjo*, lokasi penelitian, dan jenis transaksi yang ditawarkan; kedua

²⁶ Rianto Andi, Metodologi Penelitian Sosial Dan Hukum Edisi Revisi, Cet-4 (Jakarta: Buku Obor, 2021), 65.

produk-produk yang dijual; ketiga latar belakang jual beli fiktif; keempat karakteristik barang yang diperjualbelikan.

b. Data Sekunder

Data sekunder pada penelitian ini berupa teori-teori yang digunakan sebagai landasan penelitian yang terdiri dari teori *bay' al-najasy*, dan Undang-Undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik.

4. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh dari tempat, orang atau benda yang dapat memberikan suatu data sebagai penyusunan informasi bagi penelitian.²⁷ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data yaitu :

a. Sumber Primer

Sumber primer yaitu sumber yang berkaitan langsung dengan peristiwa yang sedang terjadi. Sumber primer ini dapat berupa kesaksian langsung dari pelaku (sumber lisan).

Adapun sumber data primer dari penelitian ini ada lima narasumber yaitu pertama, satu pihak pemilik akun *shopee gbm_sidoarjo* yang bernama Faradillah Ita Rosliana di kecamatan Tulangan, kabupaten Sidoarjo, kedua tiga konsumen yang pernah melakukan transaksi jual beli fiktif sebagai kerabat dekat menjadi pembeli di akun *shopee gbm_sidoarjo* yaitu yang bernama Ratna

²⁷ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 231.

Maya, Amirah Nada, Rina Irmalia dan yang terakhir pembeli yang dirugikan akibat dari pemalsuan penilaian pada akun *shopee*.

b. Sumber Sekunder

Sumber sekunder dapat dipahami sebagai sumber informasi yang menyajikan penafsiran, analisis, penjelasan, ulasan dari pengarang terhadap topik tertentu. Diantara sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah sumber-sumber data diperoleh dari buku-buku, artikel-artikel, jurnal-jurnal dan memiliki tema hampir sama.²⁸ Adapun data sekunder tersebut yaitu :

- 1) Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam*, 2010.
- 2) Idris Parakkasi, *Pemasaran Syariah Era Digital*, 2020.
- 3) Ilhami Bisri, *Sistem Hukum Indonesia*, 2005.
- 4) Muhamad, *Manajemen Keuangan Syariah: Analisis Fiqh dan Keuangan*, 2013.
- 5) Yulies Tiena Masriani, *Pengantar Hukum Indonesia*, 2017.
- 6) Mustofa Al-Khin, *Kitab Fiqh Mazhab Syafie*, 2013.
- 7) Veithzal Rivai, *Islamic Business and Economic Ethics*, 2013.
- 8) Pawit M. Yusup dan Priyo Subekti, *Teori dan Praktek Penelusuran Informasi (Informasi Retrieval)*, 2010.
- 9) Siswanto Sunarso, *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik*, 2009.

²⁸ Ibid., 250.

10) Widodo, *Aspek Hukum Pidana Kejahatan Mayantara*, 2013

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan peneliti dalam mendapatkan data di lapangan. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.²⁹ Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Untuk memperoleh data-data yang diperlukan maka peneliti menggunakan sistem pengumpulan data, ada beberapa cara yang dapat digunakan dalam pengumpulan data, yaitu :

a. Observasi

Pengertian observasi secara bahasa berarti peninjauan secara cermat, mengawasi dengan teliti dan mengamati. Sedangkan secara istilah observasi adalah proses untuk melihat, memperhatikan, mengamati, meninjau, dan mengawasi dengan teliti suatu objek tertentu untuk mendapatkan data yang valid dan informasi yang benar, yang dibutuhkan suatu kegiatan atau sebuah instansi untuk suatu kepentingan tertentu.³⁰ Dalam hal ini penulis mengamati praktik jual beli fiktif di akun *shopee gbm_sidoarjo*.

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), 16.

³⁰ Johny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris* (Depok: Prenada Media Group, 2018), 90.

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh informasi dari seorang narasumber yang dilakukan dengan cara melontarkan pertanyaan kepada narasumber terkait suatu topik tertentu.³¹ Wawancara berpedoman pada penyajian pertanyaan kepada narasumber terkait sebuah topik. Jika memilih narasumber yang tepat serta dapat mengajukan pertanyaan yang tepat juga, wawancara dapat menjadi sumber penting dalam penyajian informasi terkait suatu topik. Dalam hal ini yang di wawancarai adalah pemilik akun *shopee gbm_sidoarjo*, pembeli dan kerabat terdekat dalam jual beli fiktif di akun *shopee gbm_sidoarjo*, dan penjual yang dirugikan akibat dari pemalsuan penilaian dari akun *shopee gbm_sidoarjo*.

c. Studi Dokumen

Studi dokumen adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian. Teknik pengumpulan data dokumentasi ini, penulis juga pakai di dalam penelitian ini, karena teknik ini tidak dapat dipisahkan dari kedua tehnik pengumpulan data di atas, karena teknik ini yang nantinya berfungsi untuk mencatat terkait hal yang telah dihasilkan dari kedua tehnik pengumpulan data di atas yaitu wawancara..

³¹ Ibid., 91.

6. Teknik analisis data

Teknik analisis data adalah cara-cara peneliti untuk menganalisis data-data yang berhasil didapatkan atau dihimpun dari lapangan.³² Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Praktik jual beli fiktif di akun *shopee gbm_sidoarjo*. Maka dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis data secara deskriptif analisis yaitu penelitian bertujuan untuk meneliti dan menemukan informasi sebanyak-banyaknya dari suatu fenomena kemudian dianalisis dengan teori tertentu. Teknik analisis deskriptif data yang didapat lalu disampaikan dengan cara menggambarkan kondisi objektif dari objek penelitian dan kemudian diuraikan dalam bentuk kalimat atau surat pernyataan berdasarkan sumber data primer dan sumber data sekunder.³³ Pola berpikir adalah penalaran seseorang untuk mengingat pengetahuan yang tersimpan dan membuat asumsi yang dimaksud untuk digunakan pengambilan informasi, mengola dan kesimpulan. Dua jenis pola berpikir yaitu pola berpikir deduktif dan pola berpikir induktif Penelitian ini penulis menggunakan pola berpikir deduktif yaitu proses berpikir yang bermula dari pernyataan yang bersifat umum dengan menarik kesimpulan bersifat khusus.³⁴

³² Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), 33.

³³ *Ibid.*, 34.

³⁴ Monica Angen, *99 Cara Berpikir Ala Sherlock Holmes* (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2015), 11.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan penjabaran deskriptif tentang hal-hal yang akan ditulis, yang secara garis besar terdiri dari bagian awal sampai akhir. Sistematika pembahasan ini bertujuan agar penyusunan penelitian terarah sesuai dengan bidang kajian untuk mempermudah pembahasan.³⁵ Untuk mempermudah pemahaman isi penelitian ini, maka penulis membaginya menjadi lima bab, yang berisi hal-hal pokok yang dapat dijadikan pijakan dalam memahami pembahasan ini. Dari kelima bab tersebut terdiri dari sub bab, dimana antara, satu dengan yang lain saling berkorelasi sehingga menjadi pembahasan yang utuh. Adapun perinciannya sebagai berikut :

Bab pertama merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kajian pustaka, manfaat penelitian dan kegunaan, definisi operasional, jenis penelitian, sumber data, jenis data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan sistematika pembahasan.

Bab kedua memuat tentang landasan teori Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008, dalam bab ini memuat konsep umum tentang jual beli yang meliputi definisi *bay' al-najasy*. Selanjutnya dipaparkan tentang informasi dan transaksi elektronik yang sesuai dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 dan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) Pasal 378.

³⁵ Chalid Narbuko dan Abu Achmad, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), 153.

Bab ketiga merupakan laporan hasil penelitian tentang gambaran umum jual beli fiktif pada akun *shopee gbm_sidoarjo*. Dalam bab ini akan dibahas praktik jual beli fiktif pada akun *shopee gbm_sidoarjo* yang ada di kabupaten Sidoarjo.

Bab keempat merupakan Analisis Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Terhadap Jual Beli Fiktif Pada Akun *Shopee gbm_sidoarjo*. Bab ini memaparkan tentang hasil dan pembahasan yang mengemukakan tentang bagaimana analisis hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 terhadap jual beli fiktif pada akun *shopee* tersebut.

Bab kelima merupakan bab terakhir dalam pembahasan skripsi yang berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan juga selanjutnya memberikan saran-saran penting demi kebaikan dan kesempurnaan penelitian, kemudian ditutup dengan daftar pustaka dan lampiran-lampiran penting lainnya.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II
BAY' AL-NAJAS, UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008
DAN KITAB UNDANG-UNDANG HUKUM PIDANA (KUHP)
PASAL 378

A. Bay' Al-Najasy

1. Definisi *Bay' Al-Najasy*

Al-Najasy yaitu menambah harga barang yang ditunjukkan untuk dijual bukan dengan niat membeli namun untuk menipu orang lain agar dia membelinya dengan harga tersebut dan ini dilarang. Yang dimaksud dengan istilah adalah: (Jika) Seseorang menaikkan harga suatu barang, tetapi tidak membutuhkan barang tersebut dan tidak mau membelinya. Dia hanya ingin harga naik dan pemilik barang mendapat untung.

Secara bahasa berarti propaganda atau menyulut karena ada unsur menyulut keinginan, di katakan *najasya* al-atsara artinya ia memindahkan dari tempatnya, disebutkannya tambahan sebab ini yang dominan walaupun dia membayar harga dari awal tanpa ada keinginan membeli, maka sebaiknya tidak dilakukan. Kecuali apa yang menjadi kebiasaan berupa “harga pembuka pintu” dari orang yang sudah tahu dan berminat untuk membuka harganya sebab dalam ini ada masalah untuk barang yang dijual sebab biasanya hal ini diperlukan. Memuji-muji barang yang dijual dengan ucapan dusta sama dengan *najasy*. Masalahnya adalah seandainya yang dia ucapkan benar, maka tidak perlu dia berbuat begitu sebab ia dapat dilihat dan sebab pujian itu

sendiri tidak menghalangi yang punya barang dengan harga pertama berbeda dengan tambahan karena yang punya jika dia tahu pasti dia tidak mau menjualnya dengan harga pertama.¹

Substansi jual beli najasy ini menurut K. H. Salim Ma'ruf adalah seseorang menaikkan harga bukan karena ingin membeli melainkan ingin menolong penjual atau ingin menipu orang lain supaya orang lain membeli dengan harga yang mahal.

Menurut Adiwarman A. Karim substansi jual beli *najasy* adalah bila seorang produsen menciptakan permintaan palsu seolah-olah ada banyak permintaan terhadap suatu produk sehingga harga jual produk itu naik. Contohnya, seorang pedagang dalam rangka menaikkan harga jual barangnya, maka ia membuat beberapa order fiktif terhadap barang dagangannya. Order tersebut digunakannya sebagai bargaining power dalam transaksi mereka terhadap para konsumennya sehingga mereka bisa menentukan harga yang tinggi terhadap konsumennya.²

Bay' al-najasy dapat dijelaskan sebagai rekayasa pasar. Produsen (pembeli) menciptakan permintaan palsu, seolah-olah ada permintaan yang besar untuk produk tertentu, sehingga harga produk akan naik. Ada banyak cara untuk mengadopsi, dari menyebarkan masalah dan menempatkan pesanan pembelian hingga benar-benar membeli insentif

¹ Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam* (Jakarta: AMZAH, 2010), 87.

² Adiwarman A. Karim dan Oni Sahroni, *Riba, Gharar Dan Kaidah-Kaidah Ekonomi Syari'ah: Analisis Fikih Dan Ekonomi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015), 160

untuk menciptakan sentimen pasar. Jika harga naik ke tingkat yang disyaratkan, produsen akan mendapatkan keuntungan besar.³

Bay' al-najasy sering diartikan sebagai jual beli dengan provokasi harga oleh rekayasa permintaan. Dalam kajian fiqh klasik, contoh teknis ini adalah ada seorang pedagang dengan empat bawahan. Keempatnya diminta berpura-pura menawar barang yang dijual oleh penjual. Tujuannya agar siapa saja yang merasa tertarik untuk datang ke stand tersebut dapat terlibat dalam praktik transaksi pembelian.

Dilihat dari ilustrasi tersebut, peran keempat utusan pedagang di atas setidaknya dapat dijelaskan sebagai tujuan dasarnya:

1. Untuk memberi kesan bahwa sejumlah besar orang menawar barang
2. Memberi kesan bahwa kinerja pedagang itu baik, dengan bukti bahwa sejumlah besar orang menawar padanya dengan harga terbaik
3. Seolah-olah menciptakan iklim persaingan palsu
4. Cukup ciptakan lingkungan persaingan yang salah
5. Keempatnya tidak benar-benar akan membeli atau seharusnya benar-benar melakukan penjualan, tetapi itu hanya strategi untuk menipu pembeli yang sebenarnya dan memprovokasi

³ Muhamad, *Manajemen Keuangan Syariah: Analisis Fiqh dan Keuangan* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2013), 120.

2. Dasar Hukum *Bay' Al-Najasy*

Didalam buku yang berjudul *al-Wafi* (2014:301), dijelaskan bahwa hukum melakukan jual beli *najasy* adalah “Haram” bagi pelaku yang sudah mengerti larangan jual beli *najasy*. Hal tersebut sudah disepakati oleh banyak para ulama sehingga *najasy* tergolong sebagai bentuk tindakan kecurangan dan penipuan.

Pendapat lain menyatakan jual beli *najasy* itu hukumnya “Sah” untuk praktik jual belinya. Namun untuk orang yang sengaja mempraktikkan jual beli ini akan mendapatkan dosa atas tindakannya tersebut karena dinilai sebagai perbuatan maksiat.

Apabila praktik *najasy* ini dilakukan atas kerja sama antara oknum pelaku dengan penjual atau atas rekayasa si penjual, maka jual beli tersebut tidak halal. Contoh:

Pertama, Apabila perbuatan ini dilakukan dengan persetujuan penjual dan calo, dan pembeli mempunyai bukti, hukumnya adalah haram. Allah akan menjadikan kedua-duanya berdosa. Penjual dianggap telah menipu pembeli dan dengan itu pembeli berhak menuntut khiyar. Jika tiada bukti penjual dan calo merancang perbuatan tersebut pembeli tidak berhak menuntut khiyar kerana dia sendiri tidak objektif membuat penelitian.

Kedua, Kalau praktek *najasy* ini terjadi tanpa pengetahuan penjual, maka dosa akan ditanggung oleh orang yang melakukannya.

