

IMPLEMENTASI HAK KHIYAR DALAM DUNIA BISNIS VIA ONLINE

Hamdani Rokan

Sekolah Tinggi Agama Islam Panca Budi Perdagangan
Hamdanirokan006@gmail.com

Abstract

The era of globalization and free trade that is rife and supported by the advancement of communication technology can expand the space for trade or sale and purchase services on transactions of goods and services. Among the phenomena of absence of khiyar (option rights) it is clear as buying and selling at supermarkets, supermarkets, malls to buying and selling online that all forms of defects, damage and so on that are known to the buyer after buying is no longer the responsibility of the seller and has fully become a consumer risk . The purpose of this study is to provide an in-depth understanding of the legal rules of consumer protection in the business world. So that it is hoped that it can be used as a reference for study material to develop the concept of thinking more logically, systematically and consistently rationally. This study is descriptive analytical so that this paper is expected to be able to provide a general, systematic and comprehensive description of all matters relating to the implementation of the Consumer Protection Law in accordance with the applicable rules. A seller is not allowed to conduct transactions in a false way, then the buyer (consumer) can do the option (cancel) the contract if the item received does not match the criteria indicated by the seller or the item in a defective state.

Keywords: *Khiyar*, *Khiyar* Implementation, Buy and Sell, Consumer, Products

Abstrak

Era globalisasi dan perdagangan bebas yang marak dan didukung oleh kemajuan teknologi komunikasi ini dapatlah memperluas ruang gerak jasa perdagangan atau jual beli terhadap transaksi barang dan jasa. Di antara fenomena tidak adanya khiyar (hak opsi) terlihat jelas seperti jual beli di swalayan, supermarket, mall sampai dengan jual beli via *online* yang segala bentuk cacat, kerusakan dan sebagainya yang diketahui pembeli sesudah membelinya bukan lagi tanggungjawab penjual dan sudah sepenuhnya menjadi resiko konsumen. Tujuan penelitian ini untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang aturan hukum perlindungan konsumen dalam dunia usaha. Sehingga diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bahan kajian untuk mengembangkan konsep pemikiran secara lebih logis, sistematis dan konsisten rasional. Kajian ini bersifat deskriptif analitis sehingga tulisan ini diharapkan mampu memberi gambaran secara umum, sistematis dan menyeluruh mengenai segala hal yang berkaitan dengan pelaksanaan UU Perlindungan Konsumen sesuai dengan aturan yang berlaku. Seorang penjual tidak boleh melakukan transaksi dengan cara yang bathil, kemudian pembeli (konsumen) dapat melakukan khiyar/opsi (membatalkan) akad jika barang yang diterima tidak sesuai dengan kriteria yang ditunjukkan oleh penjual atau barang dalam keadaan cacat.

Kata Kunci: Implementasi Khiyar, Khiyar, Jual Beli, Konsumen, Produk

Pendahuluan

Perkembangan Teknologi informasi secara signifikan telah mempengaruhi dan mengubah cara bisnis yang sedang dikelola dan dipantau saat ini.¹ Seiring dengan perkembangan itu maka perilaku masyarakat juga berubah. Cara berkomunikasi, berbisnis dan menyampaikan informasi telah lebih mudah dan cepat. Dengan teknologi informasi menghasilkan teknologi internet yang dapat menghubungkan umat manusia secara langsung seolah-olah tidak memiliki jarak.

Dalam dunia bisnis transaksi dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja sejauh terdapat jangkauan jaringan internet. Pemasaran yang dulunya dilakukan secara konvensional sekarang ini banyak yang dilakukan dengan bantuan teknologi internet.² Begitu juga, banyaknya perusahaan yang mengalihkan layanannya menggunakan *Hand phone, Tablet PC* atau *website*.

Di antara fenomena tidak adanya khiyar³ (hak opsi)⁴ terlihat jelas seperti jual beli di swalayan, supermarket, mall sampai dengan jual beli via *online* yang segala bentuk cacat, kerusakan dan sebagainya yang diketahui pembeli sesudah membelinya bukan lagi tanggungjawab penjual dan sudah sepenuhnya menjadi resiko konsumen. Hal ini mereka nyatakan dengan pernyataan “Barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan”. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak adanya hak khiyar (opsi) pada konsumen.

Padahal hak khiyar (opsi) tersebut adalah hak penjual dan pembeli. Namun demikian, tidak menutup kemungkinan adanya ungkapan kalimat yang mengingatkan, hanya tidak menggunakan kata-kata khiyar dalam mempromosikan barang-barang yang dijualnya, tetapi dengan ungkapan singkat dan menarik, misalnya: “Teliti sebelum membeli”. Ini berarti bahwa pembeli diberi hak khiyar (memilih) dengan hati-hati dan cermat dalam menjatuhkan pilihannya untuk

¹ Hunton, J., & Baganoff, N, *Information Technology Auditing* (Jakarta: Publising, 2004), h. 56.

² Marheni, N. P.. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Berkaitan Dengan Pencantuman Disclaimer Oleh Pelaku Usaha Dalam Situs Internet* (Denpasar: Library PPS Universitas Udayana, 2013), h. 21.

³ *Khiyar* adalah hak untuk memilih antara melangsungkan jual beli atau membatalkannya. Mahmud Yunus, *Kamus Bahasa Arab-Indonesia* (Jakarta: PT Mahmud Yunus Wadhuriyyah, 1990), h. 123.

⁴ Hak opsi dapat diartikan sebagai hak memilih untuk membeli atau memperpanjang. hak opsi dalam hal jual beli pada umumnya atau dalam Islam lebih populer disebut dengan *khiyar*.

membeli, sehingga ia merasa puas terhadap barang yang benar-benar ia inginkan. Namun tidaklah demikian, para pelaku bisnis yang menjual produknya tidak menerapkan hak khiyar (opsi). Seharusnya jika memang hak khiyar (opsi) ditiadakan maka seharusnya disepakati kedua belah pihak terlebih dahulu, jika tidak, maka ada satu pihak yang dirugikan, dan hal tersebut merupakan penipuan atau jual beli terlarang.

