

**PERLINDUNGAN KONSUMEN JUAL BELI *ONLINE* PADA PLATFORM
LAZADA MENURUT HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF**



**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN
HUKUM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI
SYARAT-SYARAT MEMPEROLEH GELAR
MAGISTER ILMU SYARIAH**

OLEH:

**LAILA NUR'AENI
19203012021**

DOSEN PEMBIMBING

**Dr. MOH. TAMTOWI, M. Ag.
NIP. 19720903 199803 1 001**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

**MAGISTER ILMU SYARI'AH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2023**

ABSTRAK

Pada era milenial ini, jual beli tidak hanya dilakukan secara bertatap muka, bisa dilakukan dengan media *online*. Lazada salah satu *platform* jual beli yang banyak digunakan saat ini. Selain bisa bayar di tempat atau *Cash on Delivery* (COD), ongkir pada lazada ini relatif murah. Dengan fitur COD dan ongkos kirim (ongkir) yang relatif murah, maka banyak penjual dan pembeli yang menggunakan *platform* lazada ini untuk melakukan transaksi jual beli. Dalam *platform* lazada, pembeli bisa melakukan pengembalian barang dan atau dana, namun kenyataannya banyak pelanggan atau konsumen yang mengeluh akan ketidaksesuaian barang dengan foto, deskripsi, motif dan bahkan adanya cacat atau barang rusak yang tidak kunjung mendapatkan penyelesaian. Selama 2021 Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia memerima 535 pengaduan, yang mana e-commerce mendapat aduan pada tingkat kedua yaitu sebanyak 17,20%. Berdasarkan data yang ada e-commerce meningkat sebesar 12,70% dibanding tahun sebelumnya. Dari 17,20% aduan lazada berada di tingkat ketiga dengan 11% aduan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan yuridis empiris. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif analitik. Metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis melalui proses observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan lazada sebagai penyedia *platform* jual beli sudah berusaha memberikan upaya perlindungan konsumen baik dari segi hukum Islam maupun hukum positif yang berlaku di Indonesia. Dibuktikan dengan adanya kesempatan untuk melakukan pengembalian barang dan atau dana apabila terdapat barang yang rusak atau cacat, tidak sesuai dengan representasi dan bahkan tidak sesuai dengan keinginan pelanggan. Akan tetapi upaya lazada ini belum maksimal karena ada beberapa barang yang tidak dapat dikembalikan dengan alasan tertentu. Salah satu kelemahan lazada yaitu lazada akan mengkomunikasikan kepada penjual apabila terdapat informasi, deskripsi, harga dan gambar yang tidak akurat mengenai produk berdasarkan keluhan atau laporan pelanggan. Yang berarti pelanggan sendiri harus berhati-hati ketika memilih toko atau barang di *platform* lazada ini. Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen hanya berlaku di wilayah hukum Republik Indonesia, sedangkan hukum Islam dapat diberlakukan dimana saja tidak terikat dengan wilayah hukum. Dapat diartikan perlindungan konsumen dalam hukum Islam lebih luas dan mendalam sehingga dapat melengkapi hal-hal yang belum dilindungi dalam Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia.

Kata Kunci: *transaksi; lazada; khiyār; perlindungan konsumen.*

ABSTRACT

In this millennial era, buying and selling is not only done face-to-face, it can be done with online media. Lazada is one of the most widely used buying and selling platforms today. Besides being able to pay on the spot or Cas on Delivery (COD), shipping on Lazada is relative cheap. With the COD feature and shipping cost (postage) that are relatively cheap, many sellers and buyers use this Lazada platform to make buying and selling transactions. In the Lazada platform, buyers can return goods and or funds, but in fact many customers or consumers complain about the discrepancy of goods with photos, descriptions, motives and even the presence of defects or damage goods that never get a resolution. During 2021, The Indonesian Consumer Foundation (YLKI) received 535 complaints, of which e-commerce received complaints at the second level, which was 17.20%. based on existing data, ecommerce increased by 12.70% compared to the previous year. Of the 17.20% of complaints, Lazada was in the third tier with 11% of complaints.

This type of research is field research with an empirical juridical approach. While the data analysis method used is descriptive analytics. The data collection method is carried out by the author through the process of observation, interview and documentation.

The results show that lazada as a buying and selling platform provider has tried to provide consumer protection efforts both in terms of Islamic law and positive law in force in Indonesia. Evidenced by the opportunity to return goods and or funds if there are damaged or defective goods, not in accordance with the representation and even not in accordance with the wishes of the customer. However, lazada's efforts have not been maximized because there are some items that can't be returned for certain reasons. One of the disadvantages of lazada is that lazada will communicate to the seller if there is inaccurate information, description, price and images about product, based customer complaints or report. Which means customers themselves have to be careful when choosing stores or items on this lazada platform. Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection only applies in the jurisdiction of the Republic Indonesia, while Islamic law can be applied anywhere not bound by the jurisdiction. It can be interpreted that consumer protection in Islamic law is broader and deeper so that it can complement things that have not been protected in Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection in Indonesia.

Keyword: transaction; lazada; khiyār; consumer protection.

SURAT PERSETUJUAN TESIS

Hal : Tesis Saudari Laila Nur'aeni

Lamp :-

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa tesis saudara:

Nama : Laila Nur'aeni

NIM : 19203012021

Judul : Perlindungan Konsumen Jual Beli *Online* pada *Platform Lazada*
Menurut Hukum Islam dan Hukum Positif

Sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Ilmu Syari'ah Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ilmu Syariah.

Dengan ini kami mengharapkan agar tesis atau tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 30 November 2023

16 Jumadil Awal 1445 H

Pembimbing,


Dr. Moh. Tamtowi, M. Ag
NIP. 19720903 199803 1 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1569/Un.02/DS/PP.00.9/12/2023

Tugas Akhir dengan judul : PERLINDUNGAN KONSUMEN JUAL BELI *ONLINE* PADA *PLATFORM LAZADA* MENURUT HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : LAILA NUR'AENI, S.H.
Nomor Induk Mahasiswa : 19203012021
Telah diujikan pada : Selasa, 12 Desember 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Moh. Tamtowi, M. Ag.
SIGNED

Valid ID: 658523bff1433



Penguji II

Dr. Gusnam Haris, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6583efc18951a



Penguji III

Dr. H. Hamim Ilyas, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6584394181c6b



Yogyakarta, 12 Desember 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

Prof. Dr. Drs. H. Makhrus, S.H., M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 65852917cfb8d

PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Laila Nur'aeni, S. H

NIM : 19203012021

Prodi : Magister Ilmu Syariah

Fakultas : Syariah dan Hukum

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya dan bebas dari plagiarisme. Jika dikemudian hari terbukti bukan karya sendiri atau melakukan plagiasi maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 30 November 2023
Saya yang menyatakan,



Laila Nur'aeni, S. H
NIM. 19203012021

HALAMAN MOTTO

فَانَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ❖ انَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,
sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim,

Tesis Ini Saya Persembahkan Untuk:

Orang Tua tercinta

Bapak Satino dan Ibu Marni

Guru-guruku yang mulia

Adekku tercinta

Lathifah Nur A'ini

Terima kasih atas semua do'a, cinta, kasih sayang dan kerja kerasnya.

Semoga Allah SWT membalas dengan merahmati di dunia hingga akhirat

Allahumma Amin.



TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata dalam bahasa Arab ke dalam kata-kata latin yang dipakai dalam penyusunan tesis ini berpedoman kepada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1997 dan 0543b/U/1987 tanggal 10 September 1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	ša'	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ħa'	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	za'	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sād	ṣ	es (dengan titik di bawah)

ض	d	d	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	t̄	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	z̄	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	Ge
ف	fa'	f	Ef
ق	Qāf	q	Qi
ك	Kāf	k	Ka
ل	Lam	l	'el
م	Mim	m	'em
ئ	Nun	n	'en
ه	wawu	w	w
و	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

سنة	ditulis	<i>Sunnah</i>
علة	ditulis	<i>'illah</i>

C. Ta' Marbutah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis dengan *h*

المائدة	ditulis	<i>al-Mā'idah</i>
---------	---------	-------------------

إِسْلَامِيَّةٌ ditulis *Islāmiyyah*

Ketentuan ini tidak diberlakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya.

2. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

مقارنة المذاهب ditulis *Muqāranah al-mazāhib*

D. Vokal Pendek

—	kasrah	ditulis	i
— ˘	fathah	ditulis	a
— ˙	dammah	ditulis	u

E. Vokal Panjang

1. Fathah + alif ditulis ā

إِسْتِحْسَانٌ

ditulis *Istihsān*

2. Fathḥah + ya' mati

أَنْثَىٰ

ditulis ā

Unṣā

3. Kasrah + yā' mati

الْعَوَانِيٰ

ditulis ī

Al-Ālwāni

4. Dammah + wāwu mati

عُلُومٌ

ditulis ū

'Ulūm

F. Vokal Rangkap

1. Fathḥah + ya' mati ditulis Ai

غَيْرُهُمْ

ditulis Gairihi

2. Fathah + wawu mati ditulis mau

قَوْلٌ

ditulis Qaul

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

الْأَنْتَمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أُعْدَتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لِإِنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif +Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	ditulis <i>al-Qur'an</i>
القياس	ditulis <i>al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)nya.

الرسالة	ditulis <i>ar-Risālah</i>
النساء	ditulis <i>an-Nisā'</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

أهل الرأي	ditulis <i>Ahl al-Ra'yī</i>
أهل السنة	ditulis <i>Ahl as-Sunnah</i>

**SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شَرِّ أَنفُسِنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا
مَنْ يَهْدِهِ اللَّهُ فَلَا مُضْلِلٌ لَّهُ وَمَنْ يُضْلِلُ فَلَا هَادِيٌ لَّهُ أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ
وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّداً عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ أَمَّا بَعْدُ

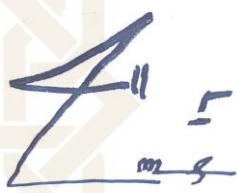
Segala puji bagi Allah SWT., Tuhan yang telah memberikan kenikmatan, pertolongan dan hidayah-Nya, sehingga selesai tesis ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW., utusan-Nya yang telah membawa ajaran Islam yang menjadi rahmat bagi seluruh alam. Beribu syukur rasanya tak mampu mewakili rahmat dan petunjuk yang telah Allah SWT. berikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Perlindungan Konsumen Jual Beli *Online* pada *Platform Lazada* Menurut Hukum Islam dan Hukum Positif”. Selanjutnya, penulis menyadari bahwa tesis ini tidak akan terwujud dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Ucapan terima kasih dengan setulus hati penulis sampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam proses pembuatan tesis ini. Ucapan terima kasih penulis haturkan kepada:

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, S. Ag., M. A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta;
2. Prof. Dr. Drs. H. Makhrus Munajat, S. H., M. Hum., selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum;
3. Dr. Abdul Mughits, S. Ag., M. Ag., dan Dr. Mansur, S..Ag., M. Ag. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Syariah

4. Dr. Moh Tamtowi, M. Ag., selaku Dosen Pembimbing Tesis yang dengan kesabaran dan kebesaran hati rela meluangkan waktu untuk memberikan arahan, serta tanpa rasa jemu memberikan masukan dan saran membimbing penulis hingga terselesaikannya tesis ini;
5. Dr. Mansur, S. Ag., M. Ag., selaku Dosen Penasehat Akademik yang selalu mengarahkan dan memberikan saran dalam hal perkuliahan di Fakultas Syariah dan Hukum;
6. Seluruh staf dan pegawai tata usaha Program Studi Magister Ilmu Syariah dan Fakultas Syariah dan Hukum yang membantu segala proses penyelesaian tesis ini;
7. Orang tuaku tercinta, Bapak Satino dan Ibu Marni yang senantiasa melangitkan do'a untuk anaknya, memberikan nasehat, cinta dan kasih sayang serta perhatiannya tanpa mengenal waktu. Terima kasih sudah menjadi orang tua yang luar biasa bagi penulis.
8. Terima kasih sebesar-besarnya kepada adekku Lathifah Nur A'ini yang selalu mendukung dan menyemangati serta mendo'akan penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini.
9. Sahabat seperjuangan Alfiyahwati dan Mbak Rofah, terima kasih sudah saling menyemangati untuk berjuang bersama dalam menyelesaikan pendidikan ini.
10. Teman-teman seperjuangan Program Studi Ilmu Syariah khusunya kelas B dan teman-teman seangkatan konsentrasi Hukum Ekonomi Syariah khususnya kelas HES-A, serta semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Penyusun ucapkan terima kasih, semoga amal kebaikan dan jasa-jasanya dibalas oleh Allah SWT. penyusun menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih banyak kekurangan karena kesempurnaan sesungguhnya hanya milik Allah SWT. dengan segenap kerendahan hati, penyusun meminta maaf karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 30 November 2023
Penyusun,



Laila Nur'aeni, S. H
NIM. 19203012021



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS	iv
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
PEDOMAN TRANSITERASI ARAB-LATIN	ix
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Telaah Pustaka.....	6
E. Kerangka Teoretik.....	14
F. Metode Penelitian.....	21
G. Sistematika Penulisan.....	24

BAB II KONSEP PERLINDUNGAN KONSUMEN MENURUT

HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF DI INDONESIA

A. Perlindungan Konsumen Menurut Hukum Islam	26
--	----

1.	Pengertian Perlindungan Konsumen dalam Islam	26
2.	Landasan Hukum Perlindungan Konsumen.....	29
3.	Teori Perjanjian dalam Islam	29
B.	Perlindungan Konsumen dalam Hukum Positif di Indonesia	40
1.	Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.	41
2.	Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi lektronik	43
3.	Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen	43

**BAB III GAMBARAN UMUM *PLATFORM LAZADA* DAN
PERMASALAHAN JUAL BELI PADA *PLATFORM LAZADA***

A.	Profil <i>Platform Lazada</i>	61
B.	Proses Jual Beli pada <i>Platform Lazada</i>	67
C.	Perlindungan Hukum Konsumen pada <i>Platform Lazada</i>	69
D.	Permasalahan Jual Beli di <i>Platform Lazada</i>	73

**BAB IV ANALISIS PERLINDUNGAN KONSUMEN MENURUT HUKUM
ISLAM DAN HUKUM POSITIF DI INDONESIA TERHADAP
PERMASALAHAN JUAL BELI PADA *PLATFORM LAZADA***

A.	Analisis Perlindungan Konsumen terhadap Barang Rusak atau Cacat	81
B.	Analisis Perlindungan Konsumen terhadap Barang Tidak	

Sesuai Pesanan	85
C. Analisis Perlindungan Konsumen terhadap Pembatalan Sepihak oleh <i>Marketplace</i>	89
D. Analisis Perlindungan Konsumen terhadap Penipuan di <i>Platform Lazada</i>	92
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	99
B. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
1. Terjemahan Al-Qur'an	I
2. Daftar Pertanyaan Wawancara	II
3. Surat Bukti Wawancara.....	III
4. Dokumentasi Wawancara.....	XIII
5. Daftar Riwayat Hidup	XVI

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Jual beli merupakan salah satu bentuk dari kegiatan ekonomi Islam yang beragam. Dalam Islam merupakan *al-bai'*, Hanafiah mendeskripsikan sebagai pertukaran harta benda atau objek yang diinginkan dengan sesuatu yang sepadan melalui beberapa cara yang menguntungkan. Syafi'iyah, Hanabilah dan Malikiyah memaparkan sebagai pertukaran harta dengan harta pula dengan adanya pemindahan milik dan kepemilikan.¹ Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah disebutkan benda yang diperjualbelikan harus terbebas dari '*aib*', kecuali telah dijelaskan sebelumnya. Selanjutnya pembeli berhak meneruskan atau membatalkan akad jual beli yang objeknya cacat tanpa penjelasan sebelumnya dari pihak penjual. '*Aib*' benda yang menimbulkan perselisihan antara pihak penjual dan pihak pembeli diselesaikan oleh Pengadilan.²

Islam menekankan bahwa setiap transaksi dalam perekonomian tidak boleh mengandung unsur yang dilarang, yaitu unsur penipuan (garar), perjudian (maisir), riba, penganiayaan (*zulm*), suap (risywah), maksiat dan barang haram.³ Rasulullah SAW bersabda, dasar jual beli harus saling ridha. Usaha paling utama menurut Nabi Muhammad SAW adalah seseorang yang berusaha dengan tangannya sendiri dan jual beli yang mabru. Jual beli mabru merupakan jual beli

¹ Mardani, *Fiqih Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012), 101.