Ketiga, dosa akan ditanggung sendiri oleh penjual, apabila seseorang telah mengatakan bahwa ia telah membeli barang tersebut dengan harga yang lebih mahal dari harga yang seharusnya dengan maksud memperdayakan orang lain.⁴

Bay' al-najas tidak diperbolehkan dalam Islam, seperti yang dikatakan hakim dalam hadisnya yang benar, nabi berkata: “Jika seseorang mengintervensi pasar untuk menciptakan kenaikan harga, maka Allah berhak melemparkannya ke neraka.” Praktik ini tidak hanya tidak etis, tetapi juga berbahaya bagi masyarakat karena akan menyebabkan kekacauan pasar.⁵ Ibnu Abi Aufa mengatakan bahwa *al-najasy* adalah orang yang memakan riba yang berkhianat, dan *najasy* adalah penipuan yang batil dan tidak halal.⁶

Dari Abdullah bin Umar RA. berkata :

نَهَى النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ النَّجْشِ

Artinya : “Sesungguhnya Rasulullah SAW. melarang *najas*”. (HR. Muslim)

Hadis di atas menegaskan bahwa transaksi dan praktik jual beli najasy itu dilarang dalam Islam. Maksud larangan tersebut adalah haram, karena akibat negatif (mafsadah) dari praktik ini terhadap pasar dan masyarakat secara luas.⁷

⁴ Mustofa Al-Khin, dkk, *Kitab Fiqih Mazhab Syafie* (Jakarta: CV. Asy-syifa', 2013), 36

⁵ Veithzal Rivai, dkk. *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 404.

⁶ Nashiruddin Al-Bani, penerjemah: Abdul Hayyic Al-Kattani, *Ringkasan Shahih Bukhari, Jilid-2* (Jakarta: Gema Insani, 2007), 57.

⁷ Adiwarman A. Karim Oni Sahroni, *Riba, Gharar dan Kaidah-Kaidah Ekonomi Syariah : Analisis Fikih & Ekonomi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015), 173

Rasulullah SAW. pada prinsipnya melarang *bay' al-najasy*. *Najasy* yang disebutkan dalam hadits ini adalah tindakan jual beli, sebagai berikut: orang yang ditugaskan untuk menawar barang datang ke penjual dan kemudian menawar barang dengan harga lebih tinggi dari biasanya. Ini dilakukan di depan pembeli, dan tujuannya untuk menipu pembeli. Meskipun dia sendiri tidak berniat untuk membelinya, tujuannya hanya untuk menipu pembeli dengan tawarannya. Ini adalah bentuk penipuan, sehingga disebut jual beli yang dilarang.

Ijma' Ulama menyatakan bahwa pelaku *najasy* berdosa dengan pemuatannya namun hukum jual beli *najasy* antara sah atau tidak, para Ulama berpendapat sebagai berikut :

- a) Malikiyyah dan Hanabilah berpendapat bahwa jual beli ini sah, namun pembeli memiliki khiyar (opsi pembatalan) jika terjadi ghabn diluar kewajaran.
- b) Hanafiyyah dan Syafi'iyah berpendapat bahwa jual beli ini sah, namun pelakunya berdosa, Menurut Hanafiyyah jual beli ini hukumnya makruh tahrim, terutama jika terjadi kenaikan harga diatas yang sebenarnya, sedangkan Syafi'iyah mengatakan jual beli ini haram.
- c) Ulama Syafi'iyah menggolongkan jual beli yang diharamkan namun tidak batal, artinya tetap sah.
- d) Ad-dzahiriyyah menyatakan bahwa jual beli ini fasid (rusak).

Transaksi *najasy* dilarang karena penjual meminta orang lain untuk memuji barang tersebut atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik untuk membelinya. Penawar itu sendiri tidak berniat untuk benar-benar membeli barang tersebut. Dia hanya ingin membodohi orang lain yang benar-benar ingin membeli.

Larangan *bay' al-najasy* (teknologi pasar yang dibutuhkan) memiliki *maqshad* (tujuan). Hal ini karena *bay' al-najasy* ini merupakan jenis penipuan kehidupan bisnis yang dapat merugikan mitra bisnis lain, merugikan harga pasar bahkan permusuhan antara pelaku pasar.

Dari sudut pandang ekonomi, transaksi *najasy* dilarang karena penjual memuji barang tersebut kepada orang lain atau menyuruh orang lain menawarkannya dengan harga tinggi untuk menarik pembelian. Penawar sendiri tidak mau membeli barang tersebut. Apakah Anda hanya mencoba menipu orang yang benar-benar ingin Anda beli, atau apakah Anda mencoba membeli produk atau produk dengan harga tinggi bekerja sama dengan penjual.

Sebagai aturan umum, penawar bertindak menarik dengan melebih-lebihkan barang. Dengan kata lain, sehingga menghasilkan harga yang tinggi untuk membangkitkan minat pembeli pada barang tersebut. Ketika pembeli terhasud oleh ajakan.⁸

Ketika seorang pembeli terjebak dalam tindakan penipuan, pertanyaan yang sering diajukan adalah apakah transaksi pembeli itu

⁸ Idris Parakkasi, *Pemasaran Syariah Era Digital* (Jakarta: Lindan Bestari, 2020), 214.

sah? Dalam hal ini para ulama berbeda pendapat. Ibnu Mundzir dan para ahli dhahir (ulama sastra) dan salah satu jalur sejarah di kalangan ulama mazhab Maliki mengatakan bahwa akad jual beli seperti itu dilanggar (batal). Dan pendapat ini terkenal di kalangan Hanabira. Artinya, menurut ketiga siklus tersebut, jual beli dibatalkan dan harga kembali ke harga mitsil (harga normalnya). Adapun pendapat yang terkenal antara Malikiyah dan Syafi'iyah, jual belinya tetap sah, tetapi harus ada khiyarnya. Lebih lanjut kelompok Syafi'iyah menegaskan bahwa jual beli itu sah, namun pelakunya tetap dianggap kriminal. Pendapat Syafi'iyah ini diarahkan oleh Hanafiyah sebagai pendapat yang paling benar (*qaul ashah*) dan bahkan menyebutkan *shihhatu al-bay' ma'a al-itsmi* (Membeli itu sah tetapi pelakunya bersalah). berpendapat bahwa harga dan barang yang diserahkan oleh pembeli dan penjual pada dasarnya sah dan karenanya tidak dapat dikembalikan. Lantas bagaimana dengan praktik kebohongan yang dilakukan oleh para pelaku *najasy* diatas? Imam Al-Rafii mengatakan bahwa kebohongan adalah dasar untuk menetapkan kejahatan pelaku, apalagi jika dia sudah mengetahui bahwa perbuatan itu dilarang oleh syara.

وَقَالَ الرَّافِعِيُّ أَطْلَقَ الشَّافِعِيُّ فِي الْمُخْتَصَرِ تَعْصِيَةَ النَّاجِشِ
وَشَرَطَ فِي تَعْصِيَةِ مَنْ بَاعَ عَلَى بَيْعِ أَخِيهِ أَنْ يَكُونَ عَالِمًا بِأَنَّهُ

Artinya : “Imam Al-Rafii mengatakan bahwa Imam Al-Syafi’i telah menyampaikan status maksiatnya pelaku *najasy* di dalam kita *al-Mukhtashar*, dengan *takhsish* berdasar dalil status maksiatnya orang

yang menjual barang yang diitawar oleh saudaranya, khususnya bila orang tersebut tahu bahwa praktik itu dilarang syara'." (Fathu al-Bari Syarah Shahih Bukhari li Ibn Hajar al-Asqalani, juz 4, halaman 417)

Bagaimana jika praktisi tidak mengetahui bahwa perbuatan *najasy* dilarang oleh *syara'*. Berbeda dengan penjelasan Imam al-Raffy di atas, pemahamannya adalah bahwa orang asing tidak dapat dihukum karena kemaksiatan atau mereka karena unsur jahara (kebodohan) yang mereka miliki.

3. Illat Larangan *Bay' Al-Najasy*

Para ulama berbeda dalam penafsiran mereka tentang alasan (alasan mendasar) untuk melarang *bay' najasy Pertama*, ada ulama yang berpendapat bahwa larangan tersebut karena adanya unsur khadi'ah, yaitu penipuan (transaksi palsu) yang dilakukan dengan rekayasa permintaan (*demand*), yang mengarah pada dumping (kenaikan harga). Latar belakang pedagang juga valid. Oleh karena itu, ada tiga tujuan yang ingin dicapai *najasy* agar kegiatan ini ilegal, yaitu:

1. Rekayasa disinformasi aktif,
2. Mempengaruhi opini publik,
3. *Dumping price* (menaikkan tingkat harga).

وَأَجَابَ الشَّارِحُونَ بِأَنَّ النَّجْشَ خَدِيعَةٌ وَتَحْرِيمُ الْخَدِيعَةِ وَاضِحٌ
لِكُلِّ أَحَدٍ وَإِنْ لَمْ يُعْلَمْ هَذَا الْحَدِيثُ بِخُصُوصِهِ بِخِلَافِ الْبَيْعِ
عَلَى بَيْعِ أَخِيهِ فَقَدْ لَا يَشْتَرِكُ فِيهِ كُلُّ أَحَدٍ

Artinya : "Para penyarah kitab menjawab bahwa praktik *najasy* dilarang sebab unsur khadi'ah (pemalsuan). Keharaman khadi'ah (palsu/fiktif) ini merupakan yang jelas bagi setiap orang, kendati ia belum mengetahui penjelasan hadits yang menunjukkan larangan tersebut secara khusus.

Lain halnya, dengan jual belinya seseorang terhadap barang yang masih ditawarkan oleh saudaranya, maka larangan itu tidak diketahui oleh setiap orang, (melainkan yang bersangkutan semata),” (Fathu al-Bari Syarah Shahih Bukhari li Ibn Hajar al-Asqalani, Juz 4, halaman 417)

Kedua, Imam al-Rafii (dari Syaḫīyah) berpendapat bahwa larangan itu sebenarnya karena hikmah adanya idlrrar (niat untuk merugikan) orang lain karena jual beli barang masih disediakan oleh orang lain. Meskipun *najasy* murni fiktif karena dimaksudkan semata-mata untuk rekayasa informasi dengan tujuan akhir dumping (menaikkan tingkat harga), hal ini tidak mempengaruhi keabsahan transaksi sesuai dengan pemberian hadiah dan barang. Perpindahan harga dan komoditi merupakan hal yang buruk bagi keabsahan jual beli. Adapun kebohongan yang dilakukan dalam praktik khadi'ah (memalsukan informasi positif) pelakunya dihukum sebagai *'ashins* (yaitu mereka yang melakukan maksiat karena kebohongannya).⁹

وَاسْتَشْكَلَ الرَّافِعِيُّ الْفَرْقَ بَانَ الْبَيْعِ عَلَى بَيْعِ أَخِيهِ إِضْرَارٌ
وَإِلْضْرَارٌ يَشْتَرِكُ فِي عِلْمِ تَحْرِيمِهِ كُلُّ أَحَدٍ قَالَ فَالْوَجْهُ
تَخْصِصُ الْمَعْصِيَةِ فِي الْمَوْضِعَيْنِ بِمَنْ عِلْمِ التَّحْرِيمِ

Artinya : “Imam Al-Rafii menganggap sulit untuk memerinci mengenai illat larangan jual beli barang yang ditawarkan oleh saudaranya disebabkan alasan idlrrar, khususnya bila tindakan idlar ini secara bersama-sama dilakukan oleh setiap orang yang terlibat, bersama pengetahuan mereka terhadap illat keharamannya. Oleh karena itu, Imam al-Rafi berkata: “Latar belakang dari penetapan dalil khusus kemaksiatan pada dua konteks masalah di atas (antara *najays* dan jual beli barang yang masih ditawarkan saudaranya) adalah khusus dikaitkan bagi orang yang sudah mengetahui dalil larangan praktik keduanya. (Mafhumnya; Adapun bila tidak tahu, maka ia tidak bermaksiat)” (Fathu al-Bari Syarah Shahih

⁹ Muhammad Syamsudin, Pegiat Kajian Fiqih Terapan dan Pengasuh Pondok Pesantren Hasan Jufri Putri, Pulau Bawean, Jatim

Bukhari li Ibn Hajar al-Asqalani, Juz 4, halaman 418)

Pernyataan Al-Rafii ini senada dengan pernyataan Imam Al-Syafi'i yang menegaskan:

فَمَنْ نَجَشَ فَهُوَ عَاصٍ بِالنَّجْشِ إِنْ كَانَ عَالِمًا بِالنَّهْيِ
وَالْبَيْعُ جَائِزٌ لَا يُفْسِدُهُ مَعْصِيَةُ رَجُلٍ نَجَشَ عَلَيْهِ

Artinya : “Barang siapa melakukan praktik najasy, maka dia telah berlaku maksiat sebab tahu larangan. Adapun hukum jual belinya adalah sah, dan tidak rusak sebab maksiatnya pelaku.” (Fathu al-Bari Syarah Shahih Bukhari li Ibn Hajar al-Asqalani, Juz 4, halaman 418)

B. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

1. Pengertian informasi dan transaksi elektronik

Pada bab ini akan diperkenalkan pengertian UU ITE, namun terlebih dahulu akan dijelaskan pengertian UU, informasi Elektronik dan transaksi elektronik. Penulis berpendapat bahwa beberapa definisi dari kata-kata tersebut diperlukan untuk menjelaskan beberapa definisi tersebut, agar tidak menimbulkan perbedaan penafsiran terhadap objek dan topik penelitian ini.

a. Undang-undang

Undang-undang merupakan salah satu sumber hukum formil dan materil di Indonesia. Undang-undang ialah suatu peraturan negara yang mempunyai kekuatan mengikat, diadakan dan dipelihara oleh penguasa negara.¹⁰

¹⁰ Yulies Tiena Masriani, *Pengantar Hukum Indonesia* Cet. XII, (Jakarta: Sinar Grafika, 2017), 14

Secara yuridis atau dalam perspektif hukum, undang-undang dapat memiliki dua makna:

- 1) Dari segi hukum atau hukum, undang-undang dapat memiliki dua arti: Hukum formal adalah segala bentuk peraturan perundang-undangan yang undang-undangnya dibuat oleh badan yang berwenang, yaitu DPR dan Presiden sebagai kepala pemerintahan, atau masing-masing keputusan tertulis sebagai pemegang kekuasaan eksekutif Hasil kerja sama dengan legislatif, yang memuat aturan perilaku yang mengikat secara umum. Contohnya adalah Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).
- 2) Hukum pada hakikatnya adalah setiap produk hukum yang mempunyai fungsi pengaturan (peraturan), yang bersumber dari seluruh aspek kehidupan manusia. Ekonomi, politik, sosial budaya, kesehatan, agama, dan aspek kehidupan lainnya atau keputusan tertulis apa pun yang dikeluarkan oleh pejabat yang berwenang; Berisi aturan perilaku yang mengikat atau mengikat secara umum. Bentuknya bisa multi-level, dari undang-undang dasar hingga peraturan tingkat desa. Contoh produk hukum yang dihasilkan oleh semua instansi yang berwenang membuat peraturan perundang-undangan, seperti undang-undang,

peraturan pemerintah, peraturan presiden, dan peraturan daerah.¹¹

b. Informasi elektronik

Berbicara tentang informasi, tidaklah mudah untuk mendefinisikan konsep informasi karena aspek, karakteristik, dan manfaatnya terkadang sangat berbeda satu sama lain.¹² Informasi dapat berupa kesan di benak seseorang, atau dapat berupa data yang tersusun dan diolah dengan rapi.

