

**ANALISIS PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL  
BELI ONLINE DI PLATFORM FACEBOOK BERBASAR HUKUM  
EKONOMI SYARIAH**



**SKRIPSI**

**Ditulis untuk Memenuhi Persyaratan  
 Mendapatkan Gelar Sarjana Hukum (S.H.)**

**OLEH:**

**NADHIRA SALSABILA SYUKRI**

**NIM: 2010000003**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**SYEKH ALI HASAN AHMAD ABDATY**

**PADANGBENDIPUAN**

**2019**

**ANALISIS PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL  
BELI ONLINE DI PLATFORM FACEBOOK BERDASARKAN HUKUM  
EKONOMI SYARIAH**



**SKRIPSI**

**Ditulis untuk Memenuhi Persyaratan**

**Mendapatkan Gelar Sarjana Hukum (S.H.)**

**OLEH:**

**NADHIRA SALSABILA FITRI**

**NIM: 2010200005**



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY**

**PADANGSIDIMPUAN**

**2025**

**ANALISIS PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL  
BELI ONLINE DI PLATFORM FACEBOOK BERDASARKAN HUKUM  
EKONOMI SYARIAH**



**SKRIPSI**

**Ditulis untuk Memenuhi Persyaratan**

**Mendapatkan Gelar Sarjana Hukum (S.H.)**

**OLEH:**

**NADHIRA SALSABILA FITRI**

**NIM: 2010200005**

**Pembimbing I**

**Adi Syahputra Sirait, M.H.I**  
**NIP. 19901227 201801 1 001**

**Pembimbing II**

**Sylvia Kurnia Ritonga, M.Sy**  
**NIP. 19890604 202012 2 007**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2025**





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733  
Telepon ( 0634) 22080 Faximile (0634) 24022  
Website : [fasih.uinsyahada.ac.id](http://fasih.uinsyahada.ac.id)

Hal : Skripsi  
A.n. : **Nadhira Salsabila Fitri**  
Lampiran : 7 (tujuh lembar)

Padangsidimpuan, Juli,2025

Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Syariah dan  
Ilmu Hukum UIN  
SYAHADA Padangsidimpuan  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

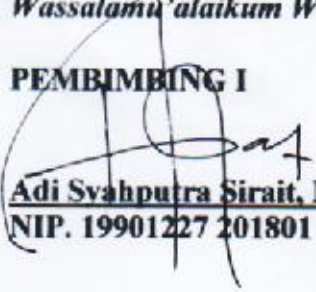
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi **Nadhira Salsabila Fitri** berjudul "**Analisis Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Platform Facebook Berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Hukum (S.H) dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.


Demikianlah kami sampaikan, semoga dapat memaklumi dan atas perhatiannya, diucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**PEMBIMBING I**

  
**Adi Syahputra Sirait, M.H.I**  
NIP. 19901227 201801 1 001

**PEMBIMBING II**

  
**Sylvia Kurnia Ritonga, M.Sy**  
NIP. 19890604 202012 2 007

## **SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI**

Saya bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nadhira Salsabila Fitri  
Nim : 2010200005  
Fakultas/Prodi : Syariah dan Ilmu Hukum/ Hukum Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Perlindungan Konsumen Dalam  
Transaksi Jual Beli Online Di Platform Facebook  
Berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya serahkan ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain dalam skripsi saya ini kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 ayat 4 Kode Etik Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Padangsidempuan,  
Menyatakan  
  
NIM: 2010200005



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad  
Addary Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadhira Salsabila Fitri  
Nim : 2010200005  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut UIN Syahada Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul "Analisis Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Platform Facebook Berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah. Dengan Hak Bebas Royaltas Non Eksklusif ini UIN Syahada Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/ memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat Di Padangsidimpuan

Pada tanggal

Yang Menyetakan,

  
1A267ALX321057349  
Sila Fitri  
NIM. 2010200005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733  
Telepon ( 0634) 22080 Faximile (0634) 24022  
Website : [fasih.uinsyahada.ac.id](http://fasih.uinsyahada.ac.id)

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Nadhira Salsabila Fitri  
NIM : 20102000005  
Judul Skripsi : Analisis Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli  
Online Di Platform Facebook Berdasarkan Hukum Ekonomi  
Syariah.

Ketua

Dr. Ahmatnizar, M.Ag  
NIP.19680202 200003 1 005

Sekretaris

Nurhotia Harahap, M.H.  
NIP. 19900315 201903 2 007

Anggota

Dr. Ahmatnizar, M.Ag  
NIP.19680202 200003 1 005

Nurhotia Harahap, M.H.  
NIP. 19900315 201903 2 007

Adi Syahputra Sirait, M.H.I  
NIP. 19901227 201801 1 001

Nada Putri Rohana, M.H.  
NIP. 19960210 202012 2 009

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah:

Di	: Padangsidimpuan
Hari/Tanggal	: Kamis/ 19 Juni 2025
Pukul	: 16.00 wib/ selesai
Hasil /Nilai	: 74 (B)
Indeks Prestasi kumulatif (IPK)	: 3,32



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733  
Telepon ( 0634) 22080 Faximile (0634) 24022  
Website : [fasih.uinsyahada.ac.id](http://fasih.uinsyahada.ac.id)

**PENGESAHAN**

Nomor : B- *1197* /Un. 28/D/PP.00.9/07/2025

Judul Skripsi : Analisis Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli  
Online Di Platform Facebook Berdasarkan Hukum Ekonomi  
Syariah

Ditulis oleh : **Nadhira Salsabila Fitri**  
NIM : 2010200005

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
Sarjana Hukum (S.H)

Padangsidempuan, 23 Juli 2025  
Dekan,

Prof. Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag.  
NIP. 19731128 200112 1 001



## **ABSTRAK**

**Nama : NADHIRA SALSABILA FITRI**  
**NIM : 2010200005**  
**Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah**  
**Judul : ANALISIS PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM**  
**TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DI PLATFORM**  
**FACEBOOK BERDASARKAN HUKUM EKONOMI**  
**SYARIAH**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kompilasi hukum ekonomi syariah terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online di platform Facebook. Dengan meningkatnya transaksi online, khususnya di media sosial, penting untuk memahami bagaimana prinsip-prinsip Syariah dapat diterapkan untuk melindungi konsumen dari praktik-praktik yang merugikan.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan studi kasus. Responden penelitian terdiri dari 5 orang yaitu 3 orang penjual dan 2 orang konsumen yang aktif bertransaksi di Facebook. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun banyak pelaku usaha yang menyadari prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah, penerapannya dalam praktik masih lemah. Sebagian besar konsumen merasa tidak terlindungi dan kurang memahami hak-hak mereka dalam transaksi online.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip perlindungan konsumen dalam hukum ekonomi syariah mencakup keadilan, transparansi, tanggung jawab, dan perlindungan kualitas serta keamanan produk. Keadilan memastikan keseimbangan hak antara konsumen dan penjual, sementara transparansi mencegah penipuan melalui informasi yang jelas. Tanggung jawab penjual mencakup penyediaan produk berkualitas dan mekanisme pengembalian barang. Facebook, sebagai platform jual beli, perlu memperbaiki kebijakan perlindungan konsumen, termasuk prosedur pengembalian barang dan respons terhadap keluhan. Meskipun Facebook mempermudah transaksi dan meningkatkan aksesibilitas, perbaikan dalam penyelesaian sengketa dan perlindungan konsumen sangat diperlukan untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengguna.

**Kata Kunci: Hukum Ekonomi Syariah, Perlindungan Konsumen, Transaksi Jual Beli Online, Facebook.**

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillah, Puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan waktu dan kesehatan dan kepada peneliti untuk melakukan penelitian dan menuangkannya dalam skripsi ini. Sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad Saw yang telah menuntun umatnya kejalan yang benar.

Skripsi ini berjudul **ANALISIS PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DI PLATFORM FACEBOOK BERDASARKAN HUKUM EKONOMI SYARIAH**. Ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi Persyaratan gelar Sarjana Hukum (S.H.) pada program studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum (UINSYAHADA) Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Skripsi yang disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dengan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan. oleh karena itu dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi yaitu: dengan selesainya penulisan skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT. yang selalu memberikan kemudahan dan kesabaran kepada penyusun sehingga sripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag sebagai Rektor UIN SYAHADA Padangsidimpuan, Wakil Rektor dibidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Wakil Rektor dibidang Administrasi Umum,

Perencanaan dan Kerjasama, Wakil Rektor Kemahasiswaan dan Kerjasama dan seluruh civitas akademik UIN SYAHADA.

3. Bapak Adi Syahputra Sirait, M.H.I selaku Pembimbing I dan Ibu Sylvia Kurnia Ritonga, M.Sy selaku Pembimbing II telah menyempatkan waktunya untuk menelaah dari Bab per Bab dalam pembuatan skripsi ini serta membimbing dan mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Prof. Dr. H. Fatahddin Aziz Siregar, M.Ag sebagai Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN SYAHADA.
5. Ibu Nurhotia Harahap, M.H selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah di Fakultas Sayariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Ibu Neila Hifzhi, S.H., M.H selaku Sekretaris Program Studi Hukum Ekonomi Syariah di Fakultas Sayariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
6. Para Dosen/ Staf di lingkungan UIN SYAHADA Padangsidimpuan yang membekali berbagai pengetahuan sehingga mampu menyelesaikan penulisan Skiripsi ini.
7. Bapak kepala perpustakaan dan seluruh pegawai perpustakaan UIN SYAHADA Padangsidimpuan yang telah membantu penulisan dalam menyediakan buku-buku yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini.
8. Bapak Prof. Dr. Ibrahim Siregar. MCL selaku Dosen Penasehat Akademik.
9. Teristimewa Kedua Orangtua saya Ayahanda tercinta Gusnul Alfian dan Ibunda tersayang Yuni Arnida yang sudah banyak melimpahkan pengorbanannya, kasih



sayang serta doa yang senantiasa mengiringi serta membantu penulis hingga sejauh ini.

10. Yang tidak kalah Teristimewa penulis sampaikan terimakasih banyak kepada Abangku Muhammad Riesyaf Ardhi dan kepada adekku Videraissy Putri yang selalu memberikan semangat dan motivasi yang tiada hentinya baik nasehat, masukan, dan arahan dalam setiap langkah saya dalam hidup saya.
11. untuk diri saya sendiri, Nadhira Salsabila Fitri terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih sudah memilih berusaha, walau terkadang merasa putus asa atas apa yang telah diusahakan dan belum berhasil, namun terimakasih karena memutuskan untuk tidak menyerah sesulit apapun proses menuysun skripsi ini yang telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Berbahagialah dan tetap kuat dimana berada karena perjalanan kedepannya masih panjang, akan ada rintangan dan proses yang akan yang akan di hadapi kedepannya. Apapun kekurangan diri ini tetaplah menerima diri sendiri dan mari merayakan.
12. Kepada teman-teman seperjuangan ku di kelas Hukum Ekonomi Syariah 1 yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu, Terimakasih saya ucapkan atas dukungan, motivasi, serta saran yang kalian berikan kepada saya selaku penulis.
13. Terimakasih atas bantuan dan kerjasama semua pihak yang telah membantu dan menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kelemahan dan kekurangan bahkan jauh dari kata kesempurnaan. Untuk itu, penulis

mengharapkan kritik dan saran dari segenap pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya kepada Allah penulis berserah diri atas segala usaha dan do'a dalam penyusunan skripsi ini. Semoga tulisan ini memberikan manfaat bagi kita semua.

Padangsidempuan, 2025

Penulis

NADHIRA SALSABILA FITRI  
NIM. 2010200005

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### A. Konsonan

Fonem Konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab di lambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian di lambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	sa	s	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha	h	Ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	H	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdanya
ص	ṣad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.. ’ ..	Apostrof



## B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *mo Nomor ftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau arkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabung antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	<i>Fathah</i> dan ya	Ai	a dan i
	<i>Fathah</i> dan wau	Au	a dan u

3. *Maddah* adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	<i>Fathah</i> dan alif atau ya	<u>a</u>	a dan garis atas
	<i>Kasrah</i> dan ya	<u>i</u>	I dan garis di bawah
	<i>Dommah</i> dan wau	<u>u</u>	u dan garis di atas

## C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

1. Ta marbutah hidup, yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *dommah*, transliterasinya adalah /t/.
2. Ta Marbutah mati, yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya tamar butah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

#### **D. Syaddah (Tasydid)**

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddahat* atau *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

#### **E. Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ٱ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

#### **F. Hamzah**

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa *alif*.

#### **G. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulisterpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada hurufatau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut biasa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

#### **H. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.



Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

## **I. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
LEMBARAN PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	vi
DAFTAR ISI.....	xi

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Masalah .....	5
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Masalah.....	6
E. Manfaat Penelitian .....	6
F. Studi Terdahulu.....	6
G. Sistematika Pembahasan .....	8

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Perlindungan Konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 .....	10
B. Perlindungan Konsumen dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.....	18
C. Peran Platform <i>Facebook</i> dalam Transaksi Jual Beli Online.....	30

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian .....	40
B. Sumber Data.....	40
C. Teknik Pengumpulan data.....	41
D. Pertanyaan Penelitian .....	41
E. Analisis Data .....	44

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Bentuk Pelindungan Konsumen Berdasarkan Peraturan Undang-Undang Terhadap Pelaku Jual Beli Online di Platform Facebook .....	46
B. Bentuk Perlindungan Konsumen Bagi Pelaku Jual Beli Online di Facebook Menurut Hukum Ekonomi Syariah .....	51

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	57
B. Saran.....	57

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **LAMPIRAN**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi di era digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pola konsumsi masyarakat. Salah satu dampak yang paling menonjol adalah semakin maraknya transaksi jual beli secara online. Media sosial, yang awalnya hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, kini telah berkembang menjadi platform bisnis. Facebook, misalnya, tidak hanya menjadi media interaksi sosial tetapi juga digunakan untuk mempromosikan dan melakukan transaksi jual beli melalui fitur seperti Facebook Marketplace. Kemudahan akses, jangkauan pasar yang luas, dan biaya promosi yang rendah menjadikan media sosial ini pilihan utama bagi banyak pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi.<sup>1</sup>

Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat berbagai risiko dan tantangan yang harus dihadapi oleh konsumen. Dalam transaksi online di Facebook, konsumen sering kali menemui permasalahan seperti penipuan, barang yang tidak sesuai deskripsi, pelanggaran privasi data, hingga persaingan usaha yang tidak sehat. Risiko-risiko ini muncul karena Facebook hanya berperan sebagai fasilitator tanpa terlibat langsung dalam proses pembayaran maupun pengiriman barang. Akibatnya, jika terjadi sengketa antara penjual dan pembeli,

---

<sup>1</sup> Hastuti, D. (2019). *Perkembangan teknologi informasi dan dampaknya terhadap pola konsumsi masyarakat di era digital*. Jurnal Teknologi dan Bisnis, 8(1), 34-42.

penyelesaiannya sering kali sulit dilakukan karena belum adanya regulasi khusus yang mengatur transaksi jual beli di platform media sosial.<sup>2</sup>

Saat ini, regulasi yang berlaku di Indonesia, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), sering kali dianggap belum cukup memadai untuk mengatur transaksi daring. Padahal, berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2023 telah mencapai lebih dari 210 juta orang, dengan sebagian besar aktif menggunakan media sosial. Kondisi ini menunjukkan urgensi perlindungan konsumen yang lebih spesifik dan efektif, terutama dalam konteks transaksi jual beli online di media sosial.

