

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fikih muamalah mengatur akad-akad dan transaksi yang membolehkan manusia untuk bermuamalah.¹ Jual beli adalah kegiatan muamalah yang lazim dilakukan. Hukum kegiatan jual beli diperbolehkan berdasarkan kitabullah, sunah Nabi Muhammad SAW. serta ijmak dari para ulama. Jual beli tidak hanya sebagai kegiatan muamalah, tetapi menjadi alat dalam kegiatan tolong menolong antar sesama. Jual beli termasuk kedalam perkara muamalah yang hukumnya berbeda-beda, tergantung pelanggaran syariahnya. Jual beli juga diartikan sebagai perjanjian tukar menukar barang atau benda dengan nilai yang telah disepakati oleh kedua belah pihak, dimana pihak penerima menerima benda yang di berikan pihak lain begitu pula sebaliknya, sesuai dengan kesepakatan atau aturan yang dibenarkan dalam *syarak*. Jual beli memiliki rukun-rukun diantaranya terdapat penjual, adanya pembeli, adanya barang, adanya uang, serta ijab kabul atau serah terima antara penjual dan pembeli.²

¹ Jamaluddin, "Konsep Dasar Muamalah & Etika Jual Beli (al-Ba'i) Perspektif Islam," *Tribakti: Jurnal Pemikiran Keislaman* 28, no. 2 (December 21, 2017): 289–316, <https://doi.org/10.33367/TRIBAKTI.V28I2.485>.

² Siti Mujiatun, "Jual Beli Dalam Prespektif Islam : Salam Dan Istisna'," *Jurnal Riset Akutansi Dan Bisnis* 13, no. 2 (2013).

Kegiatan muamalah akad memiliki peran penting terutama di bidang ekonomi bisnis. Akad dapat mempengaruhi transaksi muamalah, sehingga putusan sah atau tidaknya transaksi bergantung pada terpenuhinya rukun dan syarat akad. Begitu pula sebaliknya, akad dikatakan batal apabila tidak memenuhi syarat dan rukunnya.³

Zaman sekarang berkembangnya teknologi sangat berpengaruh di masyarakat. Dimana masyarakat umum dapat mendapatkan pengetahuan serta informasi dengan mudah dan cepat melalui internet. Teknologi saat ini berperan sebagai alat bantu yang berfungsi untuk memudahkan kegiatan jual beli dengan berbagai strategi penjualan yang menguntungkan. Era digital ini transaksi tidak hanya dilakukan dengan cara penjual bertemu pembeli secara langsung dan melakukan kesepakatan. Kesepakatan juga bisa dilakukan melalui dunia maya (*online* atau via daring), sehingga pembeli maupun penjual tidak dibatasi oleh jarak, ruang dan waktu. Tidak dapat dipungkiri jual beli secara *online* telah berkembang sangat pesat baik dari sisi teknis ataupun objeknya. Beberapa contoh sarana aplikasi pemasaran produk secara *online* seperti yang kita ketahui seperti OLX, Tokopedia, Shopee, Instagram, Tiktok Shop, Buka Lapak, Lazada, Facebook maupun Whatsapp dan berbagai media jual-beli lainnya. Konsumen dapat membeli berbagai produk ataupun memilih layanan jasa secara gratis maupun membayar dengan berbagai macam fitur pendukung yang tidak tersedia secara gratis.⁴

³ Siah Khosyi'ah, *Fiqh Muamalah Perbandingan* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014).

⁴ Muhammad Deni Putra, "Jual Beli On-Line Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam," 83 | *Iltizam Journal Of Shariah Economic Research* 3, no. 1 (2019).

Jual beli *online* dikategorikan kedalam akad *as-salam* yaitu transaksi yang dimana dalam transaksi jual beli *online* pembeli membayar terlebih dahulu kemudian barang diserahkan kepada pembelinya.⁵ Kegiatan jual beli dalam islam tidak hanya tentang keuntungan tetapi juga membangun silaturahmi antar sesama. Sehingga perilaku ini dapat membawa kemaslahatan dan kepuasan bagi pembeli dan pedagang. Namun dalam praktik jual beli *online*, pembeli tidak bisa melihat barang secara langsung dan hanya bisa melihat gambar produk dan penjelasan kondisi produk yang di jual dalam pasar *online*. Adanya ketidakpuasan pembeli terhadap barang yang telah dibelinya sering terjadi pada jual beli.⁶ Penjabaran masalah yang sering muncul dalam transaksi jual beli *online* antara lain:

1. Kualitas produk yang dijual tidak sesuai dengan harapan pembeli, dikarenakan pembeli tidak melihat barang yang akan dibelinya secara langsung, melainkan pembeli hanya melihat produk yang akan dibelinya secara visual dengan melihat tampilan gambar produk yang tersedia.
2. Potensi penipuan sangat tinggi, dimana barang tidak kunjung diantar oleh penjual sedangkan pembeli sudah membayar barang tersebut.
3. Potensi dari pembeli, dimana pembeli tidak kunjung membayar barang kepada sang penjual sedangkan penjual sudah mengirimkan barang tersebut kepada pembeli.

⁵ Hafidz Muftisany, *Hukum Jual Beli Online* (Karanganyar: Intera, 2021).

⁶ Ika Yunia Fauzia and Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah* (Jakarta: KENCANA, 2014).

Bahaya rokok terhadap tubuh manusia telah menjadi rahasia publik. Namun banyak para perokok yang enggan untuk berhenti merokok. Di Indonesia merokok menjadi kegiatan yang tidak asing. Merokok juga menjadi salah satu kekhawatiran yang dihadapi bagi kesehatan dunia. Rokok juga merenggut nyawa banyak orang, tidak hanya penikmat rokok saja tetapi dampaknya juga dirasakan bagi yang menghirup asapnya. Walaupun kebiasaan merokok menyebabkan kematian namun kegiatan ini tetap dilakukan dengan berbagai alasan yang dirasa tidak masuk akal seperti stress hingga ingin menurunkan berat badan.⁷ Berkembangnya teknologi dan pengetahuan akan dampak yang disebabkan oleh kegiatan merokok ini menyebabkan banyak orang memilih menggunakan cara-cara tertentu yang bisa membantu ketika dalam masa peralihan sebelum mereka benar-benar bisa berhenti melakukan kebiasaan merokok. Salah satu cara yang populer baik di beberapa negara maju maupun di Indonesia yaitu dengan menggunakan rokok elektrik atau biasa disebut dengan *vaping*. Tujuan awal vape dibuat adalah untuk membantu perokok aktif mengurangi intensitas merokok atau bahkan berhenti dengan cara yang lebih aman dan nyaman.⁸

Vape berhasil menarik peminat berbagai kalangan muda hingga tua di Indonesia terutama di kota-kota besar dan menjadikan kegiatan vape ini sebagai peralihan dari rokok tembakau menjadi rokok elektrik. Mudahnaya mendapatkan rokok elektrik juga menjadi salah satu faktor mengapa industri

⁷ Rahmat Fajar, *Bahaya Merokok* (Jakarta: PT. Sarana Bangun Pustaka, 2011).

⁸ Rahayu Istiqomah, "Gaya Hidup Komunitas Rokok Elektrik Semarang Vaper Corner," *Jurnal Kesehatan Masyarakat (Undip)* 4, no. 2 (April 10, 2016): 203–12, <https://doi.org/10.14710/JKM.V4I2.11967>.

rokok elektrik bisa berkembang dengan pesat. Rokok elektrik dengan mudahnya didapatkan di toko *online*, di pusat perbelanjaan, bahkan di kios kecil. Bentuk vape ini juga bervariasi dari bentuk yang besar hingga bentuk yang kecil dan dapat dengan mudah dibawa kemana-mana. Walau uap yang ditimbulkan oleh vape ini lebih banyak daripada asap rokok tembakau namun uap yang dihasilkan dirasa tidak mengganggu orang di sekitar perokok karena memiliki berbagai bau uap yang bervariasi.⁹

Vape adalah alat elektronik pengganti rokok menggunakan baterai. Vape sendiri memiliki berbagai macam varian dan rasa yang ditimbulkan oleh perisa dari *liquid*. Vape yang paling populer dan paling umum digunakan yaitu *Electrical mod*, *Mechanical mod*, dan *Pod*. Transaksi jual beli *online* di masa sekarang, penjual vape memanfaatkan teknologi untuk memasarkan vape yang dimilikinya kepada pengguna pasar *online* dengan berbagai alasan. Sasaran utamanya yaitu pengguna aktif penikmat vape. Adanya pasar *online* memberikan kemudahan bagi penjual untuk memasarkan vape yang dimilikinya dengan berbagai merek dan model serta ukuran yang bermacam-macam. Bahkan tidak hanya vape baru saja adapun vape bekas yang sudah dipakai dijual kembali dengan berbagai alasan seperti menjual untuk diuangkan, menukar tambah karena ingin merasakan sensasi vape yang berbeda dengan vape yang lebih bagus, atau sekedar menukar vape yang dimilikinya karena sudah bosan. Transaksi seperti ini sudah tidak asing kalangan penikmat vape dikarenakan penikmat vape akan selalu berusaha memenuhi kebutuhan untuk