- a. Menurut Raymond Mc. Leod, informasi adalah data yang telah diolah menjadi bentuk yang memiliki arti bagi si penerima dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau mendatang.
- b. Menurut Tata Sutabri, informasi adalah data yang telah diklarifikasikan atau diolah atau diinterpretasikan untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan.
- c. Menurut Joneer Hasugian, informasi adalah sebuah konsep yang universal dalam jumlah muatan yang besar, meliputi banyak hal dalam ruang lingkungannya masing-masing dan terekam pada sejumlah media.
- d. Menurut Jogiyanto HM, informasi dapat didefinisikan sebagai hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu

¹¹ Ilhami Bisri, *Sistem Hukum Indonesia* Cet. II, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 36

¹² Pawit M. Yusup dan Priyo Subekti, *Teori dan Praktek Penelusuran Informasi (Informasi Retrieval)*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 1

kejadian-kejadian (*event*) yang nyata (*fact*) yang digunakan untuk pengambilan keputusan.

Secara umum, informasi dapat didefinisikan sebagai hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian yang nyata yang digunakan dalam mengambil suatu keputusan. Adapun sumber informasi adalah data yang merupakan suatu kenyataan yang menggambarkan suatu kejadian.

Mengenai pengertian elektronika, beberapa ahli juga mencoba mengemukakan definisi elektronika sebagai berikut:

- a. Menurut Fitzgerald, Higginbotham, dan Grabel, elektronika adalah cabang ilmu kelistrikan yang secara luas mempelajari penggunaan energi elektromagnetik untuk mengirimkan informasi.
- b. Menurut J. Millman, elektronika adalah ilmu dan teknologi lewatnya partikel bermuatan dalam gas atau vakum atau semikonduktor.
- c. Menurut E. Carol Young, elektronika mencakup studi, desain, dan penggunaan perangkat berdasarkan konduksi listrik dalam ruang hampa, gas, dan semikonduktor.

Berdasarkan uraian di atas, yang dimaksud dengan informasi adalah data, teks, gambar, kode program komputer, dan elektronika adalah suatu teknologi dengan sifat elektrik, digital, magnetik, nirkabel, optik, elektromagnetik. Dengan demikian, istilah informasi

elektronik berarti bahwa informasi yang dihasilkan dikirim, diterima, disimpan, dan dioleh secara elektronik, tetapi tidak terbatas pada data elektronik, e-mail, telegram, atau situs-situs media sosial lainnya.¹³

Sesuai dengan Pasal 1 Nomor 1 ayat 1 UU. Menurut Peraturan ITE No. 11 Tahun 2008, informasi elektronik mengacu pada satu atau sekelompok data elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada teks, suara, gambar, peta, desain, foto, Internet Data Elektronik (EDI), surat elektronik (e-mail), telegram, teleks, teleks, dll, olahan huruf, simbol, angka, kode akses, simbol atau perforasi yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang dapat memahaminya.¹⁴

c. Transaksi elektronik

Saat ini, perusahaan dan industri di seluruh dunia berlomba untuk menangkap dan mengeksplorasi berbagai potensi internet. Karena sifat Internet yang bersifat global (global), para pelaku perdagangan online memiliki peluang yang lebih banyak dan lebih cepat dari sebelumnya, yaitu untuk merebut peluang bisnis domestik dan internasional.

Faktanya, banyak perusahaan saat ini mulai mencoba menggunakan Internet untuk memperluas saluran distribusi, menghindari persaingan langsung di tempat penjualan *offline*, sebagai sumber informasi dan

¹³ Informasi Elektronik Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

¹⁴ Tim Redaksi BIP, *Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik* Cet. 1, (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2017), 32

sarana komunikasi, untuk pekerjaan pemasaran, periklanan, dan hubungan pelanggan.

Dalam berbagai transaksi *online*, pedagang memiliki direktori khusus di mana calon pembeli dapat memperoleh informasi dan deskripsi produk dan barang yang ditawarkan. Selain itu, calon pembeli dapat memesan secara *online* atau melalui telepon, dan barang dikirim melalui metode pengiriman tradisional.¹⁵ Menurut Pasal 1 (2) UU ITE, transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer dan/atau media elektronik lainnya.¹⁶

Oleh karena itu, menurut hemat penulis, UU ITE adalah undang-undang atau seperangkat aturan yang mengatur informasi dan transaksi elektronik, serta tata cara penerbitan atau penyajian informasi dan transaksi baik dengan menggunakan media elektronik.

UU ITE memiliki yurisdiksi atau yurisdiksi sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 2 UU No. 2. Keputusan No. 11 Tahun 2008 tentang ITE menyatakan bahwa undang-undang ini berlaku untuk semua orang yang melakukan perbuatan hukum berdasarkan undang-undang ini di dalam dan di luar wilayah hukum Indonesia, yang mempunyai akibat hukum di Indonesia dan/atau di luar wilayah hukum Indonesia, merugikan kepentingan Indonesia.

¹⁵ Raida L. Tobing, *Penelitian Hukum Tentang Efektivitas UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik* (Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional, 2010), 13

¹⁶ Tim Redaksi BIP, *Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik*, 33

Dalam penafsiran Pasal 2 UU ITE disebutkan bahwa Undang-undang mempunyai yurisdiksi tidak hanya terhadap perbuatan hukum yang berlaku di Indonesia dan/atau dilakukan oleh warga negara Indonesia, tetapi juga perbuatan hukum yang dilakukan di luar ruang lingkup undang-undang (yurisdiksi). Indonesia, oleh warga negara Indonesia, dan warga negara asing atau badan hukum Indonesia atau badan hukum asing yang mempunyai akibat hukum di Indonesia, dengan memperhatikan bahwa penggunaan teknologi informasi untuk informasi elektronik dan transaksi elektronik dapat bersifat lintas wilayah atau pervasif. Yang dimaksud dengan merugikan kepentingan Indonesia meliputi, namun tidak terbatas pada, merugikan kepentingan nasional, perlindungan data strategis, martabat bangsa, pertahanan dan keamanan negara, kedaulatan negara, warga negara, dan badan hukum Indonesia.

Informasi elektronik adalah suatu unit data elektronik atau kumpulan data elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada kata-kata, suara, gambar, peta, desain, foto, pertukaran data elektronik (ED4, e-mail), telegram, teleks, faks, dll., huruf, tanda, angka, kode akses, simbol atau mesin perforasi yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang dapat memahaminya.¹⁷ Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan

¹⁷ Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 1 angka 1.

komputer, jaringan komputer dan/atau media elektronik lainnya.

Peran teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi menempatkannya pada posisi yang sangat strategis karena menghadirkan dunia tanpa batas, jarak, ruang dan waktu, yang berimplikasi pada peningkatan produktivitas dan efisiensi. Pengaruh globalisasi yang dibawa oleh penggunaan fasilitas teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara hidup dan berkembangnya masyarakat dalam tatanan kehidupan yang baru, mendorong perubahan sosial, ekonomi, budaya, pertahanan, keamanan, dan penegakan hukum.¹⁸

Kemajuan teknologi saat ini memungkinkan pengguna internet untuk aktif dan bebas mengunggah foto, video atau sekedar menulis, dan siapa saja yang memiliki akses internet bisa menjadi jurnalis. sangat mudah untuk melaporkan kasus tertentu. Kita bisa langsung mengambil gambar dan mengunggahnya ke blog, atau bahkan ke situs *facebook* atau *friendster*, dan bahkan bisa dibaca oleh banyak orang.¹⁹

Teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini telah diterapkan dalam kehidupan sosial masyarakat dan memasuki semua bidang kehidupan, baik itu departemen pemerintahan, departemen bisnis, perbankan, pendidikan, kesehatan, atau kehidupan pribadi.

¹⁸ Siswanto Sunarso, *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009), 39.

¹⁹ Merry Magdalena, *UU ITE don't be the next victim*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), 39.

Selain memberikan dampak positif, manfaat teknologi informasi dan komunikasi juga diyakini menawarkan peluang untuk digunakan sebagai sarana melakukan kejahatan baru (*cyber crime*), sehingga memerlukan tindakan perlindungan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa TIK seperti pedang bermata dua, selain memberikan kontribusi positif bagi peningkatan kesejahteraan, kemajuan dan peradaban manusia, juga merupakan sarana perilaku anti-manusia yang potensial dan efektif hukum.²⁰

Mengingat pembobolan kartu, peretasan, penipuan, terorisme dan penyebaran informasi yang merusak telah menjadi bagian dari aktivitas penjahat dunia maya, perilaku ilegal di dunia maya adalah fenomena yang sangat mengkhawatirkan. Hal ini sangat kontras dengan kurangnya peraturan yang mengatur penggunaan TIK di seluruh sektor terkait. Oleh karena itu, untuk menjamin kepastian hukum, pemerintah memiliki kewajiban untuk mengatur berbagai kegiatan terkait pemanfaatan teknik informasi dan komunikasi.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik merupakan wujud tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh negara untuk memberikan perlindungan yang maksimal bagi semua kegiatan yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi di dalam negeri agar terlindungi dengan baik dari potensi

²⁰ Siswanto Sunarso, *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009), 41.

kejahatan dan teknologi. Dalam pembukaan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang ITE disebutkan bahwa pembangunan nasional pemerintahan Indonesia dari era orde baru hingga orde baru merupakan proses berkelanjutan yang harus selalu menjawab berbagai dinamika yang terjadi di dunia. masyarakat. Akibat pengaruh globalisasi informasi, dinamika kehidupan masyarakat memungkinkan penyebaran teknologi informasi ke seluruh lapisan masyarakat secara optimal, merata, dan disebarluaskan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa.²¹

Pesatnya perkembangan dan kemajuan teknologi informasi, salah satu penyebab perubahan aktivitas kehidupan manusia di berbagai bidang, dan secara langsung berdampak pada lahirnya bentuk-bentuk baru proses hukum. Penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi harus terus dikembangkan dalam rangka memelihara, melestarikan, dan memperkuat kesatuan dan keutuhan negara hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlandaskan kepentingan nasional. Selanjutnya, pemanfaatan teknologi informasi berperan penting dalam perdagangan dan pertumbuhan ekonomi nasional untuk kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, pemerintah perlu mendukung perkembangan teknologi informasi melalui infrastruktur hukum dan regulasi agar dapat digunakan secara aman dan mencegah penyalahgunaannya oleh masyarakat Indonesia dengan memperhatikan

²¹ Ibid., 42

nilai-nilai agama dan sosial budaya. Perkembangan dan penggunaan teknologi informasi, media dan komunikasi telah mengubah perilaku sosial dan peradaban manusia dalam skala global. Perkembangan tersebut melahirkan rezim hukum baru yang dikenal dengan *cyber law* atau hukum telematika. Hukum *siber* atau *cyber law* secara internasional digunakan untuk istilah hukum yang terkait dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi.²²

Demikian pula UU Internet Kendaraan Bermotor merupakan perwujudan dari perpaduan hukum telekomunikasi, hukum media, dan hukum informasi. Istilah lain yang juga digunakan adalah Hukum Teknologi Informasi (*IT Law*), *Cyberspace Law* (*Virtual Law*) dan *Cyberspace Law*. Istilah ini lahir untuk memperhitungkan kegiatan yang dilakukan melalui jaringan sistem komputer dan sistem komunikasi, baik lokal maupun global (internet), memanfaatkan teknologi informasi berbasis sistem komputer, sistem elektronik visual. Permasalahan hukum yang sering dihadapi adalah terkait dengan transfer informasi, komunikasi dan/atau transaksi secara elektronik, khususnya yang berkaitan dengan pembuktian dan hal-hal yang berkaitan dengan perbuatan hukum yang dilakukan melalui sistem elektronik.

²² Siswanto Sunarso, *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009), 43.

2. Jenis-Jenis Transaksi Elektronik (*E-Commerce*)

Sebagai suatu jaringan publik (*publik network*), internet memungkinkan untuk diakses oleh siapa saja dan dari berbagai kalangan. Sehingga dengan demikian e-commerce yang beraktivitas menggunakan media internet pun dapat dilakukan oleh siapa saja dan dengan tujuan apapun. Maka dari itu Panggih P. Dwi Atmojo mengklasifikasikan jenis-jenis transaksi elektronik menjadi tiga jenis, yaitu:²³

a. *Business to Business (B to B)*

Bisnis ke bisnis merupakan sistem komunikasi bisnis antar pelaku bisnis atau dengan kata lain transaksi secara elektronik antar perusahaan (dalam hal ini pelaku bisnis) yang dilakukan secara rutin dan dalam kapasitas atau volume produk yang besar. Aktivitas *ecommerce* dalam ruang lingkup ini ditujukan untuk menunjang kegiatan para pelakubisnis itu sendiri. Pebisnis yang mengadakan perjanjian tentu saja adalah para pihak yang bergerak dalam bidang bisnis yang dalam hal ini mengikatkan dirinya dalam suatu perjanjian untuk melakukan usaha dengan pihak pebisnis lainnya. Pihak-pihak yang mengadakan perjanjian dalam hal ini adalah *Internet Service Provider (ISP)* dengan atau *keybase* (ruang elektronik), ISP itu sendiri adalah pengusaha yang menawarkan akses kepada internet. Sedangkan internet merupakan suatu jalan bagi komputer-komputer untuk

²³ Panggih P. Dwi Atmojo, *Internet Untuk Bisnis 1*, (Jogjakarta: Dirkomnet Training, 2002), 6

mengadakan komunikasi bukan merupakan tempat akan tetapi merupakan jalan yang dilalui. Adapun karakteristik yang umum akan segmentasi bisnis ke bisnis menurut OnnoW.Purbo dan Aang Arief Wahyudi antara lain:

- 1) *Trading partners* yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Pertukaran informasi berlangsung diantara mereka dan karena sudah sangat mengenal, maka pertukaran informasi dilakukan atas dasar kebutuhan dan kepercayaan;
- 2) Pertukaran yang dilakukan secara berulang-ulang dan berkala format data yang telah disepakati. Jadi *service* yang digunakan antara kedua sistem tersebut samadan menggunakan standar yang sama pula;
- 3) Salah satu pelaku tidak harus menunggu *partners* mereka untuk mengirimkan data;
- 4) Model umum yang dilakukan adalah *peer to peer* dimana *processing intelecenge* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis. Contoh jual beli tanah.