Jika kita melihat kasus diatas maka, dibutuhkan satu perlindungan terhadap konsumen secara khusus. Pentingnya perlindungan konsumen karena banyaknya penipuan yang sering terjadi di dunia maya sehingga cenderung merugikan konsumen atau pengguna. Penulis akan menguraikan dari berbagai sudut pandangan terhadap kajian yang ada.

Secara teoritis dari tulisan ini adalah adanya pemahaman yang mendalam tentang aturan hukum perlindungan konsumen dalam dunia usaha. Sehingga diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bahan kajian untuk mengembangkan konsep pemikiran secara lebih logis, sistematis dan konsisten rasional. Manfaat secara praktis dari tulisan ini adalah dimasa depan diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta pemahaman dan sebagai bahan masukan yang berguna bagi semua pihak baik Pemerintah, swasta maupun masyarakat khususnya Pemerintah dalam melakukan pengaturan hukum perlindungan konsumen dalam dunia usaha, sehingga bisa mengakomodir semua kepentingan stake holder dan berorientasi bagi kesejahteraan rakyat.

Kajian ini bersifat deskriptif analitis sehingga tulisan ini diharapkan mampu memberi gambaran secara umum, sistematis dan menyeluruh mengenai segala hal yang berkaitan dengan pelaksanaan UU Perlindungan Konsumen sesuai dengan aturan yang berlaku. Demikian pula dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai kenyataan dari keadaan obyek atau masalahnya, untuk dapat dilakukan penganalisaan dalam rangka pengambilan kesimpulan-kesimpulan yang bersifat umum.

Pengertian Konsumen

Konsumen (*consumer*) secara harfiah diartikan sebagai "orang atau pelaku usaha yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu"; atau "sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang". Ada juga yang mengartikan "setiap orang yang menggunakan barang

atau jasa". Pengertian di atas memperlihatkan bahwa ada perbedaan antar konsumen sebagai orang alami atau pribadi kodrati dengan konsumen sebagai pelaku usaha atau badan hukum perbedaan ini penting untuk membedakan apakah konsumen tersebut menggunakan barang tersebut untuk dirinya sendiri atau untuk tujuan komersial (dijual, diproduksi lagi).⁵

Pasal 1 ayat (2) Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mendefinisikan konsumen sebagai yaitu

"Setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan".

Definisi ini sesuai dengan pengertian bahwa konsumen adalah *end user*/pengguna terakhir, tanpa konsumen merupakan pembeli dari barang dan/atau jasa tersebut.

Pakar masalah konsumen di Belanda, Hondius menyimpulkan, para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan konsumen sebagai, pemakai terakhir dari benda dan jasa; (*uiteindelijke gebruiker van goederen en diensten*). Dengan rumusan itu, Hondius ingin membedakan antara konsumen bukan pemakai terakhir (konsumen antara) dengan konsumen pemakai terakhir. Di Perancis, berdasarkan doktrin dan yurisprudensi yang berkembang, konsumen diartikan sebagai, "*The person who obtains goods or services for personal or family purposes*". Definisi itu terkandung dua unsur, yaitu, *pertama*, konsumen hanya orang, dan *kedua*, barang atau jasa yang digunakan untuk keperluan pribadi atau keluarga. Sekalipun demikian, makna kata "memperoleh" (*to obtain*) masih kabur, apakah maknanya hanya melalui hubungan jual beli atau lebih luas dari pada itu?. Undang-undang Jaminan Produk di Amerika Serikat sebagaimana dimuat dalam *Magnusson-Moss Warranty, Federal Trade Commission Act 1975* mengartikan konsumen sama dengan ketentuan di Perancis. Di Australia, dalam *Trade Practices Act 1974* Konsumen diartikan sebagai "Seseorang yang memperoleh barang atau jasa tertentu dengan persyaratan harganya tidak melewati 40.000

⁵ Arrianto Mukti Wibowo, et.al., "*Kerangka Hukum Digital Signature dalam Electronic Commerce*", *Grup Riset Digital Security dan Electronic Commerce* (Depok, Jawa Barat: Fakultas Ilmu Komputer UI, 1999), h. 102.

dollar Australia”. Artinya, sejauh tidak melewati jumlah uang di atas, tujuan pembelian barang atau jasa tersebut tidak dipersoalkan.⁶

Hak-hak Konsumen yang Memerlukan Perlindungan

Berbicara tentang hak-hak konsumen secara universal tidak bisa dilepaskan dengan perjuangan kepentingan konsumen yang mendapat pengakuan yang kuat ketika hak-hak konsumen dirumuskan secara jelas dan sistematis. Pada tahun 1962 misalnya, Presiden Amerika J.F. Kennedy dalam pidatonya di depan Kongres Amerika Serikat mengemukakan 4 (empat) hak konsumen, Hak-hak tersebut adalah *the right to safety, the right to be informed, the right to choose, the right to be heard*. Hak-hak tersebut disampaikan dalam pidatonya di depan Kongres pada tanggal 15 Maret 1962. Pidato Presiden J.F Kennedy menjadi inspirasi bagi perserikatan bangsa-Bangsa (PBB), sehingga pada tahun 1984, PBB mengeluarkan resolusi No. 39/248 mengenai *the guidelines for consumer protection* bagian II (*general principles*).⁷

Perlindungan hukum bagi konsumen adalah dengan melindungi hak-hak konsumen. Walaupun sangat beragam, secara garis besar hak-hak konsumen dapat dibagi dalam tiga hak yang menjadi prinsip dasar, yaitu:

- a. hak yang dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal, maupun kerugian harta kekayaan;
- b. hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga wajar; dan
- c. hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.⁸

Apabila konsumen benar-benar akan dilindungi, maka hak-hak konsumen harus dipenuhi, baik oleh negara maupun pelaku usaha, karena pemenuhan hak-hak konsumen tersebut akan melindungi kerugian konsumen dari berbagai aspek.

