

**PRAKTIK *FAKE ORDER* UNTUK MENINGKATKAN RATING TOKO  
ONLINE DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF**



**SKRIPSI**

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT MEMPEROLEH GELAR  
SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU HUKUM/ILMU HUKUM ISLAM**

**OLEH:**

**MUHAMMAD SHOFIYULLOH AL LU'LU'IY**

**18103060081**

**PEMBIMBING:**

**SURUR ROIQOH, S.H.I, M.H.**

**NIP: 19861113 201903 3 012**

**PROGRAM STUDI PERBANDINGAN MAZHAB  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2024**

## ABSTRAK

Skripsi ini mengulas mengenai praktik jual beli *online*, terutama dalam konteks kemunculan *fake order*. Jual beli secara *online* telah mengalami perkembangan signifikan seiring dengan teknologi dan pertumbuhan *e-commerce*. Namun, adanya praktik *fake order*, dimana penjual atau pelaku usaha melakukan pembelian palsu untuk meningkatkan *rating* dan reputasi toko, menimbulkan konsumen sulit memperoleh informasi yang benar. Penelitian ini mengeksplorasi fenomena tersebut dari perspektif hukum Islam dan hukum positif di Indonesia. Hukum Islam menegaskan bahwa transaksi jual beli harus jujur dan tidak melibatkan unsur penipuan, sedangkan dalam hukum positif Indonesia disebutkan Hak atas konsumen dalam Pasal 4 ayat 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa: Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Penelitian ini bertujuan untuk menggali pandangan hukum dari dua perspektif yang berbeda untuk memahami dan mengevaluasi implikasi serta sanksi yang mungkin diberlakukan terhadap pelaku praktik *fake order* dalam perdagangan *e-commerce*.

Penelitian ini merupakan studi literatur. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan normatif. Fokus utama penelitian adalah pada hukum terkait praktik *fake order* untuk meningkatkan *rating* toko *online*, *fake order* merupakan suatu topik yang belum diatur secara eksplisit dalam sumber hukum Islam maupun hukum positif Indonesia. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori *maṣlahah* dan teori perlindungan konsumen sebagai alat analisis untuk mempertimbangkan kemashlahatan dan perlindungan konsumen dari tindakan *fake order* terhadap kemashlahatan secara keseluruhan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa penggunaan praktik *fake order* untuk meningkatkan *rating* toko *online* memiliki implikasi hukum yang serius. Berdasarkan analisis *maṣlahah* praktik *fake order* lebih banyak menimbulkan madaharat. Oleh karena itu, praktik *fake order* bertentangan dengan hukum Islam. Sedangkan menurut hukum positif, tindakan *fake order* dianggap sebagai penipuan yang melanggar Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Kata kunci: *Fake Order*, *Rating Toko Online*, *Maṣlahah*, *Perlindungan Konsumen*

## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudara Muhammad Shofiyulloh Al Lu'lu'iy

Kepada Yth.,

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Muhammad Shofiyulloh Al Lu'lu'iy

Nim : 18103060081

Judul : Praktik *Fake Order* Untuk Meningkatkan Rating Toko Online

Dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif"

Sudah dapat diajukan kepada Prodi Perbandingan Mazhab Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi atau tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera di munaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum*

Yogyakarta,

4 Rajab 1445 H

16 Januari 2024 M

Pembimbing,



**Surur Roiqoh, S.H.I, M.H.**  
**NIP: 19861113 201903 2 012**

# HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-123/Un.02/DS/PP.00.9/01/2024

Tugas Akhir dengan judul : PRAKTIK *FAKE ORDER* UNTUK MENINGKATKAN RATING TOKO *ONLINE* DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD SHOFIYULLOH AL LULU'Y  
Nomor Induk Mahasiswa : 18103060081  
Telah diujikan pada : Rabu, 24 Januari 2024  
Nilai ujian Tugas Akhir : A

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

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
Surur Roiqoh, M.H.  
SIGNED

Valid ID: 65b8938694760



Penguji I  
Fund Mustafid, M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 65b88f6a64cf



Penguji II  
Mu'tashim Billah, S.H.I., M.H.  
SIGNED

Valid ID: 65b721a62c13f



Yogyakarta, 24 Januari 2024  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum  
Prof. Dr. Des. H. Makhrus, S.H., M.Hum.  
SIGNED