² Bab *Khiyar*, Bagian ke Empat, Pasal (279).

³ Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), 238.

yang terhindar dari dusta dan khianat.⁴ Untuk menghindari adanya unsur menyalimi dan menerapkan prinsip saling ridha, dalam jual beli disyariatkan *khiyār*. Wahbah az-Zuhaili memaparkan *khiyār* adalah hak pilih bagi pelaku akad untuk melanjutkan atau tidak, dengan memfasakhnya apabila *khiyār syarat*, *khiyār ru'yah*, *khiyār 'aib*) dan memilih salah satu dari dua barang dagangan apabila *khiyār ta'yīn*.⁵

Dalam hukum positif Indonesia asas-asas bisnis termuat dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pada intinya tujuan Undang-Undang ini sama dengan konsep *khiyār* dalam Islam, yaitu menyeimbangkan antara konsumen dan pelaku usaha. Undang-undang ini meyebutkan secara jelas tetang hak dan kewajiban para pihak yang bertransaksi.

Pada era milenial ini, jual beli tidak hanya dilakukan secara bertatap muka, bisa dilakukan dengan media *online*. Lazada salah satu *platform* jual beli yang banyak digunakan saat ini. Selain bisa bayar di tempat atau *Cash on Delivery* (COD), ongkir pada lazada ini relatif murah. Dengan fitur COD dan ongkos kirim (ongkir) yang relatif murah maka banyak penjual dan pembeli yang menggunakan *platform* lazada ini untuk melakukan transaksi jual beli. Lazada merupakan *e-commerce*, yaitu transaksi terjadi pada aplikasi tersebut, baik dari pemilihan barang, ekspedisi yang diinginkan dan sistem pembayarannya. Jadi pada *platform* lazada ini penjual mengunggah barangnya di aplikasi dan pembeli sendiri yang akan memilih barang yang ada dan melakukan pembelian secara langsung, penjual tinggal memproses ketika ada pesanan. Pada periode Januari-Maret 2021

⁴ Mardani, *Fiqih Ekonomi*, 103.

⁵ Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, Jilid 5, diterjemahkan Abdul Hayyie al-Kattani, dkk (Depok: Gema Insani, 2007), 181.

pengunjung Lazada mencapai 28,20 juta dan pengunjung unik bulanannya tercatat ada 11,22 juta.

Dalam *platform* lazada ini setiap pembeli bisa memberikan penilaian terhadap kualitas barang, tanggapan penjual dan kurir ekspedisi. Pembeli bisa melakukan pengembalian barang atau dana ketika produk yang dipesan tidak sebagaimana deskripsi, dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Namun kenyataannya banyak pelanggan atau konsumen yang menggunakan aplikasi lazada mengeluh akan ketidaksesuaian barang dengan foto, dengan deskripsinya, ketidaksesuaian motif, adanya kerusakan barang dan adanya cacat pada barang dan tidak kunjung mendapatkan penyelesaian.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) merupakan salah satu organisasi non-pemerintah, berdiri pada tahun 1973. YLKI merupakan sebuah organisasi masyarakat yang arah usahanya meningkatkan kepedulian konsumen atas hak dan kewajiban, dalam upaya melindungi diri sendiri, keluarga dan lingkungannya. Selama 2021 YLKI memerlukan 535 pengaduan, yang mana e-commerce mendapat aduan pada tingkat kedua yaitu sebanyak 17,20%. Berdasarkan data yang ada e-commerce meningkat sebesar 12,70% dibanding tahun sebelumnya.⁶ Dari 17,20% aduan lazada berada di tingkat ketiga dengan 11% aduan.

Sebagai contoh pertama, pembelian barang dengan nomor pesanan 564877177852390. Pembeli melakukan pembelian 10 barang dan salah satu barang yang diterima rusak, kemudian pembeli mengajukan komplain dan diminta untuk mengembalikan 10 barang tersebut. Sesuai petunjuk sistem pada lazada,

⁶ M Ivan Ahmadi, <https://dataindonesia.id/ragam/detail/ylki-aduan-konsumen-melonjak-3308-pada-2021>.

pembeli mengembalikan barang melalui JNE dengan nomor pengembalian RA kode RN661191956252390. Kemudian pembeli mendapat info bahwa dua barang rusak dan delapan barang lainnya ditolak pengajuan *refund*. Namun delapan barang lainnya tidak segera dikirimkan kembali kepada pembeli.⁷ Dalam hal ini Lazada sudah menerapkan hak *khiyār* dan UU No 8 Tahun 1999, tetapi pelayanan belum sepenuhnya.

Kedua, pesanan dengan nomor 492797947356730 dibatalkan sepihak. Pembeli menunggu pengembalian dana sangat lama, harus menunggu hampir dua bulan. Pembeli sudah menghubungi *customer service* lazada, namun dari pihaknya hanya memberikan penjelasan-penjelasan saja dan dana tidak segera dikembalikan. Sampai pada akhirnya dana dikembalikan sesuai dengan data pelanggan.⁸ Dalam hal ini Lazada sudah menerapkan hak *khiyār* namun responnya sangat lama. Karena jual beli secara *online* seharusnya respon cepat agar konsumen tidak merasa khawatir.

Ketiga, pesanan dengan nomor 269156471411306 dengan barang pesanan berupa handphone dengan merk xiomi tipe redmi note 7. Estimasi pengiriman pada pesanan ini yaitu pada tanggal 16 Mei-2 Juni 2019. Karena keperluan penting pembeli, pada tanggal 22 Mei pesanan dibatalkan pembeli dengan bantuan *live chat* customer servis Lazada. Pada saat *live chat* tersebut pembeli sudah dimintai data perbankan untuk pengembalian dana dan akan diproses maksimal tanggal 27 Mei. Namun dari pihak Lazada pengembalian dananya tidak ditransfer ke rekening pembeli tetapi dalam bentuk *voucher refund*, padahal pada

⁷ <https://news.detik.com/suara-pembaca/d-5528862/refund-dana-ditolak-lazada-belum-kembalikan-barang-pesanan>

⁸ <https://mediakonsumen.com/2021/01/03/surat-pembaca/pesanan-di-lazada-dibatalkan-dana-belum-juga-dikembalikan-sejak-november-2020>.

awal live chat sudah minta data perbankan. Kemudian pada tanggal 28 Mei 2019 *refund* pembeli baru dikembalikan pihak Lazada.⁹ Dalam hal ini Lazada sudah menerapkan hak *khiyār* dan UU No. 8 Tahun 1999, akan tetapi pengembalian dananya tidak sesuai dengan kehendak pembeli dan ada kemunduran pengembalian dana dari estimasi waktu yang diberikan.

Penelitian ini akan dilakukan dengan menganalisis transaksi jual beli yang terjadi pada *platform* Lazada dan bagaimana upaya lazada dalam menerapkan perlindungan konsumen. Selain *platform* Lazada banyak juga *platform* lain yang menyediakan berbagai macam kebutuhan baik kebutuhan pokok sampai kebutuhan tambahan. Selain lengkapnya produk yang ada juga tersedianya fitur-fitur yang melindungi hak-hak penjual dan pembeli, sehingga dasar dilakukannya jual beli adalah saling rela. Pada *platform* lazada ini sudah ada juga fitur pengembalian barang dan atau dana yang melindungi hak pembeli, namun selama ini masih banyak konsumen yang mengeluh saat bertransaksi di *platform* Lazada.

