

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan internet yang semakin pesat menjadikan kemudahan dalam melakukan transaksi jual beli dan *e-commerce* menjadi salah satu metode dalam transaksi jual beli. Hal tersebut menjadi sebuah peluang bagi pelaku usaha untuk memperjual belikan barang dan atau jasa dengan meluas secara online. Konsumen juga mempunyai akses luas terhadap berbagai pilihan produk yang dijual didalam *e-commerce*. Jual beli yang dilakukan *melalui e-commerce* atau secara online memberikan kemudahan bagi penjual dan pembeli dalam melakukan penawaran, penjualan, hingga transaksi tanpa harus ke tempat penjual. Sebab itu, seiring perkembangannya teknologi yang memudahkan segala transaksi jual beli kian menarik perhatian.¹

Berbagai situs, website, dan platform seperti *shopee*, *tiktok shop*, *tokopedia* dan *bukalapak* menawarkan barang yang beragam, salah satunya yaitu pakaian bekas. Pakaian bekas dapat diperoleh dari baju sisa atau bekas impor yang biasa dikenal dengan sebutan *thrifting*. Kata *thrifting* dapat diartikan sebagai kegiatan membeli barang bekas dalam rangka penghematan uang dengan efisien.² Pakaian *thrift* yang berasal dari impor luar negeri masuk ke dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia bertumpuk menjadi satu yang dibungkus dalam bentuk karungan atau biasa dikenal dengan *ball*, sehingga memiliki potensi berbahaya bagi kesehatan penggunaannya dan beredar secara bebas tanpa pengecekan terlebih dahulu. Sistem *ball* tersebut bersifat untung-untungan, yang menyebabkan kualitas pakaian dalam *ball* tersebut tidak dapat diketahui. Keadaan tersebut juga dapat berimbas merugikan konsumen pengguna pakaian *thrift*.

¹ Gisa Inggit Maulida, “Perlindungan Konsumen Terhadap Kerugian Estimasi Waktu Pengiriman Barang Dalam Transaksi Jual Beli E-Commerce,” *Jurnal Kajian Kontemporer Hukum Dan Masyarakat*, 2023, 5.

² Nika Nencyana Fadila, Raudhotul Alifah, and Andhita Risko Faristiana, “Fenomena Thrifting Yang Populer Dikalangan Mahasiswa,” *Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan* 1, no. 3 (2023): 279.

Pakaian *thrift* yang dijual juga cenderung memiliki berbagai model hingga motif yang unik dan tidak pasaran. Perbedaan harga pakaian *thrift* dengan pakaian baru telah menarik simpati pembeli. Para pembeli dari berbagai generasi akan lebih memilih membeli pakaian *thrift* karena dinilai lebih murah dan juga terkadang terdapat brand terkenal yang melekat pada pakaiannya. Peminat dari pakaian *bekas* paling banyak didominasi oleh kalangan Gen Z khususnya kaum perempuan. Gen Z merupakan istilah yang diberikan pada golongan muda yang lahir pada rentan waktu 2000 hingga 2012.³ Kalangan tersebut tak peduli dimana asal pakaian bekas, mereka lebih mementingkan sebuah brand dan model yang dinilai sebagai trend fashion.

Transaksi jual beli di *e-commerce* sering kali dijumpai kasus pembeli yang merasa tertipu karena produk yang diterima tidak sesuai dengan gambar.⁴ Karena kekurangan yang dirasakan dalam berbelanja online adalah pembeli tidak bisa memegang barang secara langsung. Pembeli hanya bisa melihat pakaian bekas yang dijual secara virtual melalui foto, video dan *live streaming* yang dilakukan oleh pelaku usaha. Kondisi yang sedemikian memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan kecurangan hingga penipuan dengan menyembunyi kecacatan dan kerusakan barang dan atau jasa yang dijual.

Secara rasio pakaian *bekas* tidak terlepas dari sifat cacat, karena pakaian tersebut bertumpuk dalam satu karung atau *ball*. Sehingga fenomena konsumen mengalami kerugian atas pembelian pakaian *thrift* akan selalu terjadi. Risiko kerugian yang dapat dialami oleh konsumen diantaranya yaitu barang yang diterima tidak sesuai dengan gambar atau deskripsi yang tertera, barang yang diterima dalam kondisi rusak atau cacat, dan barang yang diterima tidak sesuai dengan ukuran. Berbagai kerugian tersebut menimbulkan ketidakpuasan bahkan kerugian materi bagi konsumen.