Dalam perspektif Islam, jual beli merupakan aktivitas muamalah yang diperbolehkan, namun harus dilakukan dengan memenuhi prinsip-prinsip keadilan, kejujuran, dan transparansi. Islam menekankan pentingnya keadilan dalam transaksi melalui firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِنْكُمْ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu.”.

---

<sup>2</sup> Prasetyo, A. (2021). *Risiko dan tantangan dalam transaksi online di Facebook: Penipuan, barang tidak sesuai deskripsi, pelanggaran privasi, dan persaingan usaha tidak sehat*. Jurnal Ekonomi Digital, 12(2), 45-58.

Ayat ini menegaskan bahwa setiap transaksi harus didasarkan pada prinsip suka sama suka (*taradhi*), yang hanya dapat tercapai jika informasi tentang barang atau jasa yang diperjualbelikan disampaikan dengan jelas dan adil. Dalam konteks transaksi online, prinsip ini sering kali dilanggar akibat ketidaksesuaian antara barang yang diterima dengan deskripsi yang diberikan oleh penjual.

Selain itu, Al-Qur'an juga mengingatkan pentingnya menjaga keadilan dalam setiap aspek perdagangan. Sebagaimana firman Allah SWT:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَا تُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

Artinya: “Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya.”.

Ayat ini memberikan pedoman bahwa keadilan harus menjadi landasan utama dalam perdagangan, termasuk dalam jual beli online. Kejujuran dalam memberikan informasi tentang produk, transparansi dalam transaksi, dan penyelesaian sengketa secara adil merupakan manifestasi dari nilai-nilai Islam dalam perdagangan.<sup>3</sup>

Facebook Marketplace, sebagai salah satu fitur dari platform Facebook, memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi digital. Namun, ketidakhadiran regulasi yang mengikat antara penjual dan pembeli sering kali menimbulkan celah hukum yang merugikan konsumen. Konsumen menghadapi risiko seperti barang yang tidak sesuai, penipuan pembayaran, atau pengiriman barang yang tidak sampai. Hal ini menunjukkan perlunya langkah-langkah

---

<sup>3</sup> Hasanah, A. (2019). *Prinsip transaksi dalam hukum Islam: Studi tentang keadilan dan transparansi dalam jual beli online*. Jurnal Hukum Ekonomi, 15(2), 100-112.



konkret untuk memberikan perlindungan hukum yang lebih baik kepada konsumen.<sup>4</sup>

Dalam konteks hukum ekonomi syariah, perlindungan konsumen mencakup prinsip keadilan (*al-adl*), kemaslahatan (*maslahah*), dan tanggung jawab (*amanah*). Prinsip-prinsip ini bertujuan untuk menjaga keseimbangan hak dan kewajiban antara penjual dan pembeli. Penjual berkewajiban memberikan informasi yang akurat tentang barang atau jasa, sedangkan pembeli memiliki hak untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan deskripsi. Ketika salah satu pihak melanggar prinsip ini, maka transaksi tersebut tidak hanya melanggar hukum positif tetapi juga hukum syariah. Selain itu, kesadaran konsumen terhadap hak-hak mereka dalam transaksi online masih relatif rendah. Banyak konsumen yang tidak mengetahui bagaimana cara melaporkan kasus penipuan atau meminta ganti rugi ketika merasa dirugikan. Hal ini menunjukkan pentingnya edukasi konsumen, baik dari sisi regulasi maupun perspektif syariah. Pemerintah, melalui lembaga seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), perlu meningkatkan sosialisasi mengenai hak dan kewajiban konsumen dalam transaksi daring.

Fenomena ini juga relevan dalam skala global, di mana perlindungan konsumen dalam perdagangan digital menjadi perhatian utama. Organisasi internasional seperti United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) telah menekankan pentingnya regulasi yang melindungi konsumen dalam ekosistem perdagangan digital. Pendekatan ini sejalan dengan nilai-nilai

---

<sup>4</sup> Alfiana, R. (2020). *Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi di Facebook Marketplace: Risiko dan tantangan tanpa regulasi yang mengikat*. Jurnal Hukum dan Teknologi, 10(3), 58-72.

Islam yang mendorong keadilan dan keseimbangan dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas perdagangan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online di Facebook dari perspektif hukum ekonomi syariah. Penelitian ini juga akan mengidentifikasi tantangan-tantangan utama yang dihadapi oleh konsumen dalam transaksi daring serta memberikan rekomendasi solusi berbasis syariah yang aplikatif dan kontekstual. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat tercipta ekosistem perdagangan digital yang lebih adil, transparan, dan berkelanjutan, sesuai dengan nilai-nilai Islam.<sup>5</sup>

Sehingga dengan melihat beberapa fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat tema penelitian dengan judul **"ANALISIS PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DI PLATFORM FACEBOOK BERDASARKAN HUKUM EKONOMI SYARIAH"**.

## **B. Fokus Masalah**

Pertanyaan Penelitian yang dikemukakan yaitu: “Analisis Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Platform *Facebook Berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah*”.

## **C. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Bentuk Perlindungan Konsumen Berdasarkan Peraturan Undang-Undang Terhadap Pelaku Jual Beli Online di Platform Facebook?

---

<sup>5</sup> Sukmawati, N. (2021). *Perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online di Facebook: Perspektif hukum ekonomi syariah dan tantangan yang dihadapi konsumen*. Jurnal Ekonomi Syariah, 14(4), 89-103.

2. Bagaimana Bentuk Perlindungan Konsumen Bagi Pelaku Jual Beli Online di Facebook Menurut Hukum Ekonomi Syariah?

#### **D. Tujuan Masalah**

1. Menganalisis Bentuk Perlindungan Konsumen Berdasarkan Peraturan Undang-Undang Terhadap Pelaku Jual Beli Online di Platform Facebook.
2. Menganalisis Bentuk Perlindungan Konsumen Bagi Pelaku Jual Beli Online di Facebook Menurut Hukum Ekonomi Syariah.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang hukum ekonomi syariah dan perlindungan konsumen, terutama dalam konteks transaksi jual beli online.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu konsumen memahami hak dan tanggung jawab mereka dalam transaksi jual beli online, serta meningkatkan kesadaran akan perlindungan konsumen menurut hukum ekonomi syariah.

#### **F. Studi Terdahulu**

Studi Terdahulu merupakan bagian penting dalam skripsi, karena dapat menyebutkan rujukan dan kedudukan pembahasan penulis dalam studi tersebut. Beberapa studi terdahulu yang terkait dengan pembahasan tersebut yaitu;

Pertama hasil Penelitian Hastuti (2019) dalam penelitiannya yang berjudul *"Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online"* mengungkapkan bahwa meskipun Indonesia telah memiliki Undang-Undang

Perlindungan Konsumen, banyak transaksi online yang tidak sepenuhnya dilindungi karena banyaknya platform yang tidak terdaftar resmi atau tidak memiliki mekanisme yang jelas untuk menangani pengaduan konsumen. Penelitian ini menunjukkan bahwa transaksi jual beli online yang terjadi di platform seperti Facebook masih rentan terhadap penipuan dan ketidakjelasan hak-hak konsumen.

Kedua hasil Penelitian Alfiana (2020) dalam penelitiannya yang berjudul *"Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di Marketplace"* berfokus pada analisis regulasi yang ada dan tantangan yang dihadapi konsumen dalam marketplace di Indonesia. Alfiana menemukan bahwa meskipun ada beberapa fitur perlindungan konsumen yang disediakan oleh marketplace besar, platform media sosial seperti Facebook tidak memiliki aturan yang memadai untuk menangani kasus-kasus penipuan atau pengaduan konsumen yang timbul dari transaksi di sana.

Ketiga hasil Penelitian Prasetyo (2021) dalam penelitiannya *"Tantangan Perlindungan Konsumen pada Transaksi Jual Beli di Facebook Marketplace"* menyatakan bahwa transaksi jual beli di Facebook memiliki potensi risiko yang lebih besar dibandingkan dengan platform e-commerce resmi karena Facebook tidak memiliki mekanisme penyelesaian sengketa yang kuat. Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun Facebook menawarkan tempat untuk transaksi, namun masalah seperti penipuan, ketidaksesuaian barang, dan penyalahgunaan data pribadi masih sering terjadi.

Keempat hasil Penelitian Fatimah Hasanah (2019) dalam penelitiannya "*Perlindungan Konsumen dalam Platform E-Commerce: Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah*" Penelitian ini berfokus pada aspek perlindungan konsumen dalam platform e-commerce besar di Indonesia, seperti Tokopedia dan Bukalapak, namun juga relevan untuk platform media sosial seperti Facebook.

Kelima hasil Penelitian Sukmawati (2021) dalam penelitian "*Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah pada E-commerce*" mengemukakan bahwa penerapan hukum ekonomi syariah dalam transaksi e-commerce dapat mengurangi risiko penipuan dan ketidakadilan. Sukmawati menyarankan agar platform media sosial seperti Facebook lebih memperhatikan penerapan prinsip syariah dalam kegiatan jual beli untuk melindungi hak-hak konsumen, seperti kejujuran informasi dan jaminan pengembalian barang jika terjadi ketidaksesuaian.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Bab I merupakan bab pendahuluan yang berisi latar belakang, fokus masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II membahas mengenai landasan teori yang digunakan.

Bab III merupakan metode penelitian yang berisi tentang jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab IV ini merupakan hasil penelitian dalam pembahasan tentang Analisis Komplikasi Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Platform *Facebook*.

Bab V berisi kesimpulan dan saran.

Untuk memahami materi penelitian, berikut adalah garis besar dari keseluruhan bab dalam sistematika pembahasan.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Perlindungan Konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999**

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU No. 8/1999) merupakan payung hukum yang melindungi hak-hak konsumen di Indonesia, termasuk transaksi jual beli online. Tujuan undang-undang ini adalah untuk menjalin hubungan yang seimbang antara pelaku usaha dan konsumen serta mencegah dan mengatasi segala bentuk penyalahgunaan dalam transaksi jual beli. Dalam transaksi online, khususnya yang terjadi di platform media sosial seperti Facebook, perlindungan konsumen menjadi aspek yang sangat penting dalam menjaga hak-hak konsumen.

Perlindungan konsumen sangat penting dalam konteks transaksi jual beli online di platform Facebook. Mengingat sifat transaksi digital memerlukan transparansi dan kejelasan informasi, maka Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen) mengatur tentang perlindungan hak-hak konsumen dalam berbagai transaksi, termasuk pada platform online seperti Facebook, dasar hukum yang jelas. Dengan pesatnya perkembangan e-commerce, banyak konsumen yang berinteraksi dengan penjual melalui platform ini, sehingga memerlukan perlindungan hukum yang tepat, terutama dari perspektif ekonomi Islam yang mengedepankan keadilan dan transparansi.

Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999,<sup>6</sup> perlindungan konsumen diartikan sebagai segala upaya untuk menjamin keseimbangan hubungan antara konsumen dan operator sehingga hak dan kepentingan konsumen terlindungi dari kerugian. Tujuan utama perlindungan konsumen adalah memberikan rasa aman dan nyaman kepada konsumen dalam bertransaksi dengan memastikan produk dan jasa yang diterimanya memenuhi standar dan tidak merugikan konsumen.

Undang-undang tersebut mengatur berbagai aspek terkait hak dan kewajiban konsumen, serta kewajiban pelaku usaha untuk menyediakan produk atau jasa yang aman, bermutu, dan tidak menyesatkan.<sup>7</sup>

#### 1. Definisi Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 1 dan Keputusan Nomor 8 Tahun 1999 adalah tentang menjamin kepastian hukum bagi perlindungan konsumen. Perlindungan ini dirancang untuk menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen dan dihindarinya praktik-praktik yang merugikan dalam transaksi barang atau jasa. Dalam Pasal 1 UU No.1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mendefinisikan konsumen sebagai setiap orang yang mempergunakan barang dan/atau jasa yang disediakan dalam masyarakat, baik untuk kepentingan dirinya sendiri, keluarganya, orang lain, atau makhluk hidup lain.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

<sup>7</sup> Purwono, H. (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.

<sup>8</sup> Fadillah, A. (2014). *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli*. Yogyakarta: Genta Press.

Dalam konteks hukum, perlindungan konsumen merupakan bagian dari tanggung jawab negara dalam memastikan hak-hak masyarakat dalam memperoleh barang dan jasa yang aman serta memenuhi standar yang ditetapkan. Prinsip dasar perlindungan konsumen mencakup hak atas keamanan, informasi, pilihan, dan hak untuk didengar dalam proses kebijakan publik yang berkaitan dengan konsumsi. Prinsip ini telah diakui secara global dan diatur dalam berbagai regulasi internasional, seperti pedoman perlindungan konsumen yang dikeluarkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (Taufiq, 2020, hlm. 89).<sup>9</sup>

Perlindungan konsumen dapat dikategorikan dalam dua aspek utama, yaitu aspek preventif dan represif. Aspek preventif melibatkan edukasi konsumen, pengawasan terhadap barang dan jasa, serta regulasi yang mengatur standar kualitas produk yang beredar di pasar. Edukasi konsumen menjadi penting agar masyarakat memiliki kesadaran dan pemahaman mengenai hak-hak mereka sebagai konsumen, sehingga dapat menghindari produk atau jasa yang tidak memenuhi standar atau bahkan berbahaya. Sementara itu, aspek represif melibatkan tindakan hukum terhadap pelaku usaha yang terbukti melakukan pelanggaran terhadap hak konsumen, seperti penipuan, penyebaran informasi yang menyesatkan, atau produksi barang yang berbahaya bagi kesehatan (Kotler & Keller, 2022, hlm. 112).<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Suwarna, Agus. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2021), hlm. 45.

<sup>10</sup> Muhammad Taufiq, *Aspek Hukum dalam Perlindungan Konsumen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 89. Buku ini membahas aspek hukum yang melindungi konsumen dari tindakan pelaku usaha yang merugikan, termasuk regulasi yang mengatur hak-hak konsumen. Taufiq menjelaskan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya berfungsi sebagai instrumen

Dalam perspektif ekonomi, perlindungan konsumen memiliki peran penting dalam menciptakan stabilitas pasar dan meningkatkan daya beli masyarakat. Ketika konsumen merasa aman dalam melakukan transaksi, mereka cenderung lebih percaya untuk berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi. Selain itu, adanya kebijakan perlindungan konsumen yang kuat juga dapat meningkatkan daya saing perusahaan karena mendorong pelaku usaha untuk mematuhi standar yang lebih tinggi dalam menyediakan barang dan jasa. Oleh karena itu, regulasi perlindungan konsumen tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat, tetapi juga bagi dunia usaha secara keseluruhan (Rahmawati, 2021, hlm. 134).<sup>11</sup>

Selain peran negara, masyarakat juga memiliki tanggung jawab dalam memastikan bahwa hak-hak konsumen dapat terlindungi dengan baik. Konsumen harus memiliki sikap kritis terhadap produk dan jasa yang mereka konsumsi, serta melaporkan jika menemukan praktik bisnis yang merugikan. Kesadaran ini menjadi bagian dari upaya menciptakan sistem perlindungan konsumen yang lebih efektif dan berkelanjutan.<sup>12</sup>

Dengan demikian, perlindungan konsumen bukan hanya sekadar instrumen hukum, tetapi juga bagian dari strategi pembangunan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Keberadaannya bertujuan untuk memastikan bahwa

---

<sup>11</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management* (New Jersey: Pearson, 2022), hlm. 112. Dalam buku ini, Kotler dan Keller menyoroti pentingnya perlindungan konsumen dalam dunia bisnis modern. Mereka menjelaskan bahwa dengan adanya sistem perlindungan konsumen yang efektif, pasar menjadi lebih stabil, konsumen lebih percaya diri dalam bertransaksi, dan pelaku usaha lebih terdorong untuk menyediakan produk serta layanan yang berkualitas dan sesuai standar.