Maka penelitian ini akan mengalisis mengenai penerapan hukum perlindungan konsumen pada *platform* Lazada. Dengan judul penelitian “Perlindungan Konsumen Jual Beli *Online* pada *Platform* Lazada Menurut Hukum Islam dan Hukum Positif”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dapat ditarik fokus permasalahan penelitian ini adalah Bagaimana Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen menurut Hukum

⁹ <https://mediakonsumen.com/2019/05/25/surat-pembaca/pengembalian-dana-refund-lazada-tidak-kunjung-saya-dapatkan>.

Islam dan Hukum Positif di Indonesia terhadap permasalahan jual beli di *platform Lazada*?

C. Tujuan dan Kegunaan

Sesuai dengan ruang lingkup rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui pelaksanaan hukum perlindungan konsumen menurut Hukum Islam dan Hukum Positif di Indonesia terhadap permasalahan jual beli pada *platform Lazada*.

Penelitian ini diharapkan membawa manfaat secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan tentang mekanisme jual beli dan penerapan hukum perlindungan konsumen menurut hukum Islam dan hukum positif di Indonesia. Kemudian secara praktis diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi terhadap pihak yang melakukan akad dan masyarakat pada umumnya, agar bisa melaksanakan kegiatan jual beli yang sesuai dengan syariat Islam serta terlindungi hak-haknya.

D. Telaah Pustaka

Kajian pustaka untuk memaparkan beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, dan digunakan sebagai pembanding dengan penelitian yang akan dilakukan.

1. Penelitian Galuh Tri Pembekti, berupa tinjauan *fiqh* muamalah terhadap *khiyār* pada jual beli *online* di tokopedi.com. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan sumber data primer dan sekunder. Metode analisis data bersifat deskriptif dan evaluatif dengan paradigma penelitian kualitatif. Penelitian ini memiliki hasil bahwa pelaksanaan *khiyār* pada jual beli *online* di Tokopedia, secara sistem pusat resolusi menunjukkan

sudah mendekati konsep *khiyār*. Namun masih kurang terealisasi secara sempurna, misal dalam kasus sebagian pedagang belum sepenuhnya memahami konsep *khiyār* dalam Islam, hanya beberapa yang memahaminya. Dalam analisis persamaan *khiyār* dengan resolusi pada jual beli online di Tokopedia.com, ditemukan 3 macam *khiyār*. Pertama, *khiyār* majelis, dalam jual beli online di Tokopedia.com tidak terdapat khiyar majelis karena antara pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung. Kedua, *khiyār* aib, pada Tokopedia.com *khiyār* aib diterapkan pada pusat resolusi dengan pilihan solusi (garansi) tukar barang sesuai pesanan. Ketiga, *khiyār* syarat pada Tokopedia.com *khiyār* syarat tidak disepakati pada setiap transaksi antara penjual dan pembeli karena pada situs jual beli *online Tokopedia.com* sudah ada peraturan baku. Dalam penelitian ini juga ditemukan faktor-faktor yang mempengaruhi pengabaian prinsip *khiyār*, yaitu terabaikannya akad jual beli, kurangnya sosialisasi ilmu pengetahuan agama dan kurangnya kesadaran dan simpati.¹⁰ Dalam penelitian terdahulu membahas *khiyār* yang merupakan salah satu bentuk perlindungan konsumen, sedangkan penelitian ini membahas perlindungan konsumen dari segi hukum Islam dan hukum positif. Objek penelitiannya juga berbeda yaitu Tokopedia dan Lazada.

2. Hasil penelitian Muhammad Majdy Amiruddin, menunjukkan bahwa *khiyār* aib diaplikasikan oleh ketiga situs, yaitu Lazada, Zalora dan Blibli. Sedangkan *khiyār ru'yah* hanya diplikasikan oleh Lazada. Metodologi penelitian ini adalah metode kualitatif yang bersumber pada rujukan-rujukan yang sesuai

¹⁰ Galuh Tri Pambekti, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan *Khiyār* pada Jual Beli Online di Indonesia” *Jurnal Akses*, Volume 12 Nomor 24, Oktober 2017.

dengan melakukan pendekatan komparatif pada ketiga situs yang diteliti.¹¹

Kedua penelitian sama-sama membahas *khiyār* sebagai salah satu bentuk perlindungan konsumen dan penelitian ini lebih lengkap mengenai perlindungan konsumen dari segi hukum Islam dan hukum positif. Untuk penelitian terdahulu membahas *khiyār* pada tiga *e-commerce* sekaligus sedangkan penelitian ini hanya mengupas lazada.

3. Penelitian Dafiqa Hasanah dkk, merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif yaitu penjabaran-penjabaran. Hasil penelitian ini adalah konsep *khiyār* pada jual beli akad *pre order* pada *online shop* sama dengan jual beli salam. Barang dipesan sesuai dengan keinginan pembeli. Hasil penelitian ini adalah pembeli atau pemesan merasa kecewa maka termasuk *khiyār* majelis, dan apabila ada kecacatan barang maka masuk dalam kategori *khiyār ‘aib*.¹² Dalam penelitian ini sama-sama membahas *khiyār* sebagai bentuk perlindungan konsumen, namun berbeda objek penelitian yaitu *online shop* dan e-commerce Lazada.
4. Muhammad Rizaldi dkk, merupakan penelitian normatif atau penelitian kepustakaan. Dilihat dari bentuknya termasuk deskriptif dan ditinjau dari metodenya termasuk penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Lazada telah menerapkan perlindungan konsumen melalui peraturan syarat dan ketentuan mereka sesuai kontrak standar (ketentuan pengguna) penggunaan ataupun penjualan. Perlindungan Konsumen Lazada di bawah

¹¹ Muhammad Majdy Amiruddin, “*Khiyār* (Hak Untuk Memilih) dalam Transaksi *Online*: Studi Komparasi antara Lazada, Zalora dan Blibli”, *Falah Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 1, Februari 2016.

¹² Dafiqa Hasanah dkk, “Konsep *Khiyār* pada Jual Beli *Pre Order Online Shop* dalam Perspektif Hukum Islam” *Jurnal iqtishoduna*, Vol. 8, No.2 Oktober 2019, 249.

review Islamic hukum ekonomi tepat karena ada konsep *khiyār*: penyelesaian diatur dalam kontrak standar, Lazada juga memiliki perlindungan konsumen yang sesuai menurut beberapa peraturan perundang-undangan yang sesuai, misal memberi informasi yang jelas kepada konsumen. Terdapat ketentuan lain yang mayoritas masih belum sesuai, seperti penerapan pengembalian uang dan barang tidak benar; penyelesaian sengketa konsumen yang didakwakan; voucher Lazada sebagai kompensasi, tidak sesuai karena adanya pembatalan sepihak oleh pihak Lazada.¹³ Dalam penelitian ini objeknya sama-sama Lazada dan sama-sama mengaitkannya dengan perlindungan konsumen menurut hukum Islam dan Hukum Positif Negara Indonesia. Namun pada penelitian terdahulu merupakan penelitian normatif atau kepustakaan, sedangkan penelitian ini merupakan penelitian lapangan.

5. Septiana, penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan desain riset deskriptif dengan metode *non-probability sampling* dengan Teknik *sampling convenience*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kusioner secara *online* kemudian pengolahan data menggunakan metode *structural equation modelling*. Penelitian ini menghasilkan hubungan positif pada semua hubungan antara variable diantaranya persepsi nilai terhadap minat beli, persepsi harga terhadap persepsi nilai, persepsi harga terhadap minat beli, kepercayaan terhadap persepsi nilai dan kepercayaan terhadap minat beli.¹⁴

Dalam penelitian ini sama-sama meneliti lazada, namun penelitian terdahulu

¹³ Muhammad Rizaldi dkk, “Perlindungan Konsumen pada Jual Beli Online dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Negara (Studi Kasus pada Perusahaan Lazada)”, *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, Vol. 5 No. 1 (Januari 2020), 113.

¹⁴ Septiana, “Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan dan persepsi Nilai Terhadap Minat beli di E-Commerce (Studi Kasus: Lazada)”, *Tesis Magister UII Yogyakarta* (2018).

menggunakan metode penelitian berupa *non-probability sampling* sedangkan metode penelitian ini kualitatif.