³ Rica Agatha et al., “Konstruksi Pemasaran Thrifting Menggunakan Media Sosial,” *Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Ilmu Pendidikan* 2, no. 4 (2023): 201.

⁴ Abdul Halim Nasution, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce (Analisis Klausula Baku Pada Kasus Produk Cacat),” *Jurnal Syariah Dan Hukum Bisnis* 2, no. September (2023): 160.

Seiring berjalannya waktu saat ini para pedagang dan konsumen pakaian *bekas* cenderung mengesampingkan unsur syar'i dalam ajaran agama islam. Dikatakan menyampingkan dikarenakan banyak ketidakjelasan (*gharar*) pada objek barang.⁵ Praktik jual beli ini adalah perwujudan dari Fiqih Muamalah yang dibenarkan. Fiqih muamalah adalah hal pokok penting yang tujuan mengatur kehidupan manusia. Segala praktik jual beli boleh dilakukan dengan ketentuan telah memenuhi rukun dan syarat jual beli. Allah SWT telah melarang perbuatan jual beli yang dapat membahayakan dan merugikan umatnya. Praktik fiqih muamalah dalam jual beli melahirkan hukum yakni sah, fasadh atau batal. Sebagaimana dalam hadits menyebutkan bahwa :

عن عقبه بن عامر قل سمعت رسول الله يقول المسلم أخو المسلم لا يجل لمسلم باع من أخيه بيعا فيه عيب إلا بينه له

Artinya : “Seorang muslim bersaudara dengan muslim lainnya. Tidak halal bagi seorang muslim untuk mnejual sesuatu dengan yang bercacat kepada saudaranya, kecuali setelah menerangkannya.”⁶ (HR. Bukhari, Tirmidhi, Muwatto & Nasa’i)

Makna dari hadits diatas menjelaskan sebagai seorang penjual selalu menanamkan sifat kejujuran, keadilan, dan tidak menimbulkan kerugian bagi pihak pembeli.⁷

Segala prinsip bermuamalah berlaku dalam praktik jual beli. Fiqih muamalah dalam pengaturan perlindungan konsumen memberikan panduan etika dalam transaksi jual beli. Prinsip-prinsip ini di terapkan agar melindungi hak bagi konsumen dan terhindar dari unsur mudharat bagi para pihak yang terlibat dalam praktik jual beli pakaian *thrift*. Ajaran fiqh

⁵ Muhammad Naufal Abyan, “HUKUM ISLAM TERHADAP PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN NOMOR 40 TAHUN 2022 TERHADAP JUAL BELI THRIFTING (Studi Pada Jual Beli Baju Bekas Di Purwokerto),” 2023, 03.

⁶ Fauzia I.Y, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2013).

⁷ Rahmat Ali. Hardiyanti Ridwan, Achmad Abubakar, Muhammad Sadiq Sabri, Muh. Arafah, “Konsep Jual Beli Online Dalam Al-Qur’an.,” *Adz Dzahab Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* Volume 8, no. 1 (2023): 24.

muamalah bertujuan untuk menahan manusia dari menghalalkan segala cara dalam mencari rezeki.

Praktik jual beli selalu akan selalu berkaitan dengan perlindungan konsumen. Perlindungan ini sebagai akibat lemahnya posisi konsumen di banding pelaku usaha.⁸ Tujuan dari perlindungan konsumen adalah terciptanya hubungan adil dan percaya antara konsumen dengan penjual, sehingga terciptanya kepercayaan konsumen terhadap bisnis yang etis. Undang Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen atau lebih sering dikenal dengan UUPK. Undang-Undang tersebut menjadi suatu dasar dan tolak ukur untuk melakukan bisnis yang etis dengan memperhatikan hak hak yang dimiliki oleh konsumen.

Bertambah dan meningkatnya peminat dari pakaian *thrift* membuat diadakannya kegiatan Kudus *Thrift* Market. Kegiatan tersebut dilaksanakan di Daerah Kota Kudus, salah satunya di Moeria Kudus, dan Kudus Citywalk Mall. Pada kegiatan tersebut para pelaku usaha pakaian *thrift* berkumpul dengan mendirikan stand usaha masing masing. Pelaku usaha pakaian *thrift* yang mengikuti kegiatan Kudus *Thrift* Market tidak hanya berasal dari Kota Kudus. Daerah sekitar Kudus seperti Jepara, Pati, dan Purwadadi juga pernah ikut serta dalam kegiatan tersebut.