<sup>12</sup> Rahmawati, Dian, *Peran Regulasi dalam Melindungi Hak Konsumen* (Bandung: Pustaka Setia, 2021), hlm. 134.

setiap individu mendapatkan haknya sebagai konsumen serta terhindar dari berbagai bentuk eksploitasi dalam transaksi ekonomi.

Pasal 1 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1999 Nomor 8 menyatakan:

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mempergunakan barang atau jasa yang disediakan dalam masyarakat, baik untuk kepentingan dirinya sendiri, keluarganya, orang lain, atau makhluk hidup lain, dan bukan untuk tujuan transaksi.
- b. Pelaku usaha adalah setiap orang atau badan usaha, baik yang berbadan hukum maupun tidak, yang memproduksi barang atau jasa, melakukan perdagangan dan/atau melakukan kegiatan lain sehubungan dengan barang atau jasa tersebut.

Prinsip Perlindungan Konsumen: Berdasarkan UU No.8 Tahun 1999, prinsip perlindungan konsumen mencakup:

- a. Keamanan konsumen.
- b. Informasi yang benar, jelas, dan jujur.
- c. Pilihan yang luas bagi konsumen.
- d. Keadilan dan keseimbangan antara hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha.

Hal ini mencakup perlindungan terhadap konsumen agar mereka tidak dirugikan oleh transaksi yang tidak adil, tidak transparan, atau tidak sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. Beberapa hak konsumen yang perlu dilindungi meliputi:

- a. Hak untuk mendapatkan informasi yang benar dan jelas: Konsumen berhak mendapatkan informasi yang akurat tentang produk atau jasa yang mereka beli, termasuk harga, kualitas, dan spesifikasi produk.
- b. Hak untuk memperoleh produk yang sesuai dengan deskripsi: Konsumen berhak menerima barang atau jasa yang sesuai dengan yang dijanjikan oleh penjual.
- c. Hak untuk mendapatkan ganti rugi: Konsumen berhak memperoleh pengembalian barang atau uang apabila barang yang diterima cacat, tidak sesuai, atau tidak sampai sesuai dengan kesepakatan.
- d. Hak untuk mendapatkan perlindungan dari praktik yang merugikan: Perlindungan terhadap konsumen dari praktik penipuan, eksploitasi, atau transaksi yang mengandung ketidakpastian.

## 2. Tujuan Perlindungan Konsumen

Dalam rangka perlindungan konsumen berdasarkan UU No. Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengatur bahwa perlindungan konsumen bertujuan untuk:<sup>13</sup>

- a. Melindungi hak dan kepentingan konsumen serta memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh barang dan/atau jasa yang aman, bermutu, dan sesuai dengan kebutuhan dan kepentingannya.
- b. Meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang hak-hak konsumen sehingga konsumen dapat mengambil keputusan yang tepat ketika memilih dan menggunakan barang atau jasa.

---

<sup>13</sup> Rosyidi, R. (2011). *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, Hlm 61.



- c. Meningkatkan kesadaran pelaku usaha akan tanggung jawabnya terhadap produk dan jasa yang dihasilkannya serta berpegang teguh pada prinsip mengutamakan kepentingan konsumen.
  - d. Mendorong partisipasi masyarakat dalam memberikan informasi dan pelaporan mengenai barang dan/atau jasa yang beredar di masyarakat, termasuk yang aman dan yang dapat merugikan konsumen.
  - e. Memberikan keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen sehingga tidak ada pihak yang dirugikan dalam transaksi tersebut.
3. Hak-hak Konsumen yang Dilindungi oleh UU No. 8 Tahun 1999

Perlindungan hak-hak konsumen diatur dalam Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999, yang mencakup beberapa hak penting, antara lain:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa sesuai dengan kebutuhan, tanpa adanya paksaan atau tekanan dari pihak manapun.
- c. Hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan/atau jasa yang ditawarkan, termasuk informasi mengenai harga, kualitas, manfaat, cara penggunaan, dan risiko yang mungkin terjadi.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya terkait dengan barang atau jasa yang diterima, serta untuk mendapatkan penyelesaian yang adil atas masalah yang dihadapi.
- e. Hak untuk mendapatkan ganti rugi apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan atau mengalami kerusakan.

- f. Hak untuk memilih dan memperoleh barang dan/atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan tanpa adanya diskriminasi atau tekanan dari pihak manapun

4. Kewajiban pelaku usaha dalam transaksi penjualan

Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengatur tentang kewajiban pelaku usaha dalam transaksi jual beli, antara lain:

- a. Memberikan konsumen informasi yang benar dan jelas mengenai barang dan/atau jasa yang ditawarkan sehingga konsumen dapat mengambil keputusan yang tepat tanpa merasa tertipu.
- b. Menjamin keamanan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan dan memastikan produk yang dijual tidak merugikan konsumen.
- c. Memenuhi standar mutu yang dijanjikan kepada konsumen, termasuk dalam hal ketahanan, keamanan, dan ketersediaan barang atau jasa.
- d. Hindari praktik atau tindakan menipu yang merugikan konsumen, seperti menyembunyikan cacat produk atau memberikan informasi yang tidak benar.
- e. Memberikan jaminan terhadap barang atau jasa yang dijual, serta bertanggung jawab jika ada cacat atau ketidaksesuaian dengan yang dijanjikan.
- f. Menyelesaikan sengketa yang timbul secara adil dan cepat, serta berusaha untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen.

## **B. Perlindungan Konsumen dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah**

Perlindungan konsumen dalam hukum ekonomi syariah merupakan aspek penting yang mengatur hak, kewajiban, dan perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi ekonomi yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Menurut hukum ekonomi syariah, negara berkewajiban untuk melindungi hak-hak manusia sebagai warga negara. Salah satunya adalah melindungi hak-hak konsumen dan mengawasi setiap produk yang dikelola dan diedarkan oleh pelaku usaha.<sup>14</sup>

Konsep mengenai perlindungan konsumen dalam kajian hukum ekonomi syariah tidak dijelaskan secara rinci. Namun, terdapat prinsip perlindungan konsumen yang dapat ditemukan dalam praktik jual beli yang dicontohkan oleh Rasulullah Saw. Rasulullah Saw adalah contoh pelaku usaha yang sangat perhatian terhadap hak-hak konsumen. Oleh karena itu, Rasulullah Saw banyak disenangi oleh konsumen. Islam memberikan landasan berupa nilai-nilai dan etika yang harus dijunjung dalam berbisnis, yaitu kejujuran dan keadilan. Dalam syariat disebutkan bahwa tidak diperbolehkan seorang pelaku usaha melakukan hal-hal yang dapat mengakibatkan kerugian terhadap konsumen. Oleh karena itu, konsumen juga harus melaksanakan kewajibannya dengan sebaik mungkin.<sup>15</sup>

Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum adalah penjaminan harkat dan martabat setiap manusia, serta pengakuan terhadap hak asasi manusia

---

<sup>14</sup> Elisa Siti Widyastuti dkk, “*PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE: SUATU PERSPEKTIF HUKUM ISLAM*”, *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 2 2022, hlm. 45.

<sup>15</sup> *Ibid.*, hlm. 47.

sebagai subyek hukum sesuai ketentuan hukum dari kewenangan atau kumpulan kaidah yang dapat melindungi sesuatu hal.<sup>16</sup>

Perlindungan hukum merupakan segala bentuk usaha dari pemerintah untuk menjamin kepastian hukum untuk melindungi hak warga negara dan apabila hak tersebut dilanggar maka dikenai sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku. Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut

Dengan landasan hukum yang jelas maka upaya perlindungan hak-hak konsumen dapat dilaksanakan dengan penuh optimisme. “Pasal 1 ayat 1 UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 mengatur bahwa Semua inisiatif yang bertujuan untuk melindungi hak konsumen termasuk dalam perlindungan konsumen”. Pastikan kejelasan hukum yang menawarkan perlindungan bagi konsumen. Tetapkan jaminan hukum untuk perlindungan konsumen.<sup>17</sup>

Memperkuat kepastian hukum dalam perlindungan hak dan kepentingan konsumen melalui undang-undang khusus agar pelaku korporasi tidak sewenang-wenang merugikan hak dan kepentingan konsumen.<sup>18</sup> Dengan menerapkan mekanisme non-litigasi seperti yang disebutkan di atas, perlindungan konsumen dalam hukum ekonomi syariah dapat ditingkatkan secara efektif tanpa harus melibatkan proses litigasi yang memakan waktu dan biaya. Ini mencerminkan

---

<sup>16</sup> Philipus M. Hadjon, R. Sri Soemantri Marto Soewgnjo, dkk , *Pengantar Hukum, Administrasi Negara Indonesia*, (Gadjah Mada University Press, 2008), hlm. 127.

<sup>17</sup> Pasal 1 ayat 1 UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999.

<sup>18</sup> Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, (Jakarta: Visimedia, 2008).Hlm, 4.

prinsip-prinsip musyawarah, keadilan, dan kerjasama dalam menyelesaikan sengketa dalam kerangka hukum ekonomi syariah.

Perlindungan konsumen dalam hukum ekonomi syariah merupakan bagian dari prinsip dasar Islam yang menekankan keadilan ('adl), kejujuran (sidq), dan keseimbangan (tawazun) dalam transaksi ekonomi. Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) sebagai pedoman hukum Islam di Indonesia telah mengatur berbagai aspek perlindungan konsumen untuk memastikan hak-hak mereka tetap terjaga dan terhindar dari praktik bisnis yang merugikan.

#### 1. Dalil Al-Qur'an dan Hadis tentang Perlindungan Konsumen

##### a. Larangan terhadap Penipuan dalam Transaksi

QS. Al-Mutaffifin: 1-3:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝ ۱ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝ ۲ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝ ۳

Artinya: "Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang). Yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi." (Al-Qur'an, 83:1-3)<sup>19</sup>.

##### b. Perintah untuk Berlaku Adil dalam Muamalah

QS. An-Nisa: 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۝ ۲۹

---

<sup>19</sup> QS. Al-Mutaffifin: 1-3

Artinya: *"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu."* (Al-Qur'an, 4:29)<sup>20</sup>.

c. Larangan Gharar dalam Perdagangan

Hadis Rasulullah ﷺ:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

Artinya: *"Rasulullah melarang jual beli yang mengandung unsur gharar (ketidakjelasan atau ketidakpastian)."* (HR. Muslim)<sup>21</sup>.

d. Kewajiban Menyampaikan Informasi yang Jujur

Hadis Rasulullah ﷺ:

Artinya: *"Barang siapa menipu, maka ia bukan bagian dari golonganku."* (HR. Muslim)<sup>22</sup>.

2. Prinsip Perlindungan Konsumen dalam KHES

a. Prinsip Kejujuran (Sidq) dalam Informasi Produk

Kejujuran merupakan prinsip dasar dalam ekonomi Islam yang menuntut transparansi dalam setiap transaksi. Pelaku usaha wajib memberikan informasi yang jelas mengenai produk atau jasa yang ditawarkan agar konsumen tidak tertipu dan mendapatkan barang sesuai spesifikasi yang dijanjikan.<sup>23</sup> Informasi yang diberikan harus mencakup bahan, fungsi, masa berlaku, serta manfaat dari produk tersebut. Jika terdapat kekurangan atau cacat dalam barang, pelaku usaha wajib memberitahukan kepada konsumen sebelum transaksi dilakukan.

<sup>20</sup> QS. An-Nisa: 29

<sup>21</sup> HR. Muslim

<sup>22</sup> HR. Muslim

<sup>23</sup> Ahmad Syafii Maarif, *Islam dan Problematika Ekonomi: Perspektif Etika dan Hukum* (Jakarta: Penerbit Paramadina, 2019), hlm.72



Pelanggaran terhadap prinsip ini dapat merugikan konsumen dan berpotensi merusak reputasi pelaku usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, KHES menekankan bahwa setiap pelaku usaha harus menghindari informasi yang menyesatkan atau yang dapat menimbulkan persepsi yang keliru pada konsumen.

b. Prinsip Keadilan ('Adl) dalam Penetapan Harga

Harga barang dan jasa dalam ekonomi syariah harus ditetapkan secara adil dan tidak mengeksploitasi konsumen. Islam melarang praktik penimbunan (iḥtikār) yang bertujuan menaikkan harga secara tidak wajar.<sup>24</sup> Selain itu, dalam penetapan harga, tidak diperbolehkan adanya praktik riba atau tambahan yang merugikan salah satu pihak secara sepihak.

KHES mengatur bahwa harga dalam transaksi harus sesuai dengan kondisi pasar dan tidak mengandung unsur pemaksaan. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap pihak mendapatkan haknya tanpa ada pihak yang merasa tertipu atau dirugikan. Oleh karena itu, harga yang ditetapkan harus transparan, sesuai dengan kualitas dan nilai manfaat dari produk atau jasa yang ditawarkan.

c. Prinsip Larangan Gharar dan Penipuan

Praktik gharar dalam jual beli dilarang karena dapat merugikan konsumen. Gharar adalah ketidakjelasan dalam suatu transaksi yang dapat menyebabkan salah satu pihak tidak memperoleh haknya secara adil. Contohnya adalah menjual barang yang cacat tanpa memberitahukan

---

<sup>24</sup> Yusuf Qardhawi, *Fiqh al-Mu'amalat al-Maliyah* (Beirut: Dar Al-Taqwa, 2018), hlm. 89.

kondisi sebenarnya atau menjual barang yang tidak dimiliki pada saat transaksi.<sup>25</sup>

KHES mengatur bahwa setiap transaksi yang mengandung unsur gharar harus dihindari agar tidak merugikan salah satu pihak. Oleh karena itu, baik dalam transaksi barang maupun jasa, setiap ketentuan harus dijelaskan dengan jelas, termasuk hak dan kewajiban masing-masing pihak. Dengan demikian, konsumen dapat memahami secara penuh produk atau layanan yang mereka beli, sehingga tidak ada kesalahpahaman yang berujung pada sengketa.<sup>26</sup>

#### d. Hak Konsumen untuk Mendapatkan Barang Berkualitas

Konsumen berhak menerima barang atau jasa yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayarkan. Jika barang yang diterima tidak sesuai, mereka berhak untuk mengembalikan atau meminta ganti rugi. Perlindungan ini bertujuan agar pelaku usaha tidak menjual barang yang cacat atau tidak layak konsumsi.<sup>27</sup>

KHES menegaskan bahwa barang yang dijual harus sesuai dengan spesifikasi yang telah dijanjikan, baik dari segi kualitas, kuantitas, maupun manfaatnya. Jika terdapat kecacatan dalam produk setelah transaksi berlangsung, konsumen berhak menuntut ganti rugi atau pengembalian dana sesuai dengan akad yang telah disepakati. Hal ini merupakan bentuk

---

<sup>25</sup> Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2020), hlm. 134.