6. Muhammad Ridwan, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan regresi linier berganda analisis, dengan uji statistik. Hasil dalam penelitian ini adalah secara parsial ada hubungan keputusan pembelian terhadap perilaku konsumtif sebesar 2,013 atau 20,13%. Produk terhadap perilaku konsumtif sebesar 2.137 atau 21,37%. Harga terhadap perilaku konsumtif -2,637 atau -26,37%. Pelayanan terhadap perilaku konsutif sebesar 2.893 atau 28,93%. Risiko terhadap perilaku konsumtif sebesar 2,043 atau 20,43%. Sebagian terdapat hubungan dari segi keputusan pembelian, harga, produk, layanan dan risiko bagi perilaku konsumen.¹⁵ Dalam penelitian ini sama-sama membahas mengenai Lazada, tetapi penelitian terdahulu memakai metode penelitian kuantitatif dan penelitian ini merupakan penelitian kualitatif.
7. Fitria Ridhaningsih, penelitian ini menggunakan metode analisis model persamaan struktural (*structural equation modelling*) dengan menggunakan bantuan program Smart PLS 2.0. Penelitian ini menggunakan 165 responden sebagai sampel penelitian. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan pada keputusan melakukan pembelian *online* konsumen Lazada di kota Padang.¹⁶ Dalam penelitian ini sama-sama membahas mengenai Lazada, namun dari segi

¹⁵ Muhammad Ridwan, “Keputusan Pembelian Melalui situs Belanja Onlie Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Lazada di Medan)”, *Tesis Magister UIN Sumatera Utara* (2018).

¹⁶ Fitria Ridhaningsih, “Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online di Lazada (Survey pada Konsumen di Kota Padang)”, *Tesis Magister Universitas Andalas* (2017).

metode analisis dan dasar analisis yang digunakan berbeda. Penelitian terdahulu menggunakan metode analisis persamaan struktural sedangkan penelitian ini dengan metode induktif.

8. Neil Aldrin, this research utilizes qualitative research method. Qualitative research is a research that investigates other researches and make assumption or discussion result so that other analysis has many ratings and reviews will trigger others buyer to purchase or get that product. The conclusion is that product buying decision may occur because there are some processes before making decision which are: looking for recognition and searching for problems, knowing the needs, collecting information, evaluating alternative, evaluating after buying. In those stage, buying decision on Lazada e-commerce is supported by price, promotion, service and brand.¹⁷ Dalam penelitian ini sama-sama membahas Lazada, namun pada penelitian tedahulu menganalisis pembelian di Lazada berdasarkan komentar Pembeli sebelumnya. Sedangkan dalam penelitian ini membahas Lazada dari segi hukum perlindungan konsumen.
9. Galih Setiyo Budi, penelitian ini dianalisis secara deskriptif. Analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan teori-teori *e-commerce* pada sistem informasi, untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan pada situs jual beli lazada.co.id. dan juga analisis SWOT juga digunakan dalam penelitian untuk memberikan analisa lebih mendalam dari situs jual beli Lazada Indonesia. Hasil analisis menunjukkan Lazada Indonesia berhasil menjadi perusahaan belanja online yang paling besar di Indonesia dengan pelayanan

¹⁷ Neil Aldrin, "Analysis of Product Buying Decision on Lazada E-Commerce based on Previous Buyers's Comment", *European Resercher*. Series A, 2017, 8(2), 70.

yang beragam dengan jaminan keamanan transaksi. Akan tetapi, beberapa kelemahan masih dimiliki oleh lazada. *Security system* merupakan salah satu kelemahannya, dibuktikan dengan masih banyaknya konsumen yang mengalami penipuan. Perusahaan Lazada Indonesia menjadikan perusahaan belanja online terbesar di Indonesia.¹⁸ Dalam penelitian ini sama-sama membahas Lazada. Pada penelitian terdahulu membahas sistem pada *e-commerce* Lazada sedangkan penelitian ini akan membahas mengenai hukum perlindungan konsumen pada Lazada.

10. Faisal Reza, penelitian ini menggunakan metode studi kasus, pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, studi dokumentasi. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi promosi penjualan melalui media online website lazada.co.id ini melakukan pemasaran online dengan cara menciptakan website untuk interaksi konsumen dan proses perdagangan elektronik. Aktivitas promosi penjualan melalui media online website yang dilakukan Lazada Indonesia merupakan suatu bentuk komunikasi terhadap konsumen dalam perdagangan elektronik. Kegiatan tersebut diantaranya tahap awal perencanaan, pelaksanaan, dan tahap akhir evaluasi. Alat promosi penjualan yang dilakukan Lazada diantaranya adalah lazada menggunakan alat promosi diskon, *voucher*, *flash sales*, *special offer* fro, *partner*, dan melakukan kegiatan pameran dagang. Kesimpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi penjualan yang dilakukan Lazada Indonesia melalui media online website merupakan alat promosi penjualan utama yang digunakan Lazada Indonesia dalam melakukan perdagangan

¹⁸ Galih Setiyo Budi, "Analisis Sistem E-commerce pada Perusahaan Jual-Beli Online Lazada Indonesia", *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO)*, Volume 1, Nomor 2 (Mei 2016), 78-80.

elektronik.¹⁹ Dalam penelitian ini sama-sama membahas Lazada, tetapi penelitian terdahulu menbahas Lazada dari segi pemasarannya, sedangkan penelitian ini membahas Lazada dalam menerapkan hukum perlindungan konsumen.

11. Alip Sunandar, penelitian ini merupakan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif, penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti dokumen kepustakaan atau dokumen sekunder sebagai dasar penelitian, dengan mempelajari peraturan-peraturan yang berkaitan dengan pokok bahasan yang diteliti. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa lazada telah mengupayakan perlindungan konsumen, dibuktikan dengan adanya syarat dan ketentuan penggunaan layanan (*term of use*). Walaupun dalam *term of use* lazada telah mengupayakan perlindungan konsumen, tetapi dalam penelitian ditemukan beberapa kelemahan yang berpotensi memudahkan seseorang yang beritikad buruk untuk mengakses platform lazada dengan menggunakan data-data pribadi yang tidak valid. Kelemahan lain adalah pemberlakuan syarat pada pengembalian barang, dimana lazada menetapkan beberapa kriteria barang yang boleh dikembalikan, hal ini membatasi konsumen dalam menuntut penggantian barang karena terikat pada syarat-syarat yang harus dipenuhi. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan Hukum Islam keduanya sama-sama berupaya untuk memberikan perlindungan konsumen, akan tetapi pada UUPK terdapat keterbatasan perlindungan seperti dalam masalah wilayah hukum, dan keterbatasan waktu tanggung jawab

¹⁹ Faisal Reza, “Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.co.id”, *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol. 1, (2016), 64.

pelaku usaha, akan tetapi keterbatasan ini tidak berlaku dalam Hukum Islam selagi dapat dibuktikan bahwa benar pelaku usaha telah melakukan kesalahan. Berdasarkan hal ini perlindungan konsumen dalam Hukum Islam dapat menutupi kekurangan UUPK yang berlaku.²⁰ Kedua penelitian ini membahas perlindungan konsumen pada *platform* lazada dari segi hukum Islam dan hukum positif, tetapi penelitian terdahulu merupakan penelitian kepustaan (*library research*) dan penelitian sekarang penelitian lapangan.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu di atas, maka pembahasan dalam penelitian ini belum dibahas secara rinci. Untuk itu maka penelitian ini akan membahas mengenai hukum perlindungan konsumen dari segi hukum Islam dan hukum positif pada *platform* jual-beli Lazada.

E. Kerangka Teoretik

1. Perlindungan Konsumen Menurut Hukum Islam

a. Pengertian Perlindungan Konsumen

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim yang besar dengan persentase 86,7% dari seluruh populasinya, maka perlindungan konsumen bagi penduduk yang beragama Islam sangat penting. Sudah selayaknya konsumen muslim memperoleh barang atau jasa yang sesuai syariat. Pemerintah Indonesia juga diharuskan melakukan upaya-upaya perlindungan konsumen muslim sebagai bentuk pemenuhan hak warga negara.²¹

²⁰ Alip Sunandar, "Evaluasi Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli *E-Commerce* di Lazada.co.id Indonesia", *Tesis UIN Sunan Kalijaga* (2020).