b. *Costumer to Costumer (C to C)*

Business to costumer dalam *e-commerce* merupakan suatu transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan pelaku usaha dan pihak konsumen untuk memenuhi suatu²⁴kebutuhan tertentu dan pada

²⁴ Jay MS, *Peran e-Commerce dalam Sektor Ekonomi dan Industry*, makalah disampaikan pada seminar sehari aplikasi internet di era millenium ketiga, (Jakarta, 2000), 7

saat tertentu. Dalam transaksi bisnis ini produk yang diperjualbelikan mulai produk barang dan jasa baik dalam bentuk berwujud maupun dalam bentuk elektronik atau digital yang telah siap untuk dikonsumsi. Adapun karakteristik *dari e-commerce* jenis ini adalah:

- 1) Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarluaskan secara umum pula;
- 2) *Service* yang diberikan bersifat umum sehingga mekanisme dapat digunakan oleh banyak orang, sebagai contoh karena sistem web telah umum di kalangan masyarakat maka sistem yang digunakan sistem web pula;
- 3) *Service* yang diberikan adalah berdasarkan permintaan. Konsumen berinisiatif sedangkan produsen harus siap merespon terhadap inisiatif konsumen tersebut;
- 4) Sering dilakukan pendekatan *client-server* di mana konsumen di pihak client menggunakan sistem yang minimal (berbasis *web*) dan penyedia barang atau jasa (*business procedure*) berada pada pihak *server*. Contoh penjualan buku *online*

c. *Customer to Customer (C to C)*

Konsumen ke konsumen merupakan transaksi bisnis elektronik yang dilakukan antara konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu pula, segmentasi konsumen ke konsumen ini sifatnya lebih khusus karena transaksi dilakukan oleh konsumen ke konsumen yang memerlukan transaksi. Internet telah

dijadikan sebagai sarana tukar menukar informasi tentang produk baik mengenai harga, kualitas dan pelayanannya. Selain itu antara *customer* juga dapat membentuk komunitas pengguna/penggemar produk tersebut. Ketidakpuasan konsumen dalam mengkonsumsi produk dapat tersebar luas melalui komunitas-komunitas tersebut. Internet telah menjadikan customer memiliki posisi tawar yang lebih tinggi terhadap perusahaan dengan demikian menuntut pelayanan perusahaan menjadi lebih baik. Contoh ebay.com sebagai perantara lelang/jual beli online.

Pada prakteknya model transaksi yang banyak dipakai oleh konsumen sampai saat ini adalah *Business to Customer (B to C)* yang merupakan sistem komunikasi *online* antarpelaku usaha dengan konsumen yang pada umumnya menggunakan internet. Karena menguntungkan antar pelaku bisnis. Misalnya perusahaan A membutuhkan beberapa unit sepeda motor dan memesannya pada perusahaan B, maka perusahaan A dapat memesan melalui situs perusahaan B. Pembayaran dilakukan sesuai kesepakatan dan barang akan dikirim. Seperti perusahaan A dan B memiliki hubungan bisnis yang baik. Pada saat perusahaan A membutuhkan sepeda motor maka perusahaan A akan memesan kepada perusahaan B. jika perusahaan B membutuhkan unit *computer* maka akan memesan pada perusahaan A. Dengan adanya hubungan tersebut membuat 2 perusahaan tersebut saling mendukung produk temannya sehingga dapat menarik konsumen

lain untuk membelinya. Selain itu antar perusahaan dapat memberikan masukan untuk perusahaan kedepannya.

Perjanjian yang dipakai dalam aktivitas *e-commerce* pada dasarnya sama dengan perjanjian yang dilakukan dalam transaksi konvensional, akan tetapi perjanjian yang dipakai dalam *e-commerce* merupakan perjanjian yang dibuat secara elektronik atau kontrak elektronik.

Menurut Johannes Gunawan, “kontrak elektronik adalah kontrak baku yang dirancang, dibuat, ditetapkan, digandakan, dan disebarluaskan secara digital melalui situs internet (*website*) secara sepihak oleh pembuat kontrak (dalam hal ini pelaku usaha), untuk ditutup secara digital pula oleh penutup kontrak (dalam hal ini konsumen).

3. Prinsip-Prinsip Tentang Transaksi Elektronik

Dalam ketentuan hukum Indonesia mengenai transaksi elektronik diatur dalam Pasal 1, Pasal 10 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

“Dikatakan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer atau media elektronik lainnya”. Transaksi jual beli secara elektronik merupakan salah satu wujud dari ketentuan di atas. Dalam transaksi jual beli elektronik tersebut, para pihak yang terlibat telah menjalin hubungan hukum berupa perjanjian atau kontrak, yang juga dilakukan secara elektronik dan disebut dengan kontrak elektronik, yaitu

perjanjian yang tertuang dalam kontrak elektronik, dokumen elektronik, atau media elektronik lainnya.

Dalam melakukan transaksi elektronik terdapat beberapa prinsip yang terkait dengan penyelesaian sengketa perdagangan, yaitu:

1) Prinsip kesepakatan para pihak

Ini adalah prinsip dasar untuk menyelesaikan sengketa komersial internasional, termasuk transaksi ilegal melalui internet. Prinsip ini juga menjadi dasar penghentian proses penyelesaian sengketa yang sedang berlangsung. Asas ini sangat penting dan logis, karena dalam suatu sengketa setidaknya dari para pihak yang berkonflik tentu sangat penting agar para pihak sepakat untuk memilih cara penyelesaian sengketa tersebut. Pengadilan harus menghormati kesepakatan para pihak.

2) Prinsip keabsahan memilih cara-cara penyelesaian sengketa

Jika terjadi perselisihan, para pihak memiliki kebebasan penuh untuk memilih metode yang mereka gunakan untuk menyelesaikan perselisihan tersebut.

3) Prinsip kebebasan memilih hukum

Kebebasan para pihak untuk menentukan undang-undang ini termasuk kebebasan untuk memilih apa yang pantas atau pantas (*ex aequo et bono*). Asas ini berkaitan dengan penetapan pengadilan atas sumber sengketa berdasarkan asas ketidakberpihakan, kepatutan, atau

kelayakan penyelesaian sengketa. Kebebasan memilih undang-undang ini (*lex ccause*) memiliki keterbatasan, yaitu:

- a) Tidak bertentangan dengan undang-undang atau ketertiban umum;
 - b) Kebebasan tersebut hanya dilaksanakan dengan iktikad baik
 - c) Hanya berlaku untuk hubungan bisnis (kontrak)
 - d) Hanya berlaku dalam bidang hukum bisnis (dagang)
 - e) Tidak berlaku untuk menyelesaikan sengketa tanah
 - f) Tidak untuk menyeludupkan hukum;
- 4) Prinsip iktikad baik (*good faith*)

Prinsip itikad baik dianggap sebagai prinsip dasar dan inti dari penyelesaian sengketa. Prinsip ini menuntut dan mewajibkan para pihak untuk menyelesaikan sengketa dengan itikad baik. Apalagi diwujudkan dalam dua tahap. Pertama, prinsip itikad baik diperlukan untuk mencegah terjadinya perselisihan yang dapat mempengaruhi hubungan baik antar bangsa. Kedua, prinsip yang harus ada ketika para pihak menyelesaikan perselisihan yang dikenal dalam hukum komersial internasional, yaitu: negosiasi, mediasi, arbitrase, pengadilan atau metode yang dipilih oleh para pihak, dll.

- 5) Prinsip *Exhaustion of Local remedies*

Asas ini pada mulanya diturunkan dari asas-asas hukum kebiasaan internasional. Menurut prinsip ini, hukum kebiasaan internasional menetapkan bahwa sebelum mengajukan sengketa ke Mahkamah Internasional, para pihak harus terlebih dahulu mengambil

(menghabiskan) langkah-langkah penyelesaian sengketa yang tersedia atau diizinkan oleh warga negara atau negara.

Saat jual beli secara elektronik, sama halnya dengan transaksi jual beli normal di dunia nyata. Dilakukan oleh pihak-pihak terkait, walaupun dalam jual beli elektronik ini para pihak tidak bertemu secara langsung, melainkan berkomunikasi melalui internet. Saat membeli atau menjual secara elektronik, pihak-pihak yang terlibat antara lain:²⁵

- a) Penjual atau pedagang atau pengusaha yang menawarkan produk melalui Internet sebagai pelaku usaha;
- b) Pembeli atau konsumen, yaitu setiap orang yang tidak dilarang oleh undang-undang, yang menerima tawaran dari penjual atau pelaku usaha dan ingin memperdagangkan penjualan atau pembelian produk yang ditawarkan oleh penjual/pelaku usaha/pemasar;
- c) Bank bertindak sebagai penyalur dana dari pembeli atau konsumen kepada penjual atau pelaku usaha/mars karena dalam transaksi jual beli elektronik, penjual dan pembeli tidak bertatap muka. Karena berada di lokasi yang berbeda, pembayaran dapat dilakukan melalui perantara, dalam hal ini bank;
- d) Provider sebagai penyedia jasa layanan akses internet.

Penyedia bertindak sebagai penyedia layanan akses Internet. Transaksi jual beli elektronik adalah hubungan hukum yang menggabungkan jaringan sistem informasi berbasis komputer

²⁵ Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, (Jakarta : PT. Grapindo Persada, 2002), 65

dengan sistem dan layanan komunikasi berbasis web telekomunikasi. Hubungan hukum yang terjadi dalam suatu transaksi jual beli secara elektronik terjadi tidak hanya antara pengusaha dengan konsumen, tetapi juga antara pihak-pihak berikut :²⁶

- (1) *Business to Business*, dalam hal ini transaksi yang terjadi antar perusahaan, dimana baik pembeli maupun penjual adalah perusahaan dan bukan perorangan. Transaksi ini biasanya dilakukan karena sudah saling mengenal dan telah melakukan transaksi jual beli untuk menjalin kerjasama antar perusahaan;
- (2) *Costumer to Costumer*, adalah transaksi jual beli antar individu yang akan saling menjual barang;
- (3) *Costumer to Business*, adalah transaksi yang terjadi antara individu sebagai penjual dan perusahaan sebagai pembeli;
- (4) *Costumer to Government*, adalah transaksi antara individu dengan pemerintah, seperti pembayaran pajak.

C. Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) Pasal 378

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1946 “tentang Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) dalam bab XXV diatur tentang Perbuatan Curang atau dalam arti yang luas tindak pidana ini disebut bedrog. Dalam bab XXV bedrog terdiri dari berbagai macam bentuk

²⁶ Ibid., 77

tindak pidana penipuan yang” diatur mulai dari pasal 378 sampai dengan 395 KUHP.²⁷

Perumusan tindak pidana didalam KUHP saat ini kebanyakan bersifat konvensional dan belum secara “langsung dikaitkan dengan perkembangan *cybercrime*. Selain itu KUHP masih memiliki kelemahan dan keterbatasan dalam menghadapi perkembangan teknologi dan kejahatan berteknologi tinggi yang bermacam-macam.

Dalam tindak pidana penipuan saat ini baik secara konvensional dan online pada prinsipnya sama, yang membedakan” hanya terletak pada sarana perbuatan itu dilakukan yakni menggunakan sistem elektronik seperti komputer, internet, serta perangkat telekomunikasi. Secara hukum, sehingga penipuan secara online dapat diberlakukan sama dengan delik konvensional yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP).

Tindak pidana yang diatur di dalam pasal 378 KUHP ini disebut tindak pidana penipuan dalam bentuk pokok yang lazim disebut “*oplichting*”. Ketentuan pasal 378 KUHP berbunyi :²⁸

“Barang siapa dengan maksud menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum, dengan memakai nama hukum palsu atau martabat palsu, dengan tipu muslihat, ataupun dengan rangkaian

²⁷ Josua Sitompul, *Cyberspace Cybercrimes Cyberlaw Tinjauan Aspek Hukum Pidana*, (Jakarta: Tatanusa, 2012), 48.

²⁸ R. Soesilo, 1996, *Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) serta Komentar-Komentarnya Lengkap Pasal Demi Pasal*, (Bogor: Politea, 1996), 260.

kebohongan menggerakkan orang lain untuk menyerahkan sesuatu benda kepadanya, atau supaya memberi hutang maupun menghapuskan piutang, diancam karena penipuan dengan pidana penjara paling lama empat tahun”

Unsur “menyerahkan suatu barang/benda dalam tindak pidana penipuan ini tidaklah harus dilakukan sendiri secara langsung oleh orang yang tertipu kepada orang yang menipu.” Hal ini juga harus dimungkinkan oleh orang yang melakukannya kepada kurir dari orang yang menyerahkan pernyataan yang keliru itu. Perlu diperhatikan bahwa untuk keadaan ini, mengingat tidak adanya unsur tujuan, hal itu berarti tidak boleh merupakan akibat langsung dari usaha yang dilakukan oleh para pelaku pemerasan.

Selain itu, dengan menggunakan “nama palsu dan bangsawan palsu, yaitu bukan menggunakan nama palsu, hal ini terjadi ketika seseorang yang menggunakan nama selain namanya, karena” mendapatkan produk yang harus diberikan kepada orang yang namanya dirujuk sebelumnya. Alasan seseorang yang kita klaim dengan mencoba menggunakan nama palsu yang dia tahu adalah nama orang lain sehingga barang yang diberikan kepada orang lain akan diberikan kepadanya karena dia menggunakan nama penerima yang sebenarnya. Dalam keraguan palsu keyakinan di sini adalah untuk menentukan dirinya sendiri suatu keadaan yang tidak benar dan yang membuat korban menerima, dan karena itu ia menyerahkan sesuatu atau memberikan atau menghapus catatan interior.

Diingat untuk arti menghormati, misalnya, adalah otoritas seseorang tertentu, atau pengacara dari orang lain, atau penerima, warisan otoritas.

Dalam unsur memakai tipu muslihat “dan unsur memakai rangkaian kebohongan terdapat hubungan yang sangat erat antar keduanya. Unsur tipu muslihat merupakan rangkaian kata-kata dari suatu perbuatan yang sedemikian rupa, sehingga perbuatan tersebut menimbulkan kepercayaan terhadap orang lain. Sedangkan yang dimaksud dengan rangkaian kebohongan ialah sebuah” rangkian katakata dusta atau kata-kata yang bertentangan dengan kebenaran yang memberikan kesan seolah-olah apa yang dikatakan itu adalah benar adanya.