Bertolak dari hak-hak konsumen di atas, hal yang perlu dipertanyakan dari mana hak-hak tersebut diperoleh. Bagaimana hak-hak tersebut dapat dinikmati, dipertahankan dan kapan adanya jaminan perlindungan. Secara universal, hak-hak

⁶ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Edisi Revisi (Jakarta: Grasindo, 2004), h. 5.

⁷ Mariam Darus Badruzaman, “Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat dari Sudut Perjanjian Baku.” *Simposium Aspek-aspek Hukum Masalah Perlindungan Konsumen yang diselenggarakan* (Jakarta: BPHN, 1996). h. 61.

⁸ Ahmadi Miru, “Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia.” *Disertasi*. (Surabaya: Program Pascasarjana Universitas Airlangga, 2000) h. 140.

tersebut adalah hak yang melekat pada setiap konsumen. Karena transaksi *e-commerce* tanpa ada batas negara, maka penjabaran dan pelaksanaan hak-hak tersebut di dalam hukum nasional masing-masing negara.

Guidelines for Consumer Protection of 1985, yang dikeluarkan oleh Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) menyatakan:

“Konsumen di manapun mereka berada, dari segala bangsa, mempunyai hak-hak dasar sosialnya”.

Maksud hak-hak dasar tersebut adalah hak untuk mendapatkan informasi yang jelas, benar, dan jujur; hak untuk mendapatkan ganti rugi; hak untuk mendapatkan kebutuhan dasar manusia (cukup pangan dan papan); hak untuk mendapatkan lingkungan yang baik dan bersih serta kewajiban untuk menjaga lingkungan; dan hak untuk mendapatkan pendidikan dasar. PBB menghimbau seluruh anggotanya untuk memberlakukan hak-hak konsumen tersebut di negara masing-masing.⁹

Pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen dilakukan dengan:

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum;
- b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan pelaku usaha;
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa;
- d. Memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan;
- e. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.¹⁰

Dalam Sidang Majelis Umum PBB (*UNGA*) pada 9 April 1985, melalui Resolusi Majelis Umum PBB Laporan Komite Kedua (*A/39/789/Add.2*) 39/248 Perlindungan hukum bagi konsumen, mengatur Tujuan Panduan bagi

⁹ AZ. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Diadit Media, 2002), h. VII.

¹⁰ Husni Syawali & Neni Sri Imaniyati, ed. *Hukum Perlindungan Konsumen* (Bandung: Mandar Maju, 2000), h. 7.

Perlindungan Konsumen, dalam Prinsip-prinsip Umum Resolusi Majelis Umum PBB, diatur sebagai berikut:¹¹

Pasal 2: setiap negara wajib mengembangkan, memperkuat atau memperbaiki kebijaksanaan perlindungan hukum bagi konsumen yang kuat setiap negara wajib menetapkan skala prioritas perlindungan hukum bagi konsumen sesuai dengan situasi, kondisi sosial, ekonomi, kebutuhan sesuai dengan populasi masing-masing dan memperhatikan pula biaya yang tersedia serta manfaat kebijaksanaan yang diusulkan.

Pasal 4: setiap negara wajib mengadakan atau meningkatkan prasarana, menerapkan dan memonitor kebijaksanaan perlindungan hukum bagi konsumen. perhatian khusus harus diberikan untuk meyakinkan bahwa kebijaksanaan yang berkaitan dengan perlindungan hukum bagi konsumen akan diterapkan bagi kepentingan semua sektor kehidupan terutama sekali kehidupan di pedesaan.

Pasal 5: setiap negara wajib patuh terhadap hukum atau peraturan perundang-undangan yang relevan di negara di mana mereka melakukan usaha bisnisnya. Setiap negara juga wajib mematuhi ketentuan-ketentuan internasional tentang perlindungan hukum bagi konsumen yang telah disetujui oleh instansi yang berwenang di negara yang bersangkutan.

Perlindungan hukum bagi konsumen mutlak dilakukan oleh negara sesuai dengan Resolusi Majelis Umum PBB. Di Indonesia, signifikansi pengaturan hak-hak konsumen melalui undang-undang merupakan bagian dari implementasi sebagai suatu negara kesejahteraan, karena Undang-undang Dasar 1945 di samping sebagai konstitusi politik juga dapat disebut konstitusi ekonomi, yaitu konstitusi yang mengandung ide negara kesejahteraan yang tumbuh berkembang karena pengaruh sosialisme sejak abad sembilan belas.¹²

Pasal 4 UUPK menetapkan 9 (sembilan) hak konsumen di Indonesia, yaitu:

¹¹ Aman Sinaga, *Pemberdayaan Hak-Hak Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Direktorat Perlindungan Konsumen DITJEN Perdagangan dalam Negeri Depertemen Perindustrian dan Perdagangan Bekerjasama dengan Yayasan Gemainti. 2001), h. 8.

¹² Jimly Asshiddiqie, "Undang-undang Dasar 1945: Konstitusi Negara Kesejahteraan dan Realitas Masa Depan", *Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar Tetap Madya* (Jakarta: Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 1998), h. 1-2.

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Hak-hak dalam UUPK di atas merupakan penjabaran dari Pasal-pasal yang bercirikan negara kesejahteraan, yaitu Pasal 27 ayat (2) yang berbunyi:

“Tiap-tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan” dan Pasal 33 UUD 45, yaitu: “(1) Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan; (2) Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara; (3) Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung didalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.”