Valid ID: 65b89b548c8f

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Shofiyulloh Al Lu'lu'iy

NIM : 18103060081

Jurusan : Perbandingan Mazhab

Fakultas : Syariah dan Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul “ **Praktik Fake Order Untuk Meningkatkan Rating Toko Online Dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif**” adalah asli, hasil karya atau laporan penelitian yang saya lakukan sendiri dan bukan plagiasi dari karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam penelitian ini dan disebutkan acuan daftar pustaka

Yogyakarta, 16 Januari 2024

Penyusun,



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

M. Shofiyulloh Al Lu'lu'iy  
18103060081

**MOTTO**

**“TETAP BERSUJUD  
MESKIPUN SUDAH TERWUJUD”**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Pada rimba kata-kata yang merdu  
Do'a menyala setenang nada  
Dalam simpul Kenang dan Cita  
Terbentang lautan kata yang mengalun indah  
Meretas waktu dan ruang

Pada halaman ini  
Ku persembahkan bukan sekedar kata,  
Melainkan denyut jantung syukur,  
Terimakasih kepada kedua orang tua ku,  
Ibu Izaa Nurmala, Serta Bapak Buchori.  
Yang menjadikan langkahku menyirami benih pengetahuan.

Kepada saudara-saudaraku,  
Faqihudin dan Lala Khozilah  
Nurul Afifatilmilah dan Rasyq Susanto  
Akmalussaifi Al Kawakib

Kalian adalah pelita dimalam kelam  
Cahaya yang membimbing langkahku

Dengan senyum haru dan tangis sukacita

Salam penghormatan di setiap halaman

Bagi rima yang memeluk makna

Untuk keluarga, Terimakasih yang abadi.

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi adalah pengalihan tulisan dari satu bahasa ke dalam tulisan bahasa lain. Dalam skripsi ini transliterasi yang dimaksud adalah pengalihan tulisan Bahasa Arab ke Bahasa Latin. Penyusunan transliterasi Arab-Latin dalam skripsi ini menggunakan transliterasi berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543 b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	Š	es (dengan titik di bawah)



ذ	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta'	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za'	Ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	'Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	Ha'	H	ha
ء	Hamzah	’	apostrof
ي	Ya	Y	ye

## B. Konsonan Rangkap Syaddah

مُنْعَدَّةٌ	Ditulis	<i>muta'addidah</i>
عِلَّةٌ	Ditulis	<i>'illah</i>

### C. Ta' Marbûṭah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h

حِكْمَةٌ	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
عِلَّةٌ	Ditulis	<i>'illah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

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

كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>Karāmah al-Auliya'</i>
--------------------------	---------	---------------------------

3. Bila *ta' marbûṭah* hidup atau dengan harakat fathah kasrah dan ḍammah ditulis t atau h.

زَكَاةُ الْفِطْرِ	Ditulis	<i>Zakāh al-Fiṭri</i>
-------------------	---------	-----------------------

### D. Vokal Pendek

1.	-----َ-----	Fathah	ditulis	a
2.	-----ِ-----	Kasrah	Ditulis	i
3.	-----ُ-----	Dammah	Ditulis	u

### E. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif إِستِحْسَان	ditulis ditulis	ā <i>Istiḥsān</i>
2.	Fathah + ya' mati أُنْثَى	ditulis ditulis	ā <i>Unṣā</i>
3.	Kasrah + yā' mati العِلْوَانِي	Ditulis ditulis	ī <i>al- 'Ālwānī</i>
4.	Ḍammah + wāwu mati عِلُوم	Ditulis ditulis	û <i>'Ulûm</i>

### F. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati غَيْرِهِمْ	Ditulis ditulis	ai <i>Gairihim</i>
2.	Fathah + wāwu mati قَوْل	Ditulis ditulis	au <i>Qaul</i>

### G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu kata Dipisahkan Dengan Apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
----------	---------	----------------

أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لإن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## H. Kata Sandang Alif + Lam

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

### a. Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

Kata sandang yang diikuti oleh Huruf *Qamariyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya

القرآن	Ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

### b. 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 ar-Ra'yi</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

## J. Huruf Kapital

Meskipun dalam tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku dalam EYD, diantaranya, huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Nama diri yang didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital adalah huruf awal nama diri bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ Syahru Ramaḍān al-laẓi unzila fih al-Qur'ān

## K. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

- Kosa kata Arab yang lazim dalam bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya hadis, lafaz, shalat, zakat dan sebagainya.