Ketentuan-ketentuan Pasal 378 KUHP tersebut diatas, “maka tindak pidana penipuan (dalam bentuk pokok) mempunyai unsur-unsur sebagai berikut:²⁹

1. Unsur-unsur objektif, yang terdiri dari:
 - a. Menggerakkan;
 - b. Orang lain;
 - c. Untuk menyerahkan suatu barang/benda;
 - d. Untuk memberi hutang;
 - e. Untuk menghapus piutang;
 - f. Dengan menggunakan daya uapaya seperti:
 - Memakai nama atau,
 - Martabat palsu,

²⁹ Tongat, *Hukum Pidana Materii*, (Malang: UMM Press, 2003), 72.

- Dengan tipu muslihat, dan
 - Rangkaian kebohongan.
2. Unsur-unsur subjektif, terdiri dari:
- a. Dengan maksud,
 - b. Untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain, dan
 - c. Secara melawan hukum

Kita juga perlu melihat misrepresentasi di bawah KUHP dalam semua aspeknya. Pada mulanya, pelaku unjuk rasa kriminal secara langsung melanggar individu. Kedua, taktik yang diatur dalam Pasal 378 KUHP bersifat terbatas dan ekspansif, terutama penggunaan nama samaran, ketidakjujuran, dan jalan cerita. Arti penting dari delimitasi adalah bahwa Pasal 378 KUHP hanya mengatur empat strategi dan tidak menyebutkan strategi lainnya. Namun, trik dan sirkuit terhubung dengan cara yang sangat terorganisir.

Seperti yang ditunjukkan Clerin, “Pelanggaran penilaian dimanifestasikan dalam pelanggaran hasil (*gevolgsdelicten*) dan pelanggaran penyerahan (*gedragsdelicten*) atau komisi. Umumnya, pelanggaran di bagian misrepresentasi adalah karena hasil (*gevolgsdelicten*) dan pelanggaran (*gedragsdelicten*). Administrator melihat pemerasan sebagai suatu kesalahan penyajian yang besar. Ini adalah model pemerasan yang bersandar pada konteks sejarah demonstrasi. Di Belanda, rincian kejahatan telah berubah beberapa kali, sehingga di balik frasa “biarkan seseorang memberikan sesuatu”

ada kata untuk mengontrol informasi yang memiliki nilai ekonomi dalam lalu lintas pertukaran.

Pemerasan yang terjadi di dunia digital seharusnya bekerja dengan cara yang berbeda, dari yang sederhana hingga yang canggih. Pemerasan langsung, salah satunya dengan mengirimkan informasi palsu atau menyamar sebagai orang lain secara ilegal dan menyebarkan pernyataan palsu melalui jaringan.

Kita dapat melihat bahwa dalam pedoman KUHP ini, syarat unjuk rasa menjadi kendala. Pertama, para penjahat mengirim representasi palsu dari bingkai PC. Kedua, kegiatan para pelaku aksi unjuk rasa sulit untuk digolongkan ke dalam strategi-strategi yang diatur dalam KUHP dengan alasan bahwa teknik-teknik yang diarahkan dalam KUHP selama ini difokuskan pada individu, bukan kerangka PC.³⁰

Asas legalitas merupakan asas dasar dalam hukum pidana, yang mengacu pada asas umum yang mengutamakan kualifikasi pidana dan harus dimasukkan ke dalam peraturan perundang-undangan terlebih dahulu. Asas ini juga tercermin dalam Pasal 54(1) “UU Informasi dan Transaksi Elektronik” Undang-undang ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan, yaitu ketentuan hukum pidana dari “UU Informasi dan Transaksi Elektronik”. akan berlaku. sejak tanggal diundangkan. Asas

³⁰ Maskun, *Kejahatan Siber (Cyber Crime) Suatu Pengantar*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 18.

ini merupakan asas umum, yaitu syarat-syarat untuk melakukan tindak pidana harus terlebih dahulu dimasukkan ke dalam peraturan perundang-undangan, baru kemudian tingkah laku subjek hukum memenuhi syarat-syarat yang ditentukan oleh peraturan perundang-undangan, tingkah laku tersebut dapat dimasukkan ke dalam peraturan perundang-undangan. Sebagai kejahatan, itu bisa dihukum.³¹

Meskipun aturan legitimasi, standar penerapan hukum pidana di bidang inovasi data setara dengan standar umum dalam hukum pidana, khususnya aturan teritorial, aturan etnis yang dinamis, pedoman identitas yang tidak terlibat, dan aturan identitas. semua inklusivitas. Mengenai persyaratan tersebut, standar penggunaan hukum pidana diatur dalam Pasal 2 sampai dengan 9 KUHP. Standar penggunaan hukum pidana ini sebagaimana diungkapkan sulit diterapkan dalam mengelola pelanggaran terkait PC, dengan alasan pelanggaran tersebut dapat dilakukan lintas negara (transnasional), dan di internet (virtual), sehingga dapat dilakukan di mana saja. kasus dapat dimanfaatkan sebagai premis dalam menangani kasus. Pelanggaran terkait PC di Indonesia.

Selain itu, adapun ketentuan pidana yang mengatur tentang perbuatan berlanjut diatur dalam Pasal 64 KUHP, yang berbunyi:³²

³¹ Widodo, *Aspek Hukum Pidana Kejahatan Mayantara*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013), 20.

³² R. Soesilo, *Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) serta Komentar-Komentarnya Lengkap Pasal Demi Pasal*, (Bogor: Politea, 1996), 81.

1. "Jika beberapa perbuatan perhubungan, sehingga dengan demikian harus dipandang sebagai satu perbuatan yang diteruskan, maka hanya satu ketentuan pidana saja yang digunakan walaupun masing-masing perbuatan itu menjadi kejahatan atau pelanggaran. Jika hukumannya berlainan, maka yang digunakan ialah peraturan yang terberat hukuman utamanya.
2. Begitu juga hanya digunakan satu ketentuan pidana saja, bila orang dipersalahkan memaksu atau merusakkan uang dan memakai benda untuk melakukan perbuatan memalsu atau merusak uang.
3. Akan tetapi jika kejahatan yang diterangkan dalam pasal 364, 373, 379 dan ayat pertama dari pasal 407, dilakukan sebagai perbuatan yang diteruskan dan jumlah dari harga kerugian atas kepunyaan orang lantaran perbuatan terus menerus itu semua lebih dari Rp 25, maka masing - masing dihukum menurut ketentuan pidana dalam pasal 362, 372, 378 dan 406."

Beberapa perbuatan yang satu sama lain ada hubungannya itu supaya dapat dipandang sebagai suatu perbuatan yang diteruskan menurut pengetahuan dan praktek harus memenuhi syarat-syarat, yaitu:³³

- a. Harus timbul dari satu niat atau kehendak atau keputusan.
- b. Perbuatan-perbuatannya itu harus sama atau sama macamnya.

³³ Ibid., 82.

- c. Waktu antaranya tidak boleh terlalu lama. Penyelesaiannya mungkin makan waktu tahunan, akan tetapi perbuatan berulang-ulang untuk menyelesaikan itu antaranya tidak boleh terlalu lama.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III
PRAKTIK JUAL BELI FIKTIF PADA AKUN *SHOPEE GBM_SIDOARJO*
DI KABUPATEN SIDOARJO

A. Jual Beli di Dunia Maya (*E-commerce*)

E-commerce yang disebut dengan transaksi elektronik yang merupakan sebuah transaksi yang dilakukan dengan menggunakan sistem informasi. *Electronic e-commerce* adalah suatu kegiatan dari bisnis yang menyangkut konsumen atau manufaktur dan pedagang dengan menggunakan jaringan *computer* atau lewat *handhphone* dengan menggunakan data internet. Saat ini transaksi yang dilakukan dengan sebuah media elektronik seperti internet, web yang merupakan salah satu imlementasi dari bisnis *online*. Berbicara dengan dunia bisnis *online* tidak lepas dari transaksi seperti jual beli dimedia via internet seperti akun *shopee* dan *tokopedia* serta *lazada* yang berhubungan dengan jual beli dimedia internet.¹

Transaksi didunia akun *shopee* dan dunia maya para pihak yang bertransaksi didunia maya tidak bertemu secara langsung, baik secara audia ataupun audio visual, selain itu komunikasi antara keduanya bisa melalui tulisan seperti chat ditoko yang menjualkan produk.

¹ Imam Mustofa, “*Transaksi Elektronik (E-commerce) dalam perspektif Fiqih*”, Jurnal Hukum Islam, (Pekalongan: STAIN Pekalongan, Volume 10, No. 2, Desember, 2012), 159-160

Bagi seorang konsumen yang dapat bertransaksi dengan menggunakan sistem *e-commerce* yang mempunyai beberapa kelebihan dan kelemahan diantaranya sebagai berikut:

1. Kelebihan *E-commerce*

- a. Konsumen dapat mengakses penuh selama 24 jam tanpa adanya jeda waktu dan hari
- b. Lebih banyak pilihan yang konsumen ingin beli di daftar supplier internasional sehingga konsumen dapat memilih produk-produk yang banyak.
- c. Perbandingan harga dari toko lain biasanya konsumen lebih memilih harga yang terjangkau murah dari pada yang mahal.
- d. Proses pengantaran produk yang inofatif yang lebih mudahnya konsumen tidak perlu ke tokonya langsung namun ada kurir yang mengantarkan produk tersebut.

2. Kekurangan *E-commerce*

- a. Biaya tambahan untuk dapat mengakses internet
- b. Berkurangnya waktu untuk berinteraksi secara langsung dengan orang lain
- c. Berkurangnya rasa kepercayaan konsumen.

B. Sejarah Berdirinya Akun Shopee Gbm_Sidoarjo

Akun *shopee gbm_sidoarjo* sebuah toko *online* di *shopee* yang menjual aneka jenis pakaian mulai dari dress, kaos, kemeja, cardigan dan jilbab. beralamat di Tulangan, Kabupaten Sidoarjo. Tepatnya di Jl. Rajawali VIII-B Dusun Ganting RT 13 RW 05 Desa Kenongo Tulangan, Sidoarjo. Akun *shopee gbm_sidoarjo* didirikan pada bulan Mei tahun 2017 oleh seseorang yang bernama Faradillah Ita Rosliana sebagai pelaku usaha yang kini berusia 22 tahun, dimana ia juga menempuh pendidikan Strata Satu (S1) di Universitas Negeri Surabaya. Selain membuka toko *online*, ia juga menjadi guru les private Sekolah Dasar (SD) yang dapat disesuaikan dengan jadwal kuliah ataupun kerja sehingga tidak akan mengganggu aktivitas utama kita, apalagi dimasa pandemi ini yang mengakibatkan sekolah di liburkan dimana anak SD sedang butuh-butunya belajar tatap muka seperti *private*. Akan tetapi ia juga fokus ke toko *online* yang didirikannya sejak tahun 2017 sampai sekarang.

Alasan mendirikan toko *online* yang bergerak di bidang *fashion* ini dikarenakan banyak peluang yang sangat luas serta minat masyarakat lebih besar untuk produk *fashion* apalagi anak muda jaman sekarang lebih suka belanja *online* dibanding langsung ke tokonya, ujarnya saat wawancara.²

² Faradillah Ita Rosliana, Pelaku Usaha, Wawancara, 11 November 2021

Sebenarnya ia tidak berniat sama sekali untuk membuka usaha toko *online* ini, kebetulan saja ia pada waktu SMA ingin mendapatkan uang jajan tambahan lalu ia berinisiatif menjual produk fashion. Dimana pada waktu itu ia membawa barang jualannya di sekolah dan pembeli pertamanya teman sekelasnya. Lalu ia berinisiatif promosi lewat *instagram* dengan bentuk *hashtag* saja di sosial media. Akhirnya semakin bertambahnya hari, semakin banyak masyarakat yang berminat dengan produk yang ia jual. Akan tetapi pada waktu itu banyak pembeli dari luar kota yang mengakibatkan memberatkan biaya pengirimannya. Hingga saat itu juga ia berinisiatif untuk mencoba membuat akun *shopee* supaya tidak memberatkan biaya pengiriman, ujarnya saat wawancara.³

Ia berinisiatif untuk membuat akun *shopee* dengan tujuan memudahkan pembeli mendapatkan gratis ongkir saat transaksi, tetapi di awal pembuatan akun *shopee*, masih belum ada status terjual dan penilain penjualan di *shopee*. Lalu ia meminta tolong pada kerabat terdekatnya untuk membantu melakukan orderan fiktif tanpa mengirim barang sekaligus diminta untuk melakukan penilaian barang pada akun *shopee* dengan tujuan meningkatkan kepercayaan konsumen selanjutnya ketika ingin melakukan pembelian produknya.⁴

³ Faradillah Ita Rosliana, Pelaku Usaha, Wawancara, 11 November 2021

⁴ Faradillah Ita Rosliana, Pelaku Usaha, Wawancara, 11 November 2021

Hal tersebut terjadi karena rata rata konsumen ketika ingin membeli produk di *shopee* pasti akan mempertimbangkan *feedback* dari konsumen sebelumnya untuk memastikan produk yang dijual sesuai dengan harga dan tentunya dalam kondisi yang bagus.⁵

C. Produk-produk Pada Akun Shopee *Gbm_Sidoarjo*

Produk adalah bagian utama dalam menjalankan bisnis. Jika ada produk, pasti ada transaksi. Sebaliknya jika tidak ada produk maka transaksi tidak akan berjalan. Dalam dunia bisnis, suatu produk bisa berupa barang atau jasa. Ketika suatu produk hendak menggebrak pasar, tentunya produk tersebut harus diperhatikan karena produk itulah yang dikonsumsi konsumen. Pada Akun *shopee gbm_sidoarjo* konsumen bisa melihat produk-produk *fashion* tersebut melalui media sosial yakni *shopee*. Berikut ini adalah produk-produk yang dijual oleh toko *online gbm_sidoarjo*, yaitu:

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁵ Faradillah Ita Rosliana, Pelaku Usaha, Wawancara, 11 November 2021

Gambar 3:1

Produk dalam berupa baju long dress lengan pendek



Deskripsi barang 3:1 yaitu: *Long dress* lengan pendek

Bahan: soft spandex (tebal dan adem), size Fit to L dan LD 80 cm panjang 122 cm (bahan melar), berat 220 gr (1 kg muat 5-6 pcs).

Kesalahan size tidak bisa ditukar harap ukur sebelum melakukan pemesanan, pesanan diproses berdasarkan varian yang dipilih bukan chat atau komentar.

Gambar 3.2

Produk dalam berupa baju *Long dress* gamis bella premium



Deskripsi barang 3.2 yaitu : Long dress gamis bella premium

Bahan: Peach Chosibo Premeum

Karakteristik kain Chosibo Permukaan kain lebih terlihat bercahaya dan lembut ditangan serta sifatnya jatuh berkarakter crape dengan sandy effect (tidak licin) banyak berbagai warna, size : XXL (LD 120 cm panjang 135 cm) panjang lenggan 55-60 cm. Kualitas nyaman dipakai untuk busui, dijamin harga murah, model simpel dan bahan yang berkualitas , 100% barang baru.

