

### BAB III

#### FENOMENA JUAL BELI ONLINE DI MSYARAKAT

##### A. Penjual dan Pembeli

Dalam transaksi jual beli *online*, penjual dan pembeli tidak bertemu langsung dalam satu tempat melainkan melalui dunia maya.<sup>92</sup> Adapun yang menjadi subjek jual beli *online* tidak berbeda dengan jual beli secara konvensional, yaitu pelaku usaha selaku penjual yang menjual barangnya dan pembeli sebagai konsumen yang membayar harga barang.<sup>93</sup>

Di situs belanja online, proses transaksi yang dilakukan tidak jauh berbeda dengan proses transaksi yang kita lakukan di toko biasa. Jika di toko kita dilayani oleh manusia, sedangkan melalui situs belanja online kita dilayani oleh mesin. Situs belanja online memiliki fungsi untuk melakukan transaksi penjualan langsung di internet.<sup>94</sup> Transaksi pada toko online tersebut menggunakan form atau aplikasi yang dibuat sedemikian rupa pada situs belanja online tersebut. Secara garis besar situs belanja online memiliki fitur sebagai berikut :<sup>95</sup>

1. Kategori produk
2. Item kategori
3. Fungsi Add to cart dan check out
4. Fungsi registrasi
5. Fungsi aproval pembelian dan lain sebagainya.

---

<sup>92</sup> Asnawi, Haris Faulidi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, Yogyakarta : Laskar Press, 2008, hlm. 34

<sup>93</sup> *Ibid.* hlm 34

<sup>94</sup> Sarwandy, *Toko Online Modern Dengan Opencart*, PT Elexmedia Komputindo, Jakarta 2010, Hlm 54

<sup>95</sup> *Ibid.* hlm 54

Berbicara tentang situs jual beli online yang familiar di Indonesia, berikut ini beberapa situs belanja online yang sangat sering dikunjungi di Indonesia:<sup>96</sup>

#### 1. Lazada

Lazada Indonesia merupakan bagian dari *Lazada Group* yang menjadi tujuan belanja *online* atau B2C (*Business to Customer*) nomor satu di Asia Tenggara. *Lazada Group* beroperasi di Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand dan Vietnam. Menjadi pionir di bidang *e-commerce*, Lazada menghadirkan layanan berbelanja yang mudah bagi konsumen dan akses langsung pada *database* konsumen terbesar di Asia Tenggara. Lazada berawal dari bulan Januari 2012 dimana Rocket Internet, sebuah perusahaan investasi atau inkubator *startup* asal Jerman yang berpusat di Berlin mendirikan sebuah kantor di ibukota Indonesia, Jakarta.

#### 2. Bukalapak.com

Bukalapak.com dimiliki dan dikelola oleh PT. Seperti situs jual beli online lainnya yang berbasis C2C, Bukalapak.com menyediakan sarana penjualan dari konsumen ke konsumen dimanapun dan siapapun dapat membuka toko online untuk melayani calon pembeli dari seluruh Indonesia.

Pada awal berdirinya pada tahun 2010, situs Bukalapak.com hanya menjadi sarana bertemunya calon pembeli dengan penjual dan produk - produk yang ditawarkan lebih dikhususkan kepada produk second (barang

---

<sup>96</sup><http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/7465/6.%20BAB%20II.pdf?sequence=6&isAllowed=y> diakses 28 april 2018

bekas/barang yang telah terpakai). Seiring dengan perkembangannya, Bukalapak.com mulai melakukan berbagai inovasi.

Sejak awal berdirinya sampai saat ini Bukalapak.com telah menyedot sekitar 260 ribu pengunjung per harinya dan melayani transaksi dengan nilai total 500 juta rupiah tiap harinya. Namun dengan strategi bisnis dan inovasi yang dilakukan, Bukalapak.com baru mampu menduduki peringkat 3 diantara situs lainnya yang disebutkan di atas dan pada peringkat 22 dari seluruh situs yang ada di Indonesia. Bukalapak memiliki visi “Menjadi *Online Marketplace* Nomor satu di Indonesia”. Misi yang akan dicapai oleh Bukalapak.com ialah “Memberdayakan UKM yang ada di Seluruh Penjuru Indonesia”.