- b. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah diLatin-kan oleh penerbit, seperti judul buku Al-Hijab, Fiqh Mawaris, Fiqh Jinayah dan sebagainya.
- c. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tetapi berasal dari negara yang menggunakan huruf Latin, misalnya M. Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh dan sebagainya,





## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ، وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا، وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِهِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ، وَمَنْ يَضِلَّهُ فَلَا هَادِيَ لَهُ، أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ، وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ. اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ وَبَارِكْ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga penyusun masih diberi nikmat iman dan Islam. Shalawat serta salam senantiasa turunkan kepada Baginda Nabi Agung Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, dan para tabi'in-tabi'in. Semoga kita semua termasuk umat yang akan mendapatkan syafa'atnya di yaumul akhir. Aamiin yarobal alamiin.

Beribu syukur selalu peneliti ucapkan atas kemurahan rahmat dan petunjuk yang telah Allah swt berikan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PRAKTIK *FAKE ORDER* UNTUK MENINGKATKAN RATING TOKO *ONLINE* DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF”**. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa ada bantuan, petunjuk serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang secara langsung maupun tidak langsung ikut berperan terhadap kelangsungan studi

penyusun di Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, dan pada saat penyusun menyelesaikan skripsi:

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta;
2. Prof. Dr. Drs. H. Makhrus, S.H., M.Hum Selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang selalu memberikan dukungan kepada mahasiswa di Fakultas Syari'ah dan Hukum.
3. Bapak Dr. Malik Ibrahim, M.Ag. Ketua Prodi Perbandingan Mazhab, Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang selalu memberikan dukungan penuh kepada mahasiswa Perbandingan Mazhab.
4. Bapak H. Nurdhin Baroroh, S.H.I., M.SI. Selaku Sekretaris Prodi Perbandingan Mazhab, Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga.
5. Bapak Dr. Muhrisun, S.Ag., BSW., M.Ag., MSW. Selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan motivasi, bimbingan dan arahnya kepada penyusun.
6. Ibu Surur Roiqoh, S.H., M.H., selaku dosen pembimbing skripsi, yang selalu meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan dengan sabar dan penuh pengertian kepada penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Staf Prodi Perbandingan Mazhab, Fakultas Syari'ah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Badrudin, yang telah membantu penyusun dalam proses administrasi.
8. Para dosen prodi Perbandingan Mazhab dan Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan ilmu begitu luas kepada penyusun, semoga ilmu yang didapat bermanfaat dan penuh barakah.
9. Kedua orang tua penyusun, Bapak Buchori dan Ibu Izza Nurmalia, yang senantiasa memberikan dukungan, baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
10. Saudara- saudara saya yang telah menemani serta membantu penulis dalam penyusunan, atas kehadiran kalian yang selalu menginspirasi sehingga membawa kebahagiaan dalam keluarga kita
11. Segenap keluarga besar Bani Mimbar Ma'ruf yang telah memberikan dukungan penuh selama ini dan bantuan kalian telah menjadi kekuatan dalam setiap tantangan.
12. Teman-teman Prodi Perbandingan Mazhab angkatan 2018, terimakasih telah menemani pembelajaran dari awal hingga akhir.
13. Teman-teman KKN yang telah menemani masa pengabdian di Dusun Ledok Lempong Wonokerto, Turi, Sleman, DIY

Teruntuk semua pihak yang turut serta dalam persembahan skripsi ini, baik yang disebutkan sebelumnya atau yang mungkin terlupakan, dengan rasa hormat penulis mengucapkan rasa terima kasih. Semoga setiap tindakan baik yang telah

diberikan dianggap sebagai bentuk ibadah dan memperoleh balasan yang lebih indah dari Allah SWT.

Yogyakarta, 16 Januari 2024

Penyusun



Muhammad Shofiyulloh Al Lu'lu'iy

NIM: 18103060081



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat .....	6
D. Telaah Pustaka .....	7
E. Kerangka Teoritik .....	10
F. Metode Penelitian .....	13
G. Sistematika Pembahasan .....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>17</b>
A. <i>Maşlahah</i> .....	17
B. Perlindungan Konsumen.....	27

C. Dasar Hukum Islam Seputar Jual Beli <i>Online</i> .....	32
D. Regulasi Hukum Positif Seputar Jual Beli <i>Online</i> .....	37
<b>BAB III GAMBARAN UMUM PRAKTIK <i>FAKE ORDER</i> UNTUK MENINGKATKAN RATING TOKO <i>ONLINE</i> .....</b>	<b>41</b>
A. <i>Fake Order</i> dalam Transaksi Jual Beli <i>Online</i> .....	41
B. Rating dan Toko <i>Online</i> .....	51
C. Praktik <i>Fake Order</i> di Toko <i>Online</i> .....	53
<b>BAB IV PRAKTIK <i>FAKE ORDER</i> UNTUK MENINGKATKAN RATING TOKO <i>ONLINE</i> PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF .....</b>	<b>57</b>
A. Analisis <i>Fake Order</i> Berdasarkan Teori <i>Maşlahah</i> .....	57
B. Analisis <i>Fake Order</i> Berdasarkan Teori Perlindungan Konsumen .	61
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan .....	67
B. Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>I</b>