Betapa pentingnya hak-hak konsumen, sehingga melahirkan pemikiran yang berpendapat bahwa hak-hak konsumen merupakan “generasi keempat hak asasi manusia”, yang merupakan kata kunci dalam konsepsi hak asasi manusia untuk perkembangan di masa yang akan datang.¹³

¹³ *Ibid*, h. 12.

Implementasi Hak Khiyar Dalam Dunia Bisnis *Via Online*

a. Hak Khiyar Menurut Hukum Islam

Seiring dengan perkembangan perekonomian khususnya di bidang perdagangan atau jual beli telah menghasilkan berbagai variasi barang atau jasa yang dapat di konsumsi. Dengan masuknya era globalisasi dan perdagangan bebas yang marak dan didukung oleh kemajuan teknologi komunikasi ini dapatlah memperluas ruang gerak jasa perdagangan atau jual beli terhadap transaksi barang dan jasa. Kondisi seperti ini di satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan akan barang dan jasa segera terpenuhi, karena adanya kebebasan dalam memilih aneka jenis dan kualitas barang atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen.

Namun, di sisi lain mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen jadi tidak seimbang dan konsumen (*pembeli*) pun berada pada posisi yang lemah, yang hanya menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang besar oleh pelaku usaha (*penjual*) melalui ajang promosi barang dan jasa, cara penjualan dan perjanjian baku hanya merugikan pihak konsumen/pembeli.

Berdasarkan hal tersebut maka perlu ditinjau apa yang menjadi hak dan kewajiban dari konsumen sebagai pembeli dan pelaku usaha sebagai penjual.¹⁴

Secara bahasa, transaksi (*akad*) digunakan berbagai banyak arti, yang hanya secara keseluruhan kembali pada bentuk ikatan atau hubungan terhadap dua hal yaitu *as-Salam* atau disebut juga *as-Salaf*. Kedua itu merupakan istilah dalam bahasa arab yang mengandung makna “penyerahan”. Sedangkan para *fuqaha*” menyebutnya dengan *al-Mahawij* (barang-barang mendesak) karena ia sejenis jual beli barang yang tidak ada di tempat, sementara dua pokok yang melakukan transaksi jual beli mendesak.¹⁵

Jual beli pesanan atau via online dalam *fiqih* Islam dapat di qiyaskan sebagai *as-salam*. Sebagaimana diriwayatkan dalam hadis bahwa Rasulullah Saw ketika membicarakan akad *bay'salam*, beliau menggunakan kata *as-salaf* disamping *as-salam*, sehingga dua kata tersebut merupakan kata yang sinonim.

Secara terminology ulama” fiqh mendefinisikannya:

¹⁴Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Raja Grafindo Persada,2008), h.37.

¹⁵Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*,JilidV(Jakarta: Cakrawala Publishing,2009), cet. ke- 1, h. 217.

بيع أجل بعا جل أبيع شيئ موصوف في الذمة أي نه يتقدم فيه رأس المال يتأخر المثمن
لأجل¹⁶

Artinya: *Menjual suatu barang yang penyerahannya ditunda, atau menjual suatu barang yang ciri-cirinya jelas dengan pembayaran modal di awal, sedangkan barangnya diserahkan kemudian hari”.*

Sedangkan Ulama“ Syafi“yah dan Hanabilah mendefinisikannya sebagai berikut:

عقد على موصوف بذمة مقبوض بمجلس عقد¹⁷

Artinya: *Akad yang disepakati dengan menentukan ciri-ciri tertentu dengan membayar harganya terlebih dulu, sedangkan barangnya diserahkan (kepada pembeli) kemudian hari.*

Ungkapan diatas memberikan gambaran bahwa *akad salam* merupakan *akad* pesanan dengan membayar terlebih dahulu dan barangnya diserahkan kemudian, tapi ciri-ciri barang tersebut haruslah jelas penyifatannya dalam hal ini jual beli online.

Mazhab Syafi'i berpendapat bahwa dalam jual beli memiliki hak khiyar antara penjual dan pembeli dan melarang menjual barang yang tidak nyata apabila tidak diketahui jenis dan macamnya. Sebagaimana di jelaskan dalam kitab *al-Majmu' Syarah al-Muhazzab* sebagai berikut:

البيعان بالخيار مالم يتفرقا او يقول احدهما لصاحبه اختر¹⁸

Artinya: *Dua orang yang melakukan transaksi jual beli mempunyai hak khiyar selama keduanya belum berpisah atau berkata salah satu dari keduanya pilihlah.*

Selanjutnya di jelaskan dalam kitab *Mukhtasar al-Muzniy al-Umm* sebagai berikut:

فكل متبا يعين في سلعة وعين وصرف وغيره فلكل واحد منهما فسخ البيع حتى يتفرقا تعرف
الابدان على ذلك أو يكون بيعهما عن خيار¹⁹

Artinya: *Tiap-tiap dua orang yang melakukan transaksi jual beli pada suatu barang benda dan sebaliknya maka masing-masing dari keduanya mempunyai hak khiyar sebelum keduanya berpisah.*

¹⁶*Ibid.*

¹⁷*Ibid.*

¹⁸Abu Zakariyya Yahya bin Syaraf, *al-Majmu' Syarah al-Muhazzab*, Juz IX (Jeddah: Dar al-Irsyad, t.th), h. 205.

¹⁹Muhammad bin Idris al-Syafi'i, *Mukhtasar al-Muzniy al-Umm*, Juz IX (Beirut: Dar al-Kutub 'Ilmiyah, 2002), h. 84.