<sup>26</sup> *Ibid*

<sup>27</sup> Wahbah Al-Zuhaili, *Al-Fiqh Al-Islami wa Adillatuhu* (Damaskus: Dar Al-Fikr, 2017), hlm. 231.

perlindungan hukum yang memberikan kepastian dan rasa aman bagi konsumen dalam sistem ekonomi syariah.<sup>28</sup>

e. Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Keuangan Syariah

Produk keuangan syariah seperti murabahah, ijarah, dan mudharabah harus mengedepankan transparansi dan akuntabilitas agar tidak ada pihak yang dirugikan. Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) memastikan bahwa produk keuangan yang ditawarkan sesuai dengan prinsip syariah.<sup>29</sup>

Dalam KHES, perlindungan konsumen di sektor keuangan mencakup transparansi dalam akad, kejelasan mengenai keuntungan dan risiko, serta mekanisme penyelesaian sengketa. Hal ini sangat penting untuk memastikan bahwa konsumen tidak tertipu atau mengalami kerugian akibat praktik yang tidak sesuai dengan prinsip syariah.

f. Prinsip Transparansi dalam Kontrak (Tsyrih)

Transparansi dalam kontrak menjadi aspek fundamental dalam perlindungan konsumen. Setiap transaksi dalam ekonomi syariah harus memiliki akad yang jelas, baik dalam bentuk lisan maupun tertulis. KHES menegaskan bahwa kontrak yang mengandung unsur penipuan atau ketidakjelasan dapat dibatalkan.<sup>30</sup>

Dalam praktiknya, akad harus menjelaskan hak dan kewajiban kedua belah pihak, termasuk ketentuan mengenai pembayaran, jangka waktu, dan konsekuensi hukum jika terjadi wanprestasi. Hal ini bertujuan untuk

---

<sup>28</sup> Syahrul Ramadhan, *Etika Bisnis Islam: Prinsip dan Implementasi* (Bandung: Alfabeta, 2021), hlm. 165.

<sup>29</sup> M. Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: UII Press, 2019), hlm. 54.

<sup>30</sup> *Ibid*

memberikan perlindungan hukum bagi konsumen sekaligus menghindari perselisihan di kemudian hari.

g. Prinsip Pengawasan dan Tanggung Jawab Sosial

KHES mengatur bahwa setiap pelaku usaha harus bertanggung jawab terhadap produk yang mereka tawarkan kepada konsumen. Hal ini mencakup pengawasan terhadap kualitas barang atau jasa serta kepatuhan terhadap regulasi syariah.<sup>31</sup>

Sebagai bentuk tanggung jawab sosial, pelaku usaha juga dianjurkan untuk mengutamakan kepentingan konsumen dan tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan. Dalam ekonomi syariah, keuntungan yang diperoleh harus sejalan dengan prinsip keadilan dan tidak boleh mengorbankan hak-hak konsumen.

h. Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam KHES

Jika terjadi perselisihan antara pelaku usaha dan konsumen, KHES menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa yang mengedepankan prinsip keadilan dan musyawarah. Penyelesaian ini dapat dilakukan melalui jalur mediasi, arbitrase, atau pengadilan syariah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.<sup>32</sup>

Dalam sistem ekonomi syariah, penyelesaian sengketa bertujuan untuk mencari solusi terbaik bagi kedua belah pihak tanpa merugikan salah satu

---

<sup>31</sup> Junaidi, *Transaksi dalam Ekonomi Islam* (Surabaya: Airlangga University Press, 2018), hlm. 98.

<sup>32</sup> Bahrul Ulum, *Prinsip-Prinsip Muamalah dalam Islam* (Malang: UMM Press, 2021), hlm. 210.

pihak. Oleh karena itu, proses penyelesaian harus dilakukan secara transparan dan adil, dengan mengacu pada prinsip-prinsip syariah yang telah ditetapkan.

Perlindungan konsumen dalam KHES bukan hanya aspek hukum, tetapi juga bagian dari etika bisnis Islam. Prinsip keadilan, kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab harus menjadi pedoman utama dalam menjalankan transaksi ekonomi agar tidak ada pihak yang dirugikan. Oleh karena itu, pelaku usaha yang beroperasi dalam sistem ekonomi syariah wajib mematuhi pedoman ini guna menciptakan transaksi yang adil dan bermanfaat bagi semua pihak.<sup>33</sup>

### 3. Keterbatasan KHES dalam Melindungi Konsumen dalam Jual Beli Barang Online

#### a. Kendala Penerapan KHES di Seluruh Wilayah Indonesia

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) hanya berlaku bagi masyarakat Muslim di Indonesia, sehingga masyarakat non-Muslim tidak terikat oleh aturan yang ditentukan dalam KHES. Hal ini menyebabkan keterbatasan dalam melindungi konsumen dalam jual beli barang online karena masyarakat non-Muslim tidak dapat memperoleh perlindungan hukum dari KHES. Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang mengatur jual beli barang online yang berlaku bagi seluruh masyarakat tanpa memandang agama, suku, atau ras. Hal ini bertujuan untuk memberikan perlindungan hukum yang adil bagi semua konsumen dalam transaksi online.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> Siti Aminah, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Jakarta: Pustaka Hijau, 2019), hlm. 129.

<sup>34</sup> M. Yahya Harahap, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2021), hlm. 134

b. Kurangnya Kesadaran Konsumen

Banyak konsumen yang tidak memahami hak-hak mereka sebagai konsumen, sehingga tidak memanfaatkan perlindungan hukum yang tersedia. Misalnya, konsumen tidak mengetahui bahwa mereka berhak atas pengembalian barang jika tidak sesuai dengan deskripsi atau bahwa mereka dapat meminta ganti rugi jika barang yang diterima rusak atau cacat. Akibatnya, konsumen mudah ditipu oleh penjual yang tidak bertanggung jawab. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan edukasi dan sosialisasi mengenai hak-hak konsumen agar mereka lebih sadar dan dapat memanfaatkan perlindungan hukum yang ada.<sup>35</sup>

c. Kurangnya Penguatan Hukum

Perlindungan hukum bagi konsumen dalam jual beli barang online masih belum optimal karena lemahnya mekanisme penegakan hukum. Masih banyak penjual yang tidak memenuhi janjinya dalam menyediakan barang sesuai deskripsi atau menolak memberikan ganti rugi jika barang rusak atau cacat. Hal ini diperburuk oleh sanksi yang lemah serta proses hukum yang rumit bagi konsumen yang ingin mengajukan gugatan. Oleh karena itu, diperlukan penguatan hukum dengan sanksi yang lebih berat bagi pelaku pelanggaran serta prosedur yang lebih sederhana bagi konsumen dalam menuntut hak-haknya.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Ahmad Azhar Basyir, *Hukum Islam tentang Transaksi di Pasar Modal*, (Jakarta: Prenada Media, 2020), hlm. 112

<sup>36</sup> Mohammad Daud Ali, *Aspek Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2022), hlm. 155.

d. Keterbatasan Sumber Daya

Implementasi KHES membutuhkan sumber daya yang besar, baik dalam hal tenaga ahli, infrastruktur hukum, maupun sistem pendukung lainnya. Keterbatasan sumber daya ini berdampak pada efektivitas penerapan KHES dalam melindungi konsumen dalam transaksi jual beli barang online.<sup>37</sup>

e. Kurangnya Pengawasan

Kurangnya pengawasan dan monitoring dari pihak berwenang menyebabkan maraknya kasus pelanggaran dalam jual beli barang online. Konsumen sering kali mengalami kesulitan dalam mendapatkan perlindungan karena lemahnya pengawasan terhadap pelaku usaha online yang tidak bertanggung jawab.<sup>38</sup>

f. Keterbatasan dalam Pelaporan

Konsumen yang mengalami masalah dalam jual beli barang online sering kali menghadapi kendala dalam melaporkan kasus mereka. Mekanisme pelaporan yang tidak jelas atau prosedur yang rumit membuat banyak konsumen enggan melaporkan permasalahan yang mereka hadapi.<sup>39</sup>

g. Kurangnya Sanksi bagi Pelaku Jual Beli Online

Banyak pelaku usaha online yang merasa bebas melakukan tindakan yang merugikan konsumen karena kurangnya sanksi yang tegas. Hal ini

---

<sup>37</sup> Taufiqurrahman, *Regulasi dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Digital*, (Yogyakarta: UII Press, 2019), hlm. 98.

<sup>38</sup> Zainuddin Ali, *Hukum Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Nasional*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2021), hlm. 122.

<sup>39</sup> Abdullah Saeed, *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Konvensional*, (Malang: UMM Press, 2020), hlm. 143.

menyebabkan konsumen lebih rentan terhadap penipuan dan praktik perdagangan yang tidak adil.<sup>40</sup>

#### h. Kesulitan dalam Membuktikan Tindakan Merugikan

Konsumen sering kali kesulitan dalam membuktikan bahwa mereka telah mengalami tindakan merugikan dalam transaksi jual beli barang online. Karena transaksi dilakukan secara daring, sering kali tidak ada bukti fisik seperti tanda tangan atau dokumen resmi yang dapat digunakan untuk mendukung klaim konsumen. Misalnya, konsumen mungkin mengalami kesulitan untuk membuktikan bahwa penjual tidak memberikan barang sesuai deskripsi atau bahwa barang yang diterima rusak. Oleh karena itu, diperlukan sistem yang lebih baik dalam menyediakan bukti transaksi serta mekanisme pelaporan yang lebih mudah diakses oleh konsumen.

#### i. Keterbatasan dalam Penegakan Hukum

KHES sendiri belum cukup untuk menjamin perlindungan hukum bagi konsumen karena masih terdapat banyak kendala dalam implementasinya. Selain itu, kurangnya pemahaman konsumen mengenai mekanisme dan regulasi dalam jual beli online juga menjadi faktor yang menyebabkan mereka mudah terjebak dalam praktik perdagangan yang merugikan. Oleh karena itu, penting bagi konsumen untuk memahami aturan yang berlaku dalam transaksi online agar dapat lebih waspada dan mempergunakan perlindungan hukum yang ada dengan lebih efektif.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> Nasrullah, *Transaksi Elektronik dan Perlindungan Konsumen di Era Digital*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021), hlm. 165.

<sup>41</sup> KHES sendiri belum cukup untuk menjamin perlindungan hukum bagi konsumen karena masih terdapat banyak kendala dalam implementasinya. Bandingkan dengan Muhammad



### C. Peran Platform *Facebook* dalam Transaksi Jual Beli Online

Facebook telah berkembang dari sekadar media sosial menjadi salah satu platform utama dalam transaksi jual beli online. Dengan fitur seperti Facebook Marketplace, grup jual beli, dan Facebook Ads, platform ini mempermudah individu maupun pelaku bisnis dalam memasarkan produk serta melakukan transaksi dengan jangkauan yang luas. Berikut adalah berbagai peran Facebook dalam ekosistem jual beli online:<sup>42</sup>

#### 1. Media Pemasaran Gratis dan Berbayar

Facebook memungkinkan pengguna memasarkan produk mereka secara gratis melalui Marketplace dan grup jual beli. Hal ini sangat menguntungkan bagi UMKM dan individu yang ingin menjual produk tanpa harus mengeluarkan biaya tambahan.

Di sisi lain, Facebook juga menyediakan layanan Facebook Ads, yang memungkinkan pelaku bisnis menargetkan calon pembeli berdasarkan demografi, lokasi, minat, dan kebiasaan belanja mereka. Hal ini membuat iklan lebih efektif dibandingkan metode pemasaran konvensional.

#### 2. Mempermudah Interaksi Langsung antara Penjual dan Pembeli

Dengan fitur Facebook Messenger, pembeli dapat dengan mudah menghubungi penjual untuk bertanya mengenai produk, menegosiasikan harga, atau menentukan metode pembayaran dan pengiriman. Komunikasi yang cepat ini meningkatkan kepercayaan serta mempercepat proses transaksi.

---

Syafii Antonio, *Hukum Ekonomi Syariah dalam Perspektif Kontemporer*, (Jakarta: Gema Insani, 2022), hlm. 188.

<sup>42</sup> Dave Chaffey & Fiona Ellis-Chadwick, *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (6th ed.) (Pearson, 2017), hlm. 79

### 3. Menyediakan Fitur Pembayaran yang Fleksibel

Facebook mulai memperkenalkan sistem Facebook Pay yang memungkinkan pengguna melakukan pembayaran langsung di platform tanpa harus menggunakan layanan pihak ketiga. Namun, di banyak wilayah, transaksi masih dilakukan melalui transfer bank, e-wallet, atau COD (cash on delivery) sesuai kesepakatan antara penjual dan pembeli.

### 4. Memfasilitasi Sistem Ulasan dan Testimoni

Facebook memungkinkan pengguna memberikan ulasan dan testimoni mengenai pengalaman mereka dengan penjual atau produk tertentu. Ulasan ini membantu calon pembeli menilai kredibilitas suatu toko sebelum bertransaksi.

Penjual dengan ulasan positif lebih cenderung mendapatkan kepercayaan dari pembeli baru, sementara ulasan negatif dapat berfungsi sebagai peringatan agar calon pembeli lebih berhati-hati.

### 5. Menyediakan Pasar dengan Jangkauan Luas dan Segmentasi Spesifik

Dengan lebih dari 3 miliar pengguna aktif bulanan, Facebook memiliki potensi pasar yang sangat luas. Selain itu, fitur Facebook Ads dan Marketplace memungkinkan penjual menargetkan kelompok pelanggan tertentu berdasarkan usia, lokasi, minat, dan preferensi mereka, sehingga pemasaran menjadi lebih efektif.

### 6. Menjadi Sarana Pengembangan UMKM dan Bisnis Online

Banyak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menggunakan Facebook sebagai platform utama untuk memasarkan produk mereka. Dengan biaya promosi yang lebih terjangkau dibandingkan media konvensional, pelaku

usaha dapat menjangkau lebih banyak pelanggan tanpa harus memiliki toko fisik atau website sendiri.

Selain itu, fitur komunitas dalam grup Facebook juga memungkinkan pengusaha untuk membangun jaringan bisnis dan berbagi strategi pemasaran dengan sesama pelaku usaha.

#### 7. Meningkatkan Kepercayaan Konsumen dengan Verifikasi Akun

Facebook telah menyediakan fitur verifikasi akun bisnis, yang memungkinkan toko atau penjual online mendapatkan tanda centang biru sebagai bukti keaslian dan kredibilitas. Hal ini sangat membantu dalam mengurangi kasus penipuan yang marak terjadi di dunia e-commerce.

#### 8. Mempermudah Proses Promosi melalui Konten Interaktif

Penjual dapat menggunakan berbagai format konten interaktif, seperti:

- a. Live Streaming (Facebook Live) untuk menjual produk secara langsung dan berinteraksi dengan pelanggan real-time.
- b. Postingan foto dan video untuk menampilkan detail produk secara lebih menarik.
- c. Stories dan Reels untuk meningkatkan engagement dan menjangkau audiens lebih luas dalam waktu singkat.
- d. Live Video: Penjual dapat menggunakan fitur Facebook Live untuk menjual produk secara langsung kepada audiens mereka. Penjual dapat memamerkan produk dalam bentuk video real-time, menjawab pertanyaan pembeli, dan memberikan penawaran khusus. Ini membuat proses jual beli menjadi lebih interaktif dan langsung.

