

***ORDER BY DESIGN* OLEH PELAKU USAHA DAN DAMPAKNYA BAGI
KONSUMEN PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG
NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
(Studi Kasus Marketplace Shopee)**

SKRIPSI

OLEH :

UDAIMATUN NUR MIDZA

200202110082



PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2023

***ORDER BY DESIGN* OLEH PELAKU USAHA DAN DAMPAKNYA BAGI
KONSUMEN PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG
NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
(Studi Kasus Marketplace Shopee)**

SKRIPSI

OLEH :

UDAIMATUN NUR MIDZA

200202110082



PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2023

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah SWT.

Dengan kesadaran dan tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan, penulis menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

***ORDER BY DESIGN* OLEH PELAKU USAHA DAN DAMPAKNYA BAGI
KONSUMEN PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG
NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
(STUDI KASUS MAKETPLACE SHOPEE)**

Benar-benar merupakan karya ilmiah yang disusun sendiri, bukan hasil duplikasi atau memindahkan data milik orang lain. Jika di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini ada kesamaan baik isi, logika, maupun datanya, secara keseluruhan maupun sebagian, maka skripsi dan gelar sarjana yang diperoleh karenanya secara otomatis batal demi hukum.

Malang, 06 November 2023

Penulis



Udaimatun Nur Midza
NIM 200202110082

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Udaimatun Nur Midza NIM 200202110082 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

***ORDER BY DESIGN* OLEH PELAKU USAHA DAN DAMPAKNYA BAGI
KONSUMEN PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG
NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
(STUDI KASUS MAKETPLACE SHOPEE)**

Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi persyaratan ilmiah untuk diajukan dan diuji pada Majelis Dewan Penguji.

Malang, 06 November 2023

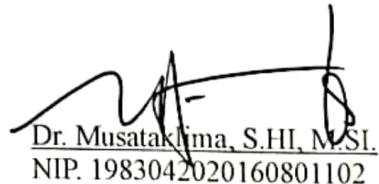
Mengetahui,

Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah

Dosen Pembimbing



Dr. Fakhruddin, M.HI.
NIP. 197408192000031002



Dr. Musataklima, S.HI, M.SI.
NIP. 1983042020160801102



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARIAH

Jl. Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 559399 Faksimile (0341) 559399
Website: <http://syariah.uin-malang.ac.id> E-mail: syariah@uin-malang.ac.id

BUKTI KONSULTASI

Nama : Udaimatun Nur Midza
NIM : 200202110082
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Dosen Pembimbing : Dr. Musataklima, S.HI, M.SI.
Judul Skripsi : **ORDER BY DESIGN OLEH PELAKU USAHA DAN DAMPAKNYA BAGI KONSUMEN PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (STUDI KASUS MARKETPLACE SHOPEE)**

No.	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1.	Rabu/16 Agustus 2023	Revisi judul dan rumusan masalah	
2.	Rabu/23 Agustus 2023	Revisi latar belakang dan metpen	
3.	Kamis/24 Agustus 2023	ACC judul	
4.	Selasa/28 Agustus 2023	Revisi kerangka teori	
5.	Kamis/05 Oktober 2023	ACC proposal	
6.	Selasa/24 Oktober 2023	Revisi proposal	
7.	Senin/30 Oktober 2023	Revisi bab 4	
8.	Selasa/31 Oktober 2023	Revisi bab 4 dan 5	
9.	Rabu/01 November 2023	ACC bab 4 dan 5	
10.	Jumat/03 November 2023	ACC abstrak, bab 1-5	

Malang. 06 November 2023

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah

Dr. Fakhruddin, M.HI.
NIP. 197408192000031002

PENGESAHAN SKRIPSI

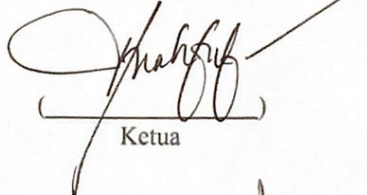
Dewan Penguji Skripsi saudara Udaimatun Nur Midza NIM 200202110082
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri
Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

**ORDER BY DESIGN OLEH PELAKU USAHA DAN DAMPAKNYA BAGI
KONSUMEN PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG
NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
(STUDI KASUS MARKETPLACE SHOPEE)**

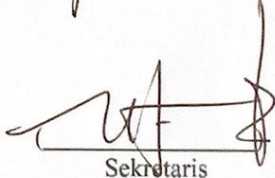
Telah dinyatakan lulus dengan nilai : A

Dewan Penguji :

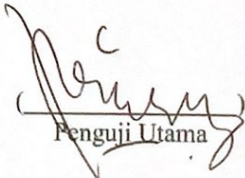
1. Nama : Mahbub Ainur Rofiq, M.H.
NIP. : 19881130201802011159


Ketua

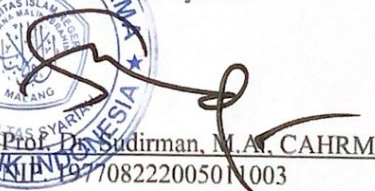
2. Nama : Dr. Musataklima, S.HI., M.SI.
NIP. : 19830420201608011024


Sekretaris

3. Nama : Risma Nur Arifah, M.H.
NIP. : 198408302019032010


Penguji Utama

Malang, 12 Desember 2023
Dekan Fakultas Syariah


Prof. Dr. Sudirman, M.A., CAHRM
NIP. 197708222005011003

MOTTO

“Tinggalkanlah segala yang meragukanmu dan ambillah yang tidak meragukanmu. Sesungguhnya kejujuran akan mendatangkan ketenangan, sedangkan kedustaan akan mendatangkan kegelisahan”

(HR. Tirmidzi)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahillâhirabbil ‘âlamîn, segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat dan juga hidaya-Nya. Sholawat serta salam tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun kita ke jalan yang terang sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul :

***ORDER BY DESIGN* OLEH PELAKU USAHA DAN DAMPAKNYA BAGI
KONSUMEN PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG
NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
(STUDI KASUS *MARKETPLACE* SHOPEE)**

Dengan segala upaya, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak dalam penulisan skripsi hingga penulisan skripsi ini dapat selesai, maka dengan segala kerendahan hati perkenankan penulis mengucapkan terima kasih yang tiada batas kepada:

1. Prof. Dr. M. Zainuddin, M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. Sudirman, M.A., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Fakhruddin, M.HI., selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. Musataklima, S.HI., M.SI., selaku dosen pembimbing penelitian skripsi, penulis mengucapkan terima kasih banyak karena beliau telah meluangkan

waktu dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dengan penuh kesabaran selama proses penyelesaian penulisan skripsi. Semoga Allah SWT. selalu memberikan kesehatan, umur yang panjang, dan melancarkan rezeki beliau.

5. Dr. Khoirul Hidayah, S.H., M.H., selaku dosen wali penulis selama menempuh perkuliahan di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, penulis mengucapkan terima kasih atas perhatian dan arahan yang diberikan dari awal proses perkuliahan.
6. Bapak Mahbub Ainur Rofiq, M.H., Ibu Risma Nur Arifah, M.H., selaku Dosen Penguji Skripsi, penulis mengucapkan terima kasih atas kritik dan saran yang diberikan kepada penulis. Semoga kebaikan yang sudah diberikan kepada penulis dibalas oleh Allah SWT.
7. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah menyampaikan ilmu, mendidik, dan membimbing dengan ikhlas. Semoga ilmu yang telah diberikan menjadi ladang pahala dan menjadi ilmu bermanfaat bagi kita semua baik di dunia maupun di akhirat.
8. Narasumber pada penelitian ini, penulis mengucapkan terima kasih atas waktu dan izin yang telah diberikan kepada penulis. Semoga selalu diberikan kelancaran dan kemudahan oleh Allah SWT. dalam segala urusannya.
9. Ayahanda Imron Hamzah, dan Ibunda Nur Jamilatus Sa'adah, selaku kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, cinta dan kasih sayang, serta doa yang tiada henti. Dengan ini, penulis mengucapkan

terima kasih banyak sudah menjadi penyemangat dalam hidup penulis. Terima kasih sudah menjadi pengingat dan penguat yang paling hebat selama ini. Semoga selalu diberikan kesehatan, umur panjang, serta rezeki yang berkah oleh Allah SWT.

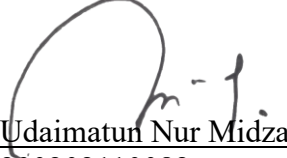
10. Teman-teman baik, Marisha, Hesty, Nadiya, Salsa, Feby, Azyan, Hanifa, yang sudah menjadi rumah dan tempat untuk berbagi keluh kesah penulis. Terima kasih atas kasih sayang dan dukungan yang tulus yang telah diberikan selama masa perkuliahan. Terima kasih selalu kebersamai penulis dalam keadaan apapun, sehingga penulis tidak pernah merasa sendiri dan selalu merasa bahagia dengan kehidupan di perkuliahan. Semoga kita tetap menjalin hubungan pertemanan yang baik, tetap saling membantu, dan mari terus melangkah untuk bisa menjadi orang-orang hebat dan bermanfaat.

11. Keluarga besar PMII Rayon Radikal Al-Faruq, Pengurus HMPS Hukum Ekonomi Syariah Tahun 2021 dan 2022, teman-teman Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2020, teman-teman KKM Kelompok 198, teman-teman PKL PA Lamongan, dan teman-teman penulis lain yang telah hadir di kehidupan penulis yang kebersamaannya akan selalu terkenang. Penulis mengucapkan terima kasih karena telah memberikan warna dalam kehidupan perkuliahan dan saling menyemangati serta kebersamai selama masa perkuliahan.

Jazâkumullâh khairân katsîrân, semoga amal baik yang telah diberikan diberkahi oleh Allah SWT. seta mendapatkan rahmat dari-Nya. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, sehingga penulis memohon saran dan kritikan yang membangun dari pembaca agar penulisan skripsi

ini menjadi versi yang lebih baik kedepannya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan dapat dijadikan acuan bahan rujukan bagi pembaca.

Malang, 06 November 2023
Penulis



Udaimatun Nur Midza
200202110082

PEDOMAN TRANSLITERASI

A Umum

Transliter adalah pemindah alihan tulisan Arab ke dalam tulisan Indonesia atau tulisan Latin, bukan terjemahan bahasa Arab ke bahasa Indonesia. Termasuk dalam kategori ini ialah nama Arab dari bangsa Arab, sedangkan nama Arab dari bangsa selain Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku menjadi rujukan. Penulisan judul buku dalam *footnote* maupun daftar pustaka, tetap menggunakan transliter ini.

Banyak pilihan dan ketentuan transliter yang dapat digunakan dalam penulisan karya tulis ilmiah, baik yang berstandar internasional, nasional, maupun ketentuan yang khusus digunakan penerbit tertentu. Transliterasi yang digunakan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang menggunakan EYD plus, yaitu transliter yang didasarkan atas Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, tanggal 22 Januari 1987 No. 158/1987 dan 0543.b/U/1987, sebagaimana tertera dalam buku Pedoman Transliter Bahasa Arab *A Guide Arabic Transliteration*.

B Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	S a	S	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	H{a	H{	Ha (dengan titik

			diatas
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Z al	Z	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	S{ad	S{	Es (dengan titik di bawah)
ض	D}ad	D{	De (dengan titik di bawah)
ط	T{a	T{	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Z}a	Z{	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘ ____	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
أ/ء	Hamzah	— ,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (أ) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

C Vokal, Panjang dan Diftong

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk vocal *fathah* ditulis dengan “a”, kasrah dengan “i”, *dlommah* dengan “u”, sedangkan bacaan panjang masing masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal (a) panjang = â misalnya قال menjadi qâla

Vokal (i) panjang = i misalnya قيل menjadi qila

Vokal (û) panjang = û misalnya دون menjadi dûna

Khusus untuk bacaan ya” nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan “i”, melainkan tetap ditulis dengan “iy” agar dapat menggambarkan ya” nisbat diakhirnya. Begitu juga untuk suara diftong, wawu dan ya” setelah fathah ditulis dengan “aw” dan “ay”. Perhatikan contoh berikut:

Diftong (aw) = و misalnya قول menjadi qawlun

Diftong (ay) = ي misalnya خير menjadi khayru

D Ta’marbûthah (ة)

Ta’marbûthah ditransliterasikan dengan “t” berada di tengah kalimat, tetapi apabila ta’marbuthah tersebut berada diakhir kalimat, maka ditransliterasikan

dengan menggunakan “h” misalnya *المدرسة الرسالة* menjadi al- risalat li al- mudarrisah, atau apabila berada di tengah tengah kalimat terdiri dari susunan *mudlaf* dan *mudlaf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “t” yang disambungkan dengan kalimat berikutnya, misalnya *الله رحمة في* menjadi *fi rahmatillâh*.

E Kata Sandang dan Lafadz al-jalâlah

Kata sandang berupa “al” () ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan “al” dalam lafadh jalalah yang berada di tengah tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan. Perhatikan contoh contoh berikut ini:

1. Al- Imâm Al- Bukhâriy mengatakan...
2. Al- Bukhâriy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan...
3. *Masyâ” Allâh kâna wâ lam yasya” lam yakun.*
4. *Billah,, azza wa jalla.*

F Nama dan Kata Arab Terindonesiakan

Pada prinsipnya setiap kata yang berasal dari bahasa Arab harus ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Apabila kata tersebut merupakan nama Arab dari orang Indonesia atau bahasa Arab yang sudah terindonesiakan, tidak perlu ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Perhatikan contoh berikut: “...Abdurahman Wahid, mantan presiden RI keempat, dan Amin Rais, mantan ketua MPR pada masa yang sama, telah melakukan kesepakatan untuk menghapuskan nepotisme, kolusi dan korupsi dari muka bumi Indonesia, dengan salah satu caranya melalui pengintensifan salat di berbagai kantor pemerintahan, namun...”

Perhatikan penulisan nama "Abdurahman Wahid", "Amin Rais" dan kata "salat" ditulis dengan menggunakan tata cara penulisan bahasa Indonesia yang disesuaikan dengan penulisan namanya. Kata kata tersebut sekalipun berasal dari bahasa Arab, namun ia berupa nama dari orang Indonesia dan telah terindonesiakan, untuk itu ditulis dengan cara “Abd al-Rahman Wahid”, “Amin Rais”, dan bukan ditulis “shalât”.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
BUKTI KONSULTASI.....	v
PENGESAHAN SKRIPSI.....	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
ABSTRAK	xix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Definisi Operasional	5
F. Sistematika Pembahasan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Penelitian Terdahulu	9
B. Landasan Teori	17
1. Konsep Jual Beli Dalam Hukum Islam.....	17
2. Jual Beli <i>Najâsyî</i>.....	31
3. Pelaku Usaha	34
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian	40
B. Pendekatan Penelitian.....	40
C. Lokasi Penelitian.....	41
D. Jenis dan Sumber Data	41
E. Metode Pengumpulan Data	43
F. Metode Pengolahan Data	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum Objek Dan Subjek Penelitian	45
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
2. Gambaran Umum Subjek Penelitian	47
B. <i>Order By Design</i> Oleh Pelaku Usaha Dan Dampaknya Bagi Konsumen Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen	51
1. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Terdampak <i>Order By Design</i> Perspektif Hukum Islam	51
2. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Terdampak <i>Order By Design</i> Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen	87
BAB V PENUTUPAN	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA.....	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1-Surat Permohonan Penelitian.....	108
Lampiran 2-Surat Balasan Permohonan Penelitian.....	113
Lampiran 3-Surat Keterangan Telah Wawancara.....	118
Lampiran 4-Daftar Pertanyaan Wawancara.....	123
Lampiran 5-Bukti Wawancara Dengan Narasumber.....	124

ABSTRAK

Udaimatun Nur Midza, 200202110082, ***Order By Design* Oleh Pelaku Usaha Dan Dampaknya Bagi Konsumen Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus *Marketplace* Shopee)**, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing Dr. Musataklima, S.HI., M.SI

Kata Kunci : *Order By Design*; Jual Beli *Online*; Jual Beli *Najâsyî*.

Tingginya persaingan di antara pelaku usaha dalam ranah bisnis *online* mendorong beberapa pelaku usaha untuk memasarkan produknya dengan menggunakan berbagai cara, tanpa memperhatikan aturan atau hukum yang berlaku. Salah satunya dengan cara *order by design* oleh pelaku usaha untuk menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana perlindungan konsumen yang terdampak dari *order by design* dengan menggunakan perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Metode yang digunakan penelitian ini terdiri dari jenis penelitian yuridis empiris dan menggunakan pendekatan yuridis sosiologis, dengan mengambil sumber data primer dari wawancara kepada pelaku usaha dan konsumen rekayasa toko *online marketplace* Shopee serta data sekunder dari buku, tulisan, peraturan perundang-undangan.

Hasil dari penelitian ini adalah praktik *order by design* masuk ke dalam jenis jual beli yang dilarang, yaitu jual beli *Najâsyî*. Perlindungan konsumen yang terdampak dari *order by design* dalam Hukum Islam dapat menggunakan *Khiyâr syarat*, *Khiyâr 'aib*, dan *Khiyâr ru'yah*. Perlindungan konsumen yang terdampak dari *order by design* dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, apabila terjadi ketidaksesuaian barang atau adanya kerugian lain yang dialami konsumen, maka pelaku usaha harus bertanggung jawab dan memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami oleh konsumen. Shopee telah memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dengan menyediakan pilihan pengembalian barang atau dana yang dapat diajukan oleh setiap konsumen yang mengalami kesalahan pesanan saat berbelanja produk secara *online* dengan batas waktu proses 3-5 hari kerja setelah pengajuan.

ABSTRACT

Udaimatun Nur Midza, 200202110082, **Order By Design by Business Actors and the Impact on Consumers Perspective of Islamic Law and Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection (Shopee Marketplace Case Study)**, Department of Sharia Economic Law, Faculty of Sharia, State Islamic University (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, Supervisor Dr. Musataklima, S.HI., M.SI

Keywords : Order By Design; Online Buying and Selling; Najâsyî Buying and Selling.

The high level of competition between business actors in the realm of online business encourages several business actors to market their products using various methods, without paying attention to applicable rules or laws. One way is by ordering by design by business actors to attract consumer attention. Therefore, the aim of this research is to find out how consumer protection is affected by order by design using the perspective of Islamic Law and Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection.

The method used in this research consists of an empirical juridical research type and uses a sociological juridical approach, by taking primary data sources from interviews with business actors and consumers of the Shopee online marketplace shop engineering as well as secondary data from books, writings, laws and regulations.

The result of this research is that the practice of order by design falls into a prohibited type of buying and selling, namely Najâsyî buying and selling. Consumer protection affected by order by design in Islamic law can use Khiyâr terms, Khiyâr 'aib, and Khiyâr ru'yah. Protection of consumers affected by order by design in Law Number 8 of 1999 concerning consumer protection, if there is a mismatch between goods or other losses experienced by consumers, then business actors must be responsible and provide compensation for the losses experienced by consumers. Shopee has provided legal protection to consumers by providing a return or fund option that can be submitted by any consumer who experiences an order error when shopping for products online with a processing time limit of 3-5 working days after submission.

ملخص البحث

عديمتون نور ميدزا، ٢٠٠٢٠٢١١٠٠٨٢، النظام حسب التصميم من قبل الجهات الفاعلة في مجال الأعمال وتأثير الشريعة الإسلامية والقانون رقم ٨ لعام ١٩٩٩ بشأن حماية المستهلك على المستهلكين (دراسة حالة سوق Shopee)، كلية الشريعة، الجامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج، المشرف الدكتور موساتاكلما الماجيستير

الكلمات الرئيسية: الطلب حسب التصميم؛ البيع والشراء عبر الإنترنت؛ النجاسية بيع وشراء.

إن المستوى العالي للمنافسة بين الجهات الفاعلة في مجال الأعمال التجارية في مجال الأعمال التجارية عبر الإنترنت يشجع العديد من الجهات الفاعلة في مجال الأعمال على تسويق منتجاتها باستخدام أساليب مختلفة، دون الالتفات إلى القواعد أو القوانين المعمول بها. إحدى الطرق هي الطلب حسب التصميم من قبل الجهات الفاعلة في مجال الأعمال لجذب انتباه المستهلك. ولذلك فإن الهدف من هذا البحث هو معرفة كيفية تأثير حماية المستهلك بالأمر حسب التصميم من منظور الشريعة الإسلامية والقانون رقم ٨ لعام ١٩٩٩ بشأن حماية المستهلك.

تتكون الطريقة المستخدمة في هذا البحث من نوع بحث قانوني تجريبي ويستخدم منهجاً قانونياً اجتماعياً، من خلال أخذ مصادر البيانات الأولية من المقابلات مع الجهات الفاعلة التجارية والمستهلكين في هندسة عبر الإنترنت بالإضافة إلى البيانات الثانوية من الكتب والكتابات والقوانين. واللوائح Shopee متجر سوق.

ونتيجة هذا البحث هي أن ممارسة الأمر بالتصميم تدخل في النوع المحرم من البيع والشراء، وهو البيع والشراء النجاسي. يمكن لحماية المستهلك المتأثرة بالأمر حسب التصميم في الشريعة الإسلامية استخدام مصطلحات خيار، وخيار عيب، وخيار رؤية. حماية المستهلكين المتأثرين بالطلب حسب التصميم في القانون رقم ٨ لسنة ١٩٩٩ بشأن حماية المستهلك، إذا كان هناك عدم تطابق بين السلع أو غيرها من الخسائر التي يتعرض لها المستهلكون، فيجب أن تكون الجهات الفاعلة التجارية مسؤولة وتقدم التعويض الحماية القانونية للمستهلكين من خلال توفير *Shopee* عن الخسائر التي يتعرض لها المستهلكون. لقد وفر خيار الإرجاع/التمويل الذي يمكن تقديمه من قبل أي مستهلك يواجه خطأ في الطلب عند التسوق للمنتجات عبر الإنترنت مع حد زمني للمعالجة يتراوح بين 3-5 أيام عمل بعد الإرسال.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan pengguna internet yang terus meningkat di Indonesia menjadikan layanan belanja *online* juga mengalami peningkatan seiring dengan minat masyarakat untuk berbelanja secara *online* melalui *marketplace*.¹ Oleh karena itu, para pelaku usaha diharuskan untuk dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat, semakin banyak pelaku usaha yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut.²

Marketplace adalah platform *online* dimana pengguna dapat melakukan transaksi jual beli dari berbagai toko melalui website atau aplikasi. Perkembangan *marketplace* terus berlanjut di berbagai negara, termasuk Indonesia. Contoh *marketplace* yang berkembang di Indonesia antara lain Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan lain sebagainya. Shopee menjadi salah satu yang paling diminati oleh para penjual dan pembeli.³ Shopee merupakan *marketplace* terpopuler di *google play store* dan *app store* yang

¹ Rahmi Qurrota Aynie, Ratih Hurriyati, dan Puspo Dewi Dirgantari, "Strategi pemasaran electronic word of mouth pada *e-commerce* dalam menghadapi era digital 4.0 di indonesia," *INOVASI* 17, no. 1 (February 25, 2021): 137, <https://doi.org/10.30872/jinv.v17i1.8483>. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI/article/view/8483/1149>.

² Falentia Tia Indana dan Sabinus Beni, "Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik Shanti Bhuana," *Business, Economics and Entrepreneurship*, no. 2 (2021): 86, <https://journal.shantibhuana.ac.id/index.php/bee/article/view/316/158>.

³ Siti Komara dan Daimah Daimah, "Analisis Transaksi Jual Beli Pada *Marketplace* Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Syariah," *Syntax Idea* 1, no. 3 (July 27, 2019): 20, <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v1i3.28>.

sering dikunjungi oleh konsumen dengan jumlah 161.100.000 kunjungan per bulan.⁴

Dalam *marketplace* Shopee, terdapat beragam produk penjualan yang ditawarkan oleh pelaku usaha dengan berbagai harga, dan banyaknya pembeli yang mencari barang sesuai keinginan mereka dengan memilih harga yang cocok. Shopee menyediakan fitur ulasan sebagai panduan bagi calon konsumen sebelum melakukan pembelian, serta sebagai sarana bagi konsumen untuk menilai kualitas layanan dan produk yang mereka beli dari toko tertentu.⁵ Dalam fitur ulasan ini, pembeli diberikan kebebasan untuk memberikan penilaian berupa bintang sesuai dengan pengalaman berbelanja mereka.