⁹ Andi Putra, *Rokok Elektrik Pengganti Rokok Tembakau* (Bandung: KENCANA, 2008).

menikmati vapenya. Transaksi tersebut menggunakan perantara *Facebook* sebagai sasaran pemasarannya. Di dalam *Facebook* tersebut terdapat grup dengan nama “Vapor Surabaya” yang dapat memudahkan pembeli melakukan transaksi sesuai dengan tujuannya.

Produk vape yang ditawarkan di grup komunitas “Vapor Surabaya” memiliki beragam macam produk, mulai dari produk vape baik dengan kondisi baru maupun bekas hingga aksesoris tambahan dan bagian bagian pendukung vape lainnya. Sebagaimana contoh dalam grup komunitas “Vapor Surabaya” menawarkan *electrical mod* dengan kondisi sesuai foto produk tanpa adanya deskripsi yang jelas tentang produk, garansi atau kompensasi atas produk yang ditawarkan.

Permasalahan yang penulis sebut diatas dapat dikaitkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen Pasal 4 huruf c dan h dimana konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi atas barang yang digunakan sekaligus mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan penggantian, apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan sebagaimana mestinya. Dijelaskan juga dalam Pasal 7 huruf b, e, dan f mengenai kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan, selanjutnya pelaku usaha memiliki kewajiban memberi jaminan garansi barang yang diperdagangkan serta memberi ganti rugi atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang yang diperdagangkan.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen untuk melindungi konsumen serta memberi keamanan dan kenyamanan dari segala aktifitas jual beli yang merugikan konsumen.¹⁰

Berdasarkan penjabaran masalah di atas maka penulis berminat melakukan penelitian lebih lanjut mengenai transaksi jual beli vape secara *online* untuk memperoleh jawaban dari persoalan yang dibahas dengan judul **“Praktik Jual Beli Vape Bekas di Grup Facebook “Vapor Surabaya” Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 dan Fikih Muamalah”**

B. Identifikasi Masalah

1. Banyaknya orang yang menggunakan sarana grup Facebook sebagai tempat bertransaksi tetapi tidak mengetahui regulasi maupun dasar hukum yang mengaturnya.
2. Terjadinya pelanggaran ketika melakukan transaksi jual beli vape bekas didalam grup Facebook Vapor Surabaya baik ditinjau dari segi fikih muamalah maupun Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.
3. Adanya konsumen yang dirugikan ketika melakukan transaksi di dalam grup facebook Vapor Surabaya.

¹⁰ Ahmadi Miru and Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Raja Grafindo, 2014).

C. Pembatasan Masalah

1. Subjek penelitian berfokus pada pembeli yang dirugikan ketika melakukan transaksi didalam grup Facebook Vapor Surabaya.
2. Transaksi yang menjadi bahan penelitian yaitu transaksi jual beli vape bekas.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka rumusan masalah pada skripsi ini adalah:

1. Bagaimana praktek jual beli vape bekas pakai di grup media sosial *Facebook* “Vapor Surabaya”?
2. Bagaimana tinjauan fikih muamalah dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 terhadap jual beli vape bekas pakai di grup media sosial *Facebook* “Vapor Surabaya”?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka tujuan penelitian skripsi ini adalah:
 - a. Untuk mengetahui proses praktik jual beli vape bekas pakai di grup media sosial *Facebook* “Vapor Surabaya”
 - b. Untuk mengetahui tinjauan fikih muamalah dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 terhadap jual beli vape bekas pakai di grup media sosial *Facebook* “Vapor Surabaya”

2. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka penelitian ini memiliki kegunaan sebagai berikut :

- a. Kegunaan Teoritis.

Kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah menambah pengetahuan serta wawasan yang berkaitan dengan praktik jual beli *online* vape bekas pakai, serta dapat menjadi kajian atau bahan dokumenter bagi penulis selanjutnya tentang fikih muamalah dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 terhadap jual beli vape bekas pakai.