#### 9. Mengintegrasikan Layanan E-Commerce dengan Facebook Shops

Facebook telah meluncurkan fitur Facebook Shops, yang memungkinkan pelaku bisnis membuat toko online langsung di Facebook dan Instagram. Fitur ini mempermudah pelanggan dalam mencari produk, melihat katalog, dan melakukan pembelian tanpa harus keluar dari aplikasi.

#### 10. Menyediakan Algoritma Rekomendasi yang Memudahkan Pembeli

Facebook menggunakan kecerdasan buatan (AI) untuk memberikan rekomendasi produk berdasarkan aktivitas pengguna, seperti riwayat pencarian, interaksi dengan postingan, dan minat yang ditunjukkan. Hal ini membantu pembeli menemukan produk yang lebih relevan dengan kebutuhan mereka.

#### 11. Menawarkan Peluang Dropshipping dan Reseller

Facebook memudahkan sistem dropshipping dan reseller, di mana seseorang dapat menjual produk tanpa harus menyimpan stok sendiri. Banyak pelaku bisnis menggunakan Facebook untuk mencari supplier dan menawarkan produk kepada pelanggan tanpa harus memiliki modal besar di awal.

#### 12. Memberikan Kesempatan bagi Influencer untuk Berjualan

Banyak influencer dan content creator menggunakan Facebook sebagai sarana untuk menjual produk, baik melalui kolaborasi dengan brand maupun dengan menjual produk mereka sendiri. Dengan jumlah pengikut yang besar, mereka dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan angka penjualan.

### 13. Menyediakan Fitur Keamanan untuk Menghindari Penipuan

Facebook secara rutin mengembangkan sistem keamanan untuk mendeteksi aktivitas mencurigakan dan melindungi pengguna dari penipuan. Beberapa fitur keamanan yang diterapkan antara lain:

- a. Peringatan transaksi mencurigakan bagi pengguna yang sering dilaporkan melakukan penipuan.
- b. Blokir otomatis terhadap akun yang melanggar kebijakan jual beli.
- c. Fitur pelaporan bagi pembeli yang merasa dirugikan oleh penjual yang tidak bertanggung jawab.

### 14. Memungkinkan Analisis Data untuk Optimasi Penjualan

Facebook menyediakan Facebook Business Suite, yang memungkinkan penjual untuk menganalisis performa iklan, melihat data demografis pelanggan, serta memahami tren pasar. Dengan informasi ini, bisnis dapat menyesuaikan strategi pemasaran mereka untuk mendapatkan hasil yang lebih optimal.

Meskipun Facebook memiliki banyak keuntungan dalam mendukung transaksi jual beli online, terdapat beberapa tantangan yang masih harus dihadapi, seperti:

1. Maraknya penipuan karena tidak ada sistem escrow atau jaminan pembayaran yang kuat.
2. Kurangnya regulasi khusus dalam melindungi konsumen dari transaksi ilegal.
3. Kesulitan dalam menangani sengketa antara penjual dan pembeli karena Facebook bukanlah platform e-commerce murni seperti Shopee atau Tokopedia.

Facebook telah memainkan peran penting dalam transaksi jual beli online dengan menyediakan berbagai fitur yang mendukung pemasaran, komunikasi, transaksi, dan keamanan. Dengan fitur seperti Marketplace, Facebook Ads, Facebook Pay, dan Facebook Shops, platform ini telah menjadi alat yang efektif bagi individu maupun bisnis untuk menjual produk secara daring.

Namun, untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan keamanan transaksi, diperlukan regulasi yang lebih ketat, sistem pengawasan yang lebih baik, serta edukasi bagi pengguna agar mereka lebih waspada terhadap risiko dalam jual beli online.

Platform *Facebook* memiliki peran yang signifikan dalam transaksi jual beli online melalui fitur Marketplace. Facebook Marketplace adalah fitur yang memungkinkan transaksi jual beli barang secara lokal. Pengguna dapat memposting barang yang ingin dijual atau mencari barang yang mereka butuhkan dalam komunitas lokal mereka.<sup>43</sup>

*Facebook* merupakan salah satu platform media sosial paling populer di dunia dengan jumlah pengguna aktif bulanan mencapai lebih dari 2,9 miliar pada akhir tahun 2021. Awalnya didirikan sebagai jaringan sosial untuk mahasiswa, Facebook kini telah berkembang menjadi platform yang digunakan oleh berbagai kalangan untuk berbagai tujuan, termasuk transaksi jual beli.

Jangkauan Pengguna: Dengan jumlah pengguna yang sangat besar di seluruh dunia, *Facebook* memberikan akses yang luas bagi penjual untuk

---

<sup>43</sup> Imam Hadromi dkk, *Op cit.*, hlm. 467.

menjangkau calon pembeli potensial. Hal ini memungkinkan transaksi jual beli untuk dilakukan dengan lebih efisien dan mudah.

Interaksi Sosial: “Platform *Facebook* memungkinkan interaksi sosial antara penjual dan pembeli melalui komentar, pesan pribadi, atau obrolan langsung, memungkinkan komunikasi lebih personal. Pengguna juga dapat merekomendasikan produk kepada teman atau komunitas mereka, meningkatkan visibilitas dan jangkauan produk.”

Keamanan dan Perlindungan: *Facebook Marketplace* dilengkapi dengan fitur keamanan seperti penilaian dan ulasan pengguna, serta panduan keamanan transaksi. Hal ini bertujuan untuk memberikan perlindungan bagi pengguna dalam bertransaksi *online*.

Integrasi dengan *Messenger*: *Facebook Marketplace* terintegrasi dengan *Messenger*, memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi secara langsung dengan penjual atau pembeli tanpa harus meninggalkan *platform*.

#### 1. Fitur-fitur Platform *Facebook*:<sup>44</sup>

- a. Grup Facebook: Platform *Facebook* menyediakan fitur Grup yang memungkinkan pengguna dengan minat atau kebutuhan serupa untuk berinteraksi dan melakukan transaksi jual beli. Grup tersebut dapat dibentuk secara publik atau privat, dan pengguna dapat bergabung dalam komunitas dengan minat yang sama untuk mencari, menawarkan, atau membeli produk atau jasa.

---

<sup>44</sup> Hariyanto & Hasdiana Juwita Bintang, “*Legal Protection For Victims Of Fraud In Buying And Selling Through Social Media According To Law Number 8 Of 1999 Concerning Consumer Protection And Law Number 19 Of 2016 Concerning Information And Electronic Transactions*”. *International Journal of Society and Law*, Vol. 2, No. 3 2024, hlm. 290.

- b. *Facebook Marketplace*: Fitur *Facebook Marketplace* menawarkan ruang bagi pengguna untuk menjual dan membeli barang secara lokal di lingkungan sekitar mereka. Pengguna dapat mengunggah foto, deskripsi, dan harga barang yang ingin dijual, serta mencari barang yang mereka butuhkan menggunakan fitur pencarian yang disediakan dalam *Marketplace*. Hal ini memfasilitasi penjual dan pembeli untuk bertemu secara geografis terutama untuk transaksi yang lebih mudah dalam jangkauan lokal.
- c. *Iklan Facebook*: Penjual dapat memanfaatkan layanan iklan berbayar di Facebook untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Iklan ini ditampilkan berdasarkan preferensi dan minat pengguna, sehingga memungkinkan target pasar yang lebih spesifik dan efisien.
- d. *Halaman Bisnis*: Pelaku usaha dapat membuat halaman bisnis di *Facebook* untuk mempromosikan dan menjual produk mereka, mirip dengan toko online, di mana penjual dapat mengunggah katalog produk, menerima pemesanan, dan berkomunikasi dengan pelanggan.

Transaksi jual beli di *Facebook* memberikan jangkauan pasar yang luas dan biaya promosi yang relatif murah, meskipun tantangan seperti persaingan ketat dan masalah keamanan serta privasi tetap ada. Namun, terdapat pula tantangan yang harus dihadapi, seperti persaingan yang ketat, masalah keamanan dan privasi data, serta tantangan dalam pengelolaan dan pemasaran.<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> Haryanto, A. T. (2020). *Pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran produk usaha kecil menengah*. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 14(1), Hlm. 71-77.



## 2. Keunggulan Platform *Facebook*.<sup>46</sup>

- a. Jangkauan Pengguna yang Luas: *Facebook* memiliki jumlah pengguna aktif yang sangat besar di berbagai negara, yang membuka peluang lebih luas untuk mempublikasikan dan menjual produk atau jasa kepada audiens yang lebih besar.
- b. Keberlanjutan dan Stabilitas Platform: *Facebook* telah menjadi salah satu platform yang mapan dan terpercaya dalam jangka panjang, memberikan kepastian bagi pengguna dalam melakukan transaksi jual beli secara online.
- c. Kemudahan Penggunaan: Platform *Facebook* dirancang dengan antarmuka yang mudah digunakan, menjadikannya platform yang dapat diakses oleh berbagai lapisan pengguna tanpa pengalaman teknis khusus.

## 3. Dampak Platform *Facebook*.<sup>47</sup>

- a. Pertumbuhan Pasar Transaksi Jual Beli Online: Kehadiran *Facebook* sebagai platform jual beli online telah berdampak pada pertumbuhan pasar transaksi jual beli secara digital, memberikan peluang kepada individu dan bisnis untuk mengembangkan akses pasar yang lebih luas.
- b. Mendorong Interaksi Sosial: Platform *Facebook* tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi jual beli, tetapi juga menyediakan ruang untuk berinteraksi secara sosial dan mendapatkan rekomendasi dari teman atau

---

<sup>46</sup> Muhammad Syafiq & Uswatun Hasanah, “*Consumer Protection on the Trade of Stolen Goods at Marketplace in the Perspective of Maslahah Mursalah (Case Study at Facebook Marketplace)*”, AL-IKTISAB: Journal of Islamic Economic Law, Vol. 8 No. 2, 2024, hlm. 170.

<sup>47</sup> *Ibid.*, hlm. 171.

keluarga membuat pembeli merasa lebih yakin dan percaya saat melakukan transaksi.

### **BAB III**

#### **METODOLOGI PENELITIAN**

##### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam di lapangan,<sup>48</sup> dalam hal ini ialah praktik perlindungan konsumen di Facebook Marketplace dan bagaimana prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah dapat diterapkan untuk mengoptimalkan perlindungan tersebut. Pendekatan ini fokus pada eksplorasi fenomena sosial yang tidak dapat diukur secara kuantitatif, melainkan membutuhkan pemahaman mendalam terhadap pengalaman dan perspektif individu. Metode studi kasus dipilih karena penelitian ini berfokus pada platform Facebook Marketplace di Indonesia, yang merupakan kasus spesifik dengan konteks unik. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk mendalami suatu fenomena dalam kehidupan nyata dan memberikan analisis yang rinci terkait masalah yang diangkat.

##### **B. Sumber Data**

Penelitian ini mengandalkan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan survei dengan responden yang terlibat langsung dalam transaksi jual beli di Facebook Marketplace. Wawancara dilakukan dengan penjual dan pembeli untuk menggali pengalaman mereka terkait perlindungan konsumen, tantangan yang dihadapi, dan harapan terhadap sistem perlindungan yang ada. Sementara itu, data sekunder

---

<sup>48</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi), (Bandung: PT Remaja Rosdakarya 2019) hlm. 6.

dikumpulkan dari berbagai dokumen, seperti kebijakan penggunaan Facebook Marketplace, peraturan perundang-undangan yang relevan, serta literatur yang membahas hukum ekonomi syariah dan perlindungan konsumen. Sumber data ini digunakan untuk mendukung analisis dan memberikan landasan teoritis yang kuat dalam penelitian.

### **C. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam dan survei. Wawancara semi-terstruktur digunakan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam dari responden<sup>49</sup>. Wawancara ini berlangsung selama 30 hingga 60 menit per responden, melibatkan lima orang, yang terdiri atas tiga konsumen dan dua penjual aktif di Facebook Marketplace. Pertanyaan yang diajukan meliputi pengalaman mereka selama bertransaksi, tantangan yang dihadapi, serta pandangan mereka terhadap mekanisme perlindungan konsumen yang disediakan oleh Facebook. Selain itu, survei dilakukan untuk mengumpulkan data kualitatif pendukung dari responden yang lebih luas. Survei ini dirancang agar responden dapat menyelesaikannya dalam waktu 15 hingga 30 menit.

### **D. Pertanyaan Penelitian**

Dalam wawancara dan survei, berbagai pertanyaan diajukan kepada konsumen dan penjual. Konsumen ditanya tentang pengalaman mereka dalam bertransaksi, tantangan yang dihadapi, serta persepsi mereka terhadap perlindungan konsumen yang diberikan oleh Facebook Marketplace. Mereka juga ditanya apakah mereka mengetahui hak-hak mereka sebagai konsumen dalam

---

<sup>49</sup> *Ibid.*, hlm. 11

hukum ekonomi syariah. Sementara itu, penjual diminta menjelaskan tantangan yang mereka hadapi, strategi untuk memastikan keadilan dalam transaksi, serta cara mereka menangani komplain konsumen. Selain itu, baik konsumen maupun penjual diajak berdiskusi mengenai penerapan prinsip keadilan, transparansi, dan bagaimana hukum ekonomi syariah dapat meningkatkan perlindungan konsumen dalam transaksi online.

### **DAFTAR WAWANCARA**

Adapun pertanyaan wawancara yang akan diajukan adalah sebagai berikut:

a. Pertanyaan untuk Konsumen:

1. Bagaimana pengalaman Anda dalam melakukan transaksi jual beli online di Facebook?
2. Pernahkah Anda merasa dirugikan dalam transaksi tersebut? Jika ya, dalam hal apa?
3. Apakah Anda merasa bahwa Anda mendapatkan perlindungan yang cukup dalam transaksi tersebut? Mengapa?
4. Apa yang Anda ketahui tentang mekanisme pengembalian barang atau ganti rugi dalam transaksi jual beli online di Facebook?
5. Apakah Anda tahu hak-hak Anda sebagai konsumen dalam hukum ekonomi syariah?
6. Apakah Anda pernah menghadapi penipuan atau kecurangan dalam transaksi online? Jika ya, bagaimana cara Anda menanganinya?
7. Menurut Anda, apakah Facebook menyediakan mekanisme perlindungan yang cukup bagi konsumen? Jika tidak, apa yang perlu diperbaiki?

b. Pertanyaan untuk Penjual:

1. Apa saja tantangan yang Anda hadapi saat melakukan transaksi jual beli di Facebook?
2. Bagaimana Anda memastikan bahwa konsumen mendapatkan produk yang sesuai dengan yang dijanjikan?
3. Apa yang Anda ketahui tentang perlindungan konsumen dalam hukum ekonomi syariah?
4. Bagaimana Anda menangani sengketa atau komplain dari konsumen terkait produk yang dijual?
5. Apakah Anda merasa ada regulasi yang jelas terkait perlindungan konsumen dalam transaksi online di Facebook?
6. Apa yang Anda lakukan untuk menghindari terjadinya penipuan atau kecurangan dalam transaksi jual beli di platform ini?

c. Pertanyaan untuk Konsumen dan Penjual terkait Hukum Ekonomi Syariah:

1. Apa pendapat Anda tentang penerapan prinsip keadilan dalam transaksi jual beli online?
2. Apakah Anda percaya bahwa hukum ekonomi syariah dapat memberikan perlindungan yang lebih baik bagi konsumen dalam transaksi online? Mengapa?
3. Bagaimana seharusnya prinsip transparansi diterapkan dalam jual beli online agar menguntungkan kedua belah pihak?