Berbagai faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian diantaranya adalah harga, ulasan produk, penilaian toko, jumlah produk yang sudah terjual, opsi pembayaran yang tersedia, serta potensi potongan harga. Ulasan produk juga memiliki peran penting dalam membantu konsumen, karena dari ulasan ini mereka dapat menilai pengalaman pembelian orang lain dan kualitas produk yang ditawarkan. Ulasan ini membantu konsumen mengambil keputusan untuk memastikan

⁴ Ikhsan, "25 *Marketplace Online* Terbesar di Indonesia," *Sasana Digital*, 8 Juni 2023, diakses 18 Agustus 2023, <https://sasanadigital.com/pilih-marketplace-atau-toko-online-sendiri-pahami-dulu-perbedaannya/>.

⁵ Susilawati Sumaa, Agus Supandi Soegoto, dan Reitty L. Samadi, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di *E-commerce* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado)," *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, no. 4 (2021): 305, <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/36229>.

bahwa produk yang akan mereka beli sesuai dengan harapan dan memenuhi standar kualitas yang diinginkan.⁶

Tingginya persaingan di antara pelaku usaha dalam ranah bisnis *online* mendorong beberapa pelaku usaha untuk memasarkan produknya dengan menggunakan berbagai cara, tanpa memperhatikan aturan atau hukum yang berlaku. Salah satu strategi atau cara yang digunakan oleh beberapa pelaku usaha adalah *order by design*. *Order by design* merupakan kegiatan dimana pelaku bisnis dengan sengaja melakukan pemesanan palsu di platform perdagangan elektronik yang mereka operasikan.

Order by design ini memiliki berbagai tujuan, seperti meningkatkan popularitas toko *online*, memanipulasi algoritma pencarian untuk peringkat yang lebih tinggi, atau menarik perhatian konsumen agar percaya pada volume penjualan yang tinggi dan kredibilitas yang baik bagi toko tersebut. Seperti yang dilakukan pelaku usaha toko @Uyytiens, @Hallothrift, @Hanssababyshop, @Bangkitsecond, dan @Hst_official di Shopee.⁷

Praktik *order by design* yang dilakukan oleh pelaku dapat berdampak pada konsumen, sehingga penting bagi konsumen untuk memperoleh hak perlindungan hukum terhadap praktik tersebut. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan penyusunan skripsi dengan judul “**Order By Design Oleh Pelaku Usaha Dan Dampaknya Bagi Konsumen Perspektif**

⁶ Dwi Ika Sugiarti dan Rhoma Iskandar, “Pengaruh Consumer Review Terhadap Keputusan Pembeli Terhadap Toko Online Shopee,” *Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH)*, no. 9 (2021): 956 <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v1i9.195>.

⁷ Hasil pra-penelitian pada toko @Uyytiens, @Hallothrift, @Hanssababyshop, @Bangkitsecond, dan @Hst_Official.

Hukum Islam Dan Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus *Marketplace* Shopee)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian di atas, maka perlu dirumuskan permasalahan yang akan dibahas sebagaimana berikut ini:

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen yang terdampak dari *order by design* perspektif Hukum Islam?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen yang terdampak dari *order by design* perspektif Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum bagi konsumen yang terdampak dari *order by design* perspektif Hukum Islam.
2. Untuk mengetahui perlindungan hukum bagi konsumen yang terdampak dari *order by design* perspektif Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini peneliti berharap dapat memberikan nilai manfaat. Adapun manfaat yang dituju oleh penelitian ini terdapat dua macam, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan pemahaman dan pengetahuan bagi khalayak umum. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi penting bagi penelitian-penelitian selanjutnya, terutama bagi para mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah mengenai *order by design* oleh pelaku usaha dan dampaknya bagi konsumen perspektif Hukum Islam dan Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada pembaca dan para pelaku jual beli *online*, agar mereka dapat menjalankan kegiatan ekonomi jual beli *online* sesuai dengan ketentuan Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

E. Definisi Operasional

Untuk mengetahui lebih dalam mengenai pembahasan dalam penelitian ini, berikut penulis sajikan definisi operasional:

1. *Order By Design*

Order by design mempunyai arti memesan sesuai apa yang sudah dirancang atau direncanakan. *Order by design* merupakan kegiatan pelaku usaha dengan sengaja melakukan pemesanan palsu di platform perdagangan elektronik yang mereka operasikan dengan tujuan untuk menciptakan ilusi

bahwa ada permintaan tinggi dan membuat seolah-olah produk yang dijual benar-benar bagus untuk menarik perhatian konsumen lainnya. Tujuan dari *order by design* diantaranya yaitu untuk meningkatkan jumlah penjualan pada toko, meningkatkan popularitas toko, memanipulasi algoritma pencarian untuk peringkat yang tinggi, meningkatkan penilaian produk, dan memanipulasi ulasan produk.

2. *Marketplace*

Marketplace adalah sebuah platform transaksi bisnis *online* yang memanfaatkan metode elektronik untuk menyederhanakan proses transaksi komersial, termasuk penjualan barang, jasa, dan informasi, yang berlangsung secara daring antara penjual dan pembeli. Dengan adanya *marketplace*, setiap individu dapat dengan mudah dan cepat melakukan aktivitas jual beli tanpa terbatas oleh batasan ruang, jarak, atau waktu.

F. Sistematika Pembahasan

Pada bagian ini, akan dijelaskan mengenai uraian logika pembahasan yang digunakan dalam penelitian ini, mulai dari bab pertama hingga bab-bab selanjutnya. Setiap bab akan berisi poin-poin yang saling terkait, sehingga membentuk suatu rangkaian pembahasan yang sistematis. Berikut adalah sistematika penulisan dalam skripsi ini:

Bab pertama, pada bab ini terdiri dari latar belakang akan menguraikan dengan rinci mengapa masalah yang menjadi fokus penelitian ini sangat penting. Selanjutnya akan dijelaskan rumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian, diikuti dengan tujuan dari penelitian tersebut. Selain itu, bab

ini juga akan mengulas manfaat dari hasil penelitian yang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti, dan sistematika pembahasan pada penelitian.

Bab kedua, pada bab ini berisi tentang penelitian terdahulu yang bertujuan untuk menunjukkan perbedaan antara penelitian ini dan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Selain itu, bab ini memuat kerangka teori atau landasan teori yang mencakup teori-teori yang akan dijelaskan sesuai dengan konsep penelitian yang diambil sebagai bahan untuk menganalisis dan menghubungkan data yang telah didapat dari lapangan.

Bab ketiga, bab ini terdiri dari elemen-elemen utama dalam sebuah penelitian, mencakup jenis penelitian, pendekatan penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode pengolahan data. Metode penelitian ini merupakan langkah awal yang krusial dalam perjalanan mencapai tujuan penelitian dengan tujuan untuk memperoleh jawaban yang diperlukan melalui hasil penelitian yang dilakukan.

Bab keempat, pada bab ini merupakan inti dari penelitian yang dilakukan. Dalam bab ini akan dijabarkan terkait hasil dari penelitian yang dilakukan yang kemudian dianalisis dengan menggunakan perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap praktik *Order By Design* yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Bab kelima, bab ini merupakan akhir dari penelitian yang berupa kesimpulan dan saran dari peneliti. Kesimpulan disajikan sesuai dengan hasil

penelitian yang telah dilakukan dan merupakan jawaban dari masalah yang telah diteliti. Sedangkan saran berisi usulan peneliti kepada pihak-pihak yang terkait pada masalah penelitian ini yang telah disesuaikan dengan hasil temuan dan kesimpulan dari penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu telah mengulas studi-studi sebelumnya baik berupa skripsi atau jurnal yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini. Tujuan dari pengkajian ini adalah untuk mencegah adanya duplikasi antara penelitian ini dan penelitian-penelitian sebelumnya. Dari hasil pencarian, beberapa penelitian dengan tema serupa, yaitu tentang kecurangan yang terjadi dalam kegiatan jual beli *online*. Berikut penelitian terdahulu yang ditemukan oleh peneliti:

1. Bunga Andjani dan Abraham Ferry Rosando, *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance* Tahun 2023 dengan judul “Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Dalam *E-commerce* Yang Dirugikan Akibat Dugaan Order Fiktif”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara pelaku usaha dengan perusahaan *e-commerce* adalah terjalin melalui hubungan hukum kemitraan yang mendasarkan pada perjanjian kemitraan. Perlindungan terhadap pelaku usaha dapat ditemukan dalam Pasal 6 UUPK yang dapat memberikan hak kepada pelaku usaha untuk menerima pembayaran atas barang yang telah disediakan. Jika dana pembayaran tersebut ditahan, maka dalam hal ini hak pelaku usaha tidak terpenuhi. Selain UUPK, terdapat juga ketentuan yang relevan terkait perlindungan hukum terhadap pelaku usaha

yang mengalami penahanan dana akibat dugaan pesanan palsu, yaitu Pasal 21 ayat (3) UU ITE.⁸

2. Rifki Fadli Ardiansya, Mahasiswa Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Tahun 2023 dengan judul “Hukum Akad Jual Beli *Najâsyî* (Rekayasa Permintaan Pasar) Perspektif Imam Al-Rafi’i (555 H - 623 H) Dan Ibnu Qudâmah (541 H - 620 H)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Imam al-Rafi’i dan Ibnu Qudâmah memiliki pandangan yang serupa terkait hukum jual beli *Najâsyî*. Menurut Imam al-Rafi’i, jual beli *Najâsyî* diharamkan karena adanya unsur khadi'ah (penipuan) dalam transaksi tersebut. Jika seseorang melakukan akad jual beli *Najâsyî* tanpa adanya kolusi antara penjual dan *Najâsyî*, maka hak Khiyâr tidak diberikan kepada pembeli. Namun, jika penjual terlibat dalam penipuan tersebut, maka pembeli berhak memiliki hak Khiyâr. Sementara menurut Ibnu Qudâmah, jual beli *Najâsyî* dianggap haram karena adanya unsur tagrir (penipuan). Jika penipuan dalam akad jual beli *Najâsyî* dianggap wajar sesuai dengan norma-norma sosial yang berlaku, maka pembeli tidak memiliki hak Khiyâr. Namun, jika penipuan dianggap tidak wajar berdasarkan norma-norma sosial, maka pembeli berhak memiliki hak Khiyâr. Persamaan pendapat keduanya terletak pada status hukum haramnya jual beli *Najâsyî* yang didasarkan pada hadis yang diriwayatkan dari Ibnu ‘Umar RA. Namun, perbedaan muncul dalam pandangan mereka

⁸ Bunga Andjani and Abraham Ferry Rosando, “Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Dalam *E-Commerce* Yang Dirugikan Akibat Dugaan Order Fiktif,” *Bureaucracy Journal : Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance* 3, no. 1 (2023): 697–723, <https://doi.org/10.53363/bureau.v3i1.211>.

mengenai jenis Khiyâr yang harus diterapkan ketika seseorang terkena tipuan *Najâsyî*. Imam al-Rafi’i meyakini bahwa yang berlaku adalah Khiyâr naqisah, sedangkan Ibnu Qudâmah berpendapat bahwa yang berlaku adalah Khiyâr ghabn. Perbedaan pandangan ini dipengaruhi oleh latar belakang mazhab yang mereka anut.⁹

3. Adi Sakti, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro Tahun 2019 dengan judul “Orderan Fiktif Ojek *Online* Ditinjau Dari Prinsip Bisnis Islam (Studi Kasus *Driver Grab* 15 A Kota Metro)”. Berdasarkan hasil penelitian, Orderan fiktif ojek *online Grab* 15A Kota Metro merupakan bentuk kecurangan (*fraud*) yang melibatkan lebih dari satu orang bekerja sama dengan tujuan untuk menguntungkan mereka. Orderan fiktif ojek *online Grab* 15A Kota Metro juga bertentangan dengan prinsip-prinsip bisnis Islam. Prinsip-prinsip bisnis Islam mencakup keesaan, keseimbangan, kebenaran, kejujuran, kehendak bebas, dan tanggung jawab. Dilihat dari teori ijarah transaksi non bagi hasil yang berpola sewa jasa atau ijarah, aspek akad menjadi sangat penting. Jika terjadi orderan fiktif, maka akad tersebut tidak dapat terpenuhi karena melanggar rukun dan syarat akad ijarah yang harus dipatuhi dalam Islam.¹⁰
4. Semi Iwarti, Mahasiswa Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Bengkulu Tahun 2021 dengan judul “Modus Penipuan Dalam Praktek Jual

⁹ Rifki Fadli Ardiansya, “Hukum Akad Jual Beli Najâsyî (Rekayasa Permintaan Pasar) Perspektif Imam Al-Rafi’i (555 H - 623 H) Dan Ibnu Qudâmah (541 H - 620 H)” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023), <https://repository.uinsaizu.ac.id/18058/>.

¹⁰ Adi Sakti, “Orderan Fiktif Ojek *Online* Ditinjau Dari Prinsip Bisnis Islam (Studi Kasus *Driver Grab* 15 A Kota Metro)” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019), <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/265/>.

Beli *Online* Dan Cara Pencegahannya Perspektif Hukum Islam”. Hasil penelitian mengungkapkan dua hal utama terkait praktek jual beli *online* di platform seperti Lazada, Instagram, Facebook, dan Shopee. Pertama, penelitian menyoroti beberapa modus penipuan yang umum terjadi dalam konteks ini. Modus-modus tersebut meliputi penipuan deskripsi barang, penipuan barang tidak sesuai pesanan, dan penipuan dengan berpura-pura menjual barang. Kedua, penelitian juga mencermati cara-cara pencegahan terhadap modus-modus penipuan tersebut, khususnya dari perspektif hukum Islam. Salah satu pendekatan yang diusulkan adalah sikap waspada dan berhati-hati dalam bertransaksi.¹¹

5. Devi Tiyas Saputri, Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung Tahun 2018 dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap *Driver Grab bike* atas Orderan Fiktif menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam (Studi Kasus di Paguyuban Solidaritas *Grab* Tulungagung)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orderan fiktif merupakan pemesanan palsu yang dilakukan oleh konsumen dengan niat buruk, menyebabkan kerugian bagi *driver*. Praktik orderan fiktif ini seolah-olah seperti orderan biasa, namun dengan perbedaan bahwa dalam orderan fiktif, penumpang atau pelanggan tidak dapat dihubungi melalui chat aplikasi, telepon, maupun *WhatsApp*. Pengemudi *online* tidak sepenuhnya merasakan hak mereka untuk

¹¹Semi Iwarti, “Modus Penipuan Dalam Praktek Jual Beli *Online* Dan Cara Pencegahannya Perspektif Hukum Islam” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2021), <http://repository.iainbengkulu.ac.id/5911/>.

mendapatkan perlindungan hukum. Hal ini tidak sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang memberikan perlindungan hukum terhadap tindakan konsumen yang beritikad tidak baik. Namun, perlindungan hukum bagi pengemudi *Grab bike* dalam kasus orderan fiktif yang dialami oleh beberapa anggota Paguyuban Solidaritas *Grab* Tulungagung sudah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.¹²

No.	Nama & Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Bunga Andjani dan Abraham Ferry Rosando “Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Dalam <i>E-commerce</i> Yang Dirugikan Akibat Dugaan Order Fiktif”	1) Hubungan antara pelaku usaha dengan perusahaan <i>e-commerce</i> adalah terjalin melalui hubungan hukum kemitraan yang mendasarkan pada perjanjian kemitraan. 2) Perlindungan terhadap pelaku usaha dapat ditemukan dalam Pasal 6 UUPK. Pasal ini memberikan hak kepada pelaku usaha untuk menerima pembayaran atas	Sama-sama membahas terkait orderan palsu pada <i>e-commerce</i>	Penelitian terdahulu membahas tentang kecurangan yang dilakukan oleh konsumen, sedangkan penulis membahas tentang kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha

¹² Devi Tiyas Saputri, “Perlindungan Hukum Terhadap *Driver Grab bike* atas Orderan Fiktif menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam (Studi Kasus di Paguyuban Solidaritas *Grab* Tulungagung)” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2018), <http://repo.uinsatu.ac.id/10243/>.

		barang yang telah disediakan. Selain dalam UUPK, terdapat juga ketentuan yang relevan terkait perlindungan hukum terhadap pelaku usaha yang mengalami penahanan dana akibat dugaan pesanan palsu, yaitu Pasal 21 ayat (3) UU ITE.		
2.	Rifki Fadli Ardiansya “Hukum Akad Jual Beli <i>Najâsyî</i> (Rekayasa Permintaan Pasar) Perspektif Imam Al-Rafi’i (555 H - 623 H) Dan Ibnu Qudâmah (541 H - 620 H)”	1) Menurut Imam al-Rafi’i, jual beli <i>Najâsyî</i> diharamkan karena adanya unsur khadi’ah (penipuan) dalam transaksi tersebut. 2) Menurut Ibnu Qudâmah, jual beli <i>Najâsyî</i> dianggap haram karena adanya unsur tagrir (penipuan). 3) Persamaan pendapat keduanya terletak pada status hukum haramnya jual beli <i>Najâsyî</i> yang didasarkan pada hadis yang diriwayatkan dari Ibnu ‘Umar RA. Namun, perbedaan muncul dalam pandangan	Sama-sama membahas tentang rekayasa permintaan	Perbedaannya terletak pada jenis penelitian dan perspektif yang digunakan dalam meneliti. Jenis penelitian terdahulu adalah kepustakaan, sedangkan penulis dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian yuridis empiris.

		mereka mengenai jenis Khiyâr yang harus diterapkan ketika seseorang terkena tipuan <i>Najâsyî</i> .		
3.	Adi Sakti “Orderan Fiktif Ojek <i>Online</i> Ditinjau Dari Prinsip Bisnis Islam (Studi Kasus <i>Driver Grab</i> 15 A Kota Metro)”	1) Orderan fiktif ojek <i>online Grab</i> 15A Kota Metro merupakan bentuk kecurangan (<i>fraud</i>) yang melibatkan lebih dari satu orang bekerja sama dengan tujuan untuk menguntungkan mereka. 2) Orderan fiktif ojek <i>online Grab</i> 15A Kota Metro juga bertentangan dengan prinsip-prinsip bisnis Islam. Dilihat dari teori ijarah transaksi non bagi hasil yang berpola sewa jasa atau ijarah, aspek akad menjadi sangat penting. Jika terjadi orderan fiktif, maka akad tersebut tidak dapat terpenuhi karena melanggar rukun dan syarat akad ijarah yang harus dipatuhi dalam Islam.	Sama-sama membahas terkait kecurangan dalam menjalankan bisnis	Pada penelitian terdahulu membahas order fiktif pada aplikasi sewa jasa sedangkan penulis dalam penelitian ini membahas rekayasa permintaan produk pada <i>marketplace</i> serta dampaknya bagi konsumen

4.	Semi Iwarti “Modus Penipuan Dalam Praktek Jual Beli <i>Online</i> Dan Cara Pencegahannya Perspektif Hukum Islam”	1) Penelitian menyoroti beberapa modus penipuan yang umum terjadi dalam konteks ini. Modus-modus tersebut meliputi penipuan deskripsi barang, penipuan barang tidak sesuai pesanan, dan penipuan dengan berpura-pura menjual barang. 2) Penelitian juga mencermati cara-cara pencegahan terhadap modus-modus penipuan tersebut, khususnya dari perspektif hukum Islam. Salah satu pendekatan yang diusulkan adalah sikap waspada dan berhati-hati dalam bertransaksi.	Sama-sama membahas tentang adanya ketidakjujuran dalam jual beli <i>online</i>	Penelitian terdahulu membahas tentang modus penipuan dalam praktik jual beli dan cara pencegahannya, sedangkan penulis dalam penelitian ini membahas mengenai orderan palsu yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan daya tarik pembeli
5.	Devi Tiyas Saputri “Perlindungan Hukum Terhadap <i>Driver Grab bike</i> atas Orderan Fiktif menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam	1) Praktik orderan fiktif ini seolah-olah seperti orderan biasa, namun dengan perbedaan bahwa dalam orderan fiktif, penumpang atau pelanggan tidak dapat dihubungi melalui chat aplikasi, telepon,	Sama-sama membahas tentang kecurangan dalam transaksi elektronik	Penelitian terdahulu membahas tentang kecurangan dalam transaksi elektronik yang dilakukan oleh konsumen, sedangkan penulis membahas tentang

	(Studi Kasus di Paguyuban Solidaritas <i>Grab</i> Tulungagung)”	maupun <i>WhatsApp</i>. 2) Hal ini tidak sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang memberikan perlindungan hukum terhadap tindakan konsumen yang beritikad tidak baik. 3) Perlindungan hukum bagi pengemudi <i>Grab bike</i> dalam kasus orderan fiktif yang dialami oleh beberapa anggota Paguyuban Solidaritas <i>Grab</i> Tulungagung sudah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.		kecurangan dalam transaksi elektronik yang dilakukan oleh pelaku usaha
--	---	---	--	--

B. Landasan Teori

Untuk mengetahui lebih dalam mengenai pembahasan dalam penelitian ini, penulis sajikan landasan teori sebagai berikut:

1. Konsep Jual Beli Dalam Hukum Islam

a. Pengertian Jual Beli

Dalam konteks *fiqh*, istilah jual beli merujuk pada *al-bay'*, yang memiliki arti proses menjual, menukarkan, atau mengganti sesuatu

dengan sesuatu yang lain.¹³ Terkadang istilah *al-bay'* juga digunakan dalam konteks lawannya, yaitu *asy-syira* (beli). Dalam hal ini, *al-bay'* tidak hanya memiliki arti jual, tetapi juga memiliki makna beli.

Jual beli adalah pertukaran harta dengan harta yang bertujuan untuk mencapai kepemilikan. Pertukaran ini dapat terjadi antara barang dan barang, atau barang dengan uang, dan didasarkan pada prinsip melepaskan hak milik atas dasar kesepakatan saling merelakan.¹⁴ Ulama Hanafiyah pada kutipan jurnal “Etika Jual Beli Dalam Islam” yang ditulis oleh Syaifullah juga menyatakan bahwa jual beli adalah pertukaran harta dengan harta (barang) berdasarkan aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh syariat yang disepakati.¹⁵

Jadi, jual beli adalah suatu tindakan di mana terjadi pertukaran barang atau uang antara dua pihak dengan tujuan untuk mengalihkan hak kepemilikan dari satu pihak kepada pihak lain. Transaksi ini berdasarkan pada kesepakatan atau saling merelakan antara kedua belah pihak untuk menukar barang atau benda yang dianggap bermanfaat bagi mereka. Hal ini berarti bahwa kedua pihak telah setuju pada perjanjian yang telah dibuat.

¹³ Siti Mujiatun, “Jual Beli Dalam Perspektif Islam : Salam Dan Istisna’,” *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, no. 2 (2013): 204, <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/akuntan/article/view/149/94>.

¹⁴ Hidayatul Azqia, “Jual Beli Dalam Perspektif Islam,” *Al-Rasyad*, no. 1 (2022): 64 <http://jurnal.iainwpancor.ac.id/index.php/alrasyad/article/view/534>.

¹⁵ Syaifullah, “Etika Jual Beli Dalam Islam,” *Hunafa: Jurnal Studia Islamika*, no. 2 (2014): 373, <https://doi.org/10.24239/jsi.v11i2.361.371-387>.

b. Dasar Hukum Jual Beli

Praktik jual beli telah menjadi bagian dari kehidupan sejak zaman para Nabi hingga saat ini, dan pengakuannya secara hukum didasarkan pada landasan yang kuat dalam al-Qur'an dan al-Sunnah (ajaran dan tindakan Nabi Muhammad), serta *ijmâ'* (kesepakatan para ulama').¹⁶ Berikut ini adalah dasar hukum jual beli dalam syariat Islam:

1) Al-Qur'an

Terdapat sejumlah ayat dalam Al-Qur'an yang membahas dan mengkaji tentang transaksi jual beli. Termasuk firman Allah SWT dalam Al-Baqarah ayat 275 :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۖ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ
وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ
إِلَى اللَّهِ ۖ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

*“Orang-orang yang makan (mengambil) ribâ tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan ribâ, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan ribâ. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil ribâ), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil ribâ), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.” (QS. 2 [Al-Baqarah] :275).*¹⁷

¹⁶ Shobirin, “Jual Beli Dalam Pandangan Islam,” *Bisnis : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, no. 2 (2016): 242–44, <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i2.1494>.

¹⁷ Tim Penerjemah, *Alqur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Cordoba, 2019), 47.

Pada Surah Al-Baqarah dalam Al-Quran, Allah SWT dengan tegas melarang praktik *ribâ* dan menegaskan perbedaan antara jual beli dan *ribâ*. Ayat ini memberikan pemahaman kepada umat manusia bahwa pada masa jahiliyah dulu, masyarakat menganggap jual beli dan *ribâ* sebagai hal yang serupa, karena keduanya dipercayai memberikan keuntungan. Namun, Allah SWT menjelaskan bahwa sebenarnya *ribâ* tidak membawa manfaat nyata, melainkan hanya menyebabkan penderitaan dan kerugian bagi salah satu pihak yang terlibat. Oleh karena itu, Allah SWT menghalalkan kegiatan jual beli yang dilakukan dengan prinsip saling memberikan barang atau jasa, sementara *ribâ* diharamkan karena bersifat merugikan.