²¹ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 10.

Hukum perlindungan konsumen ialah seperangkat kaidah dan asas yang melindungi dan mengatur konsumen terkait hubungan dan permasalahan penyediaan serta penggunaan produk untuk konsumen, antara pemasok dan pengguna dalam masyarakat.²² Hak-hak konsumen dalam Islam tidak diatur secara berurutan seperti tertuang dalam Undang-undang perlindungan Konsumen. Hak-hak konsumen dalam Islam dilindungi, baik dari informasi yang menyesatkan dan perbuatan curang. Konsumen Muslim juga diberikan hak atas kesehatan dan keselamatan, hak untuk memilih, hak untuk mendapatkan advokasi dan penyelesaian sengketa serta hak untuk mendapatkan ganti rugi.

Hukum perlindungan konsumen Islam berpegang kepada konsep halal dan haram, berdasarkan nilai-nilai atau prinsip ekonomi Islam serta keadilan ekonomi. Perlindungan terhadap zat, proses produksi, distribusi, serta tujuan produksi hingga akibat dari konsumsi barang atau jasa merupakan aktivitas perlindungan konsumen Islam. Dalam ekonomi Islam, barang atau jasa yang halal dari segi zatnya bisa berubah menjadi haram akibat cara produksi atau tujuan mengkonsumsinya tidak sesuai dengan ketentuan *syara'*.

b. Landasan Hukum Perlindungan Konsumen

Al-Qur'an menjelaskan bahwa dalam perdagangan seharusnya tidak saling mengzalimi, sehingga adil dan jujur.

²² *Ibid.*, 23.

فَإِنْ لَمْ تَقْعُلُوا فَأَذْنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تَبْتَمْ فَلَكُمْ رِءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا

تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ²³

Secara implisit ayat di atas mengandung pesan mengenai perlindungan konsumen, yaitu tidak menganiaya dan tidak dianiaya. Pelaku usaha dan konsumen tidak boleh saling mengzalimi atau saling menganiaya.

c. Teori Perjanjian dalam Islam

Dalam bahasa Arab akad berarti ikatan atau perjanjian dan kesepakatan.²⁴ Akad ialah ucapan ijab dan kabul sebagai pernyataan kehendak dua pihak atau lebih yang melahirkan akibat hukum bagi objeknya.²⁵ Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) mendefinisikan akad sebagai kesepakatan dalam suatu perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk melakukan dan atau tidak melakukan perbuatan hukum tertentu.²⁶

a) Rukun Akad

Rukun akad terdiri dari dua pihak yang berakad (*aqidain*), ijab kabul (*Sigah*) dan objek akad (*ma'qud 'alaih*)

b) Tujuan dan Sebab Akad

Tujuan akad adalah akibat hukum pokok yang menjadi keinginan bersama yang ingin diwujudkan para pihak.²⁷ Tujuan akad sewa

²³ Al-Baqarah (2): 279.

²⁴ Muhammad dan Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2004), 153-154.

²⁵ Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah Studi Tentang Teori Akad dalam Fiqh Muamalat* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010), 68.

²⁶ Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, Buku II, Bab I, Pasal 20 Nomor 1.

²⁷ Urbanus Uma Leu, "Akad dalam Transaksi ekonomi Syariah", *Tahkim*, Vol. X No. 1 Juni 2014, 59.

menyewa adalah kepemilikan manfaat dengan memberi imbalan tertentu, kemudian tujuan akad jual beli adalah adanya perpindahan kepemilikan dari penjual kepada pembeli.²⁸ Jual beli harus dengan cara halal dan sebab yang halal serta meninggalkan segala yang haram.

c) Syarat-syarat Akad

- (a) Syarat adanya sebuah akad
- (b) Syarat sah akad
- (c) Syarat berlakunya akad
- (d) Syarat adanya kekuatan hukum akad

d) Kekuatan Berkehendak dalam Akad

Dasar perjanjian berdasarkan *ijmā'* para ulama adalah suka sama suka (*tarādīn*). Sesuai dengan firman Allah:

يَا يَهَا الَّذِينَ امْنَوْا لَا تَأْكُلُوا امْوَالَكُمْ بَالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً

عن تراص منكم²⁹

Prinsip dasar dalam kegiatan bermuamalah adalah semua perbuatan dan perjanjian seorang muslim adalah boleh, selama tidak bertentangan dengan hukum-hukum yang ditetapkan *syara'*.

e) Pembatalan Akad

Setiap akad pada dasarnya bersifat *Iuzūm* yang berarti tidak dapat dibatalkan, kecuali dengan kerelaan antara kedua pihak.

²⁸ Muhammad dan Alimin, *Etika & Perlindungan konsumen*, 160.

²⁹ An-Nisā' (3): 29.

f) Pensyariatan Hak *Khiyār*

Dalam Bahasa arab *khiyār* mempunyai arti pilihan. Secara etimologis para ulama fikih mendefinisikan *khiyār* sebagai hak untuk memilih bagi salah satu atau kedua belah pihak yang melakukan transaksi untuk melanjutkan atau membatkannya, sesuai dengan kondisi masing-masing pihak yang melakukan transaksi. *Khiyār* dapat disebut sebagai hak pilih bagi *aqidain* untuk meneruskan atau membatalkan akad.

Hak *khiyār* diperuntukkan bagi muslim yang melakukan transaksi perdata. Hal ini dilakukan agar para pihak tidak ada yang dirugikan, sehingga tercapai kemaslahatan yang dituju dengan sebaik-baiknya.

Macam-macam Khiyar:

- a. *Khiyār majelis*
- b. *Khiyār ta'yīn*
- c. *Khiyār syarat*
- d. *Khiyār 'aib*
- e. *Khiyār ru'yah*³⁰

2. Hukum Perlindungan Konsumen dalam Hukum Positif di Indonesia

Definisi konsumen dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa.

³⁰ Nasrun Haroen, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), 129.

Penyelenggaraan perlindungan konsumen berdasar pada lima asas yang relevan dengan pembangunan nasional. “Perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.”³¹

Tiga tujuan hukum secara umum ialah mendapatkan keadilan, memberikan manfaat dan kepastian hukum. Tujuan khusus hukum perlindungan konsumen tercantum pada Pasal 3 huruf a sampai f.³² Berdasarkan tiga tujuan hukum secara umum, tujuan mendapatkan keadilan tercantum dalam rumusan huruf c dan e. Tujuan kedua memberikan manfaat tampak pada huruf a, b, c, d dan f. Tujuan hukum secara umum yang terakhir kepastian hukum, terlihat dalam rumusan huruf d. Pengelompokan tujuan hukum secara khusus kepada tujuan hukum secara umum tidak mutlak karena dapat dilihat terdapat kualifikasi tujuan ganda.³³

Bagian pertama Pasal 4 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 berisi mengenai hak dan kewajiban konsumen.³⁴ Pada dasarnya dikenal 10 macam hak konsumen, yaitu:

- a. Hak atas kemanan dan keselamatan
- b. Hak untuk memperoleh informasi
- c. Hak untuk memilih
- d. Hak untuk di dengar

³¹ Elsi Kartika Sari, Advendi Simanunsong, *Hukum dalam Ekonomi* (Jakarta: Grasindo, 2008), 160.

³² Lihat Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 3 huruf a-f.

³³ Ahmad Miru dan Sutarmen Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2020), 34.

³⁴ Lihat UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 huruf a-i.

- e. Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup
- f. Hak untuk memperoleh ganti rugi
- g. Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen
- h. Hak memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat
- i. Hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya
- j. Hak untuk mendapatkan upaya penyelesaian hukum yang patut

Selanjutnya Pasal 7 menyebutkan kewajiban pelaku usaha, yakni:

- 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 diprosuksi 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 diperdagangkan
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian³⁵

³⁵ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada di lapangan. Dimana seoarang peneliti akan melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, proses, kejadian, aktivitas terhadap satu orang atau lebih. Dalam hal ini terkait dengan mekanisme jual beli *online* dan bagaimana perlindungan konsumen di *platform lazada*.