### 3. Tokopedia.com

Tokopedia.com didirikan pada 17 Agustus 2009 dengan visi “Membangun Indonesia lebih Baik Melalui Internet, Tokopedia.com tumbuh Sangat Pesat dan Menjadi *Marketplace* Terbesar di Indonesia”.

Sejak berdiri, tokopedia.com pernah meraih penghargaan Bubu Awards pada tahun 2009 dimana tokopedia.com dinobatkan sebagai perusahaan *e-commerce* terbaik. Selain itu tokopedia.com telah berhasil mendapatkan investasi dari PT Indonusa Dwitama (2009), East Ventures(2010), CyberAgent Ventures (2011), BEENOS (2012), SB Pan Asia Fund (2013), dan SoftBank Internet and Media, Inc.(“SIMI”) dan Sequoia Capital (2014).

#### 4. Elevenia.co.id

Elevenia.co.id adalah produk dari PT XL Planet yang merupakan kerja sama antara PT XL Axiata Tbk ialah salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia dan SK Planet Co. Ltd adalah perusahaan layanan digital dan pemilik dari brand e-commerce terbesar di Korea Selatan. Elevenia menggunakan sistem belanja platform *open market placeserta* menyediakan solusi pembayaran *Escrow Systemyang* yang menjamin transaksi belanja dengan aman.

### **B. Barang Yang Diperjualbelikan**

Situs belanja online sudah tidak asing lagi bagi kita, hampir setiap hari kita selalu mendengar istilah yang populer juga disebut dengan *E-comemrce*, *Web Store* atau *Virtual Store*.<sup>97</sup> Situs belanja online adalah tempat terjadinya aktivitas perdagangan atau jual beli barang yang terhubung ke dalam suatu jaringan. Berbeda dengan saat kita melakukan transaksi jual beli konvensional, yang mana kita perlu memasukkan barang yang kita beli ke dalam keranjang belanja, kemudian kita menyerahkan keranjang belanja tersebut kepada kasir untuk dihitung total belanjanya.<sup>98</sup> Sementara pada jual beli online barang yang kita beli bisa datang kealamat kita melalui kurir yang bekerja sama dengan situs jual beli online yang kita kunjungi.

---

<sup>97</sup> Iswidharmanjaya , Derry,2012, Dropshipping Cara Mudah Bisnis Online, Jakarta: PT Elex Media Komputindo hlm.42

<sup>98</sup> *Ibid* hlm.44

Adapun yang menjadi objek jual beli *online*, yaitu barang atau jasa yang dibeli oleh konsumen pada umumnya di tempat jual beli konvensional, namun barang atau jasa tersebut tidak dilihat langsung oleh pembeli selaku subjek jual beli *online*.<sup>99</sup> Sangat berbeda dengan jual beli secara konvensional dimana penjual dan pembeli dapat bertemu dan melihat objek jual beli secara langsung, sehingga memungkinkan pembeli mendapatkan kepastian terkait dengan kualitas barang yang ingin dibelinya, sehingga sangat minim terjadi tindakan penipuan.<sup>100</sup>

Barang yang diperjualbelikan pada situs jual beli online pada umumnya adalah barang-barang yang menjadi kebutuhan sehari – hari sama seperti yang banyak diperjual belikan pada toko-toko konvensional. Namun dalam jual beli online ada beberapa produk yang paling banyak dicari oleh para pelanggan situs jual beli online diantaranya adalah.<sup>101</sup>

### 1. Produk yang Sedang Trend

Sering kali masyarakat mengikuti konsep yang lagi tren entah itu pakaian, tas, sandal, dan lain-lain. Produk yang sedang menjadi tren cenderung memiliki banyak peminat, tak heran jika banyak toko offline dan online yang menyediakan produk tersebut secara instan. Ini semata-mata karena mereka memiliki peluang yang bagus untuk berhasil.