Gambar 3.3

Produk dalam berupa baju blouse bordir



Deskripsi barang nomor 3.3 yaitu : Blouse Bordir

Bahan : Moscrepe mix bordir dengan berbagai ukuran (S, M, L, XL, XXL, 5L) yang memiliki tekstur kulit jeruk seperti susunan butiran pasir yang halus, memiliki serat kain yang tebal dan tidak menerawang dan tidak mudah kusut dan nyaman dipakai.

Gambar 3:4

Produk dalam berupa baju cardigan *ruffle*



Deskripsi barang nomor 3:4 yaitu : Cardigan ruffle

Bahan : wolvis , Lingkar Dada free size karena terbuka, panjang baju (60-62 cm), panjang tanggal (48-60 cm).

Gambar hanya sebagai referensi memiripan gambar dengan aslinya 85-90% dan bisa terjadi karena perbedaan warna lebih tua/lebih muda dikarenakan pencahayaan saat difoto, selain itu akan ada *resctok* dan membeli kain di toko kain kadang *stock* agak tua/agak muda sedikit, dan diusahakan semirip mungkin dengan melakukan pembelian dan tidak keberatan dengan hal tersebut.

Gambar diatas merupakan salah satu contoh produk yang dijual di akun *shopee Gbm_Sidoarjo*.

D. Latar Belakang Jual Beli Fiktif di Akun Shopee Gbm_Sidoarjo

Shopee merupakan aplikasi online di Indonesia yang menerapkan konsep *e-commerce* atau belanja *online*. Aplikasi belanja ini menyediakan

berbagai informasi produk melalui pemasaran virtual untuk transaksi *online* melalui aplikasi *mobile*.⁶

Shopee, mobile marketplace pertama dengan gratis ongkos kirim di Indonesia, memasuki pasar Indonesia pada Mei 2015. *Shopee* menawarkan pengalaman berbelanja baru di Indonesia. Aplikasi ini membantu penjual menjual dengan mudah dan memberi pembeli proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik terintegrasi. Saat ini, aplikasi *shopee* tersedia untuk perangkat yang menjalankan sistem operasi android dan iOS. *Shopee* tidak hanya hadir di pasar Indonesia, namun sebelumnya juga telah hadir di Malaysia, Singapura dan Vietnam.⁷

Fitur yang ditawarkan *shopee* sebagai *e-commerce mobile platform* antara lain fitur live chat yang memudahkan komunikasi antara penjual dan pembeli. *Shopee* juga menawarkan fitur-fitur baru seperti koleksi penjual (produk paling populer masing-masing penjual), *feed* beranda, pencarian tag, tag tren, dan subkategori untuk keperluan navigasi. Kinerja bisnis *shopee* tercermin di enam negara di Asia Tenggara. Total nilai transaksi *shopee* di Asia Tenggara dan Taiwan melebihi US\$3 miliar. Diluncurkan pada tahun 2015, *shopee* disebut-sebut sebagai aplikasi *mobile commerce* berbasis marketplace pertama. *Shopee* juga menempati peringkat 1 dalam

⁶ Fitri Margaretha, *Analisis Hubungan Antara Motif Dengan Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee Sebagai Media Berbelanja Online Pada Shopeechilics Di Kota Samarinda*, *E-Journal Ilmu Komunikasi* Volume 5, no. Nomer 4 (2017), 27.

⁷ Ibid., 27

10 Aplikasi C2C/P2P Teratas (Apple iOS) dan 10 Aplikasi C2C/P2P Teratas (Google Play) menurut ecommerceiq.asia.⁸

Pada waktu itu pelaku usaha yang berinisial FIR yang dulunya jualan hanya di akun *instagram*, ketika ada pembeli dari luar kota harus membayar ongkir dan pada saat itu pembeli dari luar kota tadi menyarankan untuk berjualan di *shopee* supaya bisa menikmati gratis ongkir. Lalu ia berinisiatif untuk membuat akun *shopee* dengan tujuan memudahkan pembeli mendapatkan gratis ongkir saat transaksi, tetapi di awal pembuatan akun *shopee*, masih belum ada status terjual dan penilain penjualan di *shopee*.

Tidak pikir panjang ia meminta tolong pada kerabat dekat untuk membantu melakukan orderan fiktif tanpa mengirim barang sekaligus diminta untuk melakukan penilaian barang pada akun *shopee* si penjual dengan tujuan meningkatkan kepercayaan konsumen selanjutnya ketika ingin melakukan pembelian produknya. Untuk buat beli produknya nanti dikembalikan pada saat pemesanan di terima. Pelaku usaha yang berinisial FIR berinisiatif melakukan jual beli fiktif di awal ini terjadi karena rata rata konsumen ketika ingin membeli produk di *shopee* pasti akan mempertimbangkan *feedback* dari konsumen sebelumnya untuk memastikan produk yang dijual sesuai dengan harga dan tentunya dalam kondisi yang bagus.⁹

⁸ Permana dan Djatmiko, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (EService Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopice Di Bandung*, 65–66

⁹ Faradillah Ita Rosliana, *Pelaku Usaha*, Wawancara, 11 November 2021

E. Karakteristik Barang yang di Perjualbelikan

Kata jual beli di *online* sebenarnya kata yang tidak asing lagi bagi kehidupan masyarakat Indonesia dan dunia yang sudah terbiasa menggunakan akses sebagai fasilitas internet. Namun terkadang banyak masyarakat yang kurang mengetahui apa sebenarnya jual beli *online* tersebut.

Jual beli *online* yang memiliki makna yang secara bisa terhubung dan terkoneksi oleh internet dan siap untuk di oprasikan dapat dikomunikasi lewat handphone dengan menggunakan aplikasi *shopee*. Jual beli di *shopee* sebagai suatu keadaan dimana handphone sudah terhubung dengan internet.

Sementara yang dimaksud dengan jual beli *online* yang menggunakan fasilitas jaringan internet untuk melakukan upaya penjualan atas produk-produk yang setiap toko mempromosikan untuk diperjualbelikan.

Para penjual *online* yang berada di aplikasi *shopee* yang memiliki strategi dalam memasarkan produk yang dijual, mereka bersaing dengan berbagai cara ada yang bersaing dengan cara yang sehat dan ada juga yang bersaing secara tidak sehat, dan juga dengan cara yang curang seperti mencantumkan gambar yang tidak sesuai dalam jual belinya, hal tersebut banyak dilakukan oleh penjual fiktif *online* yang dimana tujuannya untuk menarik perhatian pembeli dan mendapatkan keuntungan.

Barang yang tidak sesuai dengan gambar yang untuk mengakali sipembeli untuk dapat mempercayai barang tersebut.dalam berbagai banyak kasus pada jual beli *online*, yang mana penjual barang secara sengaja antara

ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya memposting gambar yang tidak sesuai untuk membuat pembeli tertarik, gambar yang diupload oleh penjual tidak sesuai dengan barang yang diupload penjual, sehingga hal tersebut dapat merugikan si pembeli karena tidak puas dengan barang dan bahan yang dipasarkan oleh penjual.

Dalam memasarkan produknya penjual yang melakukan jual beli fiktif di media *shopee* yang mengupload gambar yang bagus dan membayar orang lain guna memberikan komentar yang positif mengenai barang yang dijual sehingga para pembeli tertarik dengan adanya postingan pembeli yang memberikan rating bintang 5 (lima) dengan membodohi pelanggan lainnya guna mendapatkan keuntungan dan banyak yang memesan barang tersebut sehingga dapat menambahkan eksistensi barang yang dijual oleh penjual dengan memberikan pernyataan palsu dikolom komentar barang tersebut. Para penjual barang tersebut yang memiliki banyak strategi dan berbagai macam alasan mengapa mereka melakukan itu. Seperti yang dikatakan oleh Rina yang diwawancarai oleh penulis pada tanggal 15 februari 2022 dengan menyatakan:

Penulis : Apa motivasi anda untuk melakukan jual beli fiktif dan bagaimana sistem pembayarannya untuk melakukan jual beli fiktif serta bagaimana awal mula terjadinya jual beli fiktif dan apakah semua pembeli di akun *shopee* anda mengetahui praktik jual beli fiktif ini dan apakah keuntungannya melakukan praktik jual beli fiktif seperti yang anda lakukan

di *shopee* dan apakah anda melakukan jual beli fiktif hanya dengan kerabat anda saja ?

Pertanyaan tersebut dilontarkan oleh penulis kepada Rina sebagai pelaku pembeli fiktif di akun *shopee Gbm _Sidoarjo*.¹⁰

Jawaban dari Rina : Bahwa jual beli fiktif tersebut dilakukan guna membantu penjual untuk dapat meningkatkan ranting performa dari tokonya serta penjual langsung mentrasfer uang kesaya yang akan digunakan untuk *checkout* ke saya untuk mengintruksikan untuk *order* barang tertentu lalu saya *checkout* sesuai dengan arahan penjual serta hal tersebut dilakukan karena awal mulanya karena penjual baru memulai jualannya sehingga si penjual masih sepi pembeli yang ditokonya makanya si penjual mengakalinya dengan cara jaul beli fiktif karena sipembeli tidak akan mengetahui bahwa hal tersebut merupakan jual beli fiktif dan ada yang tau karena tidak semua penjual yang tercatat adalah fiktif. Serta dari keuntungan si penjual hanya bisa meningkatkan *feedback* penjualan dan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen selanjtnya Ketika ingin melakukan pembelian produk sehingga hal tersebut guna melakukan jual beli fiktif cuman menyuruh orang-orang terdekat saja yang melakukan praktik fiktif.¹¹

Sedangkan penulis melakukan wawancara dan melontarkan berbagai pertanyaan bagi sang pembeli yang melakukan jual beli fiktif diantaranya saudari Nada yang merupakan kerabat dekat dengan pemilik akun *shopee* yang melakukan jual beli fiktif yang menyatakan isi pernyataanya bahwa

¹⁰ Wawancara tanggal 15 februari 2022

¹¹ Wawancara tanggal 16 februari 2022

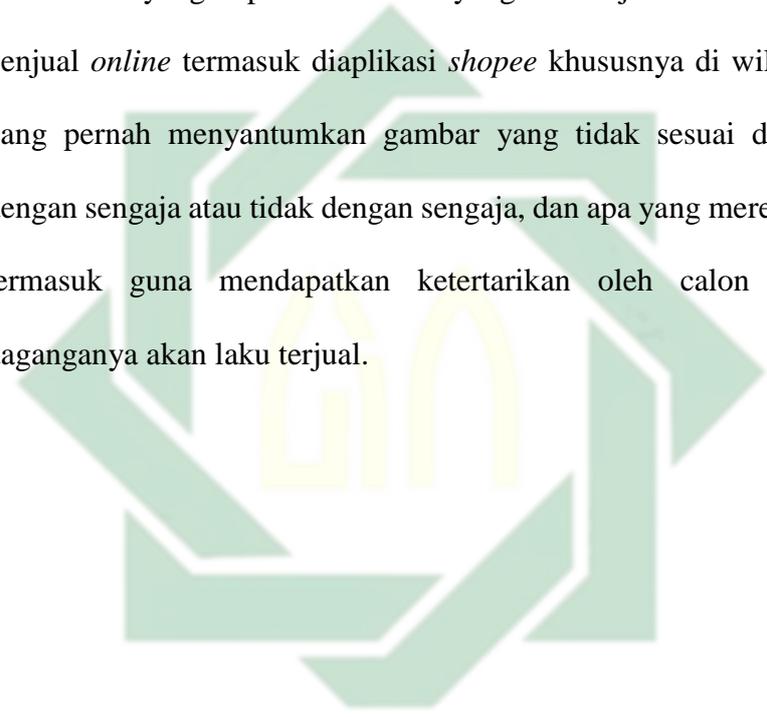
“saudara Nada ingin membantu ranting olshop tersebut guna menjadi bintang lima (5) dan hal tersebut dilakukan karena itu merupakan usaha dari teman saya sendiri serta dari yang saya berikan ranting lima (5) setelah membeli barang dari toko milik teman saya, uang saya dikembalikan 100 % oleh pihak penjual penjual hanya membutuhkan rantingnya naik dengan adanya penjualan fiktif, dan menurut saya hal tersebut tidak dibenarkan karena saya sendiri sebenarnya tidak mengetahui kualitas asli dari produk tersebut sehingga orang-orang yang akan membeli bisa saja terjebak dari ulasan fiktif tersebut.

Dari pernyataan teman lainnya yang bernama Maya yang merupakan pembeli dari barang fiktif yang diwawancara oleh penulis yang menyatakan “bahwa hal tersebut mengikuti praktik jual beli fiktif karena salah satunya guna meningkatkan ranting toko diawal perintisan toko dan saya mengetahui adanya jual beli fiktif tersebut diakun *shopee* diberitahu oleh temanya sehingga saya tidak merasa dirugikan sehingga menurut saya hal tersebut merupakan sah saja untuk dilakukan dan tidak ada unsur yang dirugikan dan unsur paksaan sehingga saya hanya bisa membantu usaha teman saya”.

Penulis melakukan wawancara dari pembeli yang dirugikan atas adanya jual beli fiktif ditoko tersebut yang menyatakan “bahwa dari adanya ranting yang menunjukkan bintang lima (5) yang membuat sistem percaya dan melihat komentar barang yang dijual sehingga timbul lah kepercayaan bahwa barang tersebut akan datang dengan bahan yang bagus yang sesuai

dengan komentar yang diutarakan di toko tersebut sehingga saya memesan dari barang yang dipasarkan saya percaya adanya hal tersebut setelah barang datang yang saya pesan tetapi tidak sesuai dengan yang ada dikomentar saya tertipu dan merasakan dirugikan oleh pihak penjual barang tersebut“.

Data yang diperoleh diatas yang menunjukkan bahwa mayoritas penjual *online* termasuk diaplikasi *shopee* khususnya di wilayah Sidoarjo yang pernah menyantumkan gambar yang tidak sesuai dengan aslinya dengan sengaja atau tidak dengan sengaja, dan apa yang mereka lakukan itu termasuk guna mendapatkan ketertarikan oleh calon pembeli dan dagangannya akan laku terjual.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV
ANALISIS TERHADAP JUAL BELI FIKTIF PADA AKUN
SHOPEE GBM_SIDOARJO

A. Praktik Jual Beli Fiktif pada Akun *Shopee Gbm_Sidoarjo*

Jual beli secara *online* memang menjadi tren dunia perbelanjaan saat ini. Pasalnya, belanja melalui online atau internet memudahkan pembeli dalam memesan berbagai barang dimanapun dan kapan saja. Kemudahan ini diciptakan oleh berbagai perusahaan dengan meluncurkan *Electronic Commerce (E-Commerce)*, salah satunya yakni dengan adanya aplikasi *shopee*.