Kemudian dalam kitab *Majmu' Syarah al-Muhazzab* dijelaskan sebagai berikut:

لَا يَجُوزُ بَيْعُ الْعَيْنِ الْعَائِيَةِ إِذَا جَهِلَ جِنْسُهَا أَوْ نَوْعُهَا.²⁰

Artinya: *Tidak boleh menjual barang yang tidak nyata apabila tidak diketahui jenis dan macamnya.*

Sesuai dengan hadist Rasulullah Saw yang berbunyi:

عن ابي بكر بن عبد الله بن ابي مريم عن مكحول رفع العديث الى النبي صلى الله عليه وسلم قال قال ثم من ائثرى شينا لم يره فهو با لخير اذاراه رواه البيهقي²¹

Artinya: *Dari Abi Bakr bin Abdullah bin Abi Maryam, dari Makhul, dari Rasulullah Saw, kemudian beliau bersabda, Barang siapa membeli sesuatu yang belum dilihatnya maka ia berhak khiyar (membatalkan) apabila telah melihatnya.*(HR. Baihaqi).

Selanjutnya Rasulullah Saw bersabda sebagai berikut:

وعنا بن عمر رضي الله عنهما قال: ذكر رجل لرسول الله صلى الله عليه وسلم انه يخذع في البيوع فقال اذا بايعت فقل لا خلابة²²(متفقعليه)

Artinya: *Ibnu Umar mengatakan: "Pernah ada orang mengadu kepada Rasulullah Saw, karena (sering) ditipu di dalam jual-belinya, maka Rasulullah Saw bersabda: "Siapa saja yang melakukan transaksi denganmu, maka katakanlah: 'tidak ada penipuan' (dalam jual beli ini)". (Muttafaq Alaih).*

Berdasarkan hadis di atas, sudah jelas bahwa seorang pembeli dapat melakukan khiyar (membatalkan) akad jika barang yang diterima tidak sesuai dengan kriteria yang ditunjukkan oleh penjual atau cacat.

b. Hak Khiyar (opsi) Menurut Hukum Perdata (BW)

Transaksi jual beli di Indonesia diatur di dalam Buku III *Burgerlijk Wetboek* (BW) mengenai perikatan. Berdasarkan Pasal 1313 BW, suatu perjanjian merupakan suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang lain atau lebih dimana orang-orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal. Suatu hal

²⁰Abu Zakariyya Yahya bin Syaraf, *Majmu' Syarah Al-Muhazzab*, Juz II (t.t.: t.pn., t.th.), h. 12.

²¹Ali bin Umar Abu al-Hasan al-Daruqutny al-Baghdady, *Sunan Daruqutniy*, Juz IV (Beirut: Dar al- Ma'rifah, 1966), h. 4.

²² Abi al Husaini Muslim bin al Hajaj, *Shahih Muslim*, kitab *al buyu'*, bab *man yakhdha'u fi al buyu'* hadits no.1533; Al Imam Abdullah bin Ismail Al Bukhari, *Shahih Bukhari*, Kitab *al Buyu'*, bab *ma yakrahu min al khida'i fi al buyu'* hadits no.480.

dalam perjanjian biasanya bersifat konkrit sehingga dapat melahirkan adanya suatu perikatan antara pihak-pihak yang berjanji.²³

Perikatan adalah suatu hubungan hukum antara dua orang atau dua pihak berdasarkan mana pihak yang satu berhak menuntut sesuatu hal dari pihak yang lain dan pihak yang berkewajiban untuk memenuhi tuntutan tersebut.²⁴ Dengan demikian, pada suatu perikatan terdapat paling sedikit dua subjek hukum. Selanjutnya, menurut ketentuan Pasal 1233 BW perikatan bersumber dari perjanjian dan undang-undang.

Adapun sumber-sumber hukum perikatan adalah berdasarkan adanya perjanjian antara pihak-pihak yang telah membuat dan terikat dengan perjanjian tersebut seperti yang dijelaskan didalam Pasal 1313 BW.²⁵ Perjanjian tersebut menjadi undang-undang bagi mereka yang membuat atau yang disebut dengan asas *Pacta Sun Servanda*. Selain perjanjian, sumber perikatan juga berasal dari undang-undang.

Dalam perjanjian terdapat asas-asas penting yang harus dipenuhi oleh pihak-pihak yang akan membuat serta mengikatkan dirinya terhadap suatu perjanjian.

Asas hukum bukan merupakan hukum konkrit, melainkan pikiran dasar yang umum dan abstrak, atau merupakan latar belakang peraturan konkrit yang terjelma dalam peraturan perundang-undangan dan putusan hakim yang merupakan hukum positif. Asas hukum dapat diketemukan dengan mencari sifat-sifat atau ciri-ciri yang umum dalam peraturan konkrit tersebut.

Salah satu asas yang terdapat didalam Pasal 1338 BW yaitu asas kebebasan berkontrak yang mengatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Dengan perkataan lain, hal ini dikatakan sebagai sistem terbuka yang artinya bahwa dalam membuat perjanjian ini para pihak diperkenankan untuk menentukan isi dari perjanjian dan sebagai undang-undang bagi mereka sendiri, dengan batasan

²³ R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (BW)* (Jakarta: Pradnya Paramita, 1992), h. 282.

²⁴Riduan Syahrani, *Seluk-Beluk dan Asas-Asas Hukum Perdata*(Bandung: PT. Alumni,2004), h. 199.