---

<sup>99</sup> Rohman, Ainur, 2007, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual-Beli Melalui Internet (Studi Kasus di Gramedia Toko Buku Online Website [www.gramediaonline.com](http://www.gramediaonline.com))

<sup>100</sup> *Ibid*

<sup>101</sup> Azzuracie, *Hukum Jual Beli Online*, <http://azzuracie.wordpress.com/2013/04/25/hukum-jual-beli-online/>, di akses tanggal 07 Mei 2018

## **2. Fashion**

Produk fashion adalah produk yang sampai kapan pun akan di incar oleh calon pembeli karena fashion adalah kebutuhan utama setiap orang. Yang jelas mayoritas masyarakat sangat memperhatikan penampilan. Itu sebabnya produk fashion selalu menjadi kebutuhan masyarakat agar bisa tampil lebih menarik. Google juga telah mensurvei, kalau produk fashion/pakaian adalah barang yang laris terjual di dibandingkan dengan produk seperti kecantikan, gadget, buku, dan lain-lain.

## **3. Produk kecantikan**

Semua wanita ingin mempunyai wajah cantik, tidak lain tujuannya untuk menarik perhatian. Peluang tersebut dimanfaatkan dengan banyaknya produsen yang memilih untuk menggarap bisnis kecantikan. Alesannya ada dua, yang pertama adalah wanita ingin tampil cantik, putih dan anggun; yang kedua : wanita dominan memiliki sifat yang berbelanja secara berlebihan dibandingkan pria. Produk kecantikan yang biasanya dijual di media online diantaranya : penghilang jerawat, pemutih kulit wajah dan tidak ketinggalan juga produk pelangsing yang menjadi incaran banyak wanita.

## **4. Produk kesehatan**

Produk yang tidak kalah dicari konsumen di situs ual beli online yaitu produk kesehatan. Peminatnya tergolong banyak, mulai dari usia remaja sampai tua, alasan mereka membeli produk kesehatan adalah mereka menginginkan

hasil yang secara instant dan juga ingin memperoleh manfaat yang lebih, serta yang paling penting adalah khasiat nyata produk tersebut.

Untuk menjual produk ini dibutuhkan bukti izin resmi BPOM dan juga label halal yang jelas, agar konsumen tidak takut untuk membeli produk tersebut. Mengingat sekarang banyaknya produk abal-abal (penipuan) yang beredar dipasaran, untuk itu konsumen lebih berhati-hati dan tidak ingin mengambil keputusan secara cepat untuk membeli atau tidak.

#### **5. Produk Makanan**

Makanan adalah penunjang utama manusia untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, namun jika membeli makanan di pasaran harus terlebih dahulu mengantri. Untuk itu produsen telah mengembangkan inovasi untuk berbelanja makanan secara online. Saat ini banyaknya produsen yang menjual makanan di media online. Untuk bersaing dengan lapak lainnya, mereka cenderung membuat inovasi dan kreasi makanan yang modern, unik, dan menarik yang sekiranya bisa menarik konsumen untuk membelinya.

#### **6. Produk Yang Unik Dan Menarik**

Barang yang unik dan menarik adalah barang yang tergolong laris dalam pasaran. Selain itu barang yang seperti ini biasanya memiliki nilai jual yang tinggi. Karena pada umumnya memebrikan kesan tersendiri bagi penggunanya. Oleh sebab itu barang-barang yang unik dan menarik menjadi salah satu barang yang paling banyak dicari di situs jual beli online.

## 7. Gadget

Gadget merupakan kebutuhan yang bisa dibilang untuk kebutuhan sehari-hari di zaman modern ini, mulai dari chatting, video call, telepon, dan lain-lain. Banyak orang yang menggunakan gadget dan sering memperbarui nya karena kekurangan fitur atau hanya sekedar penunjang penampilan. gadget adalah peluang untuk membuka usaha online shop.