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Manusia memiliki rutinitas di masyarakat dari dahulu hingga sekarang yang tidak pernah terganti salah satunya yaitu jual beli. Hal demikian dapat dipahami karena manusia memiliki kebutuhan yang ingin selalu terpenuhi, terlebih dibidang materi. Manusia memiliki sifat ingin memiliki, segala yang dilihat dan dimiliki orang lain ingin dimilikinya. Namun pada kenyataannya manusia sebagai makhluk sosial tidak semua yang diinginkan dapat di usahakan dengan sendiri.

Transaksi jual beli dilakukan oleh masyarakat guna memenuhi kebutuhan atau gaya hidup manusia. Jual beli merupakan kegiatan yang didasari kerelaan kedua belah pihak dalam tukar menukar barang atau benda yang memiliki *value*, pihak satu menerima barang dan pihak lain menerima seseuai menurut perjanjian atau ketetapan yang telah disepakati dan dibenarkan oleh syara'.<sup>1</sup>

Jual beli awalnya dilakukan dengan tukar menukar barang (barter), seiring berkembangnya peradaban dan kultur masyarakat, jual beli mengalami perubahan. Pengaruh dunia teknologi dan informasi yang pesat menjadi salah satu faktor berubahnya budaya masyarakat dalam berbagai aspek, tidak

---

<sup>1</sup> Muhammad Arifin Bin Badri, *Panduan Praktik Fikih Perniagaan Islam* (Jakarta: Darulhaq, 2018), hlm. 2.

terkecuali disektor jual beli. Era modern mengundang peralihan praktik jual beli. Sebelum berkembangnya teknologi, manusia menjual dan membeli barang dilakukan disatu tempat (*offline*). Akan tetapi seiring berkembangnya Internet segala kesulitan seperti jarak, waktu dan biaya dapat diatasi dengan adanya perdagangan elektronik (*e-commerce*)<sup>2</sup>. Toko *online* menjadi salah satu bisnis yang mengalami pertumbuhan sangat pesat, pasalnya membangun toko *online* tidak sama layaknya mendirikan toko *offline*, dimana berbekal email, nomor telepon dan identitas seseorang dapat membangun toko pribadinya di perusahaan *e-commerce*.

Hukum jual beli *e-commerce* dalam Islam sebenarnya adalah hal yang diperbolehkan oleh mayoritas ulama sepanjang transaksi yang dilakukan tidak mengandung unsur penipuan. Penjual wajib memberikan informasi yang jelas dan *real* sesuai prooduk yang dijual baik berupa gambar, warna, jenis, bentuk, ukuran ataupun hal lain yang bisa berpengaruh terhadap harga barang yang dijual.<sup>3</sup>

Al-Quran telah memberi rambu-rambu agar setiap praktik perdagangan baik jual beli yang dilakukan secara *online* maupun *offline* yang dilakukan

---

<sup>2</sup> Asnawir dan Basyruddin Usman, *Media Pembelajaran* (Jakarta: Ciputat Press, 2002), hlm. 7.

<sup>3</sup> Munir Salim, "Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam," *Jurnal al-Daulah*, Vol. 6: 2, (Desember 2017), hlm. 378.

manusia tidak mengandung unsur batil sebagaimana firman Allah dalam surat an-Nisa ayat 29.<sup>4</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Ayat ini menerangkan bahwa Allah SWT mengharamkan hambahambanya yang beriman memakan harta orang lain dengan cara batil, yaitu segala bentuk cara yang tidak ditetapkan dalam Islam. Misalnya melakukan berbagai macam cara seperti: riba, korupsi, berjudi dan segala macam tipuan dan intrik yang sejalan dengannya, meskipun hal tersebut seperti tidak bertentangan dalam hukum *syar'i*.

