

Analisis Konsep Jual Beli Imam Hanafi dan UU Perlindungan Konsumen terhadap Jual Beli Album K-Pop Melalui Media Sosial X

Reza Kusuma Wardami, Panji Adam Agus Putra*, Neng Dewi Himayasari

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

resaksm99@gmail.com, panjiadam@unisba.ac.id, neng.dewi.h@unisba.ac.id

Abstract. This research is motivated by the buying and selling of K-pop albums through social media X, where K-pop albums sold by the seller have contents that are given randomly. Therefore, there are buyers who feel disappointed because the contents of the K-pop album they have bought do not match what they want. The purpose of this research is to find out the concept of Imam Hanafi's sale and purchase of K-pop albums through social media X and the Consumer Protection Law. The research method used is qualitative with a juridical-empirical approach. By using data sources obtained through field observations on social media X and interviews with fans who have bought K-pop albums through social media X and literature studies such as journals, articles, and so on. The discussion in this study is related to Imam Hanafi's concept of buying and selling against buying and selling K-pop albums through social media X and the Consumer Protection Law. The results of this study are that the sale and purchase of K-pop albums on social media X in its pillars have been fulfilled but the conditions have not been fully met because there are still buyers who feel disappointed with the contents of the albums obtained randomly and cause losses. In the Consumer Protection Law, buyers are entitled to compensation if the goods they buy are not suitable. So it can be concluded that the sale and purchase of K-pop albums according to Imam Hanafi does not meet the requirements and in the Consumer Protection Law the buyer has the right to compensation.

Keywords: *Sale and Purchase, Concept of Sale and Purchase of Imam Hanafi, Consumer Protection.*

Abstrak. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh jual beli album K-pop melalui media sosial X yang dimana album K-pop yang dijual oleh pihak penjual terdapat isi yang diberikan secara acak. Oleh karena itu, terdapat pembeli yang merasa kecewa karena isi album K-pop yang telah dibelinya tidak sesuai dengan yang diinginkan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui konsep jual beli Imam Hanafi terhadap jual beli album K-pop melalui media sosial X serta Undang-undang Perlindungan Konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan yuridis-empiris. Dengan menggunakan sumber data yang didapat melalui observasi lapangan pada media sosial X dan wawancara kepada penggemar yang pernah membeli album K-pop melalui media sosial X serta studi literatur seperti jurnal, artikel, dan lain sebagainya. Pembahasan dalam penelitian ini terkait konsep jual beli Imam Hanafi terhadap jual beli album K-pop melalui media sosial X serta Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Hasil penelitian ini jual beli album K-pop dalam media sosial X dalam rukunnya sudah terpenuhi tetapi dalam syaratnya belum sepenuhnya terpenuhi karena masih terdapat pembeli yang merasa kecewa dengan isi album yang didapat secara acak dan menimbulkan kerugian. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen pembeli berhak mendapatkan ganti rugi apabila barang yang dibelinya tidak sesuai. Sehingga dapat disimpulkan jual beli album K-pop menurut Imam Hanafi tidak memenuhi syarat dan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen pembeli memiliki hak untuk mendapatkan ganti rugi.

Kata Kunci: *Jual Beli, Konsep Jual Beli Imam Hanafi, Perlindungan Konsumen.*

A. Pendahuluan

Islam adalah agama yang sempurna, yang dimana islam bukan hanya memberi aturan pada hubungan manusia dengan Allah SWT (Hablum Minallah) namun juga mengatur hubungan antar sesama manusia (Hablum Minannas). Islam juga telah memberi aturan dalam segala lini kehidupan manusia, termasuk pada kegiatan bermuamalah.

Muamalah merupakan aturan dari Allah yang berisi aturan mengenai hubungan antara sesama manusia dalam upayanya memperoleh keperluannya melalui cara yang baik. Muamalah terdiri 2 macam, yakni muamalah adabiyah dan muamalah madiyah. Muamalah adabiyah adalah aturan yang dilihat dari subjeknya seperti keridhaan, ijab kabul, tidak memaksa, penipuan, dan lain sebagainya. Sedangkan, muamalah madiyah adalah aturan yang dilihat dari objeknya, seperti jual beli, gadai, upah, sayembara dan lainnya.

Jual beli merupakan salah satu dari beberapa aspek muamalah yang tidak terlepas dari kehidupan manusia. Salah satu jenis kegiatan manusia yang disyariatkan oleh Allah SWT yakni jual beli. Mengacu pada Al-Quran, sunnah, serta ijma' ulama, jual beli adalah akad yang sah. Dalam hukum Islam, jual beli diperbolehkan sampai ada dalil yang menyatakan sebaliknya. Namun, hukum jual beli dapat berubah menjadi wajib, sunnah, dan haram tergantung pada situasi dan kondisi.