4. Apa langkah yang Anda rasa perlu dilakukan untuk meningkatkan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online di Facebook

### **E. Analisis Data**

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode tematik, yang melibatkan identifikasi, analisis, dan pelaporan pola-pola atau tema yang muncul dari data. Proses analisis dimulai dengan transkripsi data wawancara dan pengkodean awal, di mana bagian-bagian penting dari data dikategorikan berdasarkan relevansinya terhadap pertanyaan penelitian. Setiap tema utama yang muncul, seperti pengalaman konsumen, tantangan yang dihadapi penjual, atau penerapan prinsip hukum ekonomi syariah, dievaluasi untuk menggambarkan fenomena secara mendalam.

Selanjutnya, teknik triangulasi diterapkan untuk memastikan validitas dan reliabilitas temuan. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai sumber, seperti wawancara dengan konsumen dan penjual, survei, serta dokumen sekunder seperti kebijakan Facebook Marketplace dan literatur hukum ekonomi syariah. Penggunaan triangulasi ini membantu mengurangi bias, memperkuat interpretasi data, dan memberikan keyakinan terhadap kesimpulan yang dihasilkan.<sup>50</sup>

Analisis ini juga mempertimbangkan konteks sosial, budaya, dan hukum dalam transaksi jual beli online di Indonesia. Data primer dari wawancara mendalam memberikan wawasan tentang pengalaman dan persepsi individu, sementara data sekunder menawarkan kerangka teoretis untuk memahami

---

<sup>50</sup>Bachri Sutrisno Bachri, Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif". (Teknologi Pendidikan, 2010), hlm. 61

bagaimana hukum ekonomi syariah dapat diterapkan untuk meningkatkan perlindungan konsumen. Kombinasi data ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif, mencakup aspek praktis dan normatif dalam transaksi online.

Hasil analisis juga melibatkan interpretasi mendalam terhadap prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah, seperti keadilan, transparansi, dan tanggung jawab. Prinsip-prinsip ini dievaluasi berdasarkan praktik yang ada di Facebook Marketplace, termasuk mekanisme perlindungan konsumen yang tersedia, seperti kebijakan pengembalian barang dan penyelesaian sengketa.

Selain itu, analisis data juga menggunakan pendekatan komparatif, di mana hasil penelitian dibandingkan dengan studi sebelumnya tentang perlindungan konsumen di platform digital lainnya. Hal ini dilakukan untuk mengidentifikasi keunikan dan kekurangan Facebook Marketplace, serta menentukan langkah-langkah yang dapat diambil untuk memperbaiki sistem perlindungan konsumen.<sup>51</sup>

Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis untuk meningkatkan perlindungan konsumen di Facebook Marketplace, baik melalui kebijakan internal platform maupun penerapan hukum ekonomi syariah. Dengan pendekatan yang sistematis dan triangulasi yang ketat, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi yang andal untuk pengembangan lebih lanjut dalam bidang perlindungan konsumen dan hukum ekonomi syariah.

---

<sup>51</sup> Lexy J. Moleong, *Op Cit.*, hlm. 77



## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Bentuk Perlindungan Konsumen Berdasarkan Peraturan Undang-Undang Terhadap Pelaku Jual Beli Online di Platform Facebook**

Dengan banyaknya pengguna Facebook, tentu hal ini juga terjadi Meningkatkan jumlah pengguna yang bertransaksi melalui Facebook. Ingat Di media Facebook terdapat forum yang disebut dengan marketplace yaitu Facebook Menyediakan platform bagi pengguna untuk transaksi online. Kuantitas transaksi Yang terjadi dengan Media Facebook tentunya masih banyak permasalahan sehingga perlu adanya payung hukum Dapat melindungi pihak yang melakukan transaksi online<sup>52</sup>. Persyaratan hukum Perlindungan hukum dapat diberikan terhadap transaksi online yang dilakukan melalui Facebook, yaitu. UUPK.

Perlindungan hukum diartikan sebagai suatu bentuk tindakan atau perbuatan hukum pemerintah yang diberikan kepada subjek hukum sesuai dengan hak dan kewajibannya yang dilaksanakan berdasarkan hukum positif Indonesia. Perlindungan hukum timbul karena adanya suatu hubungan hukum. Hubungan hukum adalah interaksi antara subjek hukum yang memiliki relevansi hukum atau mempunyai akibat hukum (timbulnya hak dan kewajiban).<sup>53</sup>

Pasal 45 ayat (2) UUPK mengatur sebagai berikut: Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa. Selanjutnya penyelesaian sengketa

---

<sup>52</sup> Widyantari, Ni Putu Trisna, And Aa Ngurah Wirasila. *"Pelaksanaan Ganti Kerugian Konsumen Berkaitan Dengan Ketidaksesuaian Produk Pada Jual Beli Online."* Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum 7, No. 8 (2019): hlm 11.

<sup>53</sup> Soeroso, *Pengantar Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 2006, hlm. 49.

konsumen di luar pengadilan diatur dalam Pasal 47 UUPK yang mengatur sebagai berikut penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

Banyaknya kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan dalam transaksi jual-beli online melalui aplikasi Facebook ini, tidak menutup kemungkinan bahwa dalam melakukan transaksi tidak ada dampak negatifnya. Salah satu dampak negatifnya yaitu tidak adanya fasilitas keamanan yang dijanjikan kepada konsumen dalam melakukan transaksi jual-beli online menggunakan aplikasi Facebook ini, mengingat penjual dan pembeli tidak bertatap muka secara langsung dalam menjalankan kesepakatan ini. Oleh karena itu, konsumen berada di posisi yang sedikit lebih rentan mengalami kerugian, karena tidak adanya pertemuan secara langsung yang dapat mengakibatkan pelaku usaha untuk dapat mengambil kesempatan untuk melakukan suatu penipuan yang tentunya dapat merugikan konsumen. Untuk menghindari terjadinya kerugian dalam melakukan transaksi, pihak konsumen disini harus lebih ekstra teliti mengingat pihak konsumen cenderung mendapat suatu kerugian dalam berlangsungnya transaksi jual-beli online ini.<sup>54</sup>

Agar keamanan konsumen dapat terjamin dalam transaksi jual-beli online menggunakan aplikasi Facebook, dapat kita lihat pada Undang-Undang perlindungan Konsumen yang mengatur hak-hak yang didapatkan oleh konsumen

---

<sup>54</sup> Anas Fawzi, M. Rizqa. "Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Online Berdasarkan Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik". Jurnal Kertha Semaya 8, No. 4: 649

yang dimuat dalam Pasal 4 UUPK yaitu hak untuk mendapatkan informasi yang jelas terkait barang atau jasa yang ingin di beli. Hal tersebut bertujuan agar mengurangi terjadinya kesalahpahaman antara kedua belah pihak. Dalam pasal tersebut juga terdapat pengaturan mengenai pergantian atau ganti rugi terkait ketidaksesuaian produk yang dibeli.<sup>55</sup>

Selain konsumen, pelaku usaha juga merupakan salah satu pihak dalam adanya suatu transaksi jual-beli online ini. Pihak pelaku usaha diharuskan untuk dapat memenuhi kewajiban dalam melakukan transaksi online ini agar transaksi dapat berjalan dengan lancar. Kewajiban daripada pelaku usaha terhadap konsumen diatur dan dapat kita lihat pada Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang dimana pelaku usaha dalam melakukan transaksi harus memegang asas itikad baik dan dalam memberi informasi kepada konsumennya, pelaku usaha harus memberikan informasi dengan jelas dan benar mengenai barang atau jasa yang ingin di beli oleh konsumen. Apabila hal tersebut sudah terpenuhi, kesalahpahaman antara konsumen dan pelaku usaha tidak akan terjadi. Kemudian, apabila pelaku usaha dalam melakukan transaksi tidak memberi barang atau jasa yang sudah dibeli dan disepakati, pelaku usaha disini wajib untuk mengganti kerugian atas barang ataupun jasa yang sudah dibeli tersebut sesuai dengan ketentuan Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Selaku Konsumen sesuai Pasal 4 huruf h UU Perlindungan Konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian

---

<sup>55</sup> Anak Agung Hariyana dan Dewa Gde Rudy. “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online Melalui Media Facebook*” *Jurnal Kertha Semaya* 9, No. 2 : 8.

apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online, termasuk di platform Facebook, telah diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan di Indonesia, antara lain:

1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)
  - A. Pasal 4 UUPK memberikan hak kepada konsumen atas keamanan, kenyamanan, dan keselamatan dalam bertransaksi.
  - B. Pasal 7 mengatur kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang barang/jasa yang ditawarkan.
  - C. Pasal 9 melarang pelaku usaha melakukan perbuatan curang atau menyesatkan.
  - D. Tantangan: Tidak adanya regulasi khusus yang mengikat platform seperti Facebook, menyebabkan banyak kasus penipuan sulit diselesaikan.
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Perubahannya (UU 19/2016)
  - A. Mengatur aspek hukum transaksi elektronik dan tanggung jawab pelaku usaha dalam platform digital.
  - B. Pasal 28 ayat (1) melarang penyebaran informasi palsu yang dapat merugikan konsumen.

- C. Facebook tidak memiliki peran langsung dalam mengatur transaksi sehingga sulit untuk menegakkan perlindungan hukum.
  - D. Konsumen dapat melakukan pelaporan terhadap transaksi yang merugikan.
  - E. Pasal 28 Ayat (1) UU ITE melarang penyebaran informasi palsu yang merugikan konsumen dalam transaksi elektronik.
3. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE)
- A. Mengatur tanggung jawab marketplace dan pedagang dalam memberikan informasi yang akurat dan lengkap.
  - B. Mewajibkan penyelesaian sengketa transaksi elektronik secara adil.
  - C. Facebook harus menyediakan mekanisme perlindungan konsumen, seperti sistem pengaduan dan pemantauan transaksi
  - D. Diperlukan kebijakan yang lebih ketat untuk mencegah pelanggaran hak konsumen.
4. Perlindungan Konsumen di Facebook
- A. Facebook menyediakan fitur Marketplace, di mana pembeli dan penjual harus mematuhi Kebijakan Perdagangan Facebook.
  - B. Tidak ada jaminan transaksi yang aman karena Facebook hanya sebagai perantara, sehingga konsumen perlu berhati-hati dalam memilih penjual yang terpercaya.
  - C. Produk yang dijual harus sesuai dengan deskripsi dan spesifikasi yang telah disepakati antara penjual dan pembeli.

- D. Produk yang cacat atau tidak sesuai harus memiliki kebijakan pengembalian yang jelas.

## **B. Bentuk Perlindungan Konsumen Bagi Pelaku Jual Beli Online di Facebook Menurut Hukum Ekonomi Syariah**

Dalam Islam, transaksi jual beli harus dilakukan dengan prinsip keadilan, kejujuran, dan transparansi, sebagaimana diatur dalam hukum ekonomi syariah. Tujuannya adalah untuk memastikan keseimbangan hak dan kewajiban antara penjual dan pembeli serta menghindari praktik yang merugikan salah satu pihak.

Dalam hukum ekonomi syariah, transaksi jual beli harus mengikuti prinsip-prinsip Islam yang menekankan keadilan (al-‘adl), kejujuran (as-shidq), transparansi (bayān), dan tanggung jawab (amanah). Perlindungan konsumen dalam perspektif syariah mencakup beberapa aspek berikut:

1. Prinsip Transparansi dan Kejujuran dalam Akad
  - A. Setiap transaksi di Facebook Marketplace harus memenuhi prinsip kejelasan akad (akad yang sah).
  - B. Penjual wajib memberikan informasi produk yang benar dan tidak menyesatkan (gharar harus dihindari).
  - c. Konsumen memiliki hak untuk mengetahui spesifikasi barang, harga, dan kebijakan pengembalian.
2. Larangan Gharar dan Tadlis dalam Jual Beli Online
  - A. Gharar (ketidakpastian) terjadi jika barang yang dijual tidak dijelaskan dengan baik atau tidak sesuai dengan deskripsi.

B. Tadlis (penipuan) adalah tindakan menipu dalam transaksi, seperti menjual barang cacat tanpa memberitahu pembeli.

### 3. Tanggung Jawab Penjual dan Hak Konsumen

A. Penjual wajib menjamin kehalalan dan keabsahan barang yang dijual.

B. Jika terjadi kerugian akibat barang yang tidak sesuai, penjual wajib memberikan ganti rugi (jaminan pengembalian barang).

C. Konsumen berhak mendapatkan barang yang sesuai dengan akad.

Aspek Penelitian	Poin Utama	Informan dan Pandangan
<b>Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen dalam Hukum Ekonomi Syariah</b>		
<b>Keadilan (Adl)</b>	Transaksi harus adil, memberikan hak yang seimbang antara konsumen dan penjual.	- Konsumen 1 (Sdri. ILH): Mengeluhkan ketidakadilan pada produk online yang tidak sesuai deskripsi.
		- Konsumen 2 (Sdri. YAS): Menekankan pentingnya harga yang adil untuk membangun kepercayaan.
		- Penjual 1 (Sdr. MI) & Penjual 2 (Sdri. SW): Berusaha menjaga kualitas produk dan harga yang sesuai.
<b>Transparansi (Shafaiyyah)</b>	Penjual wajib memberikan informasi jelas terkait produk, termasuk harga dan kualitas.	- Konsumen 1 (Sdri. ILH): Lebih nyaman dengan informasi produk yang transparan.
		- Konsumen 3 (Sdr. PY): Mengeluhkan ketidakjelasan informasi produk.
		- Penjual 2 (Sdri. SW): Selalu memberikan deskripsi produk yang lengkap dan akurat untuk menjaga kepercayaan konsumen.
<b>Tanggung Jawab (Mas'uliyah)</b>	Penjual harus bertanggung jawab atas kualitas barang dan menyediakan layanan purna jual.	- Konsumen 1 (Sdri. ILH): Pentingnya kebijakan pengembalian barang.
		- Konsumen 2 (Sdri. YAS): Mengutamakan mekanisme pengembalian produk cacat.

		- Penjual 1 (Sdr. MI) & Penjual 2 (Sdri. SW): Memastikan produk berkualitas tinggi dan siap menangani keluhan konsumen.
<b>Perlindungan terhadap Kualitas dan Keamanan</b>	Produk yang dijual harus memenuhi standar kualitas dan keamanan.	- Konsumen 1 (Sdri. ILH): Mengalami masalah dengan barang online yang tidak aman.
		- Konsumen 2 (Sdri. YAS): Produk cacat membahayakan pengguna.
		- Penjual 1 (Sdr. MI) & Penjual 2 (Sdri. SW): Memastikan produk yang dijual memenuhi standar keselamatan.
		- Penjual 1 (Sdr. MI) & Penjual 2 (Sdri. SW): Prosedur yang disediakan Facebook kurang mendukung pengembalian barang.