### C. Persoalan Persoalan Yang Terjadi Dimasyarakat

Saat ini jual beli secara online memang sedang digandrungi oleh masyarakat Indonesia, banyak pebisnis baru yang memanfaatkan koneksi internet untuk melakukan bisnisnya. Namun, keanehan yang terjadi khususnya di Indonesia adalah masyarakatnya yang lebih gemar berjual beli lewat media sosial daripada *platform e-commerce* yang telah ada.<sup>102</sup>

Bukan tanpa alasan banyak masyarakat yang lebih memilih media sosial untuk mempromosikan bisnisnya maupun membeli barang. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia saat ini lebih dari 100 juta user dimana orang Indonesia terkenal sebagai pengguna akut media sosial.<sup>103</sup> Dari kondisi tersebut para pebisnis memandang media social sebagai ladang usaha mereka, terlebih lagi mendaftar

---

<sup>102</sup> <https://Rumahmakalah.Wordpress.Com/2008/11/08/Transaksi-Jual-Beli-Secara-Online-Akad-Salam-Secara-E-Commerce/> Diakses 3 Mei 2018

<sup>103</sup> Djaja, Ermansiah. . *Penyelesaian Hukum Teknologi Informasi dan Ttansaksi Elektrik*. jakarta, 2010 ,hlm.63

akun di medsos gratis. Jalan untuk mempromosikan produk juga jauh lebih mudah.<sup>104</sup>

Dilihat dari sisi pelanggan yang membeli, pelanggan bisa menikmati waktu bermain sosial media sekaligus mencari barang yang ingin dibeli, tidak perlu membuka aplikasi *e-commerce* lagi. Selain itu, kelebihan sosial media adalah fitur yang disediakan untuk foto maupun video sangat bermanfaat sebagai media promosi, saat seseorang sedang asik memainkan sosmednya lalu ada foto-foto ataupun video iklan menarik yang lewat di *timeline* mereka tentunya akan menggoda seseorang untuk melihat dan akhirnya berakhir ingin membeli barang tersebut. Itulah alasan utama mengapa orang lebih memilih media social ketimbang *platform e-commerce*, meski begitu jika ingin berbisnis lewat media social pastikan untuk tetap berhati-hati karena keamanannya tidak seterjamin platform *e-commerce*.

Dengan begitu banyaknya transaksi jual beli online di masyarakat tak jarang banyak pula permasalahan permasalahan yang terjadi sehubungan dengan jual beli online termasuk mengenai barang yang tidak sesuai atau barang yang tak kunjung sampai, secara garis besar berikut adalah Secara garis besar terdapat beberapa permasalahan yang terjadi pada proses transaksi jual beli *online*, yaitu:<sup>105</sup>

1. Konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, melihat, atau menyentuh barang yang akan dipesan.

---

<sup>104</sup> *Ibid* .hlm 63

<sup>105</sup> <https://perpuskampus.com/permasalahan-yang-timbul-pada-jual-beli-online/> diakses 4 mei

2. Ketidakjelasan informasi tentang produk yang ditawarkan dan/atau tidak ada kepastian apakah konsumen telah memperoleh berbagai informasi yang layak diketahui, atau yang sepatutnya dibutuhkan untuk mengambil suatu keputusan dalam bertransaksi.
3. Tidak jelasnya status subyek hukum dari pelaku usaha.
4. Tidak ada jaminan keamanan bertransaksi dan privasi serta penjelasan terhadap risiko-risiko yang berkenaan dengan sistem yang digunakan, khususnya dalam hal pembayaran secara elektronik baik dengan *credit card* maupun elektronik *cash*.
5. Pembebanan risiko yang tidak berimbang karena umumnya terhadap jual beli di internet, pembayaran telah lunas dilakukan di muka oleh konsumen, sedangkan barang belum tentu diterima atau akan menyusul kemudian, karena jaminan yang ada adalah jaminan pengiriman barang yang bukan penerimaan.
6. Transaksi yang bersifat lintas batas negara, *borderless*, menimbulkan pertanyaan mengenai yurisdiksi hukum Negara mana yang sepatutnya dilakukan.

Pada kenyataannya, meskipun ada banyak permasalahan yang muncul dan terjadi dalam transaksi jual beli *online*, akan tetapi hal tersebut tidak menyurutkan para konsumen untuk tetap berbelanja lewat transaksi *online*.