Saat ini jual beli dapat dilakukan dengan berbagai macam pilihan transaksi dan dapat dijalankan tanpa adanya tatap muka secara langsung antara penjual dengan pembeli. Jual beli tersebut dikenal dengan istilah jual beli online. Jual beli jenis ini sangat memberi kemudahan bagi masyarakat dalam proses pembelian barang yang diinginkan tanpa datang ke pasar konvensional, keperluan kecil atau besar bisa didapatkan dengan mudah dengan jarak yang dekat maupun jauh. Akan tetapi jual beli online terdapat unsur ketidakpastian karna jual beli ini tidak melibatkan penjual dan pembeli secara langsung dengan demikian pembeli tidak dapat melihat kualitas barang, spesifikasi, serta barang yang didapat mungkin tidak sesuai dengan keinginan pembeli.

Proses jual beli yang semacam ini membuat banyak ulama dan masyarakat khawatir karena takut merugikan pihak pembeli. Akan tetapi jika ditinjau dalam hukum Islam tidak ada yang menegaskan untuk melarang pelaksanaan jual beli tersebut, untuk itu para ulama meninjau berdasarkan fikih muamalah yang didalamnya dijelaskan terkait semua jenis muamalah diperbolehkan asalkan dalil yang mengharamkannya, transaksi jual beli masih dapat dilaksanakan dengan mengikuti ketentuan yang tidak melanggar syariat Islam, termasuk diantaranya melakukan tindakan curang atau kebohongan, dan memperjualbelikan barang barang yang dilarang agama.

Berkembang pesatnya Korean pop atau biasa dikenal sebagai K-pop di Indonesia mampu membuka banyak peluang bisnis terutama untuk pedagang online. Perilaku konsumtif dari kalangan penggemar K-pop ini banyak dimanfaatkan oleh masyarakat khususnya penjual online untuk mencari keuntungan yakni melalui transaksi jual beli album K-pop. Album K-pop memiliki berbagai variasi dan isi yang beberapa diantaranya diberikan secara random/acak. Dikarekan terdapat isi yang acak terdapat pembeli yang merasa kecewa bahkan merasa dirugikan.

Dari uraian latarbelakang tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik jual beli album K-pop melalui media sosial X?
2. Bagaimana analisis konsep jual beli Iman Hanafi terhadap jual beli album K-pop melalui media sosial X?
3. Bagaimana analisis UU Perlindungan Konsumen terhadap jual beli album K-pop melalui media sosial X?

Sehubungan dengan permasalahan yang dibahas, tujuan yang hendak dicapai ialah:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan praktik jual beli album K-pop melalui media sosial X.
2. Untuk menganalisis konsep jual beli menurut Imam Hanafi
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan UU perlindungan hukum bagi konsumen yang membeli album K-pop melalui media sosial X.

B. Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ini akan memberikan simpulan berupa data yang telah digambarkan secara rinci dengan mengoptimalkan data-data dari hasil wawancara, observasi serta dokumen, bukan data berupa angka-angka.

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis-empiris. Pendekatan yuridis-empiris adalah penelitian hukum yang terkait dengan implementasi ketentuan hukum normatif secara langsung terhadap peristiwa hukum tertentu yang terjadi didalam masyarakat.

Dalam penelitian kualitatif, peneliti perlu dilakukan pemahaman yang mendalam dengan melakukan wawancara langsung kepada subjek penelitian. Dengan menggunakan metode kualitatif peneliti dapat mengetahui pengalaman penggemar K-pop dalam membeli album melalui media sosial X.

Wawancara dan observasi merupakan bagian dari pengumpulan data penelitian yang bertujuan untuk membangun hubungan baik antara subjek dan peneliti melalui diskusi guna bertukar pemikiran serta informasi melalui tanya jawab. Dengan pengamatan langsung dan wawancara ini peneliti bisa mendapatkan informasi langsung tentang bagaimana praktik jual beli album K-pop melalui media sosial X.

Wawancara kepada penggemar yang pernah membeli album K-pop melalui media sosial X, pengamatan langsung pada media sosial X, serta studi pustaka yang berisi jurnal, makalah, artikel dan lainnya yang berkaitan dengan konsep jual beli imam Hanafi dan UU perlindungan konsumen akan menjadi metode yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian. Sehingga penelitian ini dapat menghasilkan pemahaman tentang konsep jual beli imam Hanafi dan UU perlindungan konsumen dalam jual beli album K-pop melalui media sosial X.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan secara langsung tanpa adanya perantara atau biasa dikenal dengan data asli yang memiliki sifat terkini. Data primer dalam penelitian ini didapatkan dengan melalui wawancara dengan penggemar K-pop yang pernah membeli album K-pop. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui pihak lain atau tidak diperoleh langsung oleh peneliti. Data sekunder didapat melalui buku, jurnal, artikel dan penelitian lain yang mendukung.