²⁵*Ibid*, h. 201.

yang dibuat tidak boleh bertentangan dengan ketentuan undang-undang, ketertiban umum, dan norma kesusilaan.²⁶

Sebagaimana yang di sebutkan di atas, meskipun bentuk perikatan mengandung sifat terbuka tetapi tidak boleh bertentangan dengan ketentuan undang-undang tentang syarat sahnya perjanjian sebagaimana diatur didalam Pasal 1320 BW. Syarat sahnya sebuah perjanjian adalah sebagai berikut:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;

Kata sepakat tidak boleh disebabkan adanya kealpaan mengenai hakekat barang yang menjadi pokok persetujuan atau kealpaan mengenai diri pihak lawannya dalam persetujuan yang dibuat terutama mengingat dirinya orang tersebut; adanya paksaan dimana seseorang melakukan perbuatan karena suatu ancaman sebagaimana diatur di dalam Pasal 1324 BW, adanya penipuan yang tidak hanya mengenai kebohongan tetapi juga adanya tipu muslihat sebagai mana diatur di dalam Pasal 1328 BW. Terhadap perjanjian yang dibuat atas dasar sepakat berdasarkan alasan-alasan tersebut, dapat diajukan pembatalan.

2. Cakap untuk membuat perikatan;

Pasal 1330 BW menentukan yang tidak cakap untuk membuat perikatan:

- a. Orang-orang yang belum dewasa.
- b. Mereka yang ditaruh dibawah pengampuan.
- c. Orang-orang perempuan.

3. Suatu hal tertentu;

Perjanjian harus menentukan jenis objek yang diperjanjikan. Jika tidak, maka perjanjian itu batal demi hukum. Pasal 1332 BW menentukan hanya barang-barang yang dapat diperdagangkan yang dapat menjadi obyek perjanjian, dan berdasarkan Pasal 1334 BW barang-barang yang baru akan ada di kemudian hari dapat menjadi obyek perjanjian kecuali jika dilarang oleh undang-undang secara tegas.

4. Suatu sebab atau klausa yang halal.

Sahnya klausa dari suatu persetujuan ditentukan pada saat perjanjian dibuat. Perjanjian tanpa klausa yang halal adalah batal demi hukum, kecuali ditentukan lain oleh undang-undang. Syarat pertama dan kedua menyangkut subyek, sedangkan syarat ketiga dan keempat mengenai obyek. Terdapatnya cacat

²⁶ Advendi S & Elsi Kartika S, *Hukum Dalam Ekonomi*, Edisi ke-2 (Jakarta: Cikal Sakti, 2007), h. 30.

kehendak (keliru, paksaan, penipuan) atau tidak cakap untuk membuat perikatan, mengenai subyek mengakibatkan perjanjian dapat dibatalkan. Sementara apabila syarat ketiga dan keempat mengenai obyek tidak terpenuhi, maka perjanjian batal demi hukum.

Dengan demikian, kesepakatan berarti adanya kesamaan kehendak dari para pihak yang membuat perjanjian. Suatu hal tertentu berhubungan dengan objek perjanjian, maksudnya bahwa objek perjanjian itu harus jelas, dapat ditentukan dan diperhitungkan jenis dan jumlahnya, diperkenankan oleh undang-undang serta mungkin untuk dilakukan para pihak. Suatu sebab yang halal, berarti perjanjian termaksud harus dilakukan berdasarkan itikad baik.

Mengenai saat terjadinya kesepakatan dalam suatu perjanjian, yaitu antara lain:²⁷

a. Teori saat melahirkan kemauan (*Utingstheorie theorie*)

Menurut teori ini perjanjian terjadi apabila atas penawaran telah dilahirkan kemauan menerimanya dari pihak lain. Kemauan ini dapat dikatakan telah dilahirkan pada waktu pihak lain mulai menulis surat penerimaan.

b. Teori saat mengirim surat penerima (*Verzendtheorie theorie*)

Menurut teori ini perjanjian terjadi pada saat surat penerimaan dikirimkansampai di alamat si penawar.

c. Teori saat menerima surat penerimaan (*Vernemingstheorie theorie*)

Menurut teori ini perjanjian terjadi pada saat menerima surat penerimasampai di alamat si penawar.

d. Teori saat mengetahui surat penerimaan (*Ontvangstheorie theorie*)

Menurut teori ini perjanjian baru terjadi, apabila si penawar telah membuka dan membaca surat penerimaan itu.

Pasal 1338 ayat (1) BW, yang menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.²⁸ Dari Pasal ini dapat disimpulkan adanya asas kebebasan berkontrak, akan tetapi kebebasan ini dibatasi oleh hukum yang sifatnya memaksa, sehingga para pihak yang membuat perjanjian harus menaati hukum yang sifatnya memaksa. Suatu perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-

²⁷Riduan Syahrani, *Seluk-Beluk dan Asas-Asas Hukum Perdata*, h. 206.

²⁸*Ibid*, h. 139.

undang dinyatakan cukup untuk itu. Perjanjian tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang dengan tegas dinyatakan didalamnya, tetapi juga untuk segala sesuatu yang menurut sifat perjanjian, diharuskan oleh kepatutan, kebiasaan atau undang-undang. Suatu perjanjian tidak diperbolehkan membawa kerugian kepada pihak ketiga.

c. Hak Khiyar (opsi) Menurut UU NO.11 Tahun 2008 Tentang ITE dan UU NO. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Saat ini transaksi jual beli dapat dilakukan secara elektronik melalui media online. Salah satu manfaat yang dirasakan oleh manusia pada saat ini adalah dengan adanya transaksi jual beli melalui online atau transaksi elektronik (*e-commerce*). Proses jual beli dapat dilakukan dengan menghubungkan jaringan komputer mencakup hampir disemua negara. Dalam hal ini, dengan di ratifikasi GATT/ WTO, berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 tahun 1994 tentang pengesahan *Agreemen Establishing The WorldTrade Organitation*, maka menurut *World Trade Organization* (WTO), cakupan *e-commerce* meliputi bidang produksi, distribusi, pemasaran, penjualan, dan pengiriman barang atau jasa melalui cara elektronik.²⁹

Selanjutnya, berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka 10 Undang- Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, disebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer atau media elektronik lainnya. Pada transaksi jual beli melalui *online*, para pihak yang terkait dalam transaksi jual beli melalui *online* tersebut melakukan perjanjian yang dituangkan kedalam sebuah kontrak dalam bentuk elektronik.