Shopee merupakan salah satu aplikasi belanja *online* yang hampir digunakan oleh semua lapisan masyarakat mulai dari orang tua hingga anak-anak. Kemudahan belanja *online* melalui *shopee* yakni dapat dijalankan oleh semua orang, sebab fitur yang tersedia di dalamnya mudah dimengerti. Selain menjadi pembeli, aplikasi *shopee* juga memberi ruang bagi masyarakat untuk menjadi penjual atau penyedia barang. Dengan demikian menjadi tanda bahwa masyarakat dapat mengambil keuntungan dari kemajuan teknologi.

Adapun penjual harus melakukan beberapa tahapan agar barang yang dijual dapat ditemui banyak orang. Salah satu tahapan terpenting dalam berjualan di aplikasi *shopee* yakni dalam memposting barang jualan serta deskripsi yang harus dicantumkan dalam gambar barang. Hal ini menjadi penentu bagi pembeli untuk *check out* barang atau tidak. Sebab pembeli

menilai pada gambar yang diposting oleh penjual serta deskripsi yang dicantumkan dalam produk tersebut.

Namun yang terjadi pada jual beli di *gbm_sidoarjo* yakni bahwa penjual dengan sengaja melakukan kecurangan. Hal ini dibuktikan dengan adanya gambar produk yang dijual namun tidak sesuai dengan barang aslinya serta deskripsi yang dicantumkan tidak sesuai dengan keadaan produk saat jual beli. Jual beli semacam ini termasuk bentuk kecurangan dalam transaksi. Selain menggunakan gambar dan deskripsi karangan, penjual juga membayar konsumen untuk memberi rating tinggi pada barang yang dijual tersebut.

Jual beli fiktif merupakan jual beli dengan melakukan penipuan, baik pada barang yang dijual maupun cara menjualnya. Fiktif merupakan mengadakan sesuatu yang pada kenyataannya tidak ada. Dalam jual beli yang dilakukan oleh penjual pada toko *online gbm_sidoarjo* melakukan rekayasa pasar, yakni dengan meminta orang lain agar membeli dan memberi rating tinggi pada toko tersebut. selain itu penjual memposting barang jualan yang pada kenyataannya tidak sesuai dengan barang yang dijual.

Salah satu hasil wawancara yakni pada salah satu konsumen bayaran dengan nama Rina, yang diminta penjual untuk memberikan rating tinggi dan penilaian bagus pada kolom komentar pembeli. Hal itu dilakukan tidak lain untuk menarik minat masyarakat agar membeli produk di *gbm_sidoarjo* tersebut.

Dari hasil wawancara lain juga mengungkapkan sama bahwa pihak penjual *gbm_sidoarjo* meminta kerabat dekatnya untuk memesan serta

memberikan penilaian yang bagus agar masyarakat lain yang melihatnya terjebak dan melakukan *check out* barang tersebut. Hal tersebut menjadi bukti adanya kecurangan dalam transaksi jual belinya yang menyebabkan kerugian bagi pembeli.

B. Analisis Hukum Islam terhadap Jual Beli Fiktif pada Akun Shopee Gbm_Sidoarjo

Islam mengatur segala bentuk kegiatan manusia, mulai dari ibadah hingga muamalah. Kegiatan muamalah merupakan kegiatan yang melibatkan beberapa orang seperti jual beli, gadai serta sewa. Jual beli merupakan pertukaran barang dengan harga melalui ayat pembayaran yang sah. Dalam Islam akad jual beli dikenal dengan nama *bay'*. Adapun jual beli (*bay'*) disini memiliki beberapa macam sesuai dengan transaksi yang dilakukan kedua belah pihak. Dalam penelitian ini teori yang relevan dengan kasus yang ada yakni mengenai *bay' al-najasiy*.

Bay' al-najasiy merupakan jual beli dengan merekayasa pasar. Produsen (pembeli) menciptakan permintaan palsu, seolah-olah ada permintaan yang besar untuk produk tertentu, sehingga harga produk akan naik. Ada banyak cara untuk mengadopsi, dari menyebarkan masalah dan menempatkan pesanan pembelian hingga benar-benar membeli produk yang dijual. Hal tersebut sebagai insentif untuk menciptakan sentimen pasar. Jika harga naik ke tingkat yang disyaratkan, produsen akan mendapatkan keuntungan besar.

Bay' al-najasiy sering diartikan sebagai jual beli dengan provokasi harga oleh rekayasa permintaan. Dalam kajian fiqh klasik, contoh teknis ini adalah

ada seorang pedagang dengan empat bawahan. Keempatnya diminta berpura-pura menawar barang yang dijual oleh penjual. Tujuannya agar siapa saja yang merasa tertarik untuk datang ke stand tersebut dapat terlibat dalam praktik transaksi pembelian.

Adapun dalam jual beli *online gbm_sidoarjo* melalui *shopee* yang dilakukan dengan rekayasa untuk memperoleh rating yang tinggi sudah termasuk dalam bentuk *bay' al-najasy*. Sebab memenuhi kriteria jual beli yang direkayasa untuk menarik perhatian konsumen lain agar membeli barang di *gbm_sidoarjo*.

Sama halnya dengan jual beli pada umumnya, bahwa setiap akad yang dilakukan oleh masyarakat harus memenuhi beberapa rukun jual beli. Sebagaimana disebutkan dalam bab sebelumnya bahwa rukun jual beli meliputi:

1. Orang yang berakad (penjual dan pembeli)

Bahwa jelas dalam akad ini jual beli dilakukan oleh orang yang sudah baligh dan berakal. Selain itu keduanya melakukan dengan kemauan sendiri tanpa adanya paksaan. Sehingga dalam rukun ini telah dipenuhi oleh para pelaku.

2. Nilai tukar barang (uang)

Bahwa dalam jual beli ini pembayaran bisa dilakukan dengan sistem transfer dan Cash on Delivery (COD) oleh pembeli melalui akun *shopee*. Jumlah pembayaran sesuai dengan harga yang tertera dalam gambar

produk yang dijual oleh toko *gbm_sidoarjo*. Dalam rukun ini terpenuhi yakni dengan adanya pembayaran dengan alat bayar yang sah.

3. Barang yang dibeli

Adapun barang yang diperjual belikan haruslah barang yang halal dan suci. Dalam toko *gbm_sidoarjo* menjual produk berupa pakaian. Syarat yang lain bahwa barang yang dijual juga harus sesuai spesifikasi serta jumlahnya. Adapun dalam hal ini foto yang ditampilkan oleh *gbm_sidoarjo* tidak sesuai dengan barang aslinya, sehingga terdapat cacat dalam rukun ini. Bahwa *gbm_sidoarjo* mengirim barang yang berbeda jauh dengan foto dan spesifikasi yang ditampilkan di toko *online shopee*.

4. *Shigat* (Ijab qabul)

Sebagai suatu hal utama dari suatu akad, bahwa *sighat* harus jelas dan dimengerti oleh para kedua belah pihak. Dalam jual beli ini penjual telah melakukan akad secara tertulis melalui akun jual beli *online shopee*.

Sehingga akad disepakati keduanya sehingga berakhir pada jual beli dengan kesepakatan.

C. Analisis Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 terhadap Jual Beli Fiktif pada Akun *Shopee Gbm_Sidoarjo*

Sebagai negara hukum yang menjunjung keadilan berdasarkan hukum yang berlaku, pemerintah menciptakan ribuan aturan untuk mencegah terjadinya perselisihan. Hukum tercipta karena adanya suatu kejadian atau peristiwa yang mengharuskan hukum itu ada untuk menata masyarakat. Salah

satunya yakni dengan adanya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. .

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik merupakan wujud tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh negara untuk memberikan perlindungan yang maksimal bagi semua kegiatan yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi di dalam negeri agar terlindungi dengan baik dari potensi kejahatan dan teknologi. Dalam pembukaan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang ITE disebutkan bahwa pembangunan nasional pemerintahan Indonesia dari era orde baru hingga orde baru merupakan proses berkelanjutan yang harus selalu menjawab berbagai dinamika yang terjadi di dunia. masyarakat. Akibat pengaruh globalisasi informasi, dinamika kehidupan masyarakat memungkinkan penyebaran teknologi informasi ke seluruh lapisan masyarakat secara optimal, merata, dan disebarluaskan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa.

Maraknya penipuan baik secara terang-terangan maupun melalui dunia maya memberikan dampak buruk bagi hukum di Indonesia. Penipuan merupakan perbuatan pidana yang diancam dengan hukuman. Akhir-akhir ini banyak cara manusia untuk mempertahankan hidup meskipun dengan cara-cara yang dapat merugikan orang lain.

Kecanggihan teknologi selain memberikan dampak baik bagi pengetahuan dan kreatifitas masyarakat, tentunya juga memiliki dampak negatif yang dapat merusak fungsi teknologi itu sendiri. Salah satunya yakni

dengan menjadikan elektronik sebagai alat meraup keuntungan meskipun dengan cara merugikan orang lain.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana disebutkan bahwa Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer dan/atau media elektronik lainnya.

Dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik merupakan wujud dari perlindungan konsumen dalam melakukan transaksi *online*. Sebagaimana dilakukan toko *online* dengan nama *gbm_sidoarjo* yang merupakan salah satu merchant di aplikasi jual beli *online* *shopee*. Toko tersebut menjual barang dengan mencantumkan foto serta deskripsi yang tidak sesuai dengan barang aslinya. Selain itu penjual telah merekayasa kecurangan yakni dengan meminta kerabat atau orang lain sebagai pembeli dan memberikan rating yang tinggi terhadap toko tersebut dengan alasan agar orang lain tertarik untuk membeli barang di toko tersebut.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik secara langsung tidak mengatur tentang penipuan. Namun dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE mengatur larangan menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan timbulnya kerugian konsumen dalam transaksi elektronik sebagai berikut “Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik, maka

diancam dengan pidana penjara maksimal 6 tahun dan/atau denda maksimal Rp 1 miliar.

Dalam menentukan bahwa seseorang telah melanggar pasal 28 ayat (1) UU ITE harus memenuhi unsur:

1. Delik pidana dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE bukan merupakan delik pemidanaan terhadap perbuatan menyebarkan berita bohong (*hoax*) secara umum melainkan perbuatan menyebarkan berita bohong dalam konteks transaksi elektronik seperti transaksi perdagangan daring.

Dalam kasus yang terjadi di toko *online gbm_sidoarjo* diketahui bahwa penjual telah melakukan penipuan terhadap barang dagangan dan hal ini dilakukan pada jual beli *online shopee* tentunya perbuatan tersebut merupakan bagian dari pelanggaran terhadap pasal 28 ayat (1) UU ITE.

2. Berita atau informasi bohong dikirimkan melalui layanan aplikasi pesan, penyiaran daring, situs atau media sosial, loka pasar (*marketplace*), iklan dan/lainnya melalui sistem elektronik. Dalam jual beli yang dilakukan oleh *gbm_sidoarjo* jelas telah melakukan penipuan serta dilakukan melalui marketplace yang berupa *shopee*.
3. Bentuk transaksi elektronik bisa berupa perikatan antara pelaku usaha/penjual dengan pembeli. Dalam kasus ini bahwa penipuan yang dilakukan toko *online gbm_sidoarjo* memiliki hubungan perikatan dengan korban yakni sebagai pembeli sebab terjadi dalam transaksi jual beli online yang melibatkan dua pihak.

4. Pasal 28 ayat (1) UU ITE tidak dapat dikenakan kepada pihak yang melakukan wanprestasi dan/atau mengalami *force majeure*. Sedangkan dalam kasus penipuan jual beli online bahwa pembeli bukan merupakan orang yang wanprestasi. Konsumen sebelumnya tidak mengenal penjual akan tetapi membeli karena tertarik pada komentar baik dan foto yang secara fiktif dilakukan oleh penjual.
5. Pasal 28 ayat (1) UU ITE merupakan delik materiil sehingga kerugian konsumen sebagai akibat berita bohong harus dihitung dan ditentukan nilainya. Kasus jual beli *online* yang dilakukan toko online *gbm_sidoarjo* melalui *market place shopee* mengakibatkan kerugian terhadap pembeli, sehingga agar pembeli diberikan hak-haknya maka jual beli tersebut dapat dimintakan pertanggungjawaban kepada penjual. Misalnya dengan meminta ganti rugi maupun meminta agar barang yang dibeli bisa dikembalikan.

Dengan demikian bahwa jual beli yang dilakukan toko *online gbm_sidoarjo* melalui *market place shopee* dianggap telah melakukan rekayasa pasar yakni dengan memanipulasi gambar yang diposting pada halaman toko serta menipu konsumen dengan membayar orang agar memberikan rating dan komentar yang baik sehingga dapat menarik minat beli konsumen terhadap barang yang diperjual belikan tersebut.

D. Analisis Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) Pasal 378

Tindak pidana penipuan menurut pasal 378 KUHP adalah: “barang siapa dengan maksud menguntungkan diri sendiri atau orang lain dengan

melawan hukum, dengan memakai nama palsu ataupun rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan sesuatu barang kepadanya atau supaya memberi hutang maupun menghapuskan piutang dengan pidana penjara paling lama empat tahun dan denda paling banyak Sembilan ratus ribu rupiah”.

Kemudian tindak pidana penipuan akibat transaksi online ini mengakibatkan kerugian konsumen di media internet maka tindak pidana penipuan pada pasal 378 KUHP dihubungkan (*juncto*) dengan pasal 28 ayat (1) Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik yang berbunyi: “setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik”.

Dengan sanksi pidana pasal 45 ayat (2) UU ITE: “setiap orang yang memenuhi unsure sebagaimana dimaksud dalam pasal 28 ayat (1) dan (2) di pidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)”.

Penipuan bisnis online mengacu pada perilaku penipuan yang terjadi ketika penjahat menggunakan informasi elektronik untuk memanipulasi atau berbohong kepada orang lain untuk mendesak orang lain untuk membeli sejumlah barang dari mereka dan mencari keuntungan bagi penjahat dalam kegiatan bisnis jaringan mereka. Penipuan ini berawal dari *tren* banyak orang yang menggunakan sistem *online* untuk mendirikan toko karena mereka tidak perlu mengeluarkan uang untuk mendirikan toko untuk dijual., mudah dalam

mempromosikan barang mereka dengan cara meminta tolong kerabat terdekat untuk mendapatkan penilaian penjualan di *shopee* dengan ulasan yang positif dengan tujuan meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga pembeli tertarik dengan barang yang dijual. Hal ini terjadi karena rata-rata konsumen ingin membeli produk di *shopee* pasti akan mempertimbangkan *feedback* dari konsumen sebelumnya untuk memastikan produk yang dijual sesuai dengan harga dan tentunya dalam kondisi bagus.