2) Al- Sunnah

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: التَّاجِرُ الصَّدُوقُ
الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

“Dari Abi Sa’id, dari Nabi Muhammad SAW bersabda: Pedagang yang jujur dan terpercaya bersama para Nabi, orang-orang yang jujur dan syuhada.” (HR Tirmidzi).¹⁸

Dari dalil al-Sunnah di atas, dapat diketahui bahwa jual beli bukan hanya halal dan diperbolehkan secara hukum, tetapi juga merupakan suatu bentuk pekerjaan yang mulia jika dilakukan

¹⁸ Yulian Purnama, “Peringatan Keras Bagi Pedagang,” *Muslim.or.id*, 27 April 2021, diakses 17 Agustus 2023, <https://muslim.or.id/8466-peringatan-keras-bagi-pada-pedagang.html>.

dengan niat yang baik, cara yang benar, jujur dalam pelaksanaannya, serta sesuai dengan prinsip-prinsip dan syarat-syarat yang sah, serta ketentuan hukum syariah yang berlaku.

3) *Ijmâ*”

Dasar *Ijmâ*” tentang kebolehan *Ijmâ*” adalah adalah jaiz (boleh). Namun demikian, perlu diingat bahwa status jual beli tersebut dapat berubah, tergantung sepenuhnya pada apakah syarat-syarat dan rukun-rukun jual beli telah terpenuhi atau belum.¹⁹ Hukum jual beli dapat berubah menjadi haram apabila tidak memenuhi rukun dan syarat yang ditetapkan, mengandung unsur penipuan, atau mengakibatkan kelalaian dan pengabaian terhadap kewajiban beribâdah.

c. Rukun dan Syarat Jual Beli

Transaksi jual beli dianggap sah ketika semua rukun dan syarat-syaratnya telah terpenuhi. Adapun rukun jual beli diantaranya:²⁰

- 1) Pelaku transaksi, yaitu penjual dengan pembeli.
- 2) Objek transaksi, yaitu harga dan barang.
- 3) Akad (transaksi), yaitu seluruh kegiatan yang dilakukan oleh para pelaku transaksi yang mengindikasikan bahwa mereka

¹⁹Aryani Wiji Astuti, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Valuta Asing Padatrading Binary Option” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2022:18), <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/17475/>.

²⁰ Achmad Zurohman dan Eka Rahayu, “Jual Beli *Online* Dalam Perspektif Islam,” *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (January 11, 2019), <https://ejournal.inzah.ac.id/index.php/iqtishodiyah/article/view/87>.

sedang terlibat dalam transaksi, baik berupa kata-kata maupun perbuatan.

Jual beli harus dilakukan dengan memenuhi rukun-rukun yang sudah ditetapkan agar sah, termasuk Ijab kabul yang bisa dilakukan secara lisan atau melalui cara lain yang mengandung arti ijab dan kabul. Apabila jual beli dilakukan tanpa memenuhi rukun yang sudah ditetapkan, maka jual beli bisa menjadi batal hukum.²¹

Syarat sah menjadi sahnya jual beli setelah terpenuhinya rukun. Syarat sah jual beli diantaranya adalah:²²

1) Syarat Pelaku Jual Beli

a) Berakal. Akad yang dilakukan oleh seseorang yang dalam keadaan gila, mabuk dan anak kecil yang belum *mumayyîz*, maka tidak sah. Namun, jika anak kecil yang sudah *mumayyîz* atau sudah dapat membedakan benar dan salah maka dianggap sah, akan tetapi harus atas persetujuan dari wali.²³

b) Kemauan sendiri. Maksud dari kemauan sendiri adalah jual beli dilakukan oleh pelaku atas dasar kehendak sendiri tidak ada paksaan dari pihak lain.

²¹ Juhrotul Khulwah, "Jual Beli Dropship Dalam Perspektif Hukum Islam," *Al-Mashlahah Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial*, no. 01 (2019): 106, <https://doi.org/10.30868/am.v7i01.548>.

²² Zurohman dan Eka Rahayu, "Jual Beli *Online* Dalam Perspektif Islam," *Iqtishodiyah Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, no. 1 (2019): 26 <https://ejournal.inzah.ac.id/index.php/iqtishodiyah/article/view/87>.

²³ Danang Kurniawan, "Perspektif Hukum Islam Tentang Jual Beli Pakaian Bekas," *TAWAZUN: Journal of Sharia Economic Law* (2019): 90, <https://doi.org/10.21043/tawazun.v2i1.5640>.

- c) *Bâligh*. *Bâligh* adalah dimana seseorang dianggap telah mencapai kematangan fisik dan mental serta memiliki tanggung jawab atas perbuatan-perbuatan agama.

2) Syarat Objek Jual Beli

- a) Barang dalam kepemilikan seseorang. Barang yang menjadi objek jual beli harus dalam kepemilikan orang tidak boleh kalau barang tersebut tidak diketahui siapa pemiliknya.²⁴
- b) Barang mempunyai manfaat, tidak boleh melakukan jual beli barang tidak ada manfaatnya.
- c) Barang diketahui jelas oleh pihak yang melangsungkan akad.
- d) Barang dapat diserahkan.

3) Syarat Ijab Kabul

- a) Ijab dan Kabul mengacu pada persetujuan atau ridha dari kedua belah pihak terhadap apa yang ditawarkan atau ditawarkan dalam perjanjian, baik itu barang atau penukaran yang disepakati.²⁵
- b) Ijab dan Kabul dilakukan dalam satu majelis atau pertemuan tanpa adanya pemisah yang mengganggu proses

²⁴ Muhammad Azani, Hasan Basri, dan Dewi Nurjannah Nasution, "Pelaksanaan Transaksi Akad Jual Beli Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (Khes) Kecamatan Tampan Pekanbaru," *Jurnal Gagasan Hukum*, no. 01 (2021): 6, <https://doi.org/10.31849/jgh.v3i01.7499>.

²⁵ Indriana Ertanti dan Mahfud Fahrazi, "Praktik Ijab-Kabul (Akad) dalam Transaksi Jual Beli oleh Masyarakat Banjar Ditinjau dari Perspektif Hukum Ekonomi Islam," *DIVERSI : Jurnal Hukum*, no. 2 (2022): 169, <https://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/Diversi/article/view/2960>.

perjanjian. Ini menunjukkan pentingnya transparansi dan kehadiran semua pihak yang terlibat dalam transaksi.²⁶

- c) Ijab dan kabul bisa menggunakan kata-kata dalam bentuk lafal *mâdhî* (lampau), seperti “saya telah menjual” dan “saya telah menerima”, atau menggunakan kata-kata dalam bentuk lafal *mudhâri*’ (sekarang), seperti “saya menjual sekarang” dan “saya membeli sekarang”.

d. Prinsip-prinsip Jual Beli dalam Islam

Terdapat prinsip-prinsip jual beli dalam Islam, diantaranya sebagai berikut:²⁷

- 1) Ketuhanan, yaitu mencakup kesadaran bahwa segala upaya manusia harus selalu berlandaskan pada kepercayaan kepada Allah Swt, dengan keyakinan bahwa Allah senantiasa mengawasi setiap langkah yang diambil. Dalam prinsip ini, kegiatan jual beli tidak melakukan *ribâ* dan tidak mengandung unsur manipulasi atau penipuan yang dapat merugikan konsumen;
- 2) Kerelaan, yaitu ditandai dengan adanya akad *ijab* dan *qâbul* yang dilakukan tanpa adanya paksaan dan terhindar dari

²⁶ Ahmad Mukri Aji, “Transaksi Tanpa Ijab Kabul Dalam Masyarakat Perspektif Hukum Islam,” *Mizan: Journal of Islamic Law*, no. 1 (2018): 95, <https://doi.org/10.32507/mizan.v2i1.215>.

²⁷ Misbahul Ulum, “Prinsip-Prinsip Jual Beli *Online* dalam Islam dan Penerapannya pada *e-commerce* Islam di Indonesia,” *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis* 17, no. 1 (May 5, 2020): 52–54, <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i1.1115>.

berbagai intimidasi, penipuan, dan penyamaran.²⁸ Prinsip kerelaan ini berlandaskan pada Q.S. an-Nisa' ayat 29 dengan menegaskan bahwa dalam setiap transaksi perniagaan penting untuk memastikan adanya kesepakatan dan rela sama rela di antara pihak-pihak yang terlibat. Meskipun demikian, prinsip kerelaan ini tidak bisa diterapkan secara umum pada semua jenis transaksi. Transaksi yang jelas-jelas dilarang oleh ajaran Islam, walaupun dijalankan dengan kesepakatan bersama, tetap tidak sah menurut hukum agama;

- 3) Kemanfaatan atau kemaslahatan, yaitu bahwa barang atau objek yang diperjualbelikan haruslah memberikan manfaat yang bermanfaat bagi kemanusiaan, dan bukan sebaliknya, tidak menimbulkan kerusakan atau dampak negatif. Dalam prinsip ini, setiap transaksi harus terbebas dari unsur-unsur *ribâ*, *Najâsyî*, *ih tikâr*, dan *gharar*;
- 4) Keadilan, yaitu penjual wajib bersikap adil kepada seluruh pembeli, begitu juga sebaliknya. Dalam konteks perekonomian, penting untuk menitikberatkan pada keadilan sosial ekonomi yang seimbang antara aspek kehidupan material dan spiritual. Keadilan ini tercermin dalam ketiadaan paksaan dalam

²⁸ Runto Hendiana dan Ahmad Dasuki Aly, "Transaksi Jual Beli *Online* Perspektif Ekonomi Islam," *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, no. 2 (2016): 48, <https://www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/al-mustashfa/article/view/440/387>.

bertransaksi, penghindaran monopoli, dan pengendalian harga yang adil;

- 5) Kejujuran, yaitu jual beli dilakukan dengan memberikan informasi yang benar, objektif, jujur, dan tidak ada bentuk tindakan penipuan, baik dalam bentuk kata-kata maupun tindakan;²⁹
- 6) Kebebasan, yaitu adanya hak dan kesempatan untuk memilih melanjutkan atau memutuskan akadnya. Pelaksanaan prinsip kebebasan dalam kegiatan jual beli memberikan hak dan kesempatan bagi individu untuk memilih atau melakukan *Khiyâr*;
- 7) Akhlak/etika, merupakan jual beli dilakukan dengan mencakup sifat-sifat utama nabi dan rasul, yaitu *shidiq*, *amânah*, *tabligh*, dan *fathânah*. Prinsip ini mencakup semua tindakan yang memiliki tujuan baik dan tidak merugikan siapapun, seperti menjunjung tinggi kejujuran, menghindari sumpah palsu, menolak praktik perjudian, serta membangun kepercayaan yang kuat;³⁰
- 8) *Shâhih*, yaitu jual beli dengan syarat-syarat dan rukun terpenuhi dengan baik dan benar. Pihak yang berakad harus yang cukup

²⁹ Abdur Rohman, "Menyoal Filosofi 'An Taradin Pada Akad Jual Beli (Kajian Hukum Ekonomi Syariah Dalam Transaksi Jual Beli)," *Et-Tijarie: Jurnal Hukum Dan Bisnis Syariah*, no. 2 (2016): 44, <https://doi.org/10.21107/ete.v3i2.3911>.

³⁰ Maltuf Fitri, "Prinsip Kesyariahan Dalam Pembiayaan Syariah," *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, no. 1 (2015): 60 <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/economica/article/view/786>.

usia (*Bâligh*), bertindak tanpa paksaan, dan tidak bersifat boros. Selain itu, objek dari akad tersebut juga harus yang jelas, suci, bermanfaat, dimiliki oleh pihak yang berakad, dan dapat diserahkan. Akad harus mencakup ijab dan *qâbul* yang sesuai, serta pelaksanaannya harus terjadi dalam satu transaksi.

e. Jual Beli Diperbolehkan dan Jual Beli Dilarang

1) Jual Beli Diperbolehkan Dalam Islam

Jual beli yang diperbolehkan dalam Islam, diantaranya adalah:³¹

- a) Jual beli *muqâyyadah*, yaitu jual beli dengan cara menukar barang dengan barang.
- b) Jual beli *al-muthlaq*, yaitu jual beli barang yang diperdagangkan dengan suatu benda yang telah disetujui sebagai alat pertukaran, seperti uang.
- c) Jual beli *al-salâm*, yaitu jenis jual beli yang dilakukan melalui pesanan dimana barang diberikan di masa mendatang.
- d) Jual beli *al-Sharf*, menjelaskan tentang berbagai bentuk transaksi keuangan, seperti pertukaran barang berharga atau uang, baik dalam bentuk valuta asing maupun jual beli barang sejenis secara tunai. Selain itu, juga ditekankan

³¹ Tim Humas, “Macam Jual Beli Berdasarkan Alat Tukar dan Barang”, *Universitas Islam An-Nur Lampung*, 28 Agustus 2021, diakses 17 Agustus 2023, <https://an-nur.ac.id/macam-jual-beli-berdasarkan-alat-tukar-dan-barang/>.

mengenai pertukaran mata uang antara dua negara yang dapat terjadi dalam aktivitas jual beli.³²

2) Jual Beli Dilarang Dalam Islam

Jual beli yang dilarang dalam Islam, diantaranya adalah:³³

- a) Jual beli *gharar*, yaitu proses transaksi memiliki unsur kepastian dan ketidakpastian yang saling berbaur atau bisa dikatakan samar, baik dari perspektif penjual maupun pembeli.³⁴
- b) Jual beli *ihtikâr*, yaitu adanya manipulasi atau penimbunan barang untuk mendapatkan keuntungan yang besar.³⁵
- c) Jual beli *najâsyî*, merupakan tindakan penjual untuk memanipulasi pasar dengan menciptakan ilusi permintaan atas barang yang sedang dijual sangat tinggi.
- d) Jual beli *ribâ*, yaitu memberikan jumlah yang melebihi dari biasanya dipinjamkan oleh pemberi pinjaman kepada penerima pinjaman.
- e) Jual beli *maysir*, yaitu jual beli yang dilakukan dengan perjudian.

³² Alimatul Farida, “Analisis Mekanisme Jual Beli Mata Uang (Al-Sharf) Menurut Fatwa DSN-MUI No. 28/MUI/III/2002,” *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, no. 2 (2021): 140, <https://doi.org/10.35891/ml.v12i2.2659>.

³³ Raja Ritonga, dkk, “Analisis *Fiqh* Islam Terhadap Transaksijual Beliyang Dilarang”, *Izdihar*, no. 1 (2023):35-37 <https://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/izdihar/article/view/3561>.

³⁴ Misra Madjid, “Praktek Jual Beli Gharar Dan Pengaruhnya Terhadap Masyarakat Desa Kayumoyondi Kecamatan Kotabunan,” *Jurnal Ilmiah Al-Syir’ah*, no. 1 (2016): 7, <https://doi.org/10.30984/as.v3i1.266>.

³⁵ Putri Nuraini, “Dampak Ekonomi Dari *Ihtikâr* Dan Siyasah Al-Ighraq Dalam Konsep Jual Beli,” *Al-Hikmah: Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan*, no. 1 (2019): 38, [https://doi.org/10.25299/jaip.2019.vol16\(1\).2914](https://doi.org/10.25299/jaip.2019.vol16(1).2914).

- f) Jual beli *risywah*, yaitu pemberian sesuatu kepada orang lain yang bukan haknya dengan tujuan untuk memenangkan perkara yang dihadapinya.³⁶
 - g) Jual beli dengan menggunakan uang haram.
 - h) Jual beli ketika adzan jumat.
 - i) Jual beli barang diolah menjadi haram, contohnya jual beli anggur untuk diolah menjadi minuman yang memabukkan.
 - j) Jual beli barang yang sudah dibeli orang lain.
- f. *Khiyâr* dalam Jual Beli

Khiyâr merupakan istilah yang secara bahasa berarti pilihan. *Khiyâr* merupakan hak pilih yang diberikan kepada salah satu atau kedua belah pihak yang terlibat dalam sebuah transaksi, untuk memutuskan apakah akan melanjutkan atau membatalkan transaksi yang telah disepakati.³⁷

Khiyâr memiliki peran penting dalam transaksi ini, karena berfungsi untuk menjaga kepentingan dan kemaslahatan kedua belah pihak yang terlibat dalam transaksi. Dengan adanya hak ini, mereka dilindungi dari potensi risiko atau kerugian yang mungkin timbul akibat transaksi tersebut.³⁸ *Khiyâr* memungkinkan pihak-pihak yang

³⁶ Yusron Ali Sya'bana, Asmuni, dan Tuti Anggraini, "Dampak Ikhtikar Dan Risywah Dalam Perekonomian," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, no. 1 (2023): 219, <https://journal.uir.ac.id/index.php/tabarru/article/view/13287/5302>.

³⁷ Teti dan Syathir Sofyan, "Implementasi *Khiyâr* dalam Jual Beli Online (Studi Kasus Ketidaksesuaian Objek Pada *Marketplace* Shopee)" *Bilancia, Jurnal Studi Ilmu Syariah dan Hukum*, no. 2 (2021): 185 <https://jurnal.iainpalu.ac.id/index.php/blc/article/view/821>.

³⁸ Sohari Sahrani dan Ruf'ah Abdullah, *Fikih Muamalah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hal 76.

terlibat untuk mempertimbangkan dengan seksama keputusan mereka dan memilih opsi yang paling sesuai dengan tujuan mereka.³⁹

Terdapat berbagai jenis *Khiyâr* dalam transaksi jual beli. Terkadang, *Khiyâr* menjadi bagian yang melekat pada perjanjian (akad), sementara pada kesempatan lain, kemunculannya disebabkan oleh kesepakatan para pihak yang terlibat. Berikut adalah ragam jenis *Khiyâr*:⁴⁰

- a) *Khiyâr Majlis*, merupakan hak bagi kedua belah pihak untuk dapat membatalkan suatu akad selama keduanya masih berada dalam satu majlis akad dan belum terjadi pemisahan secara fisik.
- b) *Khiyâr Syarat*, merupakan hak yang memungkinkan lanjut atau tidaknya akad jual beli dalam batas waktu tertentu sesuai kesepakatan awal.
- c) *Khiyâr 'Aib*, merupakan hak pilih pembeli untuk memilih pembatalan akad jika terdapat cacat pada objek akad yang tidak diketahui oleh pemiliknya.
- d) *Khiyâr Ru'yah*, adalah hak untuk membatalkan perjanjian bagi pembeli melihat barang yang menjadi objek akad. Keadaan ini terjadi ketika barang yang akan diperdagangkan tidak ada di majelis akad atau ada namun hanya sebagai contoh. Oleh karena

³⁹ Ah. Subhan, "Hak Pilih (*Khiyâr*) Dalam Transaksi Jual Beli Di Media Sosial Menurut Perspektif Hukum Islam", *Jurnal Studi Islam*, no.1 (2017): 65 <http://www.journalfai.unisla.ac.id/index.php/akademika/article/view/157/146>.

⁴⁰ Dafiqa Hasanah, dkk, "Konsep *Khiyâr* Pada Jual Beli Pre Order *Online* Shop Dalam Perspektif Hukum Islam" *Iqtishoduna*, no. 2 (2019): 251-252 <https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/iqtishoduna/article/view/426>.

itu, pembeli memiliki kebijakan untuk menentukan apakah barang yang dibelinya sesuai dengan harapannya atau tidak.

2. Jual Beli *Najâsyî*

Secara bahasa, *najâsyî* berarti mempengaruhi. Namun, dalam konteks istilah, *najâsyî* adalah tindakan seseorang yang meningkatkan harga suatu barang tanpa niat untuk membelinya, melainkan dengan tujuan untuk menarik perhatian orang lain agar tertarik pada barang tersebut sehingga mereka terjebak, atau dengan memuji barang tersebut dengan menggambarkan kelebihan-kelebihan yang sebenarnya tidak dimiliki oleh barang tersebut dengan tujuan hanya untuk promosi.⁴¹

Jual beli *najâsyî* merupakan praktik rekayasa pasar atau menaikkan harga komoditi melebihi harga normal. Jual beli *najâsyî* juga melibatkan tindakan seperti memuji-muji dagangan sendiri dan bersekongkol dengan teman untuk pura-pura melakukan penawaran pada barang dengan harga tinggi, agar orang lain terpengaruh dan membeli barang tersebut meskipun harganya sebenarnya sudah terlalu tinggi.⁴²

Dalam Islam, jual beli dianggap sah jika sudah memenuhi syarat dan rukun yang sudah ditetapkan, dan tidak melanggar ketentuan syariat. Keabsahan jual beli juga bergantung pada keabsahan akad yang dilakukan. Jika akad itu sah menurut hukum Islam, maka jual beli tersebut juga dianggap sah, begitu juga sebaliknya. Etika dalam jual beli juga menjadi hal

⁴¹ Ningsih, *Fiqh Muamalah*, hal. 34.

⁴² Deby Maelani, dkk, "Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Jual Beli *Najâsyî* Pada *Marketplace* Lazada", *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, no. 2 (2020): 246 <https://doi.org/10.29313/syariah.v6i2.22057>.

yang sangat penting karena dalam transaksi jual beli karena terdapat hubungan antara individu, di mana nilai-nilai moral dan etika harus dijaga dengan baik. Jual beli harus dilakukan atas dasar kesepakatan antara pihak-pihak yang terlibat, tanpa ada unsur paksaan. Al-Qur'an juga mengatur prinsip kesepakatan suka sama suka yang dijelaskan dalam Surah al-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. 4 [An-Nisa’] :29).⁴³

Surah An-Nisa ayat 29 dalam al-Quran, menjelaskan bahwa Allah melarang tegas mengonsumsi atau memanfaatkan harta yang diperoleh secara tidak sah atau melanggar aturan agama, seperti melalui penipuan, suap, judi, dan sejenisnya. Sebaliknya, ayat ini mengajak untuk mencari rezeki yang lebih baik melalui jual beli yang sesuai dengan ketentuan dan ajaran agama. Dengan demikian, ayat ini memberikan petunjuk kepada umat Muslim untuk hidup dengan cara yang jujur dan halal dalam mendapatkan rezeki.

⁴³ Tim Penerjemah, *Alqur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Cordoba, 2019), 83.

Dalam praktik jual beli, ada beberapa bentuk manipulasi yang dapat dilakukan, seperti:⁴⁴

- a. Menaikkan harga pada saat lelang tanpa niat untuk membeli, dengan atau tanpa kesepakatan sebelumnya antara penjual dan pembeli.
- b. Memberikan informasi palsu tentang kriteria atau kualitas barang yang dijual.
- c. Menyebutkan harga pokok barang yang palsu atau tidak akurat.

Jual beli *najâsyî* dilakukan oleh penjual sebagai strategi dalam promosi secara berlebihan untuk membuat produk mereka terlihat lebih menarik dan diminati daripada yang sebenarnya. Tujuan dari jual beli *najâsyî* adalah untuk menciptakan kesan bahwa barang yang dijual sangat diminati oleh banyak orang, meskipun sebenarnya permintaan yang ada mungkin tidak sebesar yang diimplikasikan.

Dari ilustrasi ini, dapat dilihat bahwa tujuan jual beli *najâsyî* mencakup hal-hal berikut:

- a. Memberikan kesan bahwa produk tersebut diminati oleh banyak orang di pasar.
- b. Membangun citra bahwa pemilik usaha memiliki catatan prestasi yang baik, ditandai dengan banyaknya orang yang membeli produk tersebut.
- c. Menggiring calon pembeli untuk membuat penawaran dengan harga terbaik.

⁴⁴ Muhammad Zaki, "Jual Beli Terlarang Dalam Perspektif Fikih Mu'amalah (Ba'i An-Najsy Dan Ba'i Al-Ghubn)," *Jurnal Istikhlaf*, no. 1 (2021): 22 <http://ejurnal.iaiyasibungo.ac.id/index.php/istikhlaf/article/view/273>.

- d. Menciptakan kesan persaingan yang sebenarnya tidak ada.