- b. Kegunaan Praktis.

Kegunaan praktis penelitian ini yaitu kodifikasi pemikiran sebagai saran maupun bahan pertimbangan bagi pihak yang terlibat, terutama dalam transaksi penjualan vape bekas secara *online*.

F. Kajian Pustaka

Studi kepustakaan dilakukan untuk sarana mendapatkan referensi dalam mengerjakan penelitian skripsi agar dapat dijadikan sebagai acuan penelitian. Sehingga penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul “*Analisis Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Vape di JVape Jemursari Surabaya*” yang ditulis oleh Khoirun Nisa’ dari Prodi Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020. Persamaan dari skripsi

yang ditulis yaitu sama-sama menganalisis kasus vape dengan tinjauan Hukum Islam dan Hukum Perlindungan Konsumen. Namun perbedaannya yaitu dalam skripsi Khoirun Nisa' ini mengkaji jual beli vape dalam kondisi baru sedangkan dalam skripsi penulis mengkaji jual beli vape dalam kondisi bekas pakai, selain itu memiliki perbedaan dalam lokasi penelitian dan sistem jual belinya, dimana lokasi yang dipilih oleh penulis adalah jual beli secara *online* di grup jual beli Facebook "Vapor Surabaya" sedangkan dalam penelitian Khoirun Nisa' lokasi yang dipilih adalah di toko *offline* JVAPE Jemursari Surabaya.

2. Skripsi yang berjudul "*Tinjauan Fikih Muamalah dan UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 Terhadap Jual Beli Handphone Rekondisi*" yang di tulis oleh Elditia Ayu dari Prodi Hukum Bisnis Syariah Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura Tahun 2019. Persamaan dari skripsi yang ditulis yaitu sama-sama menganalisis dengan Hukum Islam dan Perlindungan Konsumen. Namun perbedaannya yaitu dalam skripsi yang ditulis Elditia Ayu terletak pada objek yang dianalisis, dimana dalam skripsi tersebut menggunakan objek ponsel bekas yang telah mengalami perbaikan kemudian dijual kembali sebagai bahan kajiannya.
3. Skripsi yang berjudul "*Tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Liquid Bekas Komunitas Vapor Surabaya di Facebook*" yang ditulis oleh Gadis Leaderia Fourentina dari Prodi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri

Sunan Ampel Surabaya Tahun 2022. Persamaan dari skripsi yang ditulis yaitu sama-sama menggunakan Tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta memiliki persamaan dalam lokasi penelitian yaitu berlokasi di grup *facebook* Surabaya. Namun memiliki perbedaan dalam objek yang diteliti, dimana objek yang diteliti oleh Gadis Leaderia Fourentina adalah jual beli likuid bekas sedangkan yang ditulis oleh penulis menganalisis tentang vape untuk memanaskan cairan likuid tersebut.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembaca, penulis menyusun sistematika pembahasan seperti berikut:

BAB I Pendahuluan

Pendahuluan berisi tentang deskripsi singkat keseluruhan penilitan dengan sub bab yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian Pustaka, kerangka teori, dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori

Landasan teori berisi tentang penjelasan jual beli menurut fikih muamalah dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang mencakup tentang jual beli dalam islam, dasar hukum, rukun jual beli, syarat jual beli dan macam-macam jual beli serta hak *khiyār* yaitu hak yang dimiliki setiap konsumen yang bertujuan

memberi hak memilih bagi konsumen untuk melanjutkan maupun membatalkan transaksi jual beli.

BAB III Metode Penelitian

Metode penelitian berisi tentang metode penelitian yang untuk menyelesaikan masalah yang diteliti yaitu fikih muamalah dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen terhadap praktik jual beli vape bekas dalam grup *facebook*.

BAB IV Hasil Penelitian

Hasil penelitian berisi tentang masalah yang diteliti dengan memaparkan data yang ditemukan peneliti di lapangan berupa gambaran tentang praktik jual beli vape bekas dalam perspektif fikih muamalah dan Undang-Undang Hukum Perlindungan Konsumen dalam grup facebook “Vapor Surabaya”.

BAB V Penutup

Penutup berisi tentang kesimpulan dan saran dimana kesimpulan merupakan jawaban dari pokok pembahasan yang diangkat dan saran yang diberikan bersifat membangun.