Ada dua jenis transaksi yang biasa ditawarkan, yaitu:

1. Sistem pembeli *order* barang yang dipesan lewat *shopee*, kemudian penjual mengirimkan rekening atas nama penjual untuk pembeli transfer terlebih dahulu baru penjual mengirim barang yang di order pembeli dengan jasa pengiriman.
2. Sistem transaksi langsung dengan bertemu satu sama lain antara penjual dan pembeli dilokasi yang disepakati oleh kedua belah pihak (*cash on delivery*).

Pada kedua jenis transaksi tersebut lebih banyak terjadi kasus tindak pidana penipuan akibat transaksi elektronik, pelaku membuka tempat penjualan barang palsu sebagai penjual, isinya penuh dengan gambar barang rekayasa, kemudian pelaku menawarkan barang untuk dijual dengan harga yang sangat murah (barang harga yang lebih tinggi). di bawah harga normal barang di pasar). Setelah pelaku mendapatkan pembeli yang tergiur dengan barang murah, ia memerintahkan transfer terlebih dahulu. Setelah pembeli melakukan sesuai permintaan pelaku, barang tidak dikirim keluar, dan pelaku

meninggalkan jejak melalui penukaran. Nomor handphone dan penghapusan lapak online dan pelaku sebagai pembeli, sangat sedikit kasus penipuan di Indonesia dari pelaku sebagai pembeli.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa transaksi jual beli di internet hanya berdasarkan rasa saling percaya, dan hal ini terjadi karena tidak adanya perjanjian jual beli secara tertulis yang dapat memperkuat pembuktian para pihak, sehingga menimbulkan salah satu pihak untuk melakukan kejahatan. Transaksi jual beli online. Sebelum “UU Informasi dan Transaksi Elektronik”, karena tidak adanya unsur normatif Pasal 378 “Hukum Pidana” untuk kejahatan dunia maya *e-commerce*, sulit untuk menyelidiki penanganan kejahatan dunia maya *e-commerce*, dan sulit bagi polisi untuk memperoleh bukti dan penipuan penjahat dalam menangkap bisnis. Karena tidak ada saksi dan tidak ada perjanjian jual beli di internet, yang ada hanya perjanjian jual beli lisan berdasarkan rasa saling percaya, jadi walaupun polisi menangkap pelaku dan korban dengan bukti buku rekening, sejumlah uang ditransfer, tetap saja belum bisa membuktikan tersangka sebagai pelaku tindak pidana padahal didalam KUHAP pasal 5 ayat (1) bagian A butir 2, Selama proses pemeriksaan, polisi berkewajiban untuk menemukan bukti yang jelas dari kejahatan tersangka. Untuk dapat memindahkan suatu perkara ke tahap penuntutan, penyidik harus menemukan minimal 2 alat bukti yang sah. Oleh karena itu, apabila penyidik tidak dapat menemukan sedikitnya 2 alat bukti, penyidik dapat menghentikan penyidikan dengan mengeluarkan Surat Perintah Penghentian (SP3) berdasarkan pasal 7(1) angka 1 KUHAP.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang ditulis penulis pada bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut :

1. Jual beli fiktif pada akun *shopee* yang terdapat pada toko *gbm_sidoarjo* dengan sengaja melakukan kecurangan dan biasa dibuktikan dengan adanya gambar produk yang dijual namun tidak sesuai dengan barang aslinya serta deskripsi yang dicantumkan tidak sesuai dengan keadaan produk saat jual beli. Jual beli semacam ini termasuk bentuk kecurangan dalam transaksi pada pihak penjual *gbm_sidoarjo* meminta kerabat dekatnya untuk memesan serta memberikan penilaian yang bagus agar masyarakat lain yang melihatnya terjebak dan melakukan *check out* barang tersebut. Dalam hukum islam jual beli *online* haruslah jelas dari segi kualitas barang dan kondisi barang dan seberapa layaknnya barang itu akan dipasarkan agar terhindar dari sifat *gharar*/penipuan dengan memberikan gambar yang tidak sesuai dengan hasil barang yang tidak sesuai dengan deskripsi yang dituliskan oleh penjual dibarang tersebut sehingga dapat mengandung kesamaran barang tersebut terutama jual beli di *shopee* di akun *gbm_sidoarjo* dengan mencantumkan barang yang tidak sesuai dengan barang aslinya yang dikirimkan kepada pembeli sehingga tidak sah karena sifatnya menipu pembeli agar tertarik dengan hasil

ranting yang diberikan kepada penjual lainya dengan tipu muslihat. Dan apabila pembeli tidak keberatan atas barang yang sudah dikirimkan oleh pihak toko maka jual beli tersebut merupakan dianggap keringan khusus bagi si penjualnya.

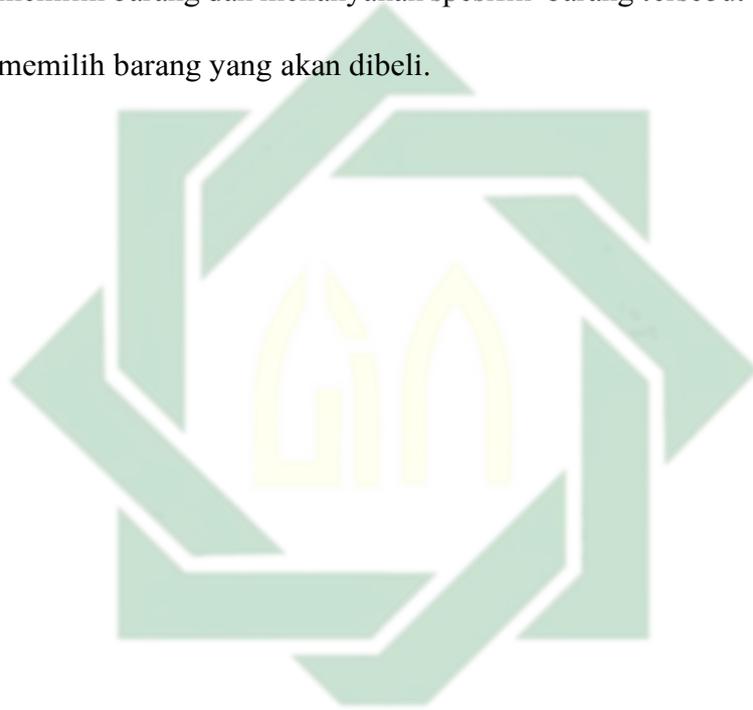
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik merupakan wujud dari perlindungan konsumen dalam melakukan transaksi *online*. Sebagaimana dilakukan toko *online* dengan nama *gbm_sidoarjo* yang merupakan salah satu *merchant* di aplikasi jual beli *online shopee* dengan penjual telah merekayasa kecurangan yakni dengan meminta kerabat atau orang lain sebagai pembeli dan memberikan rating yang tinggi terhadap toko tersebut dengan alasan agar orang lain tertarik untuk membeli barang di toko tersebut. Dalam kasus yang terjadi di toko *online gbm_sidoarjo* diketahui bahwa penjual telah melakukan penipuan terhadap barang dagangan dan hal ini dilakukan pada jual beli *online shopee* tentunya perbuatan tersebut merupakan bagian pelanggaran dari pasal 28 Undang-Undang ITE dengan ancaman pidana 6 tahun dan denda maksimal 1 miliar rupiah.

B. Saran

1. Penjual online harusnya telah mempertanggungjawabkan dan jujur dalam jual beli online dengan tidak memberikan gambaran dan deskripsi yang bukan aslinya serta memberikan barang yang sesuai dengan apa yang di deskripsikan sehingga diharapkan untuk jujur dalam melakukan jual beli

sehingga tidak ada rasa kerugian terhadap pembeli dan memberikan informasi yang sebenarnya dan dapat dipertanggungjawabkan.

2. Pembeli harus teliti dengan adanya postingan dengan gambar yang sangat menarik perhatian dalam jual beli online dan harus pandai dan teliti dalam memilih barang dan menanyakan spesifik barang tersebut sehingga dapat memilih barang yang akan dibeli.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- (ITE), Undang-undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- 1, Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) Pasal 28 Ayat.
- 1, Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 1 angka. n.d.
- 2, Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) Pasal 1 Ayat. n.d.
- 2022, Wawancara tanggal 16 februari.
- Al-Bani, Nashiruddin. *Penerjemah: Abdul Hayyie Al-Kattani, Ringkasan Shahih Bukhari, Jilid-2* . Jakarta: Gema Insani, 2007.
- Ali, Mohammad Daud. *Hukum Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Al-Khin, Mustofa, dkk. *Kitab Fiqih Mazhab Syafie* . Jakarta: CV. Asy-syifa', 2013.
- Andi, Rianto. *Metodologi Penelitian Sosial Dan Hukum Edisi Revisi, Cet-4*. Jakarta: Buku Obor, 2021.
- Angen, Monica. *99 Cara Berpikir Ala Sherlock Holmes* . Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2015.
- Arikunto, Suharsini. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Assauri, Sofjan. *Strategic Marketing:Sustaining Lifetime Customer Value* . Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012.
- Atmojo, Panggih P.Dwi. *Internet Untuk Bisnis 1*. Jogjakarta: Dirkomnet Training, 2002.
- Azzam, Abdul Aziz Muhammad. *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam* . Jakarta: AMZAH, 2010.
- Badri, Muhammad Arifin Bin. *Panduan Praktik Fikih Perniagaan Islam*. Jakarta: Darulhaq, 2018.
- Barkatullah, Abdul Halim dan Teguh Prasetyo. *Bisnis E-Commerce*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006.
- BIP, Tim Redaksi. *Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Cet. 1*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2017.
- Bisri, Ilhami. *Sistem Hukum Indonesia Cet. II*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005.
- Diantha, I Made Pasek. *Metodologi Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Teori Hukum*. Jakarta: Prenada Media Group, 2016.
- Djarmiko, Permana dan. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (EService Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Di Bandung*. n.d.
- Elektronik, Informasi Elektronik Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi. n.d.
- Faradillah Ita Rosliana, Pelaku Usaha, Wawancara, 11 November 2021. n.d.
- Farzan, Mohammad Fathan. *"Analisis Kriminologi Kejahatan Orderan Fiktif*

- Terhadap Grab Online*”. Skripsi--Universitas Bandar Lampung, 2018.
- Firmansyah, Kholis. *Karakteristik & Hukum Bisnis Syariah*. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020.
- Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama,, 2000.
- Ibrahim, Johny. *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*. (Depok: Prenada Media Group, 2018.
- Irianto, Sulistyowati. *Metode Penelitian Hukum: Konsentrasi dan Refleksi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2009.
- Karim, Adiwarmarman A.dan Oni Sahroni. *Riba, Gharar Dan Kaidah-Kaidah Ekonomi Syari'ah: Analisis Fikih Dan Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015.
- Kotler, Philip dan Garry Amstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran* . Jakarta: Erlangga, 2012.
- Magdalen, Merry. *UU ITE don't be the next victim*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Makarim, Edmon. *Kompilasi Hukum Telematika*. Jakarta : PT. Grapindo Persada, 2002.
- Mardani. *Hukum Sistem Ekonomi Islam*. Depok: Raja Grafindo Persada, 2015.
- Margaretha, Fitri. "Analisis Hubungan Antara Motif Dengan Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee SebagaiI Media Berbelanja Online Pada Shopeehilics Di Kota Samarinda." *E-Journal Ilmu Komunikasi Volume 5*, 2017: 4.
- Maskun. *Kejahatan Siber (Cyber Crime) Suatu Pengantar*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Masriani, Yulies Tiena. *Pengantar Hukum Indonesia Cet. XI*. Jakarta: Sinar Grafika, 2017.
- MS, Jay. *Peran e-Commerce dalam Sektor Ekonomi dan Industry, makalah disampaikan pada seminar sehari aplikasi internet di era millenium ketiga*. Jakarta, 2000.
- Muhamad. *Manajemen Keuangan Syariah: Analisis Fiqh dan Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2013.
- Mustofa, Imam. “*Transaksi Elektronik (E-commerce) dalam perspektif Fiqih*”, *Jurnal Hukum Islam*. Pekalongan: STAIN Pekalongan, Volume 10, No. 2, Desember, 2012.
- Narbuko, Chalid dan Abu Achmad. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 1997.
- Noor, Juliansyah. *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- . *Metodologi Penelitian (Edisi Pertama)*. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2011.
- Pangesti, Hafilah Nindya. ”*Praktik Jual Beli Rekayasa untuk Mendapat Cashback di Tokopedia Purwokerto Prespektif Hukum Syariah*”. Skripsi—IAIN Purwokerto, 2019.
- Parakkasi, Idris. *Pemasaran Syariah Era Digital* . Jakarta: Lindan Bestari, (2020).
- . *Pemasran Syariah Era Digital* . Bogor: Lindan Bestari, 2020.

- Pegiat Kajian Fiqih Terapan dan Pengasuh Pondok Pesantren Hasan Jufri Putri, Pulau Bawean, Jatim, and Muhammad Syamsudin,. n.d.
- RI, Departemen Agama. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: CV. Penerbit Jumanatul Ali, 2005.
- Rivai, Veithzal dkk. *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta:: Bumi Aksara, 2013.
- Rivai, Veithzal. *Islamic Business And Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Sahroni, Adiwarmarman A. Karim Oni. *Riba, Gharar dan Kaidah-Kaidah Ekonomi Syariah : Analisis Fikih & Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015.
- Sitompul, Josua. *Cyberspace Cybercrimes Cyberlaw Tinjauan Aspek Hukum Pidana*. Jakarta: Tatanusa, 2012.
- Soemitra, Andri. *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*. Jakarta: Kencana, 2019.
- Soesilo, R. *Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) serta Komentar-Komentarnya Lengkap Pasal Demi Pasal*. Bogor: Politea, 1996.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014.
- Sulistyanto, Sri. *Manajemen Laba: Teori dan Model Empiris*. Jakarta: Grasindo, 2008.
- Sunarso, Siswanto. *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik*. Jakarta:: PT Rineka Cipta, 2009.
- . *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009.
- Tobing, Raida L. *Penelitian Hukum Tentang Efektivitas UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional, 2010.
- Tongat. *Hukum Pidana Materiil*. Malang: UMM Press, 2003.
- Usman, Asnawir dan Basyruddin. *Media Pembelajaran*. Jakarta: Ciputat Press, 2002.
- Widodo. *Aspek Hukum Pidana Kejahatan Mayantara*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013.
- Yulianto, Bagus Tri. *Keabsahan Jual Beli Voucher Indomaret Fiktif Melalui Situs Tokopedia*. Skripsi— Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2019.
- Yusup, Pawit M. dan Priyo Subekti. *Teori dan Praktek Penelusuran Informasi (Informasi Retrieval)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.