3. Pelaku Usaha

a. Pengertian Pelaku Usaha

Pengertian pelaku usaha dijelaskan pada Pasal 1 Ayat 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, bahwa pelaku usaha merupakan setiap individu atau badan usaha yang melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri atau pun bersama-sama melalui perjanjian dengan tujuan menjalankan usaha di berbagai sektor ekonomi.⁴⁵

Pelaku usaha dapat diartikan sebagai pihak yang melakukan kegiatan usaha untuk dapat menghasilkan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Pelaku usaha juga dapat diartikan sebagai pihak yang menyediakan barang atau jasa yang siap dikonsumsi, dan bertanggung jawab atas produk yang didistribusikan, termasuk jika terdapat kecacatan pada produk tersebut pelaku usaha harus menanggung kerugiannya.⁴⁶ Jadi, arti secara singkat dari pelaku usaha adalah orang atau badan yang terlibat dalam produksi, penjualan, atau distribusi produk.

b. Hak Pelaku Usaha

Untuk menciptakan kenyamanan bagi pelaku usaha, maka diatur dalam pasal 6 UU No. 8 Tahun 1999, sebagai berikut:⁴⁷

⁴⁵ Pasal 1 ayat 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁴⁶ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), 41-42.

⁴⁷ Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
 - b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
 - c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
 - d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
 - e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.
- c. Kewajiban Pelaku Usaha

Dalam pasal 7 UU No. 8 Tahun 1999, diatur beberapa kewajiban yang harus dipatuhi oleh pelaku usaha, sebagai berikut:⁴⁸

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dalam kewajiban pelaku usaha yang pertama, terdapat itikad baik yang wajib dilakukan oleh setiap pelaku usaha dalam menjalankan

⁴⁸ Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

usahanya. Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata menegaskan bahwa setiap perjanjian harus dijalankan dengan itikad baik. Bentuk dari itikad baik ini merupakan prinsip kejujuran. Definisi itikad baik sesuai dengan Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata adalah kewajiban untuk melaksanakan perjanjian dengan cara yang jujur, pantas, dan patut.⁴⁹ Poin utama dari itikad baik ini adalah pelaksanaan perjanjian, yang menjadi fokus setelah perjanjian tersebut sah secara hukum.

Secara teori, prinsip itikad baik dapat dibagi menjadi dua bagian, diantaranya sebagai berikut:⁵⁰

- 1) Itikad baik subjektif, yang mengharuskan pihak-pihak untuk menunjukkan kejujuran sebelum perjanjian dilaksanakan. Biasanya terjadi selama tahap negosiasi, di mana pelaku usaha secara terbuka memberikan informasi yang sebenarnya dan memberikan bukti berupa dokumen, yang harus diperiksa dengan cermat oleh pihak lain.
- 2) Itikad baik objektif, yang menekankan pentingnya memastikan bahwa pelaksanaan perjanjian berjalan sesuai dengan prinsip kepatutan dan keadilan.

d. Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha

Bab IV Pasal 8 sampai Pasal 17 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan terkait perbuatan

⁴⁹ Pasal 1338 Ayat 3 KUHPerdata.

⁵⁰ Dollar Dollar and Khairul Riza, "Penerapan Azas Itikad Baik Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Demi Mewujudkan Kepastian Hukum," *Jurnal Ilmiah Hukum Dan Hak Asasi Manusia* 1, no. 2 (August 24, 2022): 78, <https://doi.org/10.35912/jihham.v1i2.1339>.

yang dilarang bagi pelaku usaha, sebagaimana larangan yang terdapat pada pasal 9 ayat 1 tentang larangan pelaku usaha dalam melakukan menawarkan usahanya seolah-olah:⁵¹

- a. *barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;*
 - b. *barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;*
 - c. *barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesoris tertentu;*
 - d. *barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;*
 - e. *barang dan/atau jasa tersebut tersedia;*
 - f. *barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;*
 - g. *barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;*
 - h. *barang tersebut berasal dari daerah tertentu;*
 - i. *secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;*
 - j. *menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;*
 - k. *menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.*
- e. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Dalam Bab VI Pasal 19 sampai Pasal 28 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen mengatur tanggung jawab pelaku usaha, salah satunya pada pasal 19 yang isinya sebagai berikut:⁵²

- (1) *Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.*
- (2) *Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau*

⁵¹ Pasal 9 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁵² Pasal 19 Ayat 1-5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

- (3) *Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.*
- (4) *Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.*
- (5) *Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.*

f. Prinsip-prinsip Pelaku Usaha

Pada *United Nations Guidelines for Consumer Protection*, terdapat beberapa prinsip-prinsip yang menggambarkan ciri-ciri pelaku usaha yang baik dalam melindungi konsumen. Prinsip-prinsip ini untuk mendorong perilaku yang baik dan bertanggung jawab pelaku usaha dalam menjalankan bisnis mereka, sebagai berikut.⁵³

- 1) Perlakuan yang adil dan setara (*fair and equitable treatment*). Pelaku usaha dalam menjalankan usaha harus secara adil dan jujur kepada konsumen, serta menghindari praktik-praktik yang merugikan konsumen;
- 2) Perilaku komersial (*commercial behaviour*). Pelaku usaha tidak boleh membuat konsumen menjadi sasaran praktik-praktik ilegal, tidak etis, diskriminatif, atau menipu, seperti taktik pemasaran yang kejam, atau perilaku tidak patut lainnya yang dapat merugikan konsumen;

⁵³ Tim Penyusun, *United Nations Guidelines for Consumer Protection* (New York: United Nations, 2016), 9-10.

- 3) Pengungkapan dan transparansi (*disclosure and transparency*). Pelaku usaha harus memberikan informasi yang lengkap, akurat, dan tidak menyesatkan mengenai produk, layanan, harga, dan informasi penting lainnya;
- 4) Pendidikan dan peningkatan kesadaran (*education and awareness-raising*). Pelaku usaha seharusnya mendukung pendidikan konsumen yang lebih baik dan memberikan informasi yang diperlukan kepada konsumen agar mereka dapat membuat keputusan yang cerdas tentang pembelian dan penggunaan produk atau layanan;
- 5) Perlindungan privasi (*protection of privacy*). Pelaku usaha harus menjaga privasi dan kerahasiaan data *pribadi* konsumen. Mereka seharusnya mengambil langkah-langkah untuk melindungi data *pribadi* konsumen dari penyalahgunaan atau akses yang tidak sah;
- 6) Keluhan dan sengketa konsumen (*consumer complaints and disputes*). Pelaku usaha harus memberikan mekanisme yang efektif bagi konsumen untuk mengajukan keluhan dan menyelesaikan sengketa dengan cara yang adil dan transparan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah yuridis empiris atau penelitian lapangan. Penelitian empiris merupakan penelitian yang dilakukan di lapangan dengan menggunakan data-data yang diperoleh dari fakta-fakta lapangan.⁵⁴ Tujuannya adalah untuk memahami fakta-fakta dan data yang relevan. Setelah data dan fakta terkumpul, maka dapat mengidentifikasi masalahnya dan mencari metode untuk menyelesaikannya. Dalam hal ini, peneliti melakukan penelitian di lapangan yang kemudian dikaji dengan perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan penelitian yuridis sosiologis. Pendekatan yuridis sosiologis menekankan pentingnya memahami keyakinan, pemahaman, tindakan, dan peran individu-individu yang menjadi informan atau pelaku.⁵⁵ Penggunaan pendekatan yuridis sosiologis pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui terkait praktik *order by design* yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjalankan usaha *online*

⁵⁴ Yati Nurhayati, Ifrani Ifrani, dan M. Yasir Said, "Metodologi Normatif Dan Empiris Dalam Perspektif Ilmu Hukum," *Jurnal Penegakan Hukum Indonesia*, no. 1 (January 17, 2021): 13, <https://www.ojs.bdproject.id/index.php/jphi/article/view/14>.

⁵⁵ Retna Susanti, "Politik Uang Dalam Pemilu Ditinjau Dari Perspektif Yuridis Sosiologis," *Lex Renaissance* 6, no. 3 (October 26, 2021): 578–90, <https://doi.org/10.20885/JLR.vol6.iss3.art10>. <https://journal.uii.ac.id/Lex-Renaissance/article/view/19870>.

yang kemudian ditinjau dari Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah suatu tempat dimana penelitian dilaksanakan.⁵⁶

Lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti sebagai berikut:

- a. Uyytiens : RT.002/RW.001, Menganti, Glagah, Kabupaten Lamongan.
- b. Hallothrif : Jl. Sunan Kalijaga Dalam No. 8, Dinoyo, Lowokwaru, Kota Malang.
- c. Hanssabyshop : *Online (Video Call WhatsApp)*
- d. Bangkitsecond : *Online (Video Call WhatsApp)*
- e. Hst_official : Gang lebar No.30, Jemur Wonosari, Wonocolo, Surabaya.

D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data merupakan asal data yang diperoleh dalam penelitian, diantaranya:

- a. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan dari hasil turun ke lapangan dengan melakukan wawancara kepada pihak terkait pada penelitian ini, diantaranya yaitu pelaku usaha dan konsumen rekayasa pada toko @Uyytiens, @Hallothrif, @Hanssabyshop, @Bangkitsecond, dan @Hst_official.

⁵⁶ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2022), hal. 170.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh melalui dokumentasi resmi, buku-buku yang terkait dengan penelitian, laporan hasil penelitian, serta tulisan-tulisan ilmiah seperti jurnal, skripsi, tesis, dan disertasi. Selain itu, data sekunder juga mencakup peraturan perundang-undangan yang relevan dengan topik penelitian.⁵⁷ Data yang didapatkan untuk keperluan penelitian hukum sering disebut sebagai bahan hukum. Bahan hukum ini dapat dikategorikan menjadi tiga jenis, diantaranya :

1) Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer terdiri dari peraturan perundang-undangan serta keputusan hakim yang memiliki kewenangan mengikat.⁵⁸ Dalam penelitian ini, rujukan hukum primer yang digunakan adalah Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder yaitu data penelitian yang digunakan untuk menunjang penjelasan dari bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder dapat pula merujuk pada tulisan-tulisan hukum seperti skripsi, tesis, disertasi, dan jurnal hukum yang membahas perkembangan dan isu-isu hukum terkait dalam bidang tertentu.⁵⁹

⁵⁷ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), hal. 106.

⁵⁸ Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum*, hal. 157.

⁵⁹ Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum*, hal. 158.

3) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yaitu data penelitian yang digunakan untuk melengkapi bahan hukum primer dan sekunder. Jenis bahan hukum ini mencakup data penelitian yang berasal dari berbagai sumber seperti kamus, situs web, buku, dan laporan penelitian non-hukum yang masih relevan dan dianggap memiliki kebutuhan untuk mendukung informasi yang ditemukan dalam bahan hukum primer dan sekunder.⁶⁰

E. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan sumber data yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan melakukan wawancara untuk memperoleh data primer dan melakukan kajian kepustakaan untuk memperoleh data sekunder melalui sumber tertulis yang berkaitan dengan masalah penelitian.⁶¹ Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada pelaku usaha dan konsumen rekayasa pada Toko @Uyytiens, @Hallothrif, @Hanssabyshop, @Bangkitsecond, dan @Hst_official di Shopee, terkait praktik *order by design* yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjalankan jual beli *online*. Penulis melaksanakan wawancara terstruktur dengan langkah awal yaitu menyusun draf pertanyaan yang akan diajukan selama proses penelitian.

⁶⁰ Ali, *Metode Penelitian Hukum*, hal. 106.

⁶¹ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. *Pedoman Penulisan Skripsi Tahun 2022* (Malang: 2022), 26.

F. Metode Pengolahan Data

Dalam pengolahan data penelitian ini, metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian bersifat deskriptif analitis. Dalam analisis data, pendekatan yang digunakan adalah kualitatif terhadap data primer dan data sekunder.⁶² Secara mendasar, proses dimulai dengan mengelompokkan data yang diperoleh, kemudian melakukan interpretasi untuk memberikan makna dan hubungannya antara satu dengan yang lain.⁶³ Data yang sudah terkumpulkan secara lengkap dan tersusun sistematis, akan dianalisis secara deskriptif terkait *order by design* oleh pelaku usaha dan dampaknya bagi konsumen dengan menggunakan pisau analisis Hukum Islam dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Dengan metode ini, penulis bertujuan untuk menentukan isi atau makna dari aturan hukum yang dijadikan sebagai acuan dalam menyelesaikan permasalahan hukum yang menjadi objek penelitian.

⁶² Ali, *Metode Penelitian Hukum*, hal. 107.

⁶³ Bahder Johan Nasution, *Metode Penelitian Hukum* (Bandung: CV. Mandar Maju, 2008), hal. 174.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Dan Subjek Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Shopee merupakan *marketplace* terpopuler di *google play store* dan *app store* yang sering dikunjungi oleh konsumen dengan jumlah 161.100.000 kunjungan per bulan.⁶⁴ Pada tahun 2015, Shopee diperkenalkan di Singapura oleh SEA Group, sebuah perusahaan berbasis di Singapura yang sebelumnya dikenal sebagai Garena. Sejak itu, Shopee telah tumbuh dan memperluas jejaknya ke berbagai negara, termasuk Indonesia, Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, dan Filipina. Sebagai bagian dari SEA Group, Shopee memiliki misi untuk meningkatkan kualitas hidup konsumen dan mendukung pengusaha kecil melalui pemanfaatan teknologi.⁶⁵

Sebagai *marketplace* dengan jumlah pengguna yang banyak di Indonesia, Shopee memiliki tujuan yang jelas. Visi Shopee Indonesia adalah menjadi nomor satu dalam industri mobile *marketplace* di Indonesia dengan terus berinovasi dengan menawarkan penawaran dan fasilitas terbaik bagi pengguna yang bisa dinikmati secara terus menerus oleh pengguna. Selain

⁶⁴ Ikhsan, "25 *Marketplace Online* Terbesar di Indonesia," *Sasana Digital*, 8 Juni 2023, diakses 18 Agustus 2023, <https://sasanadigital.com/pilih-marketplace-atau-toko-online-sendiri-pahami-dulu-perbedaannya/>.

⁶⁵ Tim Editor, "Profil Perusahaan Shopee sebagai Aplikasi Belanja *Online Asia*," kumparan, accessed September 30, 2023, <https://kumparan.com/berita-terkini/profil-perusahaan-Shopee-sebagai-aplikasi-belanja-online-asia-1y5jwp8MoSo>.

itu, Shopee memiliki misi yang tak kalah penting, yaitu memajukan kewirausahaan di kalangan penjual Indonesia. Kehadiran Shopee di Indonesia membuka pintu kesuksesan bagi pemilik UMKM dengan mempermudah pemasaran produk mereka, sehingga mendorong kemakmuran di kalangan pengusaha lokal.⁶⁶ Produk yang tersedia di *marketplace* ini sangat beragam, mencakup berbagai bidang seperti fashion, elektronik, makanan dan minuman, aksesoris, make up, perawatan kulit, otomotif, kebutuhan rumah tangga, buku, alat tulis, dan berbagai jenis produk lainnya.

Shopee menawarkan beragam fitur dan fasilitas yang membuat jual beli terasa lebih praktis. Pada *marketplace* Shopee, tersedia berbagai fasilitas untuk meningkatkan kenyamanan berbelanja *online*, seperti fleksibilitas dalam memilih metode pembayaran menggunakan *e-Money* atau COD (*Cash On Delivery*), adanya voucher yang dapat digunakan oleh pengguna, dan adanya opsi layanan pengiriman sehingga konsumen dapat memilih ekspedisi yang akan digunakan. Pada *marketplace* Shopee juga terdapat juga live chat yang memungkinkan komunikasi langsung antara penjual dan pembeli mengenai produk yang diinginkan. Selain itu, Shopee menyediakan fitur menarik seperti ShopeePay, ShopeePayLater, Shopee Pinjam, flash sale, cashback, dan voucher, serta ShopeeFood. Keunggulan-

⁶⁶ Tim Editor, "Sejarah Shopee Di Indonesia: *Marketplace* Sukses Di Tanah Air," Ginee, October 18, 2021, <https://ginee.com/id/insights/sejarah-Shopee-indonesia/>.

keunggulan ini membuat banyak masyarakat lebih memilih berbelanja *online* melalui Shopee daripada berbelanja langsung di toko konvensional.⁶⁷

Cara membeli produk pada Shopee, sebagai berikut:⁶⁸

- 1) Buka halaman produk toko yang ingin dibeli.
- 2) Klik tombol "Beli Sekarang" dan sesuaikan opsi varian (jika perlu).
- 3) Memilih opsi pengiriman sesuai keinginan.
- 4) Memilih Voucher Shopee dan Koin Shopee yang tersedia sebagai diskon tambahan.
- 5) Setelah itu, memilih metode pembayaran yang sesuai, lalu klik "Buat Pesanan."

2. Gambaran Umum Subjek Penelitian

a. Toko @Uyytiens

Toko @Uyytiens merupakan toko yang ada pada *marketplace* Shopee. Toko ini didirikan pada tahun 2022 dengan alasan banyaknya customer yang masih kurang percaya kalau melakukan pemesanan pada media sosial *WhatsApp*. Oleh karena itu, pelaku usaha berinisiatif membuat toko di *marketplace* Shopee. Produk yang dijual pada toko ini berupa produk kesehatan dan kecantikan, seperti masker spirulina untuk mengatasi jerawat, pencerah kulit, pelangsing badan, penambah

⁶⁷ thidi, "Sejarah Shopee Dari Mulai Berdiri Serta Kekurangan dan Kelebihannya," *ThidiWeb* (blog), August 21, 2018, <https://thidiweb.com/sejarah-Shopee/>.

⁶⁸ Fauzan Ramadhan, "Ingin Tahu Cara Belanja Di Shopee? Yuk, Ikuti Langkahnya!," *Inspirasi Shopee* (blog), September 2, 2022, <https://Shopee.co.id/inspirasi-Shopee/ingin-tahu-cara-belanja-di-Shopee-yuk-ikuti-langkahnya/>.

nafsu makan, penggemuk badan, peninggi badan, pasta gigi, dan penambah stamina.

Toko @Uyytiens merupakan reseller dari produk Tiens. Produk Tiens ini merupakan produk herbal yang memiliki beragam jenis dan fungsi terhadap kesehatan dan kecantikan. Toko ini pada awalnya dijalankan melalui offline dan promosi hanya dilakukan dengan melalui *WhatsApp*. Akan tetapi, setelah mendapatkan saran dari para konsumen, pelaku usaha memutuskan untuk membuat akun toko pada *marketplace* Shopee dengan harapan produk yang dijual dapat dibeli oleh konsumen kapanpun dan dimanapun.

b. Toko @Hallothrift

Toko @Hallothrift adalah toko yang didirikan oleh pelaku usaha pada *marketplace* Shopee pada tahun 2021. Pelaku usaha mendirikan toko ini karena melihat banyaknya peminat pakaian thrift yang dijual di lingkungan sekitarnya dan banyaknya konsumen yang menggunakan Shopee untuk melakukan transaksi jual beli. Produk yang dijual pada toko ini yaitu pakaian perempuan, seperti baju atasan berupa kemeja, blouse, dan celana.

Awal mula pelaku usaha dalam menjalankan usaha *online* ini pada masa pandemi Covid-19. Pelaku usaha dalam penyediaan barang selalu bekerja sama dengan pelaku usaha thrift lainnya, sehingga pelaku usaha selalu mempunyai persediaan barang. Adanya toko @hallothrift pada *marketplace* Shopee, membuat produk yang dijual bisa dibeli

konsumen dari berbagai daerah dan pelaku usaha merasa lebih mudah dalam melakukan transaksi jual beli.

c. Toko @Hanssababyshop

Toko @Hanssababyshop didirikan pada tahun 2018 di *marketplace* Shopee. Awal toko didirikan karena pelaku usaha ingin mempunyai usaha *online* dengan berjualan produk yang selalu dibutuhkan oleh konsumen. Sehingga pada saat itu pelaku usaha mempertimbangkan produk apa yang akan dijual dan melakukan survey pasar baik dari segi harga maupun kualitas. Produk yang dijual meliputi perlengkapan bayi, seperti pakaian bayi dari umur 0-3 tahun, handuk bayi, sofa bayi, selimut bayi, dan perlengkapan bayi lainnya.

Pelaku usaha pada toko ini menjalankan usaha dengan persiapan yang matang, karena melihat banyaknya produk yang musiman atau hanya diminati oleh konsumen dengan waktu yang tidak lama. Oleh karena itu, pelaku usaha menjual berbagai perlengkapan bayi karena produk ini akan selalu dibutuhkan oleh konsumen. Dengan bergabungnya toko @Hanssababyshop ke *marketplace* Shopee, menjadikan produk ini dikenal dan sudah memiliki banyak pelanggan dari berbagai daerah.

d. Toko @Bangkitsecond

Toko @Bangkitsecond merupakan toko yang didirikan pada tahun 2020 di *marketplace* Shopee. Produk yang dijual pada toko ini pakaian laki-laki berupa kemeja flanel, kaos, celana pendek, celana

panjang, hoodie, dan crewneck. Awal mula toko ini didirikan di Shopee pada saat pandemi covid-19 yang menjadikan toko offline tutup dan tidak bisa beroperasi. Dengan adanya toko ini pada Shopee, pelaku usaha dapat melanjutkan usahanya yang sudah tutup dan tidak beroperasi. Pelaku usaha toko ini dalam menyediakan produk bekerja sama dengan pelaku usaha dari luar kota.

e. Toko @Hst_official

Toko @Hst_official didirikan oleh pelaku usaha pada tahun 2020 di *marketplace* Shopee. Toko @Hst_official menjual berbagai aksesoris seperti gelang inisial, cincin inisial, paket usaha gelang dan cincin, gelang mutiara, cincin manik, kalung mutiara, cincin love nyala, gelang love nyala, gelang nama, gelang manik, dan gelang couple.

Awal mula pelaku usaha memilih untuk menjual aksesoris yaitu karena pelaku usaha pada saat pandemi covid-19 merasa tidak mempunyai kegiatan dan mulai mencoba membuat kerajinan tangan berupa cincin dan gelang. Setelah mencoba berkali-kali, pelaku usaha mencoba melakukan promosi di *WhatsApp* ternyata banyak yang menyukainya dan membelinya. Oleh karena itu, pelaku usaha berpikir kalau membuat toko *online* akan membuat konsumen semakin ramai dan produk yang dijual semakin diminati banyak orang.

**B. *Order By Design* Oleh Pelaku Usaha Dan Dampaknya Bagi Konsumen
Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999
Tentang Perlindungan Konsumen**

1. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Terdampak *Order By Design* Perspektif Hukum Islam

a. Praktik *Order By Design*

Citra positif terhadap toko dan produk menjadi hal yang penting dalam jual beli *online*, karena konsumen akan memperhatikan faktor-faktor yang menjadi pertimbangan saat melakukan pembelian produk, seperti harga, ulasan produk, rating toko, jumlah produk yang sudah terjual, opsi pembayaran yang tersedia, dan potensi potongan harga.⁶⁹ Dalam hal ini, pelaku usaha mempunyai strategi atau cara yang dilakukan untuk dapat menarik perhatian konsumen, yaitu dengan cara *order by design*.

Order by design adalah konsep memesan sesuatu sesuai dengan rencana yang telah dibuat. Pelaku usaha melakukan upaya ini dengan meminta pihak lain untuk menciptakan ilusi bahwa ada permintaan tinggi dan membuat seolah-olah produk tersebut benar-benar bagus untuk menarik perhatian konsumen lainnya.

⁶⁹ Dwi Ika Sugiarti dan Rhoma Iskandar, "Pengaruh Consumer Review Terhadap Keputusan Pembeli Terhadap Toko *Online* Shopee," *Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH)*, no. 9 (2021): 956 <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v1i9.195>.

1) Toko @Uyytiens

Order by design dilakukan oleh pelaku usaha dengan berbagai maksud dan tujuan, seperti yang diungkapkan oleh pelaku usaha Toko @Uyytiens sebagai berikut:⁷⁰

“Cara meningkatkan penjualan di toko untuk di awal yaitu saya melakukan family order. Harga produk dipasang 100 rupiah. Lalu saya meminta bantuan ke teman saya untuk order menggunakan akun Shopee teman saya. Sekali order langsung 400 sampai 500 Pcs. Untuk pembayarannya saya bayar pakai uang saya sendiri dengan saya transfer ke teman saya. Karena produk kita bersaing dengan produk orang lain. Jadi kalau penjualannya tidak dinaikkan itu pasti sedikit orderannya. Karena kan kalau pembeli mau beli barang atau beli sesuatu di Shopee itu yang dilihat yaitu terjualnya.”

Dalam ungkapan tersebut, pelaku usaha melakukan strategi peningkatan penjualan toko dengan family order. Family order merupakan praktik manipulasi atau rekayasa pembelian yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan meminta bantuan kepada keluarga atau teman terdekat. Family order dilakukan oleh pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan toko dengan memasang harga produk di toko dengan harga 100 rupiah, kemudian pelaku usaha menyuruh temannya untuk order dengan jumlah 400-500 pcs.