Salah satu toko di kudu yang menjual pakaian *thrift* adalah Toko Mazana. Toko tersebut berdiri pada akhir tahun 2021, didirikan oleh MZN seorang mahasiswa semester 8. Kata Mazana berasal dari singkatan nama panjangnya. Toko Mazana beralamat di daerah Bulung Kulon Rt 03/Rw 03 Kecamatan Jekulo Kabupaten kudu.

Kegiatan penjualan pakaian *thrift* pada Mazana dilakukan secara online melalui social media Instagram dan Tiktok. Mazana melakukan penjualan hingga pemesanan barang melalui Instagram dengan akun @mazana_id. Pada akun tersebut Maula akan memposting berbagai model dari pakaian *bekas* yang di jual. Jenis pakaian yang di jual oleh mazana adalah atasan wanita seperti *knitwear*, *crewneck*, blouse dan lain sebagainya. Sedangkan pada sosial media Tik Tok dengan

⁸ Hulman Panjaitan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jala Permata Aksara (Jakarta, 2021).

akun @mazana.id berfokus pada berbagai konten yang menarik perhatian konsumen. Konten yang dibuat oleh Mazana telah menarik perhatian para konsumen pakaian *thrift*. Sehingga penjualan pemasaran dan transaksi dapat bertahan dan berkembang hingga saat ini. Akan tetapi, tidak semua barang yang dijual dalam kondisi yang sempurna.

Berdasarkan penelitian terdahulu, menurut Dewa Ngakan dan I Nyoman Bagastra pada tahun 2021, peredaran pakaian *thrift* dalam negeri belum memiliki pengaturan secara khusus mengenai praktik jual beli pakaian *thrift*, sehingga hal tersebut tidak termasuk kedalam suatu pelanggaran, sebab pemerintah melalui Menteri Perdagangan hanya melarang impor pakaian *thrift* ke Indonesia.⁹ Menurut Mayanti, Weny, dan Sri Nanang pada tahun 2023 pakaian *thrift* yang telah beredar di pasaran memerlukan perlindungan hukum bagi konsumen, pengawasan yang ketat dan regulasi yang jelas. Dengan adanya perlindungan yang efektif, konsumen yang melakukan transaksi akan lebih aman dan nyaman.¹⁰ Sedangkan menurut Chika, Eduardus, dan I Gusti Agun pada tahun 2022, perlindungan hukum bagi konsumen secara *preventif* dan *represif* sangat dibutuhkan. Perlindungan hukum secara *preventif* dilakukan oleh pelaku usaha dengan menyampaikan kondisi pakaian secara jelas, dan jujur sehingga tidak timbul sengketa di kemudian hari. Sedangkan perlindungan hukum secara *represif* bertujuan untuk menyelesaikan sengketa yang terjadi dengan memberikan sanksi kepada pelaku usaha yang merugikan dan melanggar hak hak konsumen.¹¹

Berbagai macam permasalahan yang dialami oleh konsumen menjadi sebuah perhatian khusus bagi pelaku usaha terhadap barang yang di jual. Penjual mempunyai kewajiban dalam memberikan informasi barang sedetail mungkin kepada

⁹ I Nyoman Bagastra Dewa Ngakan Angga Wira Santika, "Legalitas Thrift Shop Dan Preloved Di Indonesia," *Jurnal Kertha Desa* 9 (2021): 6.

¹⁰ Mayanti H. Abdullah, Weny Almoravid Dunga, and Sri Nanang Meiske Kamba, "Peredaran Pakaian Bekas Ditinjau Dari UU Perlindungan Konsumen," *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora Dan Seni (JISHS)* 1, no. 2 (2023): 295.

¹¹ Chika Nur Narulita, Eduardus Bayo Sili, and I Gusti Agung Wisudawan, "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM JUAL BELI BARANG PAKAIAN SECOND TRIFT BRAND PARADISE SUPPLY," *Commerce Law* 2, no. 1 (2022): 177.

pembeli. Kewajiban tersebut sebagai salah satu implementasi pemenuhan hak hak bagi konsumen. Pemberian informasi yang jelas akan menciptakan sebuah bisnis yang etis, serta dapat membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli. Sehingga tidak terjadi berbagai macam bentuk kerugian yang akan dialami oleh konsumen.