Reduksi data, dilakukan dengan memilih informasi yang paling penting, memusatkan perhatian pada informasi tersebut, mencari tema serta polanya, dan mengeliminasi informasi yang tidak relevan, mereduksi data juga dapat dianggap sebagai membuat rangkuman. Prosedur reduksi yang berupaya menyederhanakan data menghilangkan data yang tidak diperlukan dalam penelitian ini terus menerus dilakukan oleh peneliti untuk menghasilkan inti dari data yang terkumpul dari hasil pengumpulan data.

Penyajian data adalah tahap selanjutnya setelah data direduksi. Untuk membuat tampilan lebih mudah dipahami, dimungkinkan untuk menampilkan data sesuai dengan penelitian kualitatif dengan membuat diagram alur, penjelasan singkat, tautan antar kategori, bagan ataupun yang serupa dengan menyajikan data, maka bisa mempermudah dalam memahami kejadian.

Menarik kesimpulan, simpulan diperoleh dari hasil penelitian yang sudah diteliti. Temuan yang sudah diperoleh melalui observasi dan wawancara akan dianalisis hingga tercapai keabsahannya. Dengan menarik kesimpulan ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pemahaman topik yang telah diteliti dan mendorong penelitian lebih lanjut dimasa depan mengenai konsep jual beli imam Hanafi dan UU perlindungan konsumen terhadap jual beli album K-pop melalui media sosial X.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bagian ini memuat mengenai hasil-hasil penting dari penelitian yang telah dilakukan. Proses pengolahan dan analisis data dapat dituliskan di bagian ini. Misalnya langkah dalam pengolahan data dengan menggunakan metode atau algoritma tertentu. Kemudian dapat membahas mengenai interpretasi data. Diperbolehkan menggunakan sub bab, tanpa menggunakan *bullets and numbering*. Seperti ditunjukkan sebagai berikut ini.

Analisis Konsep Jual Beli Imam Hanafi terhadap Jual Beli Album K-pop melalui Media Sosial X
K-pop saat ini semakin banyak disukai oleh banyak kalangan dari mulai remaja hingga dewasa. Berbagai dukungan mereka lakukan untuk grup K-pop yang mereka sukai salah satunya dengan membeli album. Pada setiap pembelian album mereka akan mendapatkan isi CD, photobook, stricker, foster, dan photocard acak. Pada praktiknya jual beli album ini banyak dilakukan secara online pada berbagai platform media sosial, salah satunya adalah media sosial X.

Pada umumnya penjual yang melakukan promosi melalui media sosial X menggunakan cara memposting sebuah cuitan berupa teks dengan gambar album K-pop yang ingin diperjualbelikan. Dengan cara memposting cuitan tersebut dapat memudahkan pembeli untuk mencarinya, pembeli hanya perlu memasukan keyword pada kolom pencarian lalu akan muncul cuitan-cuitan yang mempromosikan barang yang diperjualbelikan.

Jual beli album K-pop melalui media sosial X ini secara rukunnya sudah terpenuhi yaitu ijab dan kabul, tetapi secara syarat belum sepenuhnya terpenuhi. Menurut Imam Hanafi rukun jual beli adalah ijab kabul dan syarat jual beli adalah penjual dan pembeli harus berakal dan baligh, harus dilakukan dengan kerelaan atau suka sama suka, harus dengan cara yang sesuai, dan harus membawa keberutungan bagi pembeli. Hal yang membuat tidak terpenuhinya syarat jual beli album Kpop melalui media sosial X adalah objeknya yang diberikan secara acak sehingga menimbulkan rasa kecewa bagi pembeli yang tidak mendapatkan isi sesuai dengan keinginannya.

Setelah dilakukan wawancara peneliti menyimpulkan bahwa jual beli album K-pop melalui media sosial X dapat dikatakan batal karna dapat menimbulkan kerugian bagi pembeli karena isi album K-pop yang diberikan secara acak.

Analisis UU Perlindungan Konsumen terhadap Jual Beli Album K-pop Melalui Media Sosial X
Perlindungan konsumen digunakan untuk memberikan perlindungan hukum terhadap hal-hal yang merugikan konsumen. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Republik Indonesia menjelaskan terkait hak-hak konsumen serta menjamin adanya kepastian hukum untuk melindungi konsumen dari hal-hal yang dapat merugikan.