## 1. Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen yang diatur dalam Hukum Ekonomi Syariah

### a. Keadilan (Adl)

Prinsip keadilan (adl) adalah salah satu pilar utama dalam hukum ekonomi syariah yang menuntut agar setiap transaksi dilakukan dengan memberikan hak yang seimbang antara konsumen dan penjual. Dalam wawancara dengan Konsumen 1 (Sdri. ILH)<sup>56</sup>, ia menjelaskan bahwa keadilan sangat penting dalam memastikan harga dan kualitas barang yang sesuai dengan apa yang dijanjikan. Ia mengungkapkan pengalaman negatif ketika membeli produk online yang tidak sesuai dengan deskripsi. Hal ini menunjukkan bagaimana keadilan dapat dilanggar jika hak konsumen tidak

<sup>56</sup> Wawancara dengan Konsumen 1 (Sdri. ILH), pada.....



dilindungi dengan baik. Penjual 1 (Sdr. MI) menyebutkan bahwa sebagai penjual, ia berusaha memastikan produk yang dijual sesuai dengan kualitas yang dijanjikan dan harga yang wajar, sesuai dengan prinsip keadilan dalam syariah<sup>57</sup>. Konsumen 2 (Sdri. YAS)<sup>58</sup> menambahkan bahwa penting bagi penjual untuk tidak mengeksploitasi konsumen dengan menetapkan harga yang tidak adil, karena hal tersebut akan merusak hubungan kepercayaan antara konsumen dan penjual. Penjual 2 (Sdri. SW)<sup>59</sup> juga menekankan bahwa untuk menjaga hubungan yang adil, ia selalu menjaga kualitas produk agar konsumen merasa puas dan tidak merasa dirugikan setelah membeli barang. Dalam hukum ekonomi syariah, keadilan ini adalah hak yang tidak boleh diganggu gugat, baik bagi konsumen maupun penjual.

#### **b. Transparansi (Shafafiyyah)**

Prinsip transparansi (shafafiyyah) dalam hukum ekonomi syariah mengharuskan penjual untuk memberikan informasi yang jelas dan tidak membingungkan kepada konsumen mengenai produk yang dijual, termasuk harga, kualitas, dan spesifikasi barang. Konsumen 1 (Sdri. ILH)<sup>60</sup> menyatakan bahwa ia merasa lebih nyaman bertransaksi ketika penjual memberikan deskripsi yang jelas dan transparan tentang produk. Ia juga menambahkan bahwa transparansi ini akan menghindari konsumen dari penipuan yang merugikan. Konsumen 3 (Sdr. PY)<sup>61</sup> mengungkapkan bahwa salah satu hal yang sering ia keluhkan adalah ketidakjelasan informasi

---

<sup>57</sup> Wawancara dengan . Penjual 1 (Sdr. MI) pada.....

<sup>58</sup> Wawancara dengan Konsumen 2 (Sdri. YAS) pada....

<sup>59</sup> Wawancara dengan Penjual 2 (Sdri. SW) Pada....

<sup>60</sup> Wawancara dengna Konsumen 1 (Sdri. ILH) pada.....

<sup>61</sup> Wawanacar dengan Konsumen 3 (Sdr. PY) pada....

tentang barang yang dibeli, yang seringkali membuatnya kecewa setelah menerima barang yang tidak sesuai harapan. Penjual 2 (Sdri. SW)<sup>62</sup> dari kewajiban moral dan hukum yang harus dipenuhi oleh penjual, karena hal ini berkaitan dengan keselamatan dan kesejahteraan konsumen.

### **c. Tanggung Jawab (Mas'uliyah)**

Prinsip tanggung jawab (mas'uliyah) dalam hukum ekonomi syariah mengajarkan agar penjual bertanggung jawab penuh terhadap kualitas barang yang dijual dan layanan purna jual. Konsumen 1 (Sdri. ILH) menekankan bahwa penjual harus memiliki kebijakan yang jelas tentang pengembalian barang jika barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi. Hal ini penting untuk memastikan bahwa konsumen tidak dirugikan setelah transaksi. Konsumen 2 (Sdri. YAS)<sup>63</sup> juga menyoroti pentingnya tanggung jawab penjual dalam menyediakan mekanisme pengembalian barang, terutama jika produk yang diterima cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi. Penjual 1 (Sdr. MI)<sup>64</sup> menjelaskan bahwa ia selalu berusaha untuk memastikan produk yang dijual berkualitas tinggi, namun jika ada masalah dengan produk, ia siap mengganti atau mengembalikan dana konsumen sebagai bentuk tanggung jawab. Penjual 2 (Sdri. SW)<sup>65</sup> menyatakan bahwa ia selalu siap memberikan pelayanan terbaik dan berusaha menjawab keluhan konsumen dengan cepat untuk menjaga kepercayaan. Dalam pandangan hukum ekonomi syariah, tanggung jawab

---

<sup>62</sup> Wawancara dengan Penjual 2 (Sdri. SW pada....

<sup>63</sup> Wawancara dengan Konsumen 1 (Sdri. ILH) pada....

<sup>64</sup> Wawancara dengan Konsumen 2 (Sdri. YAS pada....

<sup>65</sup> Wawancara dengan Penjual 1 (Sdr. MI pada.....

adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh penjual, agar hak-hak konsumen terlindungi dengan baik.

#### **d. Perlindungan terhadap Kualitas dan Keamanan Produk**

Perlindungan terhadap kualitas dan keamanan produk merupakan aspek yang sangat penting dalam hukum ekonomi syariah, karena setiap produk yang dijual harus memenuhi standar keamanan dan kualitas tertentu. Konsumen 1 (Sdri. ILH)<sup>66</sup> berbagi pengalamannya tentang membeli barang secara online yang ternyata memiliki kualitas buruk dan tidak aman digunakan. Ia menyatakan bahwa penjual seharusnya memberikan informasi yang jelas mengenai kondisi barang dan memastikan bahwa produk tersebut aman untuk digunakan. Konsumen 2 (Sdri. YAS)<sup>67</sup> juga pernah menerima produk yang tidak hanya cacat, tetapi juga membahayakan penggunaannya. Oleh karena itu, penting bagi penjual untuk memeriksa setiap produk sebelum dijual untuk memastikan bahwa barang yang dijual aman. Penjual 1 (Sdr. MI) menjelaskan bahwa ia selalu memeriksa kualitas barang secara langsung dan memastikan bahwa setiap produk yang dikirim memenuhi standar keselamatan yang berlaku. Penjual 2 (Sdri. SW)<sup>68</sup> juga menekankan bahwa ia sangat memperhatikan kualitas produk dan hanya menjual barang yang aman dan memenuhi standar yang ada. Dalam hukum ekonomi syariah, perlindungan terhadap kualitas dan keamanan produk adalah bagian dari kewajiban moral dan hukum yang harus dipenuhi oleh penjual, karena hal ini berkaitan dengan keselamatan dan kesejahteraan konsumen.

---

<sup>66</sup> Wawancara dengan Konsumen 1 (Sdri. ILH) pada....

<sup>67</sup> Wawancara dengan Konsumen 2 (Sdri. YAS) pada....

<sup>68</sup> Wawancara dengan Penjual 2 (Sdri. SW) pada....

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Perlindungan konsumen dalam transaksi online di Facebook harus menjamin transparansi, kejujuran dan tanggung jawab penjual terhadap pembeli, sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan prinsip hukum ekonomi syariah. Dalam praktiknya, konsumen harus lebih berhati-hati dalam memilih penjual, memahami peraturan hukum yang berlaku, dan menghindari penipuan atau kerugian dalam bertransaksi.

Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, transaksi online di Facebook masih memiliki banyak potensi pelanggaran, seperti tadlis (penipuan) dan gharar (ketidakpastian transaksi). Prinsip keadilan, transparansi, dan tanggung jawab harus lebih diperhatikan agar transaksi lebih aman dan sesuai dengan syariat Islam.

#### **B. Saran**

##### **1. Untuk Pemerintah:**

Meningkatkan regulasi dan pengawasan terhadap transaksi online di media sosial agar perlindungan konsumen lebih efektif. Memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai hak dan kewajiban mereka dalam transaksi jual beli online.

2. Untuk Facebook sebagai Platform:

Memperketat regulasi terhadap penjual yang beroperasi di Facebook Marketplace agar konsumen lebih terlindungi. Menyediakan mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa yang lebih efektif.

3. Untuk Konsumen:

Meningkatkan kesadaran dalam memilih penjual terpercaya serta membaca ulasan sebelum bertransaksi. Menggunakan metode pembayaran yang lebih aman dan memiliki fitur perlindungan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Irsyad, R. H., & Irawan, A. (2022). Perlindungan hukum bagi konsumen jual beli online atas barang tidak sesuai. *Jurnal Education and Development*, 10(3), 263–267.
- Al-Borai, M. (2018). *Konsumen dan Hak-Haknya dalam Ekonomi Islam*. Cairo: Islamic Research Institute.
- Al-Qaradawi, Y. (2001). *Halal dan Haram dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Al-Zuhaili, W. (2017). *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*. Dar Al-Fikr.
- Aminah, S. (2019). *Fiqh muamalah kontemporer*. Pustaka Hijau.
- Antonio, M. S. (2020). *Bank syariah: Dari teori ke praktik*. Gema Insani.
- Aziz, A. (2019). *Pentingnya transparansi dalam perdagangan online: Perspektif syariah*. Jakarta: Al-Madina Press.
- Basyir, A. A. (2020). *Hukum Islam tentang transaksi di pasar modal*. Prenada Media.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (6th ed.). Pearson.
- Daud Ali, M. (2022). *Aspek hukum ekonomi syariah di Indonesia*. Rajawali Pers.
- Dwi, F., Dewi, E. A., Mawahib, M., Prabowo, M. S., & Kustanto, A. (2024). Analysis of differences in legal protection towards consumers in business transactions based on different types of contracts. *Research Horizon*, 4(3), 91–98. Retrieved December 13, 2024, from <https://journal.lifescifi.com/index.php/RH/article/view/262>
- Ghazaly, A. R. (2020). *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana.
- Hadromi, I., Syahbudi, S., & Rahmiani, N. (2024). Analisis perjanjian jual beli di Facebook Pontianak informasi perspektif Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No: 75/DSN/MUI/VII/2009. *Al-Aqad*, 3(2), 459–466. Retrieved December 13, 2024, from <https://e-journal.iainptk.ac.id/index.php/al-aqad/article/view/1958>
- Harahap, M. Y. (2021). *Hukum perlindungan konsumen di Indonesia*. Sinar Grafika.

- Hariyanto, & Bintang, H. J. (2024). Legal protection for victims of fraud in buying and selling through social media according to Law Number 8 of 1999 concerning consumer protection and Law Number 19 of 2016 concerning information and electronic transactions. *International Journal of Society and Law*, 2(3), 288–297. Retrieved December 13, 2024, from <https://journal.ysmk.or.id/index.php/IJSL/article/view/349>
- Hasan, M. A. (2019). *Manajemen bisnis syariah*. UII Press.
- Hasanah, U., & Syafiq, M. (2024). Consumer protection on the trade of stolen goods at marketplace in the perspective of masalah mursalah (Case study at Facebook Marketplace). *AL-IKTISAB: Journal of Islamic Economic Law*, 8(2), 157–172. <https://doi.org/10.21111/aliktisab.v8i2.13033>
- Junaidi. (2018). *Transaksi dalam ekonomi Islam*. Airlangga University Press.
- Khalis, H., Ulhaq, D. D., Ramadhan, T., Ilham, M., Rahmadini, L., & Siswajanthi, F. (2023). Tinjauan hukum ekonomi terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi online. *Indonesian Journal of Law and Justice*, 1(2), 11. Retrieved December 13, 2024, from <https://journal.pubmedia.id/index.php/lawjustice/article/view/2051>
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-commerce 2016: Business, technology, society* (12th ed.). England: British Library Cataloguing-in-Publication Data.
- Maarif, A. S. (2019). *Islam dan problematika ekonomi: Perspektif etika dan hukum*. Penerbit Paramadina.
- Marto Soewgnjo, R. S., Hadjon, P. M., & dkk. (2008). *Pengantar hukum administrasi negara Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muthiah, A. (2021). *Hukum perlindungan konsumen: Dimensi hukum positif dan ekonomi syariah*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Nasrullah. (2021). *Transaksi elektronik dan perlindungan konsumen di era digital*. Remaja Rosdakarya.
- Nasution, A. (2000). *Hukum perlindungan konsumen: Suatu pengantar*. Jakarta: Daya Widya.

- Ningsih, W. N., & Erlinawati, M. (2017). *Perlindungan konsumen dalam transaksi online*. Surakarta: CV. Pustaka Bengawan.
- Qardhawi, Y. (2018). *Fiqh al-mu'amalat al-maliyah*. Dar Al-Taqwa.
- Rahardjo, T. W. (2020). *Hukum perlindungan konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ramadhan, S. (2021). *Etika bisnis Islam: Prinsip dan implementasi*. Alfabeta.
- Rifa'i, I. J., et al. (2023). *Metode penelitian hukum*. Banten: PT Sada Kurnia Pustaka.
- Rosmawati. (2018). *Pokok-pokok hukum perlindungan konsumen*. Depok: Prenadamedia Group.
- Saeed, A. (2020). *Perlindungan konsumen dalam perspektif hukum Islam dan konvensional*. UMM Press.
- Soekanto, S. (2006). *Pengantar penelitian hukum*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Sudikno, M. (1999). *Mengenal suatu hukum pengantar*. Yogyakarta: Liberty.
- Suherman, A. (2002). *Penelitian korelasional dan komparasi dalam kurikulum dan pengajaran*. Program Pascasarjana UPI. Bandung.
- Sya'roni, R. (2020). *Hukum perlindungan konsumen dalam Islam*. Kencana.
- Taufiek, H., & Ramadhan, T. (2024). *Perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce: Suatu perspektif hukum Islam*. *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(2), 43–50. Retrieved December 13, 2024, from <https://jurnal.stainmajene.ac.id/index.php/milkiyah/article/view/208>
- Taufiqurrahman. (2019). *Regulasi dan perlindungan konsumen dalam ekonomi digital*. UII Press.
- Trii, C. (2014). *Hukum perlindungan konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Ulum, B. (2021). *Prinsip-prinsip muamalah dalam Islam*. UMM Press.
- Usman, M. (2018). *Perlindungan konsumen dalam hukum Indonesia*. Yogyakarta: FH UII Press.
- Widyastuti, E. S., Kamila, T. R., & Saputra, P. A. A. (2024). *Perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce: Suatu perspektif hukum Islam*. *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(2), 43–50. Retrieved



December 13, 2024, from  
<https://jurnal.stainmajene.ac.id/index.php/milkiyah/article/view/208>

Yusuf, A. (2001). *Halal dan Haram dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.

Zainuddin, A. (2021). *Hukum perlindungan konsumen dalam perspektif hukum Islam dan hukum nasional*. Sinar Grafika.