Selanjutnya, pelaku usaha Toko @Uyytiens juga menambahkan pernyataan sebagai berikut:⁷¹

“Untuk penilaian produk di marketplace Shopee itu sangat berpengaruh kepada kepercayaan calon pembeli. Jadi saya sebagai penjual harus menjaga nilai dari produk yang saya jual agar produk saya bisa terus terjual banyak. Ya salah satunya dengan cara family

⁷⁰ Uyun, Wawancara (Lamongan, 07 Oktober 2023).

⁷¹ Uyun, Wawancara (Lamongan, 07 Oktober 2023).

order tadi, tapi bedanya kalau ingin dapat penilaian banyak ya dengan family order tapi pakai harga normal, dan ordernya 1 produk dengan 1 ulasan. Terus besok nya order lagi satu lagi, dan itu diulang terus sesering mungkin. Cara family order ya seperti order pada umumnya, tapi disini saya menyuruh teman saya kemudian uangnya saya transfer ke Shopeenya dan setelah masuk langsung diorder untuk dikirim ke alamat teman saya, tapi isi pakatnya saya ganti dengan kardus kosong karena hanya untuk formalitas saja, kemudian setelah pakatnya sampai saya kasih kalimat sekaligus gambar ke teman saya untuk mengulasnya. Jadi, untuk saat ini penilaian produk pada toko saya bisa dibilang cukup baik.”

Berdasarkan wawancara tersebut, pelaku usaha Toko @Uyytiens menyebutkan bahwa dalam meningkatkan penjualan toko dan penilaian produk di *marketplace*, pelaku usaha melakukan cara *family order* yang dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Pelaku usaha meminta bantuan kepada konsumen rekayasa untuk memesan produk yang ada di toko pelaku usaha.
2. Pelaku usaha mengirim uang ke konsumen rekayasa sejumlah total harga produk yang dipesan.
3. Konsumen rekayasa memesan produk tersebut untuk dikirim ke alamat konsumen rekayasa.
4. Pelaku usaha mengisi paket tersebut dengan kardus kosong dan mengirim ke alamat konsumen rekayasa.
5. Setelah paket sampai, konsumen rekayasa memberi review dan penilaian yang bagus pada ulasan toko pelaku usaha.

2) Toko @Hallothrift

Pelaku usaha Toko @Hallothrift mempunyai strategi dalam meningkatkan citra toko untuk menarik perhatian dari konsumen.

Strategi yang dilakukan yaitu dengan cara *order by design*, seperti yang telah diungkapkan oleh pelaku usaha sebagai berikut:⁷²

“Terkait penilaian produk, saya rasa cukup baik. Untuk penilaian produk ini saya beberapa kali melakukan orderan angin atau fake order. Jadi, saya mengajak kerja sama teman saya sendiri, dengan cara membagikan link produk dari toko saya ke wa teman saya untuk dilakukan chekout, dan untuk pembayarannya sudah saya transfer ke Shopee teman saya senilai total pembelian yang sudah tercantum di link chekout tersebut, kemudian setelah barang sampai saya arahkan teman saya untuk memberikan bintang atau penilaian yg bagus di ulasan toko saya. Dan setelah itu, barang dikembalikan ke rumah saya”

Hasil wawancara tersebut, pelaku usaha melakukan orderan angin dalam menaikkan rating toko dengan tujuan untuk dapat menciptakan kesan bahwa produk yang dijual itu bagus. Istilah orderan angin merupakan istilah yang digunakan oleh pelaku usaha karena orderan ini hanya lewat saja yang merupakan pemesanan buatan. Dalam praktik orderan angin ini, pelaku usaha bekerja sama dengan temannya yang menjadi konsumen rekayasa. Berdasarkan wawancara dari pelaku usaha Toko @Hallothrif, dapat diketahui terkait mekanisme praktik *order by design* yang dilakukan dengan cara berikut:

1. Pelaku usaha mengirimkan link produk yang akan dijadikan sebagai praktik orderan angina kepada konsumen rekayasa melalui *WhatsApp*.

⁷² Laila, Wawancara (Malang, 23 September 2023).

2. Pelaku usaha mengirim Shopeepay ke konsumen rekayasa sesuai dengan total harga produk yang akan dicheckout.
3. Konsumen rekayasa melakukan pembelian dengan akun dan alamat konsumen rekayasa.
4. Pelaku usaha mengirimkan barang.
5. Setelah barang sampai, konsumen rekayasa memberikan ulasan positif dan penilaian yang bagus sesuai dengan arahan yang diberikan oleh pelaku usaha.
6. Konsumen rekayasa mengembalikan barang kepada pelaku usaha.

3) Toko @Hanssababyshop

Pelaku usaha pada Toko @Hanssababyshop melakukan *order by design* dalam menjalankan usaha pada *marketplace* Shopee. Pelaku usaha Toko @Hanssababyshop dalam berjualan mempunyai strategi dalam meningkatkan jumlah penjualan toko seperti yang diungkapkan sebagai berikut:⁷³

“Dulu saya untuk meningkatkan penjualan di toko itu dengan melakukan fake order. Harga produk saya pasang jadi 1000 rupiah kemudian saya meminta bantuan ke teman saya untuk order sebanyak 20 pcs sekali orderan. Untuk pembayarannya pakai uang saya pribadi yang sudah saya kirim ke teman saya.”

Dalam ungkapan tersebut, pelaku usaha melakukan strategi peningkatan penjualan toko dengan fake order. Fake order merupakan bentuk manipulasi yang dilakukan oleh pelaku usaha

⁷³ Ira, Wawancara (*Online*, 15 Oktober 2023).

dengan meminta bantuan orang lain untuk melakukan pemesanan. Fake order dilakukan dengan memasang harga produk di toko dengan harga 1000 rupiah, kemudian pelaku usaha menyuruh temannya untuk order dengan jumlah 20 pcs setiap satu kali order.

Kemudian dalam hal penilaian toko, pelaku usaha juga mempunyai strategi untuk meningkatkan penilaian toko. Hal tersebut diungkapkan oleh pelaku usaha sebagai berikut:⁷⁴

“Untuk penilaian produk, awalnya saya menggunakan cara fake order. Hal tersebut dilakukan untuk menarik customer serta memberi tahu calon customer bahwa produk layak untuk dibeli. Karena setiap pembeli pasti melihat ulasan atau penilaian konsumen sebelumnya. Jadi, saya membuat cara dengan fake order dengan meminta tolong ke teman terdekat untuk membeli barang di toko saya, untuk pembayarannya menggunakan briva, jadi pembayarannya saya bayar sendiri, setelah itu saya menyiapkan paket untuk dikirim ke alamat teman saya, dan setelah paket diterima oleh teman saya, saya meminta tolong untuk teman saya ini memberikan bintang 5 dan memberikan review barang yang bagus. Dan ini dilakukan berkali-kali. Jadi nanti barang yang saya kirim dikembalikan lagi ke saya sama teman saya.”

Pernyataan dari pelaku usaha tersebut, bahwa dalam penilaian produk, pelaku usaha menggunakan cara *fake order* dengan alasan setiap konsumen pasti melihat ulasan atau penilaian produk yang akan dibeli. Maka dapat diketahui cara-cara untuk melakukan praktik *order by design* sebagai berikut:

1. Pelaku usaha meminta bantuan kepada konsumen rekayasa untuk membeli produk yang ada di toko pelaku usaha.

⁷⁴ Ira, Wawancara (*Online*, 15 Oktober 2023).

2. Konsumen rekayasa memberikan kode pembayaran kepada pelaku usaha.
 3. Pelaku usaha membayar pembelian tersebut melalui BRIVA.
 4. Setelah proses pembelian dan pembayaran selesai, pelaku usaha mengirimkan paket ke alamat konsumen rekayasa.
 5. Setelah paket datang, konsumen rekayasa memberikan review yang bagus dengan bintang 5 sesuai dengan arahan yang sudah diberikan oleh pelaku usaha.
 6. Order dilakukan berkali-kali, setelah itu barang yang terkumpul di konsumen rekayasa dikembalikan kepada pelaku usaha.
- 4) Toko @Bangkitsecond

Pelaku usaha pada Toko @Bangkitsecond mempunyai strategi dalam berjualan *online*, yaitu dengan *order by design*. Hal ini dijelaskan oleh pelaku usaha sebagai berikut:⁷⁵

“Untuk penilaian ini saya beberapa kali melakukan rekayasa order, seolah olah ada pembeli padahal itu hanya rekayasa yang saya buat. Jadi, saya meminta bantuan teman saya untuk kerja sama dalam melakukan rekayasa ini. Dengan cara, saya menyuruh dia untuk checkout produk di toko saya tapi untuk pembayaran saya yang membayar melalui kode pembayaran bank yang dia kasih dan barang yang saya kirim juga tidak sebenarnya karena ini hanya praktik rekayasa, jadi isi paket tersebut biasanya saya ganti dengan hadiah lain sebagai imbalan bentuk terima kasih saya ke teman saya, setelah pesanan datang saya menyuruh dia untuk mengulas dan memberikan bintang 5 pada toko saya. Jadi, dengan adanya rekayasa order ini dapat membantu reputasi toko saya.”

Pernyataan pelaku usaha tersebut, dijelaskan bahwa dalam penilaian toko, pelaku usaha meminta bantuan temannya untuk

⁷⁵ Fawas, Wawancara (*Online*, 15 Oktober 2023).

melakukan rekayasa order pada tokonya. Barang yang dikirimkan diganti oleh pelaku usaha karena hanya sebagai praktik rekayasa order.

Berdasarkan wawancara dari pelaku usaha dan konsumen rekayasa pada Toko @Bangkitsecond, maka dapat diketahui terkait cara melakukan *order by design* sebagai berikut:

1. Pelaku usaha meminta bantuan kepada konsumen rekayasa untuk membeli produk yang ada di toko pelaku usaha.
2. Konsumen rekayasa memberikan kode pembayaran kepada pelaku usaha.
3. Pelaku usaha membayar pembelian tersebut kode pembayaran bank yang sudah diatur oleh konsumen rekayasa.
4. Pelaku usaha mengirimkan paket isi hadiah atau imbalan sebagai pengganti produk untuk dikirim ke alamat konsumen rekayasa.
5. Setelah paket datang, konsumen rekayasa memberikan review yang bagus dengan bintang 5 sesuai dengan arahan yang sudah diberikan oleh pelaku usaha.

5) Toko @Hst_official

Semua pelaku usaha mempunyai strategi atau cara untuk membuat produk yang dijual mendapatkan perhatian dari konsumen.

Pelaku usaha @Hst_official dalam penilaian produk melakukan *order by design* sebagai berikut:⁷⁶

“Penilaian produk kebanyakan baik, karena saya sering melakukan strategi rekayasa permintaan, dengan cara saya kirimkan link produk kepada teman saya kemudian untuk pembayarannya saya transfer ke teman saya sesuai harga produk kemudian dia saya arahkan untuk order, saya kirim pakatnya tidak berisi apapun, jadi tidak ada isinya di dalam pakatnya, kemudian setelah barangnya sampai dia bilang ke saya, dan setelah itu saya kasih kalimat dan foto untuk dia mengulas di toko saya, kurang lebihnya begitu.”

Hasil wawancara tersebut, dijelaskan bahwa pelaku usaha dalam meningkatkan penilaian produk dengan menggunakan cara rekayasa permintaan dengan meminta bantuan kepada konsumen rekayasa.

Berdasarkan wawancara dari pelaku usaha Toko @Hst_official, maka dapat diketahui cara melakukan praktik *order by design* sebagai berikut:

1. Pelaku usaha meminta bantuan kepada konsumen rekayasa dengan mengirimkan link produk yang akan dijadikan sebagai praktik rekayasa permintaan melalui *WhatsApp*.
2. Pelaku usaha mengirimkan uang sebesar total pembelian kepada konsumen rekayasa.
3. Konsumen rekayasa membuat pesanan dengan memakai akun dan alamat konsumen rekayasa.
4. Pelaku usaha mengirimkan paket kosong atau paket tidak berisi ke alamat konsumen rekayasa.

⁷⁶ Hesti, Wawancara (Surabaya, 08 Oktober 2023).

5. Setelah paket sampai, konsumen rekayasa memberikan review bagus dengan bintang 5 sesuai dengan arahan yang sudah diberikan oleh pelaku usaha.

b. Motif Order By Design

Perkembangan jaringan komunikasi yang semakin pesat telah menjadikan jual beli *online* sebagai sebuah kemudahan dalam gaya hidup modern. Dengan ini, konsumen memiliki kebebasan untuk dengan mudah berpindah dari satu toko ke toko lainnya demi mencari harga terbaik dan produk berkualitas. Dalam hal ini, pelaku usaha perlu membangun citra positif terhadap toko dan produknya dengan cara menampilkan penawaran khusus produk tertentu atau memberikan informasi yang relevan mengenai toko dan produknya. Strategi ini digunakan dengan tujuan untuk memikat hati pembeli dan membuat mereka merasa tertarik terhadap toko dan produk yang ditawarkan.⁷⁷

Namun, tidak dipungkiri dalam berjualan *online* pasti terdapat hambatan yang dialami oleh pelaku usaha. Hambatan yang dialami oleh pelaku usaha menjadikan pelaku usaha untuk melakukan *order by design*, seperti yang diungkapkan oleh pelaku usaha Toko @Uyytiens berikut:⁷⁸

“Kalau pengalaman saya pribadi untuk hambatan berjualan di Shopee itu waktu di awal untuk mendapatkan orderan pertama. Karena untuk mendapatkan orderan biasanya butuh iklan, dimana iklan produk itu membutuhkan banyak biaya.”

⁷⁷ Anna Kurniawati and Nafiah Ariyani, “Strategi Promosi Penjualan pada *Marketplace* Shopee,” *PROPAGANDA* 2, no. 1 (January 24, 2022): 76, <https://doi.org/10.37010/prop.v2i1.514>.

⁷⁸ Uyun, Wawancara (Lamongan, 07 Oktober 2023).

Berdasarkan wawancara tersebut, hambatan yang dialami oleh pelaku usaha Toko @Uyytiens selama berjualan di *marketplace* yaitu adanya kesulitan dalam mendapatkan pembelian pertama pada produk yang dijual di tokonya, karena untuk mendapatkan pembelian konsumen di awal membutuhkan iklan yang memakan banyak biaya.

Selain itu, pelaku usaha Toko @Hallothrif juga menyatakan terkait hambatan yang dialami olehnya dalam berjualan di *marketplace* sebagai berikut:⁷⁹

“Ada. Kendalanya terhadap traffic jangkauan ke pembeli harus melalui iklan, sedangkan modal untuk iklan tidak sedikit. Saya tidak menggunakan iklan tersebut, jadi ya toko saya pada saat itu tidak ada yang membeli sama sekali.”

Hasil wawancara tersebut, kendala yang dialami oleh pelaku usaha Toko @Hallothrif dalam berjualan di *marketplace* yaitu pelaku usaha mengalami kesulitan dalam menarik konsumen karena tidak menggunakan jasa iklan.

Pelaku usaha Toko @Hanssabyshop juga mengungkapkan terkait hambatan yang dialami selama berjualan di *marketplace* sebagai berikut:⁸⁰

“Ada tentunya, terkait orderan. Di satu tahun pertama saya menjalankan bisnis ini, saya kesulitan dalam mendapatkan konsumen. Kemudian adanya persaingan harga yang membuat saya bingung juga untuk menarik konsumen-konsumen lain itu mampir ke toko saya.”

⁷⁹ Laila, Wawancara (Malang, 23 September 2023).

⁸⁰ Ira, Wawancara (Online, 15 Oktober 2023).

Hasil wawancara tersebut, dijelaskan bahwa pelaku usaha Toko @Hanssabyshop mengalami kesulitan dalam mendapatkan konsumen di satu tahun pertama menjalankan usahanya. Kemudian banyaknya persaingan usaha juga membuat toko susah diminati oleh konsumen.

Selain itu, pelaku usaha Toko @Bangkitsecond juga menyebutkan terkait hambatan yang dialaminya dalam berjualan di *marketplace* sebagai berikut:⁸¹

“Ada banyak hambatan yang saya dapatkan seperti dapat rating 2 dan ulasan yang menjelekan produk. Saya juga tidak menggunakan iklan, jadi pembelinya sangat kurang bahkan satu minggu pun yang beli hanya 1.”

Berdasarkan wawancara tersebut, pelaku usaha Toko @Bangkitsecond mengalami kendala dalam berjualan *online* yaitu mendapatkan penilaian jelek dari konsumen. Selain itu, karena pelaku usaha tidak memakai jasa iklan, maka jarang ada pembeli.

Selanjutnya, pelaku usaha Toko @Hst_official mengungkapkan hambatan yang dialaminya selama berjualan di *marketplace* sebagai berikut:⁸²

“Ya sewajarnya orang jualan, kalau dulu saya kurang bisa menjangkau konsumen dengan jumlah yang banyak. Semua penjual juga pasti mengalami hambatan seperti ini kalau di awal pembukaan toko. Kecuali kalau mereka pakai iklan, pasti toko juga cepat menjangkau konsumen. Kalau saya tidak pakai iklan sama sekali. Kadang juga saya heran sama konsumen yang puas sama barangnya tapi ngasih bintang 4 ke bawah, itu menjadikan saya kesusahan dalam menyeimbangkan rating toko”

⁸¹ Fawas, Wawancara (*Online*, 15 Oktober 2023).

⁸² Hesti, Wawancara (Surabaya, 08 Oktober 2023).

Berdasarkan wawancara tersebut, pelaku usaha @Hst_official mempunyai hambatan dalam berjualan di *marketplace* yaitu kurang bisa menjangkau konsumen karena pelaku usaha tidak memakai jasa iklan. Selain itu, adanya konsumen yang memberikan penilaian bintang 4 ke bawah menjadikan pelaku usaha kesulitan dalam menyeimbangkan rating toko.

Dari kelima toko tersebut, penulis menyimpulkan bahwa motif *order by design* dilakukan karena adanya kesulitan dalam menjangkau konsumen atau menarik perhatian konsumen untuk dapat membeli produk-produk yang dijualnya. Menurut pelaku usaha, konsumen dalam melakukan pembelian produk *online* akan memperhatikan terkait penjualan produk dan penilaian serta ulasan produk yang dicari. Oleh karena itu, dalam membangun usaha *online*, pelaku usaha membutuhkan strategi untuk dapat menaikkan tokonya dengan tujuan dapat diketahui dan diminati oleh konsumen. Pelaku usaha mengungkapkan bahwa mahalanya biaya iklan menjadikan pelaku usaha merasa keberatan dalam membayarnya, sehingga pelaku usaha membutuhkan strategi lain yang dapat menarik perhatian konsumen dengan waktu yang singkat. Strategi yang dilakukan yaitu dengan cara *order by design*.

c. Dampak Order By Design

1) Bagi Pelaku Usaha

Pelaku usaha dalam praktik *order by design* mendapatkan dampak positif yang bernilai negatif. Toko yang sebelumnya kurang

dapat menjangkau konsumen dan susah untuk dapat menarik perhatian konsumen menjadi dilirik dan diminati oleh konsumen. Seperti yang telah diungkapkan oleh para pelaku usaha terkait hambatan yang dialami dalam melakukan usaha *online* yaitu susah dalam menarik perhatian konsumen, apalagi pada saat awal pembukaan toko. Apabila toko tersebut tidak menggunakan jasa iklan yang telah disediakan oleh *marketplace*, maka toko tersebut susah untuk mendapatkan pengunjung atau pembeli. Pelaku usaha mendapatkan perkembangan toko yang cukup baik dengan setelah adanya praktik *order by design* yang telah dilakukan.

Saat ini, toko @uyytiens mempunyai penilaian toko 4.9/5.0 dengan 191 pengikut. Toko @hallothrifit mempunyai penilaian toko 4.7/5.0 dengan 323 pengikut. Selanjutnya toko @Hanssababyshop mempunyai penilaian toko 4.8/5.0 dengan 86,6 ribu pengikut. Toko @bangkitsecond mempunyai penilaian toko 4.7/5.0 dengan 374 pengikut. Dan toko @hst_official mempunyai penilaian toko 4.9/5.0 dengan 1,1 ribu pengikut. Hal tersebut merupakan bentuk dampak positif dari *order by design* yang telah dilakukan oleh pelaku usaha pada saat awal membuka toko pada *marketplace*.

2) Bagi Konsumen Rekayasa

Order by design yang dilakukan oleh pelaku usaha memberikan dampak bagi konsumen rekayasa. Konsumen rekayasa pada Toko @Uyytiens mengungkapkan terkait dampak yang

diterima setelah melakukan praktik *order by design* sebagai berikut:⁸³

“Adanya dampak positif, saya bisa bantu teman saya untuk menaikkan penjualannya karena dengan family order itu jadinya konsumen lain tertarik untuk membeli. Kita saling bantu aja sih, karena saya juga punya toko di marketplace, jadi dia bantu untuk family order juga di toko saya.”

Berdasarkan pernyataan tersebut, bahwa konsumen rekayasa Toko @Uyytiens mendapatkan dampak positif dari praktik *order by design* yaitu konsumen lain menjadi tertarik pada produk di Toko @Uyytiens, karena tujuan dari konsumen rekayasa yaitu membantu usaha temannya. Selain itu, konsumen rekayasa juga mendapatkan bantuan balik dari pelaku usaha untuk meningkatkan rating toko yang dimiliki oleh konsumen rekayasa ini, karena kedua pihak ini merupakan sama-sama pengusaha *online*.

Ulasan yang diberikan oleh konsumen rekayasa pada praktik *order by design* dengan memberikan penilaian bintang 5:

“Peforma:baik, cocok untuk:remaja. Serius obat nya ngaruh banget. Bobotku turun 10Kg. Dari 60 jadi 50. Huhu suka banget. Makasih kak penjual”

Ulasan tersebut dibuat oleh konsumen rekayasa terkait baiknya produk yang dijual oleh pelaku usaha. Padahal konsumen rekayasa tidak mendapatkan produk yang sebenarnya dari pelaku usaha, hanya saja memberikan ulasan palsu seolah-olah produk tersebut baik untuk dapat menarik perhatian konsumen.

⁸³ Dewi, Wawancara (Lamongan, 07 Oktober 2023).

Yang kedua, konsumen rekayasa pada Toko @Hallothrif mengungkapkan terkait dampak yang diterima setelah melakukan praktik *order by design* sebagai berikut:⁸⁴

“Kalau untuk dampak yang saya dapatkan itu saya selalu dikasih teman saya upah berupa uang sebesar 5000 rupiah tiap selesai melakukan orderan angin dan hasil dari orderan angin yang saya lakukan itu jadinya ada konsumen lain yang tertarik untuk membeli baju di toko teman saya.”

Pernyataan dari konsumen rekayasa tersebut, bahwa konsumen rekayasa mendapatkan upah dari praktik *order by design* sebesar Rp. 5.000/orderan. Selain itu, setelah konsumen rekayasa melakukan *order by design*, Toko @Hallothrif menjadi banyak pembeli daripada sebelum melakukan *order by design*.

Konsumen rekayasa tersebut dalam ulasan produk toko @hallothrif memberikan penilaian bintang 5 dengan ulasan:

“Barang bgus pengiriman juga cepet”

Konsumen rekayasa memberikan komentar terkait barang bagus dan pengiriman yang cepat. Komentar tersebut dibuat dengan sengaja untuk menarik perhatian konsumen lainnya.

Yang ketiga, konsumen rekayasa pada Toko @Hanssabyshop mengungkapkan terkait dampak yang diterima setelah melakukan praktik *order by design* sebagai berikut:⁸⁵

⁸⁴ Aisya, Wawancara (Malang, 23 September 2023).

⁸⁵ Putri, Wawancara (Online, 15 Oktober 2023).

“Saya biasanya diberi hadiah oleh teman saya katanya sebagai imbalan saya dalam membantu praktik fake order. Karena dari fake order itu dagangan teman saya diminati dan dibeli oleh konsumen lain.”

Pernyataan dari konsumen rekayasa tersebut, bahwa konsumen rekayasa mendapatkan hadiah sebagai imbalan dari praktik *order by design*. Konsumen rekayasa juga menjelaskan terkait perkembangan Toko @Hanssababyshop setelah adanya praktik *order by design*, konsumen lain menjadi tertarik dan melakukan pembelian.

Penilaian yang diberikan oleh konsumen rekayasa dengan memberikan bintang 5 dan memberikan ulasan yang bagus:

“Sangat2 puas skli... Jngn ragu order di toko ini barang nya sangat memuaskan halus lembut seperti yang saya harapkan pengiriman nya pun sangat cepat terimakasih.”