Dalam proses jual beli album K-pop melalui media sosial X terdapat hubungan antara pembeli sebagai pihak konsumen dan pihak penjual. Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah mengatur terkait hak dan kewajiban konsumen, diantaranya:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak atas memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dan juga kewajiban konsumen:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Berdasarkan penjelasan diatas dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti jual beli album K-pop melalui media sosial X dapat menimbulkan rasa kecewa bagi pembeli karena isi pada album tersebut diberikan secara acak. Isi album yang acak tersebut juga dapat menimbulkan kerugian bagi pembeli apabila mereka tidak mendapatkan apa yang mereka inginkan. Oleh karena itu, pembeli berhak mendapatkan ganti rugi karena barang yang didapatkan tidak sesuai.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah peneliti jelaskan maka dapat disimpulkan:

1. Praktik jual beli album K-pop melalui media sosial X dilakukan dengan cara memposting

cuitan yang berisikan kata-kata promosi serta gambar berupa album K-pop yang dijelaskan secara rinci apa saja yang ada didalam album tersebut. Dengan memposting cuitan dapat mempermudah pembeli untuk mencarinya, pembeli hanya perlu memasukkan keyword pada kolom pencarian lalu akan muncul cuitan-cuitan yang mempromosikan barang yang diperjualbelikan.

2. Dalam konsep jual beli Imam Hanafi jual beli album K-pop dalam rukunnya sudah terpenuhi, yaitu ijab dan kabul. Akan tetapi, dalam syaratnya jual beli album K-pop melalui media sosial X ini belum sepenuhnya terpenuhi karena pada syarat jual beli menurut Imam Hanafi jual beli harus dengan kerelaan atau suka sama suka dan jual beli harus membawa keuntungan bagi pembeli. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan terdapat penggemar yang merasa kecewa karena tidak mendapat isi yang mereka inginkan. Maka dapat disimpulkan, jual beli album K-pop melalui media sosial X dalam syaratnya belum sepenuhnya terpenuhi karena menimbulkan kekecewaan dan kerugian bagi pembeli.
3. Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Republik Indonesia, pembelian album K-pop melalui media sosial X pembeli memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang. Dalam wawancara yang telah dilakukan terdapat pembeli merasa kecewa oleh isi dari album K-pop tersebut sehingga dapat menimbulkan kerugian terhadap pembeli. Oleh karena itu, menurut UU Perlindungan Konsumen, pembeli berhak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, atau dapat penggantian apabila barang yang disesuaikan dengan yang sudah diperjanjikan.

Ucapan Terimakasih

Peneliti mengucapkan puji serta syukur kepada Allah SWT, beserta rasa terimakasih kepada Bapak Dedy Satya Waskita, Ibu Jumisiih dan orang-orang terdekat yang selalu mendukung peneliti sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini. Rasa terimakasih juga peneliti sampaikan kepada Bapak Dr. Panji Adam Agus Putra selaku pembimbing 1 dan Ibu Neng Dewi Himayasari, S.Sy., M.H. selaku pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran dan kritik dalam proses penyusunan penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Haryono, Cosmos Gatot, *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi* (Jakarta: CV Jejak, 2020)
- Hidayat, Enang, *Fiqh Jual Beli* (Bandung: Remaja Rodakarya, 2015), hlm. 21.
- Indah, *Fiqh Al-Syafi-Iyah* (Jakarta: Karya Indah, 1986)
- Indriyani, Yunus M, Hadiyanto R. Analisis Akad Jual-beli Kain Gulungan dalam Penggunaan Hak Khiyar Menurut Fikih Muamalah. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*. 2021 Dec 23;1(2):68–77.
- Nia Wulansari, Titin Suprihatin, Nanik Eprianti. Tinjauan Etika Bisnis Islam pada Sanksi Blacklist terhadap Konsumen. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*. 2021 Oct 26;1(1):42–6.
- Ratih Rahayu, Akhmad Yusup. Analisis Kesadaran Hukum dan Perlindungan Pelaku Usaha terhadap Konsumen tentang Kepemilikan Sertifikat Halal. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*. 2022 Dec 21;129–36.
- Suhendi, Hendi, *Fiqh Muamalah* (Depok Rajawali Pres, 2019)

Sulistiani, Siska Lis, *Hukum Perdata Islam: Penerapan Hukum Keluarga dan Hukum Bisnis Islam Di Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2022)

Syukran, Muhammad, 'Perspektif Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Online Dengan Model Periklanan', *Jurnal Tana Mana*, 3.1 (2022), 39-47.

Tousiya, Syifa Manzilla dan Maman Surahman. 2021. *Tinjauan Fikih Muamalah dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli Dropshipping pada Marketplace X*. *Jurnal Riset Hukum Ekonomi Syariah*, hlm. 94-103.