Metode kualitatif yaitu menjelaskan kondisi-kondisi aktual dari unit penelitian, atau proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kalimat yang tertulis atau pernyataan lisan dari orang dan juga perilaku yang dapat diamati. Dilakukan dengan meneliti bagaimana mekanisme jual beli *online* dan pelaksanaan perlindungan konsumen pada *platform lazada*.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis empiris. Pendekatan yuridis yaitu hukum dilihat sebagai norma atau hukum seharusnya, karena dalam membahas permasalahan dalam penelitian ini menggunakan bahan-bahan hukum yang tertulis maupun tidak tertulis. Pendekatan empiris yaitu hukum dilihat dari kenyataan sosial atau hukum senyatanya, karena penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari lapangan.³⁶

³⁶ Abdul Kadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004), 155.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Metode observasi

Observasi yaitu kegiatan yang dilakukan dengan melihat dan mendengarkan apa yang dilakukan dan diperbincangkan oleh responden dalam kehidupan sehari-hari.³⁷ Dalam hal ini akan melihat atau mengamati secara langsung tentang kegiatan jual beli yang dilakukan melalui *platform lazada* guna mendapatkan gambaran secara langsung terhadap masalah yang sedang diteliti dan membuktikan kebenaran dari informasi yang didapat melalui wawancara. Disini observasi dilakukan dengan mengamati permasalahan transaksi jual beli pada *platform Lazada*.

b. Metode wawancara

Metode wawancara ialah percakapan yang dilakukan dengan tujuan tertentu oleh dua pihak, yaitu orang yang mengajukan pertanyaan disebut dengan pewawancara dan yang orang yang menjawab pertanyaan disebut orang yang diwawancarai.³⁸ Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara kepada konsumen lazada yang pernah mengalami permasalahan pada jual beli *online*, seperti barang tidak sesuai, barang cacat atau rusak dan lain sebagainya.

c. Dokumentasi

Dokumen ialah catatan peristiwa masa lalu. Dokumen dapat berupa gambar, tulisan atau karya bersejarah dari seseorang. Catatan harian, cerita, biografi, sejarah kehidupan, peraturan dan kebijakan merupakan

³⁷ *Ibid.*, 73-74.

³⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2003), 135.

dokumen dalam bentuk tulisan. Sketsa, foto, gambar hidup contoh dokumen dalam bentuk gambar. Sedangkan dokumen yang berbentuk karya seni dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain.³⁹ Dalam penelitian ini pengumpulan data yang berupa dokumen diambil dari jurnal, buku dan peraturan-peraturan yang terkait dengan perlindungan konsumen pada *e-commerce* lazada. Peneliti juga mengambil gambar dengan beberapa narasumber ketika melakukan wawancara sebagai dokumen.

4. Analisis Data

Analisis data merupakan suatu rangkaian proses meneliti dan mensintesis secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumen lainnya sehingga dapat dipahami dan hasilnya dapat dibagikan kepada orang lain. Proses menganalisis data dimulai dengan mengorganisasikan data, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, kemudian memilih data penting dan yang akan dipahami secara mendalam, serta menyimpulkan sehingga dapat diinformasikan kepada orang lain.

Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif-analitik, yaitu dengan mendeskripsikan dan memaparkan data yang diperoleh dan dianalisis dengan teori yang digunakan sebagai pisau analisis. Dalam hal ini mengemukakan tentang mekanisme jual beli dan permasalahan jual beli pada *platform* lazada kemudian dianalisis berdasarkan hukum perlindungan konsumen menurut hukum Islam dan hukum positif di Indonesia.

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 240.

5. Sumber Data

Data primer dan data sekunder merupakan sumber data dalam penelitian ini.

1) Sumber data primer

Data primer adalah data yang bersumber dari informan utama,⁴⁰ yaitu:

- a) Ketentuan transaksi yang tertuang pada web *platform lazada*
- b) Pembeli atau *customer* yang mengalami permasalahan pembelian barang pada *platform Lazada*

2) Sumber data sekunder

Data sekunder adalah data yang dapat diperoleh dari sumber-sumber yang telah tersedia.⁴¹ Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, peraturan-peraturan dan penelitian terdahulu terkait tentang jual beli *online* melalui lazada.

G. Sistematika Penulisan

Secara garis besar, format penulisan tesis ini dikembangkan dalam lima bab.

Sistematika penulisan selengkapnya ialah sebagai berikut:

Bab pertama, pendahuluan yang berisi urgensi penelitian. Pada bab ini mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, sistematika pembahasan.

Bab kedua, dalam bab ini berisi konsep perlindungan konsumen menurut hukum Islam dan hukum positif di Indonesia seperti pengertian dan landasan perlindungan konsumen, teori perjanjian dalam Islam, UU Perdagangan, UU ITE dan UU No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

⁴⁰ Adi Kusumastuti dan Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif* (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019), 34.

⁴¹ *Ibid.*,

Bab ketiga, dalam bab ini berisi pemaparan data penelitian lapangan pada *platform* lazada, yaitu transaksi jual beli dan permasalahan yang terjadi di *platform* lazada. Ketentuan mengenai hal-hal yang harus diperhatikan oleh penjual dan pembeli ketika bertransaksi di lazada.

Bab keempat, pada bab ini berisi penjabaran tentang tinjauan hukum perlindungan konsumen dalam jual beli *online* pada *platform* lazada menurut hukum Islam dan hukum positif yang berlaku di Indonesia.

Bab kelima, merupakan penutup yang terdiri atas kesimpulan hasil penelitian sebagai jawaban atas rumusan masalah dan saran.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Lazada sebagai salah satu penyedia *platform jual beli online* di Indonesia sudah berusaha memberikan upaya perlindungan konsumen baik dari segi hukum Islam maupun hukum positif di Indonesia. Dibuktikan dengan adanya kesempatan untuk melakukan pengembalian barang dan atau dana apabila terdapat produk yang diterima konsumen rusak atau cacat, tidak sesuai dengan representasi produk maupun dengan keinginan konsumen. Akan tetapi upaya Lazada ini belum maksimal, karena masih terdapat beberapa barang yang tidak dapat dikembalikan dengan alasan tertentu. Selain itu, terdapat banyak syarat dan ketentuan pengembalian barang yang harus dipenuhi. Lazada telah memberikan syarat dan ketentuan penggunaan layanan yang tertera pada “*term of use*”, baik ditujukan bagi pelaku usaha maupun pelanggan. Salah satu kelemahan dalam “*term of use*” adalah lazada akan mengomunikasikan kepada penjual apabila terdapat informasi, deskripsi, harga dan gambar yang tidak akurat mengenai produk berdasarkan keluhan atau laporan dari pelanggan. Yang berarti pelanggan harus berhati-hati ketika memilih barang dan toko pada platform lazada ini.

Hukum Islam dan hukum positif di Indonesia merupakan ketentuan hukum yang harus dipatuhi sebagai pemeluk agama Islam dan warga negara Indonesia. Lazada sudah berupaya menaati hukum Islam maupun Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Perlindungan konsumen dalam hukum Islam belum terbentuk dalam peraturan-peraturan hukum konkret (*al-qiyam al-asasiyyah*) sebagaimana Undang-undang Perlindungan Konsumen.

Dalam hukum Islam, perlindungan konsumen masih sebatas nilai-nilai dasar (*al-qiyam al-asasiyyah*) dan asas asas umum (*al-ushul al-kulliyyah*). Berdasarkan hal tersebut Undang-undang Perlindungan Konsumen merupakan produk hukum yang siap pakai karena sudah berbentuk pasal secara rinci, sedangkan hukum Islam masih sebatas asas dan prinsip secara umum.

B. Saran

1. Bagi konsumen diperlukan adanya edukasi yang lebih giat mengenai kewajiban dan haknya agar dapat melaksanakan kewajibannya dan menuntut haknya, sehingga tidak diamanfaatkan oleh penjual-penjual yang tidak bertanggung jawab.
2. Bagi penjual pihak ketiga hendaknya melakukan jual beli dengan ittikad baik mematuhi peraturan yang ditentukan lazada serta undang-undang yang beraku.
3. Bagi lazada diperlukan adanya peninjauan kembali terkait syarat dan ketentuan mengenai penjual pihak ketiga yang bergabung, agar tidak ada pelanggaran yang ditemukan oleh pelanggan dan pelanggan menerima barang yang tidak diinginkan.
4. Perlu pengkajian atau perbaikan Undang Undang Perlindungan Konsumen, agar menjadi rujukan konsumen ketika terjadi hal-hal yang merugikan konsumen

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an/Ulum al-Qur'an/ Tafsir Al-Qur'an

Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: PT. Sinergi Pustaka, 2012.