Hal tersebut diungkapkan oleh konsumen rekayasa dengan membuat seolah-olah barang yang dijual oleh pelaku usaha benar-benar sempurna. Cara seperti ini untuk mendapatkan perhatian dari konsumen lain agar tertarik untuk ikut membeli.

Yang keempat, konsumen rekayasa pada Toko @Bangkitsecond mengungkapkan terkait dampak yang diterima setelah melakukan praktik *order by design* sebagai berikut:⁸⁶

“Dampak setelah saya melakukan rekayasa order itu biasanya saya dikasih imbalan sama teman saya, kadang berupa makanan, kadang juga berupa uang. Rekayasa order ini bisa menarik konsumen lain karena melihat ulasan yang sudah saya buat sebelumnya.”

⁸⁶ Auliya, Wawancara (Online, 15 Oktober 2023).

Pernyataan dari konsumen rekayasa tersebut, bahwa setelah melakukan *order by design*, konsumen rekayasa mendapatkan imbalan dari pelaku usaha. Selain itu, Toko @Bangkitsecond menjadi lebih mudah untuk menjangkau konsumen lain.

Konsumen rekayasa tersebut memberikan penilaian bintang 5 dan memberikan komentar pada ulasan:

“flannelnya lembut, kainnya masih bagus, warnanya juga masih bagus semuanya oke next order lagi disini”

Konsumen rekayasa tersebut memberikan penilaian yang bagus terhadap produk yang dijual pada toko @bangkitsecond. Akan tetapi pada kenyataannya konsumen rekayasa tidak tahu menahu terkait kualitas barang yang dijual oleh pelaku usaha.

Yang kelima, konsumen rekayasa pada Toko @Hst_official mengungkapkan terkait dampak yang diterima setelah melakukan praktik *order by design* sebagai berikut:⁸⁷

“Dampaknya bagi saya tidak ada, tapi dampak bagi toko teman saya ada. Toko teman saya jadi lumayan banyak yang beli. Saya juga melakukan ini dengan senang hati tanpa ada paksaan.”

Hasil wawancara tersebut, rekayasa konsumen menjelaskan bahwa tidak ada dampak yang didapatkan untuk pribâdi, tapi Toko @Hst_official mengalami perkembangan dalam jumlah pembeli.

Konsumen rekayasa memberikan penilaian yang bagus dengan bintang 5 dan ulasan yang memuaskan:

⁸⁷ Ryska, Wawancara (Surabaya, 08 Oktober 2023).

“Comelll gelangnya, baguss bnget buat couplean, harganyaa murahh lagii, nnti aku mau dehh order lagii, seriuss sebagusss iniii, nyesel Cuma beli 2 makasih sellerrr.”

Konsumen rekayasa tersebut memberikan penilaian dan ulasan yang bagus seolah-olah benar-benar membeli dan puas dengan produk pada toko @Hst_official.

Secara umum, dampak dari praktik *order by design* oleh pelaku usaha pada kelima toko tersebut membawa dampak positif bagi konsumen rekayasa karena mendapatkan imbalan atau imbalan dari pelaku usaha, serta toko pelaku usaha menjadi lebih ramai setelah adanya praktik *order by design* karena dapat menarik perhatian konsumen lain.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam mengerjakan kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam perbuatan dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya.” (QS. [Al-Maidah]:2).⁸⁸

Ayat tersebut menginstruksikan manusia untuk selalu saling membantu dalam perbuatan baik dan untuk tidak bekerja sama dalam melakukan tindakan jahat atau tujuan yang merugikan. Di dalam ayat tersebut juga terdapat perintah untuk tetap menjaga

⁸⁸ Tim Penerjemah, *Al-qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Cordoba, 2019), 106.

ketaatan kepada Allah. Dalam hal ini, konsumen rekayasa seharusnya tidak melakukan kegiatan tolong menolong yang di dalam praktiknya terdapat unsur yang dapat merugikan orang lain.

Zulham dalam penelitiannya yang berjudul “*A Critical Review of Consumer Protection Online Shopping, False Advertising, and Legal Protection*” menyebutkan:⁸⁹

“One of the biggest problems with buying anything online is the prevalence of false or misleading information and marketing. It's much easier to pretend to be real online than it is in the real world, making it ideal for underhanded and misleading tactics.”

“Tantangan utama ketika berbelanja *online* adalah adanya banyak informasi palsu atau menyesatkan yang beredar. Di dunia maya, orang-orang yang tidak jujur dapat dengan mudah menyembunyikan identitas mereka dan menyajikan informasi yang tidak akurat, yang seringkali membuat konsumen sulit membedakan antara informasi yang benar dan yang palsu.”⁹⁰

Order by design yang dilakukan oleh pelaku usaha yang bekerja sama dengan konsumen rekayasa ini membuat ilusi bahwa seolah-olah produk yang dijual oleh pelaku usaha benar-benar bagus, padahal konsumen rekayasa dalam hal ini tidak mengetahui kualitas yang sebenarnya dari produk yang dijual oleh pelaku usaha. Praktik seperti ini menjadikan konsumen asli sulit untuk

⁸⁹ Zulham, “A Critical Review of Consumer Protection *Online Shopping, False Advertising, and Legal Protection*,” *Journal of Law and Sustainable Development* 11, no. 5 (August 28, 2023): 3, <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i5.740>.

⁹⁰ Terjemahan bebas penulis

membedakan antara informasi yang benar atau salah, dan asli atau palsu, sehingga order by design ini merupakan bentuk promosi untuk menciptakan citra produk bagus pada toko dan praktik ini bisa dikategorikan sebagai iklan yang menyesatkan.

3) Bagi Konsumen Asli

Praktik *order by design* dapat menarik perhatian konsumen umum sehingga toko pelaku usaha menjadi ramai pembeli. Akan tetapi dalam hal ini ditemukan bentuk ketidakpuasan oleh konsumen umum. Seperti pada toko @Uyytiens, pelaku usaha mengungkapkan terkait komplain yang didapatkan dari konsumen asli:⁹¹

“Kalau mendapat komplain dari pembeli pernah, ada yang langsung ditulis di penilaian dan ada juga yang hanya DM saja. Nah dari penjual yang komplain itu komplainnya mengenai tentang packing produknya karena dia beli eceran bukan yang segel jadi dia complain kenapa kemasannya ga segelan, terus ya ada yang ngasih bintang 3 tanpa keterangan, ada juga yang complain kalau belum ada hasil setelah minum produk saya itu.”

Hasil wawancara tersebut, dijelaskan bahwa pelaku usaha Toko @Uyytiens sering mendapatkan komplain dari konsumen asli terkait pengemasan produk, tidak ada hasil setelah menggunakan produk, dan beberapa konsumen memberikan bintang 3 tanpa keterangan.

Selain itu, dalam penilaian toko @Uyytiens, ditemukan akun @r*****a memberikan bintang tiga dengan ulasan:

“Sudah 3 hari konsumsi belum ada hasil sama sekali minum sejak tgl 23 september 2022 skrg 28 september 2022 bb masih 71kg”

⁹¹ Uyun, Wawancara (Lamongan, 07 Oktober 2023).

Hal tersebut diungkapkan oleh konsumen asli yang membeli produk pelangsing badan di toko @uuytiens, konsumen mengatakan bahwa belum ada hasil dari mengkonsumsi produk yang dibeli dari toko ini.

Pada Toko @Hallothrift, pelaku usaha juga mengungkapkan jika pernah mendapatkan komplain dari konsumen asli:⁹²

“Pernah, pembeli menilai produk yang saya jual tidak pas dengan ukuran, ada juga yang bilang kualitasnya kurang bagus.”

Pernyataan tersebut, bahwa pelaku usaha pernah mendapatkan komplain dari konsumen asli karena ukuran yang tidak pas menurut konsumen asli, dan komplain terkait kualitas yang kurang bagus.

Pada ulasan toko, ditemukan akun @xxdetsal3j sebagai konsumen asli mengungkapkan terkait kekecewaannya dalam membeli produk pada toko ini dengan memberikan bintang 1 dengan ulasan:

“Bahannya jelek tipissss harga mah gasalah salah baju tipisss bgt. Kecewa belanja disini”

Hal tersebut diungkapkan oleh konsumen asli yang membeli produk dari toko @hallothrift yang merasa kecewa dengan bahan dari produk yang dibeli.

⁹² Laila, Wawancara (Malang, 23 September 2023).

Selanjutnya, pelaku usaha Toko @Habastababyshop juga mengungkapkan terkait seringnya mendapatkan komplain dari konsumen asli:⁹³

“Sering sekali kalau mendapatkan complain dari konsumen, alasannya katanya barang tidak sesuai ukuran, barang tipis, warna tidak sesuai gitu lah.”

Dari ungkapan tersebut, bahwa pelaku usaha sering mendapatkan komplain dari konsumen asli terkait ukuran, kualitas, dan warna yang tidak sesuai.

Selain itu, akun @quinsasitisa mengungkapkan kekecewaannya pada ulasan toko dengan memberikan bintang 1 dan berkomentar:

“Bahan lembut tp saying co size 120x90. Yg sampai kecil bgt size 112x74. Harus nya klo gk ada harus nya bilang bukan malah d kirim salah gini. Sangat kecewa.”

Konsumen tersebut mengungkapkan bahwa adanya ketidaksesuaian ukuran produk yang dipesan dengan produk yang datang.

Pada Toko @Bangkitsecond, pelaku usaha juga mengungkapkan jika pernah mendapatkan komplain dari konsumen asli:⁹⁴

“Pernah, ada yang bilang barangnya kurang bagus, tidak sesuai ekspektasi, ada juga yang complain karena cacat produk.”

⁹³ Ira, Wawancara (Online, 15 Oktober 2023).

⁹⁴ Fawas, Wawancara (Online, 15 Oktober 2023).

Hasil wawancara tersebut, dijelaskan bahwa pelaku usaha Toko @Bangkitsecond pernah mendapatkan komplain dari konsumen asli terkait kualitas, dan produk yang tidak sesuai ekspektasi konsumen.

Akun @nasirudinrudin966 pada ulasan toko @Bangkitsecond memberikan bintang 2 serta ulasan:

“Payah ada yang sobek”

Hal tersebut diungkapkan oleh konsumen asli yang mendapatkan produk cacat karena produk yang diterima robek.

Selanjutnya, pelaku usaha Toko @Hst_official mengungkapkan pernah mendapatkan komplain dari konsumen asli.⁹⁵

“Iya pernah, konsumen mengkomplain seperti karena jangka waktu proses pengiriman yang lama dan produk tidak sesuai dengan ekspektasi.”

Dari pernyataan tersebut, bahwa pelaku usaha pernah mendapatkan komplain dari konsumen asli terkait lamanya pengiriman, dan ketidaksesuaian produk.

Pada ulasan toko @Hst_official, akun @a*****6 memberikan bintang 2 dan ulasan terkait produk yang dibeli pada toko ini:

“agak tipis”

Konsumen tersebut mengungkapkan bahwa produk yang diterima sedikit tipis. *Order by design* yang dilakukan oleh pelaku,

⁹⁵ Hesti, Wawancara (Surabaya, 08 Oktober 2023).

terdapat beberapa konsumen lain yang mengungkapkan kekecewaannya melalui komplain kepada pelaku usaha yang disebabkan berbagai alasan, seperti ketidaksesuaian produk yang dibeli, kualitas produk, lamanya pengiriman produk, dan lainnya.

Keluhan yang dirasakan oleh konsumen pada produk yang dibeli tersebut membuktikan bahwa konsumen belum mendapatkan hak-hak yang seharusnya didapatkan dari pelaku usaha. Konsumen seharusnya mendapatkan hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan jujur. Akan tetapi, dampak dari adanya praktik *order by design* tersebut muncul keluhan atau ketidakpuasan konsumen dalam menerima barang yang telah dibeli yang disebabkan adanya ketidaksesuaian barang yang diterima. Pelaku usaha mempunyai kewajiban dalam melakukan kegiatan jual beli secara jujur tanpa membuat manipulasi dengan melebih-lebihkan seolah-olah produk yang dijual benar-benar bagus dan diminati banyak konsumen.

عَنِ ابْنِ مَسْعُودٍ رَضِيَ اللَّهُ تَعَالَى عَنْهُ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ
وَالِهِ وَصَحْبِهِ وَسَلَّمَ قَالَ ; (إِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ، وَإِنَّ الْبِرَّ
يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ، وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَصْدُقُ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدِّيقًا،
وَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ، وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ، وَإِنَّ
الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ، وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَكْذِبُ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَّابًا

*Dari Ibn Mas'ud RA, Rasulullah SAW bersabda
"Sesungguhnya kejujuran akan menunjukkan kepada kebaikan, dan
kebaikan itu akan menghantarkan kepada surga. Seseorang yang
berbuat jujur oleh Allah akan dicatat sebagai orang yang jujur. Dan
sesungguhnya bohong itu akan menunjukkan kepada kezaliman, dan*

kezaliman itu akan menghantarkan ke arah neraka. Seseorang yang terus menerus berbuat bohong akan ditulis oleh Allah sebagai pembohong.” (HR Bukhari Muslim).⁹⁶

Hadist tersebut menjelaskan pentingnya kejujuran dalam Islam yang merupakan kunci menuju kebajikan dan surga. Sebaliknya, berbohong akan membawa seseorang ke arah kefasikan dan neraka. Oleh karena itu, seorang Muslim diharapkan selalu berkomitmen untuk mengamalkan kejujuran dalam segala aspek kehidupannya.

Transaksi jual beli menjadi sah apabila persyaratan dan syarat-syaratnya telah terpenuhi. Adapun rukun jual beli diantaranya:⁹⁷

- 1) Pelaku transaksi.
- 2) Objek transaksi.
- 3) Akad (transaksi).

Dalam hal ini, pelaku transaksi yaitu pelaku usaha dan konsumen rekayasa yang diminta pelaku usaha dalam membantu praktik *order by design*. Objek dalam praktik ini merupakan barang lain atau barang pengganti yang tidak sebenarnya diperjualbelikan, dan ada juga yang dikirimkan akan tetapi dikembalikan kepada pelaku usaha, karena mengingat ini hanya praktik rekayasa sehingga barang yang dikirim juga tidak sebenarnya. Praktik *order by design* ini yang dilakukan oleh pelaku transaksi ini dilakukan sesuai

⁹⁶ “Kejujuran Mengantarkan Kepada Surga. – Majelis Rasulullah SAW,” diakses 31 Oktober 2023, <https://www.majelisrasulullah.org/kejujuran-mengantarkan-kepada-surga/>.

⁹⁷ Achmad Zurohman dan Eka Rahayu, “Jual Beli *Online* Dalam Perspektif Islam,” *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (January 11, 2019), <https://ejournal.inzah.ac.id/index.php/iqtishodiyah/article/view/87>.

kesepakatan yang sudah dibuat di awal. Dalam praktik jual beli yang dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen rekayasa tidak terjadi akad, dan terjadi akad tetapi tidak sah karena pelaku usaha meminta bantuan kepada konsumen rekayasa untuk pura-pura membeli produknya.

Syarat sah menjadi sahnya jual beli setelah terpenuhinya rukun. Syarat sah jual beli diantaranya adalah:⁹⁸

1) Syarat Pelaku Jual Beli

- a) Berakal.
- b) Kemauan sendiri.
- c) *Bâligh*.

Dalam praktik *order by design* yang dilakukan, pelaku transaksi keduanya merupakan orang berakal, bukan orang bodoh atau orang gila. praktik ini dilakukan atas dasar perintah dan bukan terjadi secara alamiyah atau benar-benar keinginan untuk membeli. Akan tetapi, konsumen rekayasa melakukan perintah tersebut secara suka rela tanpa ada paksaan. Dalam hal ini syarat pelaku jual beli tidak dapat terpenuhi.

2) Syarat Objek Jual Beli

- a) Barang dalam kepemilikan seseorang.
- b) Barang mempunyai manfaat.

⁹⁸ Zurohman dan Eka Rahayu, "Jual Beli *Online* Dalam Perspektif Islam," *Iqtishodiyah Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, no. 1 (2019): 26
<https://ejournal.inzah.ac.id/index.php/iqtishodiyah/article/view/87>.

- c) Barang diketahui jelas oleh pihak yang melangsungkan akad.
- d) Barang dapat diserahterimakan.

Barang yang dijual oleh pelaku usaha sebelumnya adalah milik orang lain yang kemudian dijual kembali oleh pelaku usaha. Barang yang diperjual belikan pelaku usaha pada *marketplace* tersebut dapat bermanfaat bagi manusia. Pada praktik *order by design* yang dilakukan oleh pelaku usaha toko @uyytiens, @bangkitsecond, dan @hst_official tidak mengirimkan barang yang dijualnya. Selain itu, praktik *order by design* oleh pelaku usaha toko @hallothirft dan @hanssababyshop dengan mengirimkan barang aslinya, akan tetapi dikembalikan lagi oleh konsumen rekayasa kepada pelaku usaha, sehingga manfaat dari produk yang dijual tersebut tidak dapat dirasakan oleh konsumen rekayasa.

3) Syarat Ijab Kabul

- a) Ijab dan Kabul mengacu pada persetujuan atau ridha dari kedua belah pihak.
- b) Ijab dan Kabul dilakukan dalam satu majelis.
- c) Ijab dan kabul bisa menggunakan kata-kata dalam bentuk lafal *mâdhî* (lampau).

Praktik *order by design* dilakukan dengan adanya persetujuan kedua belah pihak. Praktik jual beli ini tidak terjadi langsung secara tatap muka, akan tetapi keduanya telah sepakat

dan saling menyetujui. Dalam penelitian ini, proses ijab kabul dapat diamati melalui tindakan konsumen rekayasa yang menerima permintaan bantuan dari pelaku usaha melalui proses checkout pembelian. Praktik *Order by design* yang dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen rekayasa pada toko @uuytiens, @bangkitsecond, dan @hst_official ini menunjukkan bahwa tidak terjadi akad jual beli karena barang yang sebenarnya tidak dikirimkan. Akan tetapi, pada praktik *order by design* yang dilakukan oleh pelaku usaha @hallothrif dan @hanssababyshop ini terjadi akan jual beli tetapi tidak sah karena jual beli ini dilakukan tidak atas dasar kemauan sendiri.

Jual beli dalam islam juga mengatur terkait prinsip-prinsip yang harus dilakukan oleh para pihak. diantaranya adalah:⁹⁹

- 1.Ketuhanan.
- 2.Kerelaan.
- 3.Kemanfaatan atau kemaslahatan.
- 4.Keadilan.
- 5.Kejujuran.
- 6.Kebebasan.
- 7.Akhlak/etika.
- 8.*Shâhih*.

⁹⁹ Ulum, "Prinsip-Prinsip Jual Beli *Online* dalam Islam dan Penerapannya pada *e-commerce* Islam di Indonesia," 52–54.

Dalam praktik *order by design* belum menerapkan prinsip ketauhidan yang dibuktikan dengan pelaku usaha melakukan kegiatan pemalsuan pemesanan untuk menarik perhatian konsumen. Pemalsuan atau bentuk manipulasi yang dilakukan oleh pelaku usaha ini dapat memberikan dampak bagi konsumen. Pelaku usaha dalam hal ini juga belum menerapkan prinsip kerelaan karena transaksi yang jelas-jelas dilarang oleh ajaran Islam walaupun dijalankan dengan kesepakatan bersama tetap tidak sah menurut hukum Islam. Karena di dalam prinsip kerelaan harus ditandai dengan adanya akad *ijab* dan *qâbul* yang dilakukan tanpa paksaan dan terhindar dari berbagai intimidasi, penipuan, dan penyamaran.

Selanjutnya, *order by design* yang dilakukan oleh pelaku usaha tidak menerapkan prinsip kemanfaatan, karena berdasarkan prinsip ini seharusnya setiap transaksi apapun jenisnya harus terbebas dari unsur-unsur *ribâ*, *najâsyî*, *ih tikâr*, dan *gharar*. Akan tetapi pada praktik ini ditemukan unsur *najâsyî* dan *gharar*. Prinsip keadilan juga menjadi penting bagi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan jual beli. Akan tetapi pada praktik ini tidak menerapkan prinsip keadilan karena adanya unsur manipulasi sehingga pelaku usaha dalam hal ini melakukan kegiatan yang sesungguhnya tidak boleh dilakukan dalam kegiatan jual beli.

Selain itu, praktik *order by design* juga tidak menerapkan prinsip kejujuran, karena terlihat dengan jelas ungkapan dari pelaku

usaha bahwa praktik ini dilakukan dengan memberikan penilaian dan pembelian palsu pada produk yang dijualnya dengan meminta bantuan kepada teman atau keluarga untuk menjadi konsumen rekayasa. Prinsip kebebasan dalam praktik ini juga belum diterapkan oleh pelaku usaha. Karena meskipun *order by design* dilakukan oleh konsumen rekayasa yang diminta oleh pelaku usaha ini tanpa ada paksaan, akan tetapi jual beli ini tidak benar-benar terjadi dan seharusnya tidak ada praktik manipulasi seperti ini dalam jual beli. Praktik *order by design* ini tidak mencakup sifat-sifat utama nabi dan rasul, yaitu *shidiq, amânah, tabligh, dan fathânah*.. Sehingga dalam praktik *order by design* tidak terpenuhi prinsip akhlak atau etika yang sudah diatur dalam Islam.

Berdasarkan analisis di atas, penulis menyimpulkan bahwa praktik *order by design* ini masuk ke dalam jenis jual beli yang dilarang, yaitu jual beli *Najâsyî*. Jual beli *Najâsyî* merupakan tindakan penjual untuk memanipulasi pasar dengan menciptakan ilusi permintaan atas barang yang sedang dijual sangat tinggi. Jual beli *Najâsyî* merupakan tindakan memuji-muji dagangan sendiri dan bersekongkol dengan orang lain agar orang lain terpengaruh dan membeli barang tersebut.¹⁰⁰

¹⁰⁰ Deby Maelani, dkk, "Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Jual Beli Najâsyî Pada *Marketplace* Lazada," *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, no. 2 (2020): 246 <https://doi.org/10.29313/syariah.v6i2.22057>.

عَنِ ابْنِ عُمَرَ : أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- نَهَى عَنِ النَّجْشِ
وَ فِي لَفْظٍ وَ لَا تَتَّاجِسُوا. رَوَاهُ الْبُخَارِيُّ

“Dari Ibnu ‘Umar r.a.: Bahwasanya Rasulullah saw melarang jual-beli dengan cara Najâsyî”. Dan dalam lafazh yang lain dinyatakan: Janganlah kamu sekalian melakukan jual-beli dengan cara Najâsyî. (HR al-Bukhari).”¹⁰¹

Hadist tersebut menjelaskan bahwa Rasulullah Saw. melarang jual beli dengan cara *Najâsyî* dengan tujuan memperdaya pembeli. Perbuatan ini dilarang dan tidak diperbolehkan dalam Islam.

إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ فِي
الْآخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ وَلَهُمْ
عَذَابٌ أَلِيمٌ

“Sesungguhnya orang-orang yang menukar janji (nya dengan) Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga yang sedikit, mereka itu tidak mendapat bahagian (pahala) di akhirat, dan Allah tidak akan berkata-kata dengan mereka dan tidak akan melihat kepada mereka pada hari kiamat dan tidak (pula) akan mensucikan mereka. Bagi mereka azab yang pedih.” (QS. 3 [Ali-Imran] : 77).¹⁰²

Ayat tersebut menjelaskan bahwa orang-orang yang mempermainkan atau melanggar janji dan sumpah-sumpah mereka kepada Allah dengan niat yang buruk. Maka, orang-orang tersebut mendapatkan kenikmatan dunia yang sedikit, mereka tidak

¹⁰¹ Wisnu Arif Fahreza, “Hadis Ekonomi 2 | Wisnu Arif Fahreza,” accessed September 13, 2023, <https://wisnuarifblog.blogspot.com/2013/05/hadis-ekonomi-2.html>.

¹⁰² Tim Penerjemah, *Alqur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Cordoba, 2019), 59.

mendapat bagian kenikmatan di akhirat, dan mereka akan mendapatkan azab yang pedih.