Sirait, Adi Syahputra, and Muhammad Yadi Harahap. *Dampak Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor: 18/PUU-XVII/2019 terhadap Pelaksanaan Eksekusi Jaminan Fidusia dan Hak Tanggungan pada Perbankan Syariah di Indonesia*. *Yurisprudencia: Jurnal Hukum Ekonomi* 10.1 (2024): 129-149. From <http://www.jurnal.yurisprudencia.com>.

Sirait, Adi Syahputra, and Dhiauddin Tanjung. *Jual Beli Subscribers YouTube Perspektif Hukum Islam*. *Yurisprudencia: Jurnal Hukum Ekonomi* 9.1 (2023):123-135. From <http://www.jurnal.yurisprudencia.com>.

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **A. Identitas pribadi**

Nama : NADHIRA SALSABILA FITRI

Nim : 2010200005

Tempat/ Tanggal Lahir : Jakarta, 22-12-2001

Jenis Kelamin : Perempuan

Jumlah Bersaudara : 3 Bersaudara

Alamat : Jln K.H Ahmad Dahlan No 10 Padangsidipuan Utara

### **B. Riwayat Pendidikan**

1. 2008 – 2014 : SDN 200102 Padangsidipuan
2. 2014 – 2017 : SMP Negeri 3 Padangsidipuan
3. 2017 – 2020 : SMAN 6 Padangsidipuan
4. 2020 – Sekarang : UIN SYAHADA Padangsidipuan

## LAMPIRAN









**Jawaban Konsumen:****Konsumen 1 (Sdri. ILH)**

1. Pengalaman saya dalam transaksi jual beli online di Facebook cukup memuaskan. Saya sering membeli barang-barang kebutuhan sehari-hari dan umumnya prosesnya mudah. Namun, saya tetap berhati-hati dalam memilih penjual untuk menghindari penipuan.
2. Pernah, saya merasa dirugikan ketika barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi. Penjual menjanjikan kualitas bagus, namun ternyata kualitasnya buruk dan saya tidak bisa mengembalikannya.
3. Saya merasa perlindungan yang saya terima belum cukup, karena tidak ada jaminan pengembalian barang yang jelas. Terkadang, saya merasa kebingungannya lebih pada pihak konsumen yang dirugikan.
4. Saya hanya tahu sedikit tentang mekanisme pengembalian barang, biasanya penjual hanya menyediakan layanan pengembalian jika ada kesalahan pengiriman atau barang rusak, itupun sulit dilakukan.
5. Saya kurang begitu paham, namun saya tahu bahwa sebagai konsumen, saya berhak mendapatkan barang yang sesuai dan aman digunakan sesuai dengan hukum ekonomi syariah.
6. Pernah, saya tertipu barang yang tidak sesuai. Saya berusaha menghubungi penjual, tetapi tidak mendapat respons. Akhirnya saya melaporkan ke pihak Facebook untuk menghindari hal serupa.
7. Facebook belum menyediakan perlindungan yang cukup. Saya rasa perlu ada kebijakan yang lebih jelas tentang pengembalian barang dan hak konsumen jika barang yang diterima tidak sesuai.

**Konsumen 2 (Sdri. YAS)**

1. Saya biasanya membeli produk kecantikan di Facebook. Transaksi cukup mudah, namun beberapa kali saya mendapati barang yang datang tidak sesuai foto. Meski begitu, banyak penjual yang responsif dalam menyelesaikan masalah.
2. Ya, saya pernah merasa dirugikan saat membeli produk kosmetik yang ternyata tidak original. Saya hanya bisa mengajukan komplain, namun tidak ada solusi konkret yang diberikan oleh penjual.
3. Saya rasa perlindungan yang ada masih kurang. Tidak ada jaminan dari platform untuk mengatasi permasalahan seperti produk yang tidak sesuai atau cacat, membuat saya merasa kurang terlindungi.
4. Saya mengetahui pengembalian barang biasanya hanya diterima jika produk rusak, namun prosedur pengembalian atau ganti rugi sering kali tidak dijelaskan secara rinci oleh penjual.
5. Saya hanya tahu sedikit mengenai hak saya sebagai konsumen, tetapi seharusnya saya berhak menerima barang yang sesuai dengan yang dijanjikan oleh penjual.
6. Pernah, saya tertipu produk palsu. Saya melaporkan penjual tersebut ke pihak Facebook dan berusaha menuntut pengembalian uang, meski prosesnya memakan waktu.

7. Facebook perlu meningkatkan perlindungannya dengan menyediakan kebijakan yang lebih tegas tentang pengembalian barang atau uang. Saat ini, perlindungannya masih terbatas.

**Konsumen 3 (Sdr. PY)**

1. Saya sudah beberapa kali bertransaksi di Facebook. Biasanya saya membeli barang elektronik, namun terkadang saya merasa ragu dengan keaslian produk yang dijual.
2. Ya, saya pernah merasa dirugikan saat membeli gadget yang ternyata tidak berfungsi dengan baik. Penjual tidak memberikan solusi yang memadai.
3. Saya merasa perlindungan konsumen masih kurang karena sering kali saya kesulitan mengajukan komplain dan tidak ada kebijakan yang jelas terkait pengembalian barang.
4. Saya tidak terlalu tahu tentang mekanisme pengembalian barang. Biasanya, saya mengandalkan komunikasi langsung dengan penjual jika ada masalah.
5. Saya belum banyak mengetahui hak-hak saya, tapi saya tahu bahwa saya berhak mendapatkan barang yang aman dan sesuai dengan deskripsi.
6. Saya pernah tertipu dengan barang yang tidak sesuai deskripsi. Saya mencoba menghubungi penjual dan minta pengembalian, tetapi sulit untuk mendapatkan tanggapan yang memuaskan.
7. Facebook belum menyediakan perlindungan yang memadai. Penjual bisa saja menghindari tanggung jawab tanpa adanya sistem yang jelas untuk melindungi konsumen.

**Jawaban Penjual:**

**Penjual 1 (Sdr. MI)**

1. Tantangan terbesar saya adalah menjaga kepercayaan konsumen. Beberapa konsumen sering kali meragukan kualitas produk hanya berdasarkan foto, padahal kami sudah menjelaskan dengan rinci.
2. Untuk memastikan produk yang dikirim sesuai dengan yang dijanjikan, saya selalu memeriksa barang sebelum dikirim dan memberikan deskripsi yang jelas agar konsumen tidak merasa tertipu.
3. Saya mengetahui bahwa dalam hukum ekonomi syariah, perlindungan konsumen harus mencakup keadilan dan transparansi, di mana kami sebagai penjual bertanggung jawab penuh atas kualitas barang yang dijual.
4. Jika ada komplain, saya selalu berusaha untuk menyelesaikan dengan cara yang baik, seperti menawarkan pengembalian uang atau penggantian produk. Hal ini penting untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen.
5. Saya rasa belum ada regulasi yang jelas terkait perlindungan konsumen di Facebook. Kami hanya bergantung pada kebijakan internal yang ditetapkan oleh platform.
6. Saya selalu berhati-hati dalam memilih pembeli dan menjaga komunikasi dengan mereka. Saya juga berusaha memberikan bukti pengiriman dan foto produk untuk menghindari penipuan.

**Penjual 2 (Sdri. SW)**

1. Tantangan utama saya adalah mengatasi ketidakpuasan konsumen jika produk yang mereka terima tidak sesuai ekspektasi. Beberapa konsumen

kadang tidak mau menerima kenyataan bahwa gambar produk di media sosial kadang tidak sepenuhnya akurat.

2. Saya memastikan produk yang saya jual sesuai dengan deskripsi dengan memberi informasi lengkap dan jelas, serta menunjukkan foto asli produk. Komunikasi juga sangat penting agar konsumen tidak kecewa.
3. Dalam hukum ekonomi syariah, saya tahu pentingnya memberikan perlindungan kepada konsumen dengan memastikan transaksi dilakukan secara adil, aman, dan transparan.
4. Jika ada komplain dari konsumen, saya berusaha menyelesaikan masalah dengan cara yang baik, seperti memberikan pengembalian dana atau menukar barang jika memang ada kesalahan pengiriman.
5. Saya merasa regulasi terkait perlindungan konsumen di Facebook masih kurang jelas. Saya berharap ada aturan yang lebih pasti agar penjual dan konsumen sama-sama terlindungi.
6. Untuk menghindari penipuan, saya selalu berusaha menjaga komunikasi yang jelas dengan konsumen dan mengirimkan barang dengan metode yang aman, seperti menggunakan jasa pengiriman yang dapat dipercaya.RD
7. M KJI978J

#### **Jawaban Konsumen dan Penjual terkait Hukum Ekonomi Syariah:**

##### **Konsumen 1 (Sdri. ILH)**

1. **Penerapan prinsip keadilan** sangat penting, karena saya merasa bahwa penjual harus memberikan barang yang sesuai dengan yang dijanjikan dan harga yang adil. Konsumen dan penjual harus sama-sama mendapatkan keuntungan yang seimbang tanpa ada pihak yang dirugikan.
2. Saya percaya bahwa **hukum ekonomi syariah** bisa memberikan perlindungan lebih baik. Prinsip keadilan dan transparansi yang ada dalam hukum syariah akan membuat transaksi lebih aman dan jelas, mengurangi potensi penipuan.
3. **Prinsip transparansi** harus diterapkan dalam jual beli online dengan menjelaskan secara detail mengenai produk yang dijual, termasuk harga dan kualitas barang, sehingga kedua pihak dapat melakukan transaksi yang fair.
4. Untuk meningkatkan perlindungan konsumen, Facebook perlu membuat kebijakan yang lebih jelas tentang mekanisme **pengembalian barang** dan juga membuat platform lebih transparan mengenai hak-hak konsumen yang perlu dilindungi.

##### **Konsumen 2 (Sdri. YAS)**

1. **Prinsip keadilan** sangat diperlukan dalam setiap transaksi agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Penjual harus memberikan apa yang dijanjikan kepada konsumen dengan kualitas yang sesuai.
2. Saya percaya bahwa **hukum ekonomi syariah** dapat memberikan perlindungan yang lebih baik. Aspek keadilan dan transparansi dalam hukum ekonomi syariah akan menjamin hak-hak konsumen dilindungi dan mengurangi risiko penipuan.



3. **Transparansi** dalam jual beli online sangat penting, baik dalam deskripsi produk maupun harga. Keduanya harus terbuka agar konsumen tidak merasa tertipu dan transaksi menjadi lebih lancar.
4. Facebook perlu memperbaiki perlindungan konsumen dengan memberikan regulasi yang lebih jelas mengenai **pengembalian barang** dan memberikan mekanisme yang lebih mudah untuk mengajukan komplain.

#### **Konsumen 3 (Sdr. PY)**

1. Penerapan **prinsip keadilan** sangat penting dalam transaksi online. Penjual dan konsumen harus mendapatkan hak yang sama dalam setiap transaksi agar tidak ada pihak yang merasa tertipu atau dirugikan.
2. Saya sangat percaya bahwa **hukum ekonomi syariah** dapat memberikan perlindungan lebih baik. Hukum ini menekankan pada keadilan dan transparansi, yang memastikan setiap pihak terlindungi dengan baik dalam transaksi.
3. **Prinsip transparansi** harus diterapkan dengan memberikan informasi yang jelas tentang produk dan proses transaksi, sehingga kedua belah pihak dapat menghindari kesalahpahaman yang bisa merugikan.
4. Facebook perlu meningkatkan perlindungan konsumen dengan memperjelas aturan terkait **pengembalian barang** dan memperbaiki mekanisme pengaduan untuk menciptakan transaksi yang lebih transparan dan aman.

#### **Penjual 1 (Sdr. MI)**

1. Dalam transaksi online, saya percaya **prinsip keadilan** harus diterapkan, agar baik penjual maupun konsumen merasa dihargai dan tidak ada yang dirugikan. Keadilan juga mengarah pada hubungan yang saling menguntungkan.
2. Saya yakin **hukum ekonomi syariah** dapat memberikan perlindungan yang lebih baik karena adanya prinsip keadilan yang menjamin hak konsumen dan penjual terlindungi. Selain itu, hukum ini menekankan pada transparansi dalam transaksi.
3. **Transparansi** sangat penting agar konsumen tahu persis apa yang mereka beli. Sebagai penjual, saya selalu memberi deskripsi produk yang jelas dan menyertakan foto asli barang agar tidak ada keraguan.
4. Saya rasa, untuk meningkatkan perlindungan konsumen di Facebook, platform perlu lebih jelas mengatur tentang **pengembalian barang** dan memberikan perlindungan lebih baik agar kedua pihak merasa aman dalam bertransaksi.

#### **Penjual 2 (Sdri. SW)**

1. Penerapan **prinsip keadilan** dalam transaksi jual beli online sangat penting. Kedua belah pihak, baik konsumen maupun penjual, harus mendapatkan apa yang dijanjikan sesuai kesepakatan yang adil dan tidak merugikan salah satu pihak.
2. Saya yakin bahwa **hukum ekonomi syariah** memberikan perlindungan yang lebih baik, karena prinsip keadilan dan transparansi yang terkandung dalamnya bisa membuat konsumen merasa aman dalam bertransaksi.

3. Dalam jual beli online, **prinsip transparansi** sangat dibutuhkan. Penjual harus memberikan informasi yang akurat dan jelas mengenai produk yang dijual agar tidak ada ketidaksesuaian antara yang diiklankan dan yang diterima konsumen.
4. Untuk meningkatkan perlindungan konsumen di Facebook, saya rasa platform perlu menyediakan regulasi yang jelas mengenai **pengembalian barang**, serta memberikan lebih banyak ruang untuk menyelesaikan masalah antara penjual dan konsumen secara transparan.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD AD-DARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM  
Jl. T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang 22733, Telp.(0634) 22080, Faximile (0634) 24022  
Website: <https://fasih.uinsyahada.ac.id> Email: [fasih@uinsyahada.ac.id](mailto:fasih@uinsyahada.ac.id)

Nomor : B-1460/Un.28/D.1/PP.00.5 /08/2024 Agustus 2024  
Lamp : -  
Perihal : *Pengesahan Judul dan Pembimbing Skripsi*  
Yth Bapak :

1. Adi Syahputra Sirait, M.H.I.
  2. Sylvia Kurnia Ritonga, M.Sy
- Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkaji Kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan Judul Skripsi Mahasiswa di bawah ini:

Nama : Nadhira Salsabila Fitri  
NIM : 2010200005  
Sem/T.A : VIII (delapan) 2024  
Fak/Prodi : Syariah dan Ilmu Hukum/ Hukum Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Platform Facebook

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak menjadi Pembimbing I dan Pembimbing II penelitian penulisan skripsi mahasiswa dimaksud.

Demikian disampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

*Wa'alaikumsalam Warahmatullahi Wabarakatuh*

*a.n. Dekan*  
  
Dekan Bid. Akademik  
*Dr. Abdulhamid, M.Ag.*  
NIP. 19680202 200003 1005

Ketua Program Studi

*Nurhotia Harahan, M.H.*  
NIP. 19900315 201903 2 007

Pernyataan Kesediaan Sebagai Pembimbing

Bersedia / Tidak Bersedia  
Pembimbing I

*Adi Syahputra Sirait, M.H.I.*  
NIP. 19901227 201801 1 001

Bersedia / Tidak Bersedia  
Pembimbing II

*Sylvia Kurnia Ritonga, M.Sy*  
NIP. 19890604 202012 2 007