Fiqh/Ushul Fiqh/Hukum

Afdawaiza. "Terbentuknya Akad dalam Hukum Perjanjian Islam". *Al-Mawarid*, disi XVIII Tahun 2008.

Amiruddin, Muhammad Majdy. "Khīyar (Hak Untuk Memilih) dalam Transaksi Online: Studi Komparasi antara Lazada, Zalora dan Blibli". *Falah Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 1, Februari 2016.

Anwar, Syamsul. *Hukum Perjanjian Syariah: Studi tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007.

-----, *Hukum Perjanjian Syariah Studi Tentang Teori Akad dalam Fiqh Muamalat*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010.

Azzam, Abdu Azis Muhammad. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah, 2010.

Az-Zuhaili, Wahbah. *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, Jilid 5, diterjemahkan Abdul Hayyie al-Kattani, dkk. Depok: Gema Insani, 2007.

Az-Zuhaili, Wahbah. *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, alih bahasa Abdul Hayyie al-Kattani dkk, cet. ke-10. Damaskus: Darul Fikr, 2007.

Fahima, Iim. *Fikih Ekonomi*. Yogyakarta: Samudra Biru, 2018.

Ghazaly, Abdul Rahman dkk. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.

Hasanah, Dafiqa dkk. "Konsep Khīyār pada Jual Beli Pre Order Online Shop dalam Perspektif Hukum Islam". *Jurnal iqtishoduna*, Vol. 8, No.2 Oktober 2019.

"Syarat dan Ketentuan", <https://www.lazada.co.id/terms-of-use>.

Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

Leu, Urbanus Uma. "Akad dalam Transaksi ekonomi Syariah". *Tahkim*, Vol. X No. 1 Juni 2014.

- Manan, Abdul. *Hukum Ekonomi Syariah dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014.
- Mardani, *Fiqih Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2012.
- , *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group, 2012.
- , *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- , *Hukum Kontrak Keuangan Syariah: dari Teori ke Aplikasi*. Jakarta: Kencana, 2021.
- Miru, Ahmad & Sutarman Yodo. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2015.
- Muhammad dan Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2004.
- Muhammad, Abdul Kadir. *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004.
- Nurhalis, "Perlindungan Konsummen Dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999". *Jurnal IUS*, Vol. III Nomor 9, Desember 2015.
- Pambekti, Galuh Tri. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan *Khijar* pada Jual Beli Online di Indonesia". *Jurnal Akses*, Volume 12 Nomor 24, Oktober 2017.
- Poernomo, Sri Lestari. Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen dan Sengketa Konsumen Kosmetika. Tasikmalaya: Edu Publisher, 2020.
- Rahmi, Ain. "Mekanisme Pasar dalam Islam". *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 4, No. 02, 2015.
- Ridwan, Muhammad. "Keputusan Pembelian Melalui situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Lazada di Medan)" *Tesis Magister UIN Sumatera Utara*, 2018.
- Rizaldi, Muhammad dkk. "Perlindungan Konsumen pada Jual Beli Online dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Negara (Studi Kasus pada Perusahaan Lazada)". *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, Vol. 5 No. 1, Januari 2020.
- Romli, Perjanjian dalam Pasal 1320 KUH Perdata". *Tahkim*, Vol. XVII, No. 2, Desember 2021.

Sanawiah dan Ariyadi. *Fiqih Muamalah; Menggagas Pemahaman Fiqih Kontemporer*. Yogyakarta: K-Media, 2018.

Sari, Elsi Kartika dan Advendi Simanunsong. *Hukum dalam Ekonomi*. Jakarta: Grasindo, 2008.

Shobirin. “*Jual Beli dalam Pandangan Islam*”. BISNIS, Vol. 3, No. 2 Desember, 2015.

Yaqin, Ainul. *Fiqih Muamalah: Kajian Komprehensif Ekonomi Islam*. Pamekasa: Duta Media Publishing, 2020.

Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumenm*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.

Metodologi Penelitian

Kusumastuti, Adi dan Ahmad Mustamil Khoiron. *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019.

Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2003.

Sugiyono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.

Peraturan Perundang-undangan

Kitab Undang-undang Hukum Perdata

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Jurnal/Skripsi/Tesis/Disertasi

Aldrin, Neil. “Analysis of Product Buying Decision on Lazada E-Commerce based on Previous Buyers’s Comment”. *European Resercher*. Series A, 2017, 8(2).

Budi, Galih Setiyo. “Analisis Sistem E-commerce pada Perusahaan Jual-Beli Online Lazada Indonesia”, *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO)*. Volume 1, Nomor 2, Mei 2016.

Reza, Faisal. "Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.co.id". *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol. 1, 2016.

Ridhaningsih, Fitria. "Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online di Lazada (Survey pada Konsumen di Kota Padang)". *Tesis Magister Universitas Andalas*, 2017.

Septiana, "Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan dan Persepsi Nilai Terhadap Minat beli di E-Commerce (Studi Kasus: Lazada)". *Tesis Magister UII Yogyakarta*, 2018.

Sunandar, Alip. "Evaluasi Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli *E-Commerce* di Lazada.co.id Indonesia". *Tesis UIN Sunan Kalijaga*, 2020.

Lain-lain

Ahmadi, M Ivan. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/ylki-aduan-konsumen-melonjak-3308-pada-2021>.

<https://id.wikipedia.org/wiki/Lazada>, diakses pada 03 Agustus 2022.

<https://kumparan.com/kabar-harian/cara-belanja-di-lazada-untuk-pemula-agar-dapat-gratis-ongkir-1xYyWNISnfl/full>, diakses pada 12 Agustus 2022.

<https://mediakonsumen.com/2019/05/25/surat-pembaca/pengembalian-dana-refund-lazada-tidak-kunjung-saya-dapatkan>.

<https://mediakonsumen.com/2021/01/03/surat-pembaca/pesanan-di-lazada-dibatalkan-dana-belum-juga-dikembalikan-sejak-november-2020>.

<https://news.detik.com/suara-pembaca/d-5528862/refund-dana-ditolak-lazada-belum-kembalikan-barang-pesanan>

<https://sellercenter.lazada.co.id/seller/helpcenter/bagaimana-cara-untuk-mendaftar-sebagai-seller-6097.html>, diakses pada 5 Agustus 2022.

<https://sellercenter.lazada.co.id/seller/helpcenter/bagaimana-cara-memproses-order-dengan-jasa-pengiriman-jne-cashless-6760.html>, diakses pada 12 Agustus 2022.

<https://sellercenter.lazada.co.id/seller/helpcenter/kebijakan-kualitas-produk-pqi-6246.html>

<https://sellercenter.lazada.co.id/seller/helpcenter/pemenuhan-pesanan-kebijakan-pembatalan-penjual-6195.html>

<https://sellercenter.lazada.co.id/seller/helpcenter/pemenuhan-pesanan-kecurangan-dalam-pemenuhan-pesanan-6132.html>

<https://sellercenter.lazada.co.id/seller/helpcenter/pengaturan-logistik-lazada-7182.html>, diakses pada 8 Agustus 2022.

<https://www.caralazada.com/2019/01/cara-cek-status-pemesanan-lazada.html>, diakses pada 13 Agustus 2022.

<https://www.lazada.co.id/about/>, diakses pada 03 Aguatus 2022.

<https://www.lazada.co.id/helpcenter/apakah-yang-dimaksud-dengan-kebijakan-pengembalian-barang-lazada-5642.html>, diakses pada 13 Agustus 2022.

Nopriyanti, Angga Sukma. <https://mediakonsumen.com/2022/08/19/surat-pembaca/pesan-cod-emas-1-gram-tapi-yang-dikirim-emas-0001-gram>, diakses pada 25 Agustus 2022, pukul 14.00.