Oleh karena itu, wajib bagi pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar dan jelas kepada konsumen dalam segala hal seperti kuantitas, kualitas, efek samping, dan informasi lain yang dibutuhkan oleh konsumen. Hal ini tentu semata-mata untuk melindungi hak-hak konsumen. Untuk menjaga hak-hak konsumen dari perilaku yang tidak terpuji atau kegiatan jual beli yang dapat merugikan konsumen, dalam hukum Islam terdapat suatu upaya yang dikenal dengan istilah *Khiyâr*. *Khiyâr* merupakan hak pilih yang diberikan kepada salah satu atau kedua belah pihak yang terlibat dalam sebuah transaksi, untuk memutuskan apakah akan melanjutkan atau membatalkan transaksi yang telah disepakati.¹⁰³

Terdapat jenis-jenis *khiyâr* dalam transaksi jual beli. Berikut adalah jenis-jenis *khiyâr*:¹⁰⁴

- a) *Khiyâr majlis*, merupakan hak bagi kedua belah pihak untuk membatalkan suatu akad selama keduanya masih berada dalam satu majlis akad dan belum terjadi pemisahan secara fisik.

¹⁰³ Teti dan Syathir Sofyan, "Implementasi *Khiyâr* dalam Jual Beli *Online* (Studi Kasus Ketidaksesuaian Objek Pada *Marketplace* Shopee)" *Bilancia, Jurnal Studi Ilmu Syariah dan Hukum*, no. 2 (2021): 185 <https://jurnal.iainpalu.ac.id/index.php/blc/article/view/821>.

¹⁰⁴ Dafiqa Hasanah, dkk, "Konsep *Khiyâr* Pada Jual Beli Pre Order *Online* Shop Dalam Perspektif Hukum Islam" *Iqtishoduna*, no. 2 (2019): 251-252 <https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/iqtishoduna/article/view/426>.

- b) *Khiyâr syarat*, merupakan hak yang memungkinkan lanjut atau tidaknya akad jual beli dalam batas waktu tertentu sesuai kesepakatan awal.
- c) *Khiyâr 'aib*, merupakan hak pilih pembeli untuk memilih pembatalan akad jika terdapat cacat pada objek akad yang tidak diketahui oleh pemiliknya.
- d) *Khiyâr ru'yah* adalah hak untuk membatalkan perjanjian bagi pembeli melihat barang yang menjadi objek akad. Keadaan ini terjadi ketika barang yang akan diperdagangkan tidak ada di majelis akad atau ada namun hanya sebagai contoh.

Dalam hal ini, konsumen yang terdampak dari praktik *order by design* dapat menggunakan *Khiyâr syarat*, *Khiyâr 'aib*, *Khiyâr ru'yah*. *Khiyâr syarat* dapat digunakan oleh konsumen dalam masa tenggang waktu yang diberikan oleh pihak *marketplace*. *Khiyâr aib* dapat dilakukan oleh konsumen ketika menerima barang yang cacat atau rusak kepada pelaku usaha dan *Khiyâr ru'yah* dapat digunakan oleh konsumen ketika adanya ketidaksesuaian barang karena tidak melihat barang yang dipesan secara langsung ketika akad berlangsung.

Pada *marketplace* Shopee telah diatur terkait sistem retur untuk konsumen yang merasa kurang puas atau adanya ketidaksesuaian barang yang dipesan dengan diterima, sehingga dalam hal ini pelaku usaha wajib untuk menerima permintaan retur

apabila konsumen merasa adanya kesalahan atau kecacatan atau kekurangan dalam pemesanan.

Selain itu, dalam Hukum Islam juga diatur mengenai hak-hak yang seharusnya didapatkan oleh konsumen dari pelaku usaha, diantaranya:¹⁰⁵

1. Konsumen mendapatkan informasi yang benar, jujur, adil, dan terhindar dari pemalsuan.
2. Konsumen mendapatkan keamanan produk dan lingkungan sehat.
3. Konsumen mendapatkan advokasi dan penyelesaian sengketa.
4. Konsumen mendapatkan perlindungan dari penyalahgunaan keadaan.
5. Konsumen mendapatkan ganti rugi akibat negatif dari suatu produk.
6. Konsumen memilih dan memperoleh nilai tukar yang wajar

Proses pengembalian barang di Shopee seringkali menjadi suatu hal yang sangat penting, terutama jika terdapat konsumen yang mengalami kesalahan pesanan saat berbelanja produk secara *online*, misalnya ketika ukuran tidak sesuai, kerusakan barang, dan ketidaksesuaian barang yang diterima. Oleh karena itu, terdapat

¹⁰⁵ Nurhalis, "Consumer Protection In The Perspective Of Islamic Law And Law Number 8 Of 1999," *Jurnal IUS Kajian Hukum Dan Keadilan* 3, no. 3 (December 20, 2015): 530, <https://doi.org/10.12345/ius.v3i9.267>.

beberapa cara yang telah diatur oleh Shopee untuk melindungi hak-hak konsumen dengan cara retur, diantaranya sebagai berikut:¹⁰⁶

- 1) Klik tombol “saya”.
- 2) Pilih “dikirim”.
- 3) Pilih produk yang diajukan pengembalian.
- 4) Klik “ajukan pengembalian”.
- 5) Pilih alasan yang sesuai.
- 6) Klik Konfirmasi
- 7) Tulis deskripsi terkait keluhan produk yang diterima.
- 8) Upload foto/video bukti pendukung
- 9) Pilih Kirim.

Permohonan pengembalian barang dan/atau pengembalian dana hanya boleh diajukan oleh pembeli dalam situasi berikut:

- 1) Pembeli belum menerima barang.
- 2) Pembeli menerima barang cacat dan/atau rusak.
- 3) Pembeli menerima barang dari Penjual yang tidak sesuai dengan spesifikasi yang disepakati, misalnya salah ukuran, warna, dan sebagainya.
- 4) Pembeli menerima barang yang secara material berbeda dari deskripsi yang diberikan oleh penjual dalam daftar barang.
- 5) Adanya kesepakatan pribadi dengan Penjual.

¹⁰⁶ “[Pengembalian Barang/Dana] Bagaimana cara mengajukan pengembalian barang/dana?,” *Pusat Bantuan Shopee*, diakses 30 Oktober, <https://shorturl.at/jrxMO>.

Dalam hal ini, pelaku usaha wajib memberikan hak retur konsumen apabila konsumen mendapatkan ketidaksesuaian produk atau kecewa dengan produk yang diterima. Retur ini merupakan bentuk perlindungan konsumen dalam Islam yang merupakan penerapan dari *Khiyâr*. Pengembalian barang/dana pada Shopee akan diproses dalam 3-5 hari kerja (tidak termasuk Sabtu, Minggu, dan tanggal merah).

2. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Terdampak *Order By Design* Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Order by design merupakan strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk dapat menarik perhatian konsumen, dan dapat meningkatkan popularitas toko. Akan tetapi, dalam praktik ini terdapat ketidakjujuran dalam informasi atau keterangan yang diberikan. Jumlah produk dan ulasan menjadi hal penting bagi konsumen sebelum melakukan pembelian, sehingga pelaku usaha seharusnya melakukan penjualan sesuai dengan aturan yang ada.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, menjelaskan terkait pengertian konsumen. Konsumen merupakan setiap individu yang menggunakan barang atau jasa yang ada dalam masyarakat, baik untuk kepentingan *pribâdi*, keluarga, orang lain, atau bahkan makhluk hidup lainnya, tanpa maksud untuk diperdagangkan. Konsumen mempunyai hak-hak yang tercantum pada Pasal 4 Undang-

Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang sesuai dengan penelitian ini, sebagai berikut:¹⁰⁷

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

Dalam praktik *order by design* yang dilakukan oleh pelaku usaha ini dapat mengelabui konsumen, sehingga tidak didapatkannya hak konsumen pada ayat 3 yang seharusnya konsumen mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang yang dijual oleh pelaku usaha. Konsumen sebelum melakukan pembelian terhadap produk akan melihat ulasan serta penilaian produk, sehingga dalam hal ini konsumen melihat ulasan atau penilaian yang tidak sebenarnya dilakukan oleh pembeli lain.

-barang%2Fdana%3F?seo=1
Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Pelaku usaha dalam melakukan usahanya juga telah diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, sebagai berikut:¹⁰⁸

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dalam pasal 7 ini, dijelaskan terkait kewajiban yang harus dilakukan oleh setiap pelaku usaha. Akan tetapi pada praktik *order by design* yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan meminta bantuan orang lain dalam memberikan ulasan yang tidak sebenarnya ini tidak menjalankan kewajibannya terkait kewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang yang dijual.

Dalam kewajiban pelaku usaha yang pertama, terdapat itikad baik yang wajib dilakukan oleh setiap pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata menegaskan bahwa setiap

¹⁰⁸ Pasal 7 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

perjanjian harus dijalankan dengan itikad baik. Bentuk dari itikad baik ini merupakan prinsip kejujuran. Definisi itikad baik sesuai dengan Pasal 1338 ayat (3) KUHPdata adalah kewajiban untuk melaksanakan perjanjian dengan cara yang jujur, pantas, dan patut.¹⁰⁹ Poin utama dari itikad baik ini adalah pelaksanaan perjanjian, yang menjadi fokus setelah perjanjian tersebut sah secara hukum.

Secara teori, prinsip itikad baik dapat dibagi menjadi dua bagian, diantaranya sebagai berikut:¹¹⁰

- 1) Itikad baik subjektif, yang mengharuskan pihak-pihak untuk menunjukkan kejujuran sebelum perjanjian dilaksanakan. Biasanya terjadi selama tahap negosiasi, di mana pelaku usaha secara terbuka memberikan informasi yang sebenarnya dan memberikan bukti berupa dokumen, yang harus diperiksa dengan cermat oleh pihak lain.
- 2) Itikad baik objektif, yang menekankan pentingnya memastikan bahwa pelaksanaan perjanjian berjalan sesuai dengan prinsip kepatutan dan keadilan.

Selain itu, dalam Pasal 3 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) mengatur terkait prinsip yang harus diperhatikan dalam melakukan transaksi *online*, diantaranya sebagai berikut:¹¹¹

¹⁰⁹ Pasal 1338 Ayat 3 KUHPdata.

¹¹⁰ Dollar and Riza, "Penerapan Azas Itikad Baik Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Demi Mewujudkan Kepastian Hukum," 78.

¹¹¹ Pasal 3 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE).

- 1) itikad baik;
- 2) kehati-hatian;
- 3) transparansi;
- 4) keterpercayaan;
- 5) akuntabilitas;
- 6) keseimbangan; dan
- 7) adil dan sehat.

Dalam praktik *order by design*, pelaku usaha tidak menerapkan prinsip yang telah diatur dalam PMSE. Itikad baik yang sudah diatur pada PMSE dan KUHPerdata seharusnya menjadi dasar pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Akan tetapi, pada kenyataannya pelaku usaha tidak melakukan itikad baik yang dibuktikan dengan adanya manipulasi atau pemesanan rekayasa yang dibuat seolah-olah adanya banyak pembeli yang tertarik pada produk yang mereka jual, serta menambahkan penilaian dan ulasan yang berlebihan, sedangkan konsumen rekayasa tersebut tidak mengetahui bagaimana kualitas yang sebenarnya pada produk yang dijual oleh pelaku usaha.

Adapun dalam Bab IV Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dijelaskan terkait perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Sebagaimana larangan yang terdapat pada pasal 9 ayat 1 tentang larangan pelaku usaha dalam melakukan menawarkan usahanya seolah-olah:¹¹²

¹¹² Pasal 9 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

- a. barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
- b. barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
- c. barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu;
- d. barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
- e. barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
- f. barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
- g. barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
- h. barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
- i. secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
- j. menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
- k. menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

Dalam bab IV Undang-undang Perlindungan Konsumen dijelaskan terkait perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Pasal 9 ayat (1) huruf b melarang pelaku usaha menawarkan usahanya seolah-olah barang tersebut dalam keadaan baik. Dalam praktik *order by design*, pelaku usaha meminta bantuan kepada konsumen rekayasa untuk memberikan bintang 5 pada toko pelaku usaha seolah-olah produk tersebut baik padahal konsumen rekayasa tidak mengetahui terkait kualitas objek yang sebenarnya. Sehingga pada praktik ini tidak terpenuhinya pasal 9 ayat (1) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Pada *United Nations Guidelines for Consumer Protection*, terdapat beberapa prinsip-prinsip yang menggambarkan ciri-ciri pelaku usaha yang baik dalam melindungi konsumen. Prinsip-prinsip ini untuk mendorong

perilaku yang baik dan bertanggung jawab pelaku usaha dalam menjalankan bisnis mereka, sebagai berikut:¹¹³

- 1) Perlakuan yang adil dan setara (*fair and equitable treatment*).
- 2) Perilaku komersial (*commercial behaviour*).
- 3) Pengungkapan dan transparansi (*disclosure and transparency*).
- 4) Pendidikan dan peningkatan kesadaran (*education and awareness-raising*).
- 5) Perlindungan privasi (*protection of privacy*). Keluhan dan sengketa konsumen (*consumer complaints and disputes*).

Prinsip-prinsip yang dijelaskan pada *United Nations Guidelines for Consumer Protection* tidak dapat dipenuhi oleh pelaku usaha, karena dalam praktik *order by design* ditemukan adanya ketidakjujuran pelaku usaha yang memberikan peluang kerugian kepada konsumen. Selain itu, dalam perilaku komersial, pelaku usaha dalam praktik *order by design* melakukan taktik pemasaran yang tidak seharusnya dilakukan karena mengandung unsur penipuan. Pelaku usaha juga tidak menerapkan prinsip transparansi yang seharusnya didapatkan oleh konsumen untuk mendapatkan informasi dan keterangan yang sebenar-benarnya tanpa ada manipulasi.

Order by design yang dilakukan oleh pelaku usaha tidak menjalankan kewajiban, dan larangan yang harus dijalankan oleh pelaku

¹¹³ Tim Penyusun, *United Nations Guidelines for Consumer Protection* (New York: United Nations, 2016), 9-10.

usaha sesuai dengan undang-undang perlindungan konsumen. Dalam hal ini, Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen juga memberikan perlindungan hukum bagi konsumen yang merasa dirugikan atau tidak mendapatkan hak yang semestinya. Pasal 19 Undang-undang Perlindungan Konsumen menjelaskan terkait tanggung jawab yang harus diberikan oleh pelaku usaha kepada konsumen, sebagai berikut:¹¹⁴

- (1) *Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.*
- (2) *Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.*
- (3) *Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.*
- (4) *Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.*
- (5) *Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.*

Tanggung jawab harus diberikan oleh pelaku usaha kepada konsumen yang merasa dirugikan akibat dari praktik *order by design* yang telah dilakukan. Apabila terjadi ketidaksesuaian barang atau adanya kerugian lain yang dialami konsumen, maka pelaku usaha harus bertanggung jawab dan memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami

¹¹⁴ Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

oleh konsumen sesuai dengan ayat 1 pada pasal 19 Undang-undang Perlindungan Konsumen. Pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi berupa penggantian barang atau pengembalian dana dengan menerima sistem retur yang diajukan oleh konsumen pada *marketplace* Shopee.

Dalam praktik *order by design*, jika konsumen mendapatkan kerugian akibat ketidaksesuaian informasi yang sudah direkayasa oleh pelaku usaha, maka konsumen dapat meminta pertanggungjawaban ganti rugi dari pelaku usaha. Selain itu, konsumen dapat menuntut pelaku usaha seperti yang diatur pada Bab XIII Pasal 62 ayat (1) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999, sebagai berikut:

Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Dengan keberlakuan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, diharapkan pelaku usaha dapat menggunakannya sebagai pedoman hukum yang dapat memberikan panduan saat bertransaksi dengan konsumen.

BAB V

PENUTUPAN

A. Kesimpulan

1. Praktik *order by design* ini masuk ke dalam jenis jual beli yang dilarang, yaitu jual beli *najâsyî*. Konsumen yang terdampak dari praktik ini dapat menggunakan *khiyâr syarat*, *khiyâr 'aib*, dan *khiyâr ru'yah*, yang memungkinkan mereka untuk mendapatkan penggantian barang atau pengembalian dana. *Khiyâr syarat* dapat digunakan oleh konsumen dalam masa tenggang waktu yang diberikan oleh pihak *marketplace*. *Khiyâr aib* dapat dilakukan oleh konsumen ketika menerima barang yang cacat atau rusak kepada pelaku usaha dan *khiyâr ru'yah* dapat digunakan oleh konsumen ketika adanya ketidaksesuaian barang karena tidak melihat barang yang dipesan secara langsung ketika akad berlangsung.
2. Praktik *order by design* telah melanggar hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang jelas dan jujur. Apabila terjadi ketidaksesuaian barang atau adanya kerugian lain yang dialami konsumen, maka pelaku usaha harus bertanggung jawab dan memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami oleh konsumen. Shopee telah memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dengan menyediakan pilihan pengembalian barang/dana yang dapat diajukan oleh setiap konsumen yang mengalami kesalahan pesanan saat berbelanja produk secara *online* dengan batas waktu proses 3-5 hari kerja setelah pengajuan.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis maupun kesimpulan, maka penulis mengajukan beberapa saran, sebagai berikut:

1. Bagi pelaku usaha

Sebaiknya melakukan kegiatan jual beli *online* secara jujur dan bertanggung jawab dan sesuai dengan aturan atau hukum yang berlaku. Apabila ingin menarik perhatian banyak konsumen, hendaknya melakukan cara promosi yang baik dan benar sehingga tidak merugikan konsumen.

2. Bagi konsumen rekayasa

Sebaiknya tidak menerima tawaran untuk *order by design*, meskipun tujuannya baik untuk membantu pelaku usaha dalam mempromosikan produk yang dijual, akan tetapi cara yang digunakan telah melanggar Hukum Islam dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

3. Bagi konsumen *online*

Konsumen harus berhati-hati dan teliti dalam memilih sebelum membeli produk *online*, dan menanyakan ulang kepada pelaku usaha terhadap spesifikasi produk yang akan dibeli.

4. Bagi pemerintah

Pemerintah dapat menjalin kerja sama dengan *marketplace* untuk meningkatkan efektivitas dalam mengidentifikasi dan mengatasi pesanan palsu, serta mendorong penerapan regulasi ketat pada *marketplace* terkait verifikasi data pelanggan, asal sumber dana, dan alamat pengiriman. Selain

itu, pemerintah dapat melakukan kampanye edukasi kepada masyarakat untuk meningkatkan kesadaran terhadap risiko fake order dan cara melaporkannya.

DAFTAR PUSTAKA

PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang
Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE).

BUKU

Ali, Zainuddin. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika, 2016.

Barkatulah, Abdul Halim. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Banjarmasin: FH
Unlam Press, 2008.

Fajar, Mukti, dan Yulianto Achmad. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan
Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2022.

Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar
Grafika, 2011.

Nasution, Bahder Johan. *Metode Penelitian Hukum*. Bandung: CV. Mandar Maju,
2008.

Ningsih, Prilla Kurnia. *Fiqh Muamalah*. Depok: Rajawali Pers, 2021.

Sahrani, Sohari, dan Ruf'ah Abdullah, *Fikih Muamalah*. Bogor: Ghalia Indonesia,
2011.

Tim Penerjemah. *Alqur'an dan Terjemahan*. Bandung : Cordoba, 2019.

Tim Penyusun Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Syariah UIN Maulana Malik

Ibrahim Malang. *Pedoman Penulisan Skripsi Tahun 2022*. Malang: 2022.

Tim Penyusun. *United Nations Guidelines for Consumer Protection*. New York:

United Nations, 2016.

JURNAL

Aji, Ahmad Mukri. “Transaksi Tanpa Ijab Kabul Dalam Masyarakat Perspektif

Hukum Islam,” *Mizan: Journal of Islamic Law*, no. 1 (2018): 95,

<https://doi.org/10.32507/mizan.v2i1.215>.

Aynie, Rahmi Qurrota, Ratih Hurriyati, dan Puspo Dewi Dirgantari, “Strategi

pemasaran electronic word of mouth pada *e-commerce* dalam menghadapi era

digital 4.0 di indonesia,” *INOVASI* 17, no. 1 (February 25, 2021): 137

<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/inovasi/article/view/8483/1149>.

Azani, Muhammad ,Hasan Basri, dan Dewi Nurjannah Nasution. “Pelaksanaan

Transaksi Akad Jual Beli Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (Khes)

Kecamatan Tampan Pekanbaru,” *Jurnal Gagasan Hukum*, no. 01 (2021): 6,

<https://doi.org/10.31849/jgh.v3i01.7499>.

Azqia, Hidayatul. “Jual Beli Dalam Perspektif Islam,” *Al-Rasyad*, no. 1 (2022): 64

<http://jurnal.iaihnwpancor.ac.id/index.php/alrasyad/article/view/534>.

Bunga Andjani dan Abraham Ferry Rosando, “Tinjauan Yuridis Perlindungan

Hukum Terhadap Pelaku Usaha Dalam *E-commerce* Yang Dirugikan Akibat

Dugaan Order Fiktif,” *Bureaucracy Journal : Indonesia Journal of Law and*

Social-Political Governance 3, no. 1 (2023): 697–723,
<https://doi.org/10.53363/bureau.v3i1.211>.

Ertanti, Indriana, dan Mahfud Fahrazi. “Praktik Ijab-Kabul (Akad) dalam Transaksi Jual Beli oleh Masyarakat Banjar Ditinjau dari Perspektif Hukum Ekonomi Islam,” *DIVERSI : Jurnal Hukum*, no. 2 (2022): 169, <https://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/Diversi/article/view/2960>.

Farida, Alimatul. “Analisis Mekanisme Jual Beli Mata Uang (Al-Sharf) Menurut Fatwa DSN-MUI No. 28/MUI/III/2002,” *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, no. 2 (2021): 140, <https://doi.org/10.35891/ml.v12i2.2659>.

Fitri, Maltuf. “Prinsip Kesyariahan Dalam Pembiayaan Syariah,” *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, no. 1 (2015): 60
<https://journal.walisongo.ac.id/index.php/economica/article/view/786>.

Hasanah, Dafiqa, dkk. “Konsep Khiyâr Pada Jual Beli Pre Order *Online Shop* Dalam Perspektif Hukum Islam,” *Iqtishoduna*, no. 2 (2019): 251-252
<https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/iqtishoduna/article/view/426>

Hendiana, Runto, dan Ahmad Dasuki Aly, “Transaksi Jual Beli *Online* Perspektif Ekonomi Islam,” *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, no. 2 (2016): 48, <https://www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/al-mustashfa/article/view/440/387>.

Indana, Falentia Indana dan Sabinus Beni. “Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik Shanti Bhuana,” *Business, Economics and Entrepreneurship* 3, no. 2 (2021): 86,

<https://doi.org/10.46229/b.e.e..v3i2.316>.<https://journal.shantibhuana.ac.id/index.php/bee/article/view/316/158>.

Khulwah, Juhrotul. "Jual Beli Dropship Dalam Perspektif Hukum Islam," *Al-Mashlahah Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial* 7, no. 01 (2019): 106, <https://doi.org/10.30868/am.v7i01.548>.

Kurniawan, Danang. "Perspektif Hukum Islam Tentang Jual Beli Pakaian Bekas," *TAWAZUN: Journal of Sharia Economic Law* (2019): 90, <https://doi.org/10.21043/tawazun.v2i1.5640>.

Madjid, Misra. "Praktek Jual Beli *Gharar* Dan Pengaruhnya Terhadap Masyarakat Desa Kayumoyondi Kecamatan Kotabunan," *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah*, no. 1 (2016): 7, <https://doi.org/10.30984/as.v3i1.266>.

Maelani, Deby, dkk. "Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Jual Beli *Najâsyî* Pada Marketplace Lazada," *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, no. 2 (2020): 246 <https://doi.org/10.29313/syariah.v6i2.22057>.

Nilamsari, Natalina. "Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif," *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 13, no. 2 (2014): 178, <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/view/143/88>.

Nuraini, Putri. "Dampak Ekonomi Dari *Ihtikâr* Dan Siyasa Al-Ighraq Dalam Konsep Jual Beli," *Al-Hikmah: Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan*, no. 1 (2019): 38, [https://doi.org/10.25299/jaip.2019.vol16\(1\).2914](https://doi.org/10.25299/jaip.2019.vol16(1).2914).

Nurhalis. "Consumer Protection In The Perspective Of Islamic Law And Law Number 8 Of 1999," *Jurnal IUS Kajian Hukum Dan Keadilan* 3, no. 3 (December 20, 2015): 530, <https://doi.org/10.12345/ius.v3i9.267>.

Nurhayati, Yati, Ifrani Ifrani, dan M. Yasir Said. "Metodologi Normatif Dan Empiris Dalam Perspektif Ilmu Hukum," *Jurnal Penegakan Hukum Indonesia*, no. 1 (2021): 13 <https://www.ojs.bdproject.id/index.php/jphi/article/view/14>.

Ritonga, Raja, dkk. "Analisis *Fiqh* Islam Terhadap Transaksijual Beliyang Dilarang," *Izdihar*, no. 1 (2023): 35-37 <https://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/izdihar/article/view/3561>.