Sesuai ketentuan Pasal 1 angka 18 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, kontrak elektronik yaitu perjanjian yang dimuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya. Pada transaksi jual beli melalui *online* tersebut, para pihak yang terkait di dalamnya adalah sama dengan kegiatan transaksi jual beli pada umumnya. Dalam transaksi jual beli melalui *online*, perbedaan yang paling mendasar dalam transaksi jual beli tersebut adalah tidak bertemunya atau tidak bertatap mukanya antara pembeli dan

²⁹Meriam Darus Badrulzaman, *Aneka Hukum Bisnis* (Bandung: Alumni, 1994), h. 53.

penjual dan keterkaitan beberapa pihak sebagai penunjang transaksi melalui *online* tersebut.

Menurut Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.

Dalam melakukan transaksi elektronik, pihak yang terkait seringkali mempercayakan pihak ketiga sebagai agen elektronik. Dalam pembayaran secara elektronik terdapat 2 (dua) hal yang sangat penting, yaitu mengenai keamanan dan kerahasiaan.³⁰

Dengan demikian, pembeli atau konsumen mempunyai kewajiban untuk membayar harga barang yang diperjual belikan sesuai dengan perjanjian yang telah dilakukan dan disepakati oleh pembeli dan penjual sebelumnya. Dalam transaksi jual beli melalui *online*, pembeli wajib mengisi data diri dengan lengkap untuk proses pengiriman barang yang dilakukan penjual barang dikarenakan perbedaan tempat antara penjual dan pembeli. Selain kewajiban tersebut, pembeli juga mempunyai hak atas informasi atau kondisi barang yang diperjual belikan oleh penjual dengan sebenar-benarnya agar dan perlindungan konsumen yang diberikan oleh negara bilamana penjual beritikad tidak baik dalam transaksi jual beli melalui *online* ini.

Kontrak elektronik dalam transaksi jual beli melalui *online*, harus memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional. Oleh karena itu, kontrak elektronik harus juga mengikat para pihak sebagaimana Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan bahwa transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak.

Dalam hal ini, seperti halnya kontrak konvensional, para pihak memiliki kebebasan untuk memilih hukum yang berlaku bagi transaksi elektronik yang sifatnya internasional. Dengan demikian, pada transaksi jual beli melalui *online*, para pihak mempunyai hak dan kewajiban yang seimbang sesuai dengan perjanjian yang telah dilakukan dan disepakati oleh para pihak. hal tersebut terkait

³⁰Asril Sitompul, *Hukum Online Pengenalan Mengenai Masalah Hukum di Cyberspace* (Bandung: PT.Citra Aditya Bakti, 2001), h. 60.

dengan pertanggung jawaban atas akibat dalam pelaksanaan transaksi elektronik oleh para pihak untuk melakukan transaksi sebagaimana yang telah disepakati.

Analisis Penulis Terhadap Hak Khiyar Dalam Dunia Bisnis *Via Online*

Berdasarkan fenomena diatas, maka pertama kali yang perlu dianalisis adalah bagaimana praktik bisnis *via online*. Dalam praktiknya terdapat unsur penipuan (*gharar*) dalam penyerahan barang kepada konsumen, dan juga disebabkan oleh perkembangan teknologi yang telah mengantarkan manusia pada sebuah kehidupan yang lebih komplit dan serba cepat. Hampir tiada satupun sisi kehidupan manusia yang tidak tersentuh oleh teknologi.

Permasalahan yang muncul kemudian adalah ketika keberadaan teknologi telah memungkinkan seseorang melakukan aktifitasnya dari jarak jauh seperti dalam transaksi dunia bisnis *via online*, para ulama mensyaratkan pembeli dan penjual harus berada pada satu majelis. Tetapi kecanggihan teknologi memungkinkan manusia berkomunikasi, melakukan aqad transaksi dari dua tempat berbeda, misalnya dengan menggunakan fasilitas telepon, e-mail, facebook yang semuanya mengikuti perkembangan teknologi yang ada.

Secara umum dalam praktik dunia bisnis *via online* yang di lakukan memiliki unsur penipuan (*gharar*) dan penzholiman terhadap konsumen. Hal ini dapat dilihat bahwa *Pertama*, pembayaran harganya diserahkan di awal. *Kedua*, waktu penyerahan barangnya ditetapkan oleh pihak penjual dan disepakati oleh pembeli. *Ketiga*, tempat penyerahan barang bervariasi, artinya barang bisa diambil di tempat transaksinya, bisa juga diantar oleh penjual sesuai permintaan pembeli, akan tetapi penjual akan minta tambahan biaya transportasi. *Keempat*, barang yang telah dipesan tidak dapat di kembalikan apabila barang tersebut rusak atau cacat hal ini menjadi tanggung jawab pembeli. *Kelima*, barang yang telah di pesan sudah menjadi resiko pembeli jika terjadi kesalahan pemesanan.