Berdasarkan fenomena dan masalah yang terjadi pada jual beli *thrift* bekas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai implementasi perlindungan konsumen dengan memperhatikan fiqh muamalah. Implementasi ini sebagai bentuk tanggung jawab oleh pelaku usaha pada barang yang di jual. Sebab itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI THRIFTING DI E-COMMERCE PERSPEKTIF FIQIH MUAMALAH (Studi di Mazana_Id Kec. Jekulo Kab. Kudus)”**

B. Fokus Penelitian

Agar pembahasan dalam penelitian ini terarah peneliti akan membahas mengenai masalah bentuk kerugian yang dialami oleh konsumen. Oleh sebab itu, peneliti akan berfokus pada perlindungan konsumen dari pembelian pakaian bekas perspektif fiqh muamalah. Dalam hal ini, peneliti mengambil objek penelitian di Mazana_Id yang menjual pakaian bekas secara *e-commerce*.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang penulis kemukakan terdapat beberapa rumusan masalah antara lain, yaitu:

1. Bagaimana wujud kerugian konsumen dalam jual beli *thrifting* di *e-commerce* mazana?
2. Bagaimana bentuk perlindungan konsumen dalam kerugian konsumen terhadap jual beli *thrifting* perspektif fiqh muamalah di mazana ?

D. Tujuan Penelitian

Adapun fokus penelitian yang telah penulis kemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk memahami dan menjelaskan berbagai wujud kerugian konsumen dari pakaian *thrift* di *e-commerce* mazana.
2. Untuk memahami dan mengamati bentuk perlindungan hukum dalam kerugian konsumen terhadap jual beli *thrifting* perspektif fiqih muamalah di mazana.

E. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian yang telah dilakukan, penulis berharap dapat memberikan manfaat bagi pembacanya dalam segi teoritis dan praktis.

1. Secara teoritis, peneliti berharap bahwa dari penelitian ini dapat dapat memberikan pengetahuan mengenai hukum perlindungan konsumen dan dapat dijadikan sebagai referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.
2. Secara praktis, peneliti berharap agar para konsumen lebih selektif dalam membeli pakaian dan bagi penjual agar lebih memperhatikan hak hak konsumen.

F. Sistematika Penelitian

Sistematika dalam penulisan ini digunakan untuk mempermudah dalam penyajian informasi dengan format yang teratur, sehingga para pembaca akan lebih mudah dan efektif dalam memahami informasi yang telah disajikan. Maka dari itu, sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagian Awal
Bagian awal penelitian mencakup Halaman Judul, Pengesahan Majelis Penguji Ujian Munaqosyah, Pernyataan Keaslian Skripsi, Abstrak, Motto, Persembahan, Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar Tabel Dan Daftar Gambar Atau Grafik.
2. Bagian Isi
Bagian isi ini menjadi bagian utama dalam sistematika penulisan penelitian. Pada bagian ini terdiri dari beberapa bab yang membahas mulai latar belakang masalah penelitian hingga kesimpulan dari penelitian ini.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memiliki 6 sub bab dengan pembahasan di antaranya yaitu, Latar

Belakang Masalah, Fokus Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Dan Sistematika Penelitian.

BAB II : KERANGKA TEORI

Pada bab ini membahas teori teori yang relevan terkait dengan penelitian yang dilakukan. Bab ini terdiri dari 3 subbagian meliputi Kajian Teori, Penelitian Terdahulu dan Kerangka Berpikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang Jenis Dan Pendekatan Penelitian, Setting Penelitian, Subjek Penelitian, Sumber Data Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Pengujian Keabsahan Data, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang Gambaran Umum Obyek Penelitian, Deskripsi Data Penelitian, Analisis Data Penelitian dan Pembahasan Penelitian

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini terdiri dari 3 sub bab yaitu Simpulan, Saran, dan Penutup

3. Bagian Penutup

Bagian ini menjadi bagian paling akhir dari penelitian. Bagian ini memuat Daftar Pustaka dan Lampiran-Lampiran Dokumen Pendukung dalam sebuah penelitian.