Rohman, Abdur. "Menyoal Filosofi 'An Taradin Pada Akad Jual Beli (Kajian Hukum Ekonomi Syariah Dalam Transaksi Jual Beli)," *Et-Tijarie: Jurnal Hukum Dan Bisnis Syariah*, no. 2 (2016): 44, <https://doi.org/10.21107/ete.v3i2.3911>.

Shobirin. "Jual Beli Dalam Pandangan Islam," *Bisnis : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 3, no. 2 (August 17, 2016): 242-44, <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i2.1494>.

Siti Komara dan Daimah Daimah, "Analisis Transaksi Jual Beli Pada *Marketplace* Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Syariah," *Syntax Idea* 1, no. 3 (July 27, 2019): 20, <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v1i3.28>.

- Siti Mujiatun, “[Mujiatun,” *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* 13, no. 2 (2013): 204, <https://doi.org/10.30596/jrab.v13i2.149>.
<https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/akuntan/article/view/149/94>.
- Subhan, Ah. “Hak Pilih (Khiyâr) Dalam Transaksi Jual Beli Di Media Sosial Menurut Perspektif Hukum Islam,” *Jurnal Studi Islam*, no.1 (2017): 65
<http://www.journal fai.unisla.ac.id/index.php/akademika/article/view/157/146>.
- Sugiarti, Dwi Ika, dan Rhoma Iskandar. “Pengaruh Consumer Review Terhadap Keputusan Pembeli Terhadap Toko *Online* Shopee,” *Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH)*, no. 9 (2021): 956
<https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v1i9.195>.
- Sumaa, Susilawati, Agus Supandi Soegoto, dan Reitty L. Samadi. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di *E-commerce* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado),” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, no. 4 (2021): 305
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/36229>.
- Susanti, Retna. “Politik Uang Dalam Pemilu Ditinjau Dari Perspektif Yuridis Sosiologis,” *Lex Renaissance*, no. 3 (2021): 580 <https://journal.uui.ac.id/Lex-Renaissance/article/view/19870>.
- Sya’bana, Yusron Ali, Asmuni, dan Tuti Anggraini, “Dampak Ikhtikar Dan Risywah Dalam Perekonomian,” *Jurnal Tabarru’: Islamic Banking and*

Finance, no. 1 (2023): 219,
<https://journal.uir.ac.id/index.php/tabarru/article/view/13287/5302>.

Syaifullah. “Etika Jual Beli Dalam Islam,” *Hunafa: Jurnal Studia Islamika*, no. 2 (2014): 373, <https://doi.org/10.24239/jsi.v11i2.361.371-387>.

Teti dan Syathir Sofyan. “Implementasi Khiyârdalam Jual Beli *Online* (Studi Kasus Ketidaksesuaian Objek Pada *Marketplace* Shopee),” *Bilancia, Jurnal Studi Ilmu Syariah dan Hukum*, no. 2 (2021): 185
<https://jurnal.iainpalu.ac.id/index.php/blc/article/view/821>.

Zaki, Muhammad. “Jual Beli Terlarang Dalam Perspektif Fikih Mu’amalah (Ba’i An-Najsy Dan Ba’i Al-Ghubn),” *Jurnal Istikhlaf*, no. 1 (2021): 22
<http://ejurnal.iaiyasnibungo.ac.id/index.php/istikhlaf/article/view/273>.

Zurohman, Achmad, dan Eka Rahayu. “Jual Beli *Online* Dalam Perspektif Islam,” *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, no. 1 (2019): 26
<https://ejournal.inzah.ac.id/index.php/iqtishodiyah/article/view/87>.

INTERNET

“[Pengembalian Barang/Dana] Bagaimana cara mengajukan pengembalian barang/dana?,” *Pusat Bantuan Shopee*, diakses 30 Oktober,
<https://shorturl.at/jrxMO>.

“Kejujuran Mengantarkan Kepada Surga. – Majelis Rasulullah SAW,” diakses 31 Oktober 2023, <https://www.majelisrَسُولullah.org/kejujuran-mengantarkan-kepada-surga/>.

- Ardiansya, Rifki Fadli. “Hukum Akad Jual Beli *Najâsyî* (Rekayasa Permintaan Pasar) Perspektif Imam Al-Rafi’i (555 H - 623 H) Dan Ibnu Qudâmah (541 H - 620 H)”. Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023. <https://repository.uinsaizu.ac.id/18058/>.
- Astuti, Aryani Wiji. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Valuta Asing Padatrading Binary Option”. Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2022. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/17475/>.
- Fahreza, Wisnu Arif. “Hadis Ekonomi 2,” 31 Mei 2013, diakses 13 September 2023, <https://wisnuarifblog.blogspot.com/2013/05/hadis-ekonomi-2.html>.
- Ikhsan. “25 *Marketplace Online* Terbesar di Indonesia,” *Sasana Digital*, 8 Juni 2023, diakses 18 Agustus 2023, <https://sasanadigital.com/pilih-marketplace-atau-toko-online-sendiri-pahami-dulu-perbedaannya/>.
- Iwarti, Semi. “Modus Penipuan Dalam Praktek Jual Beli *Online* Dan Cara Pencegahannya Perspektif Hukum Islam” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2021), <http://repository.iainbengkulu.ac.id/5911/>.
- Purnama, Yulian. “Peringatan Keras Bagi Pedagang,” *Muslim.or.id*, 27 April 2021, diakses 17 Agustus 2023, <https://muslim.or.id/8466-peringatan-keras-bagi-pada-pedagang.html>.
- Ramadhan, Fauzan. “Ingin Tahu Cara Belanja Di Shopee? Yuk, Ikuti Langkahnya!,” *Inspirasi Shopee* (blog), 2 September 2022, diakses 10 September 2023, <https://Shopee.co.id/inspirasi-Shopee/ingin-tahu-cara-belanja-di-Shopee-yuk-ikuti-langkahnya/>.

Sakti, Adi. “Orderan Fiktif Ojek *Online* Ditinjau Dari Prinsip Bisnis Islam (Studi Kasus *Driver Grab* 15 A Kota Metro)”. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/265/>.

Saputri, Devi Tiya. “Perlindungan Hukum Terhadap *Driver Grab bike* atas Orderan Fiktif menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam (Studi Kasus di Paguyuban Solidaritas *Grab* Tulungagung)” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2018), <http://repo.uinsatu.ac.id/10243/>.

Tim Editor. “Profil Perusahaan Shopee sebagai Aplikasi Belanja *Online* Asia,” *Kumparan*, 12 Mei 2022, diakses 30 September 2023, <https://kumparan.com/berita-terkini/profil-perusahaan-Shopee-sebagai-aplikasi-belanja-online-asia-1y5jwp8MoSo>.

Tim Editor. “Sejarah Shopee Dari Mulai Berdiri Serta Kekurangan dan Kelebihannya,” *ThidiWeb* (blog), 21 Agustus 2018, diakses 30 September 2023 <https://thidiweb.com/sejarah-Shopee/>.

Tim Humas. “Macam Jual Beli Berdasarkan Alat Tukar dan Barang”, *Universitas Islam An-Nur Lampung*, 28 Agustus 2021, diakses 17 Agustus 2023, <https://an-nur.ac.id/macam-jual-beli-berdasarkan-alat-tukar-dan-barang/>.

Tim Editor. “Sejarah Shopee Di Indonesia: *Marketplace* Sukses Di Tanah Air,” *Ginee*, 18 Oktober 2021, diakses 30 September 2023, <https://ginee.com/id/insights/sejarah-Shopee-indonesia/>.

LAMPIRAN

Lampiran 1-Surat Permohonan Izin Penelitian

Surat Permohonan Izin Penelitian Uyytiens



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARIAH
Jl. Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 559399 Faksimile (0341)559399
Website: <http://syariah.uin-malang.ac.id> E-mail: syariah@uin-malang.ac.id

Nomor : B- 6655 /F.Sy.1/TL.01/09/2023
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Malang, 20 September 2023

Kepada Yth.
Kepala Uyytiens
RT.002/RW.001, Menganti, Glagah, Kabupaten Lamongan

Assalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir/skripsi mahasiswa kami:

Nama : Udaimatun Nur Midza
NIM : 200202110082
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

mohon diperkenankan untuk mengadakan penelitian dengan judul :

ORDER BY DESIGN OLEH PELAKU USAHA DAN DAMPAKNYA BAGI KONSUMEN PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (STUDI KASUS MARKETPLACE SHOPEE), pada instansi yang Bapak/Ibu Pimpin.

Demikian, atas perhatian dan perkenan Bapak/Ibu disampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh

Scan Untuk Verifikasi



n. Dekan
Bakil Dekan Bidang Akademik,

Anenul Mahmudi

Tembusan :

1. Dekan
2. Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah
3. Kabag. Tata Usaha

Surat Permohonan Izin Penelitian Hallothrif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARIAH
Jl. Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 559399 Faksimile (0341) 559399
Website: <http://syariah.uin-malang.ac.id> E-mail: syariah@uin-malang.ac.id

Nomor : B- 6654 /F.Sy.1/TL.01/09/2023
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Malang, 20 September 2023

Kepada Yth.
Kepala Hallothrif
Jl. Sunan Kalijaga Dalam No. 8, Dinoyo, Lowokwaru, Kota Malang.

Assalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir/skripsi mahasiswa kami:

Nama : Udaimatun Nur Midza
NIM : 200202110082
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

mohon diperkenankan untuk mengadakan penelitian dengan judul :
**ORDER BY DESIGN OLEH PELAKU USAHA DAN DAMPAKNYA BAGI
KONSUMEN PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG
NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (STUDI
KASUS MARKETPLACE SHOPEE), pada instansi yang Bapak/Ibu Pimpin.**

Demikian, atas perhatian dan perkenan Bapak/Ibu disampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh

Scan Untuk Verifikasi



n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Zhenul Mahmudi

Tembusan :

1. Dekan
2. Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah
3. Kabag. Tata Usaha

Surat Permohonan Izin Penelitian Hanssababyshop



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARIAH
Jl. Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 559399 Faksimile (0341) 559399
Website: <http://syariah.uin-malang.ac.id> E-mail: syariah@uin-malang.ac.id

Nomor : B- 6656 /F.Sy.1/TL.01/09/2023
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Malang, 20 September 2023

Kepada Yth.
Kepala Hanssababyshop
Perum. Alana Regency Blok F3/2, Tambak Cemandi, Sedati, Sidoarjo

Assalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir/skripsi mahasiswa kami:

Nama : Udaimatun Nur Midza
NIM : 200202110082
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

mohon diperkenankan untuk mengadakan penelitian dengan judul :

ORDER BY DESIGN OLEH PELAKU USAHA DAN DAMPAKNYA BAGI KONSUMEN PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (STUDI KASUS MARKETPLACE SHOPEE), pada instansi yang Bapak/Ibu Pimpin.

Demikian, atas perhatian dan perkenan Bapak/Ibu disampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh

Scan Untuk Verifikasi



an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik.

Anenul Mahmudi

Tembusan :

1. Dekan
2. Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah
3. Kabag. Tata Usaha

Surat Permohonan Izin Penelitian Bangkitsecond



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARIAH
Jl. Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 559399 Faksimile (0341) 559399
Website: <http://syariah.uin-malang.ac.id> E-mail: syariah@uin-malang.ac.id

Nomor : B- 6657 /F.Sy.1/TL.01/09/2023
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Malang, 20 September 2023

Kepada Yth.
Kepala Bangkitsecond
Perumahan Istana Candi Mas Regency Blok G No.1, Candi, Sidoarjo

Assalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir/skripsi mahasiswa kami:

Nama : Udaimatun Nur Midza
NIM : 200202110082
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

mohon diperkenankan untuk mengadakan penelitian dengan judul :
**ORDER BY DESIGN OLEH PELAKU USAHA DAN DAMPAKNYA BAGI
KONSUMEN PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG NOMOR
8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (STUDI KASUS
MARKETPLACE SHOPEE)**, pada instansi yang Bapak/Ibu Pimpin.

Demikian, atas perhatian dan perkenan Bapak/Ibu disampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh

Scan Untuk Verifikasi



Tembusan :

1. Dekan
2. Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah
3. Kabag. Tata Usaha

Surat Permohonan Izin Penelitian Hst_official



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARIAH
Jl. Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 559399 Faksimile (0341) 559399
Website: <http://syariah.uin-malang.ac.id> E-mail: syariah@uin-malang.ac.id

Nomor : B- 6658 /F.Sy.1/TL.01/09/2023
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Malang, 20 September 2023

Kepada Yth.
Kepala Hst_official
Gang Lebar Nomor 30, Jemur Wonosari, Wonocolo, Surabaya

Assalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir/skripsi mahasiswa kami:

Nama : Udaimatun Nur Midza
NIM : 200202110082
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

mohon diperkenankan untuk mengadakan penelitian dengan judul :

ORDER BY DESIGN OLEH PELAKU USAHA DAN DAMPAKNYA BAGI KONSUMEN PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (STUDI KASUS MARKETPLACE SHOPEE), pada instansi yang Bapak/Ibu Pimpin.

Demikian, atas perhatian dan perkenan Bapak/Ibu disampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh

Scan Untuk Verifikasi



Tembusan :

1. Dekan
2. Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah
3. Kabag. Tata Usaha

Lampiran 2-Surat Balasan Perizinan

Surat Balasan Uyytiens

SURAT BALASAN

Kepada Yth:

Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah UIN Malang

Di Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini, atas nama pelaku usaha Toko "Uyytiens" menerangkan bahwa :

Nama : Udaimatun Nur Midza

NIM : 200202110082

Fakultas : Syariah

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Telah kami setuju untuk melaksanakan penelitian pada Toko kami sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul "***Order By Design Oleh Pelaku Usaha Dan Dampaknya Bagi Konsumen Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Marketplace Shopee)***"

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerja samanya kami mengucapkan terima kasih.

Malang, 21 September 2023

Pelaku usaha Toko "Uyytiens"



Uyun

Surat Balasan Hallothrif

SURAT BALASAN

Kepada Yth:

Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah UIN Malang

Di Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini, atas nama pelaku usaha Toko "Hallothrif" menerangkan bahwa :

Nama : Udaimatun Nur Midza

NIM : 200202110082

Fakultas : Syariah

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Telah kami setuju untuk melaksanakan penelitian pada Toko kami sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul "***Order By Design Oleh Pelaku Usaha Dan Dampaknya Bagi Konsumen Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Marketplace Shopee)***"

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerja samanya kami mengucapkan terima kasih.

Malang, 21 September 2023

Pelaku usaha Toko "Hallothrif"



Lailamuza

Surat Balasan Hanssababyshop

SURAT BALASAN

Kepada Yth:

Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah UIN Malang

Di Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini, atas nama pelaku usaha Toko “Hanssababyshop” menerangkan bahwa :

Nama : Udaimatun Nur Midza
NIM : 200202110082
Fakultas : Syariah
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Telah kami setuju untuk melaksanakan penelitian pada Toko kami sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul **“Order By Design Oleh Pelaku Usaha Dan Dampaknya Bagi Konsumen Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Marketplace Shopee)”**

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerja samanya kami mengucapkan terima kasih.

Malang, 21 September 2023

Pelaku usaha Toko “Hanssababyshop”



Ira

Surat Balasan Bangkitsecond

SURAT BALASAN

Kepada Yth:

Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah UIN Malang

Di Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini, atas nama pelaku usaha Toko “Bangkitsecond” menerangkan bahwa :

Nama : Udaimatun Nur Midza

NIM : 200202110082

Fakultas : Syariah

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Telah kami setuju untuk melaksanakan penelitian pada Toko kami sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul “**Order By Design Oleh Pelaku Usaha Dan Dampaknya Bagi Konsumen Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Marketplace Shopee)**”

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerja samanya kami mengucapkan terima kasih.

Malang, 21 September 2023

Pelaku usaha Toko “Bangkitsecond”



Fawas

Surat Balasan Hst_official

SURAT BALASAN

Kepada Yth:

Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah UIN Malang

Di Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini, atas nama pelaku usaha Toko "Hst_official" menerangkan bahwa :

Nama : Udaimatun Nur Midza

NIM : 200202110082

Fakultas : Syariah

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Telah kami setuju untuk melaksanakan penelitian pada Toko kami sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul "***Order By Design Oleh Pelaku Usaha Dan Dampaknya Bagi Konsumen Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Marketplace Shopee)***"

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerja samanya kami mengucapkan terima kasih.

Malang, 21 September 2023

Pelaku usaha Toko "Hst_official"



Hesti

Lampiran 3-Surat Keterangan telah Wawancara

Surat Keterangan Wawancara Uyytiens

Pelaku usaha

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Uyyti

Alamat : Desa Menganti, Kecamatan Grogoh, Kabupaten Lamongan

Selaku... Pelaku usaha Uyytiens

Menyatakan telah diwawancarai dan memberikan keterangan kepada :

Nama : Udaimatun Nur Midza

NIM : 200202110082

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : *Order By Design* Oleh Pelaku Usaha Dan Dampaknya Bagi Konsumen Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Lamongan 07 Oktober 2023

Narasumber


(.....)

Konsumen rekayasa

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anv

Alamat : Desa Menganti, Kecamatan Grogoh, Kabupaten Lamongan

Selaku... Konsumen Rekayasa Uyytiens

Menyatakan telah diwawancarai dan memberikan keterangan kepada :

Nama : Udaimatun Nur Midza

NIM : 200202110082

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : *Order By Design* Oleh Pelaku Usaha Dan Dampaknya Bagi Konsumen Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Lamongan 07 Oktober 2023

Narasumber


(.....)

Surat Keterangan Wawancara Hallothrif

Pelaku usaha

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lailanmuza
Alamat : Jl. Suran Kajaya Dalam No. 8, Dinoyo, Lawakwur, Malang
Selaku Pelaku usaha Hallothrif

Menyatakan telah diwawancarai dan memberikan keterangan kepada :

Nama : Udaimatun Nur Midza
NIM : 200202110082
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : *Order By Design* Oleh Pelaku Usaha Dan Dampaknya Bagi Konsumen Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 23 September 2023

Narasumber


(.....)

Konsumen rekayasa

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aisyah
Alamat : Jl. Suran Kajaya Dalam No. 8, Dinoyo, Lawakwur, Malang
Selaku Konsumen Rekayasa Hallothrif

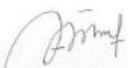
Menyatakan telah diwawancarai dan memberikan keterangan kepada :

Nama : Udaimatun Nur Midza
NIM : 200202110082
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : *Order By Design* Oleh Pelaku Usaha Dan Dampaknya Bagi Konsumen Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 23 September 2023

Narasumber


(.....)

Surat Keterangan Wawancara Hanssababyshop

Pelaku usaha

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ira

Alamat : Perum Alana Regency Blok F3/2 , Tambak Cemandi, Sedati, Sidoarjo

Selaku pelaku usaha toko Hanssababyshop

Menyatakan telah diwawancarai dan memberikan keterangan kepada :

Nama : Udaimatun Nur Midza

NIM : 200202110082

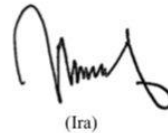
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : *Order By Design* Oleh Pelaku Usaha Dan Dampaknya Bagi Konsumen Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sidoarjo, 15 Oktober 2023

Narasumber



(Ira)

Konsumen rekayasa

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Putri

Alamat : Perum Alana Regency Blok F3/2 , Tambak Cemandi, Sedati, Sidoarjo

Selaku konsumen rekayasa atau tim kerja toko Hanssababyshop

Menyatakan telah diwawancarai dan memberikan keterangan kepada :

Nama : Udaimatun Nur Midza

NIM : 200202110082

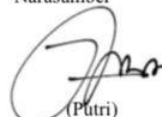
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : *Order By Design* Oleh Pelaku Usaha Dan Dampaknya Bagi Konsumen Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sidoarjo, 15 Oktober 2023

Narasumber



(Putri)

Surat Keterangan Wawancara Bangkitsecond

Pelaku usaha

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fawas

Alamat : Perumahan Istana Candi Mas Regency Blok G 2 No. 1, Candi, Sidoarjo

Selaku pelaku usaha toko Bangkitsecond

Menyatakan telah diwawancarai dan memberikan keterangan kepada :

Nama : Udaimatun Nur Midza

NIM : 200202110082

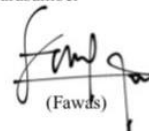
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : *Order By Design* Oleh Pelaku Usaha Dan Dampaknya Bagi Konsumen Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sidoarjo, 15 Oktober 2023

Narasumber



(Fawas)

Konsumen rekayasa

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Auliya

Alamat : Perumahan Istana Candi Mas Regency Blok G 2 No. 1, Candi, Sidoarjo

Selaku konsumen rekayasa atau tim kerja toko Bangkitsecond

Menyatakan telah diwawancarai dan memberikan keterangan kepada :

Nama : Udaimatun Nur Midza

NIM : 200202110082

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : *Order By Design* Oleh Pelaku Usaha Dan Dampaknya Bagi Konsumen Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sidoarjo, 15 Oktober 2023

Narasumber



(Auliya)

Surat Keterangan Wawancara Hst_official

Pelaku usaha

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : HESTI

Alamat : Gang Lebar No. 30, Jemur Wonosari, Wonocolo, Surabaya

Selaku... Pelaku Usaha Hst_official

Menyatakan telah diwawancarai dan memberikan keterangan kepada :

Nama : Udaimatun Nur Midza

NIM : 200202110082

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : *Order By Design* Oleh Pelaku Usaha Dan Dampaknya Bagi Konsumen Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya 08 Oktober 2023

Narasumber



(..... HESTI))

Konsumen rekayasa

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : LABIBA

Alamat : Gang Lebar No. 30 Jemur Wonosari, Wonocolo, Surabaya

Selaku... Konsumen rekayasa Hst-official

Menyatakan telah diwawancarai dan memberikan keterangan kepada :

Nama : Udaimatun Nur Midza

NIM : 200202110082

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : *Order By Design* Oleh Pelaku Usaha Dan Dampaknya Bagi Konsumen Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya 08 Oktober 2023

Narasumber



(..... LABIBA))

Lampiran 4-Daftar Pertanyaan Wawancara

Pelaku Usaha

1. Bagaimana awal toko didirikan?
2. Apa saja produk yang dijual di toko?
3. Apakah ada hambatan ketika berjualan di *marketplace*?
4. Bagaimana cara meningkatkan penjualan toko pada *marketplace*?
5. Bagaimana dengan penilaian produk pada toko anda di *marketplace*?
6. Apakah pernah mendapatkan complain dari konsumen selama berjualan di *Marketplace*?
7. Apa yang anda lakukan ketika mendapatkan complain dari para konsumen?

Konsumen Rekayasa

1. Apa alasan anda membantu pelaku usaha untuk melakukan rekayasa permintaan?
2. Apakah ada dampak yang anda dapatkan setelah melakukan praktik tersebut?
3. Apakah anda benar-benar mengetahui terkait kualitas produk yang dijual oleh pelaku usaha?

Lampiran 5-Bukti Wawancara dengan Narasumber



*Figure 1 : Pelaku usaha Uyytiens
Tanggal 07 Oktober 2023 di Ds. Menganti, Kec. Glagah, Kab. Lamongan*



Figure 2 : Konsumen rekayasa Uyytiens



*Figure 3 : Pelaku usaha Hallothrif
Tanggal 23 September 2023 di Jl. Sunan Kalijaga Dalam, Dinoyo, Lowokwaru, Malang*



Figure 4 : Konsumen rekayasa Hallothrif



Figure 5 : Pelaku usaha Hanssababyshop





*Figure 7 : Pelaku usaha Bangkitsecond
Tanggal 15 Oktober 2023 via Online (Video Call WhatsApp)*



Figure 8 : Konsumen rekayasa Bangkitsecond



*Figure 8 : Pelaku usaha Hst_official
Tanggal 08 Oktober 2023 di Gang Lebar No.30, Jemur Wonosari, Wonocolo, Surabaya*



Figure 9 : Konsumen rekayasa Hst_official

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : **Udaimatun Nur Midza**
Tempat/Tanggal Lahir : **Gresik/08 Januari 2002**
Alamat : **Jl. Abdurrahman Wahid, RT.008/RW.002**
Bulangan, Dukun, Gresik
Email : **udaimamidza121175@gmail.com**
Nomor Handphone : **085730870772**

Riwayat Pendidikan

No.	Jenjang Pendidikan	Nama Instansi	Tahun
1	SD/MI	MI Miftahul Ulum	2008-2014
2	SMP/MTS	MTS Al-Karimi 2 Gresik	2014-2017
3	SMA/MA	MAN 1 Lamongan	2017-2020
4	S1	Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang	2020-sekarang