Penulis merujuk pada hukum Islam yakni pendapat Mazhab Syafi'i bahwa dalam jual beli memiliki hak khiyar (memilih) antara penjual dan pembeli dan melarang menjual barang yang tidak nyata apabila tidak diketahui jenis dan macamnya

Senada dengan hukum positif yang ada di Indonesia yakni KUH Perdata, Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang ITE, dimanan jika

terjadi ketidakcocokan barang saat penyerahan (*levering*), maka dilihat dulu letak kesalahannya dimana. Sesuai dengan pasal 1459-1462 B.W. yang menerangkan bahwa barang harus diserahkan pada waktu perjanjian jual-beli ditutup dan di tempat barang itu berada. Sejak saat itu resiko mengenai barangnya beralih kepada pembeli, artinya jika barang itu rusak hingga tidak dapat diserahkan kepada pembeli, maka pembeli masih tetap harus membayar harganya. Begitu juga sebaliknya, penjual harus merawat barangnya baik-baik sampai jatuh tempo penyerahan barang, jika ternyata pada waktu penyerahan barang si penjual belum menyerahkannya, maka mulai saat itu juga ia memikul resiko terhadap barang itu, dan dapat dituntut untuk memberikan kerugian berupa penggantian barang atau pengembalian uang.³¹

Jika demikian bahwa dalam praktik dunia bisnis via *online* dapat dikatakan pelaku usaha tidak menerapkan hak khiyar (hak memilih) bagi pembeli, sehingga jual beli tersebut mengandung unsur penipuan (*gharar*) dan telah mendzolimi pihak pembeli (konsumen).

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang ada, maka dapat disimpulkan *pertama*; Merujuk pendapat mazhab Syafi'i berdasarkan Al-Qur'an surat an-Nisa' ayat 29 dan al-Hadis, bahwa seorang penjual tidak boleh melakukan transaksi dengan cara yang bathil, kemudian pembeli (konsumen) dapat melakukan khiyar/opsi (membatalkan) akad jika barang yang diterima tidak sesuai dengan kriteria yang ditunjukkan oleh penjual atau barang dalam keadaan cacat. *Kedua*; Menurut hukum fosif di Indonesia yakni KUHPerdara pasal 1313, pasal 1320, pasal 1328. Undang- Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik pada pasal 9, pasal 17, pasal 1 angka 18, pasal 21. Kemudian Pasal 7 dan 8 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen berhak mendapatkan hak opsi (hak memilih) untuk membatalkan transaksi. Jika tidak transaksi (jual beli) tersebut mengandung unsur penipuan (*gharar*) dan telah mendzolimi pihak pembeli (konsumen). *Ketiga*; Dalam transaksi perdagangan konsumen mutlak untuk diberi perlindungan. Pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen disebabkan posisi tawar konsumen yang

³¹ Subekti.. h. 162.

lemah. Perlindungan hukum terhadap konsumen mensyaratkan adanya pemihakan kepada posisi tawar yang lemah (konsumen).

Daftar Pustaka

- Abi al Husaini Muslim bin al Hajaj, *Shahih Muslim*, kitab *al buyu'*, bab *man yakhda'u fi al buyu'* hadits no.1533; Al Imam Abdullah bin Ismail Al Bukhari, *Shahih Bukhari*, Kitab *al Buyu'*, bab *ma yakrahu min al khida'i fi al buyu'* hadits no.480.
- Advendi S & Elsi Kartika S, *Hukum Dalam Ekonomi*, Edisi ke-2. Jakarta: Cikal Sakti, 2007.
- Ali bin Umar Abu al-Hasan al-Daruqutny al-Baghdady, *Sunan Daruqutniy*, Juz IV. Beirut: Dar al- Ma'rifah, 1966.
- Asshiddiqie, Jimly, "Undang-undang Dasar 1945: Konstitusi Negara Kesejahteraan dan Realitas Masa Depan", *Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar Tetap Madya* Jakarta: Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 1998.
- Badruzaman, Mariam Darus "Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat dari Sudut Perjanjian Baku." *Simposium Aspek-aspek Hukum Masalah Perlindungan Konsumen yang diselenggarakan*. Jakarta: BPHN, 1996.
- Hunton, J., & Bagranoff, N, *Information Technology Auditing*. Jakarta: Publisng, 2004.
- Marheni, N. P.. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Berkaitan Dengan Pencantuman Disclaimer Oleh Pelaku Usaha Dalam Situs Internet*. Denpasar: Library PPS Universitas Udayana, 2013.
- Miru, Ahmadi "Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia." *Disertasi*. Surabaya: Program Pascasarjana Universitas Airlangga, 2000.
- Mukti Wibowo, et.al., Arrianto, "*Kerangka Hukum Digital Signature dalam Electronic Commerce*", *Grup Riset Digital Security dan Electronic Commerce*. Depok, Jawa Barat: Fakultas Ilmu Komputer UI, 1999.
- Nasution, AZ. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Diadit Media, 2002.
- R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (BW)*. Jakarta: Pradnya Paramita, 1992.
- Sabiq, Sayyid *Figh Sunnah*, JilidV Jakarta: Cakrawala Publishing, 2009, cet. ke- 1.
- Sinaga, Aman *Pemberdayaan Hak-Hak Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Direktorat Perlindungan Konsumen DITJEN Perdagangan dalam Negeri

Depertemen Perindustrian dan Perdagangan Bekerjasama dengan Yayasan Gemainti. 2001.

Sitompul, Asril *Hukum Online Pengenalan Mengenai Masalah Hukum di Cyberspace*. Bandung: PT.Citra Aditya Bakti, 2001.

Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Edisi Revisi. Jakarta: Grasindo, 2004.

al-Syafi'i, Muhammad bin Idris *Mukhtasar al-Muzniy al-Umm*, Juz IX. Beirut: Dar al-Kutub 'Ilmiyah, 2002.

Syahrani, Riduan, *Seluk-Beluk dan Asas-Asas Hukum Perdata*. Bandung: PT. Alumni, 2004.

Syawali Husni, & Neni Sri Imaniyati, ed. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Mandar Maju, 2000.

Yahya, Abu Zakariyya bin Syaraf, *al-Majmu' Syarah al-Muhazzab*, Juz IX. Jeddah: Dar al-Irsyad, t.th.

----- *Majmu' Syarah Al-Muhazzab*,Juz II. t.t.: t.pn., t.th.