Jual beli *online (e-commerce)* bagi masyarakat memiliki daya tarik tersendiri yang kian hari semakin meningkat. Pasalnya berbagai fitur yang disediakan menjadikan jual beli terkesan mudah. Keunikan mengiklankan produk yang ditawarkan oleh toko online juga ikut mempengaruhi minat masyarakat untuk membeli atau hanya sekedar melihat produk yang ditempel pada toko online.<sup>5</sup> Berbeda dengan membeli produk pada toko *online*, pembeli tidak dapat leluasa memeriksa atau merasakan fisik produk dan jasa penjualan secara langsung. Hal itu yang membuat seseorang berusaha mencari informasi

---

<sup>4</sup> An-nisa' (4): 29.

<sup>5</sup> James Timothy, *Membangun Bisnis Online*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), hlm. 4.

sebanyak banyaknya tentang produk serta pelayanan yang ditawarkan, salah satunya melalui fitur *online review* dan *online rating*.<sup>6</sup>

*Online review* merupakan komentar dalam bentuk teks, yang langsung dari seseorang dan bukan bagian dari pengiklanan. Sedangkan *online rating* adalah pendapat seorang pembeli guna mengapresiasi kepuasan belanja di toko tersebut yang diwujudkan dalam bentuk simbol bintang.<sup>7</sup> *Online review* dan *online rating* dari pembeli sering kali menjadi faktor utama dalam penjualan jasa atau produk secara *online*. Setiap *review* dan *rating* yang muncul, baik berupa ulasan positif atau negatif dapat menjadi indikator pertimbangan untuk melakukan pembelian.<sup>8</sup> Sayangnya, para pemilik perusahaan terkadang melakukan pesanan fiktif untuk mendapatkan *review* dan *rating* atau sering disebut dengan istilah *fake order*.

Praktik *fake order* atau pemesanan palsu merupakan fenomena yang sering terjadi di dalam dunia bisnis online. Praktik ini dilakukan oleh sejumlah pelaku usaha dengan tujuan untuk meningkatkan *rating* dan reputasi toko *online* mereka. Dalam praktiknya, biasanya penjual membuat pesanan palsu dengan menggunakan akun lainya atau melalui penyedia jasa *fake order*. Hal

---

<sup>6</sup> Ahmad Farki, dkk, "Pengaruh *Online Customer Review* dan *Rating* Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada *Online Marketplace* di Indonesia," *Jurnal Teknik Its*, Vol, 5: 2, (2016), hlm. 615.

<sup>7</sup> *Ibid*, hlm. 617

<sup>8</sup> Tiara ramdhani, dkk, "Pengaruh *Rating* dan *Online Consumer Review* Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Pemediasi Pada *Marketplace shopee* dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, Vol 2: 2, (2021), hlm. 156.

itu dilakukan agar produk di toko tersebut terkesan banyak laku padahal dalam kenyataannya belum ada satupun produk yang terjual.

Fenomena *fake order* semakin marak seiring meningkatnya persaingan di dalam bisnis *online*. Banyak pelaku usaha menganggap bahwa *fake order* untuk meningkatkan *rating* dan reputasi toko *online* mereka menjadi bagian dari strategi *marketing*. Padahal tindakan *fake order* merupakan perbuatan rekayasa yang bisa mengelabui calon pembeli. Sehingga mengakibatkan konsumen yang hendak membeli produk pada toko tersebut tidak mendapatkan informasi yang benar, karena adanya tindakan pesananan palsu yang dibuat oleh pengguna *fake order*. Informasi yang tidak benar mengakibatkan konsumen tidak mendapatkan hak atas informasi yang benar dan jujur. Hak atas konsumen disebutkan dalam Pasal 4 ayat 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa: Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.<sup>9</sup>

Penelitian ini mengkaji praktik *fake order* dalam tinjauan hukum Islam dan hukum positif. Tinjauan hukum Islam digunakan karena mengingat mayoritas penduduk Islam Indonesia adalah muslim sehingga tidak dapat dipungkiri para konsumen dan pelaku usaha yang terlibat dalam pasar *e-commerce* juga banyak berasal dari kalangan agama Islam. Maka tinjauan

---

<sup>9</sup> Pasal 4 ayat (1)

hukum Islam penting dilakukan untuk melihat bagaimana pandangan hukum Islam mengenai fenomena ini.

Sementara tinjauan hukum positif dilakukan untuk mengkaji *praktik fake order* yang dilakukan pelaku usaha berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia. Tinjauan hukum positif ini dilakukan untuk mengukur sejauh mana peraturan perundang-undangan mengatur, meregulasi, dan memberi sanksi bagi pelaku usaha yang melakukan tindak *fake order* dalam perdagangan *e-commerce*.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, agar pembahasan dalam penelitian ini tetap terfokus pada problematika masalah, maka penulis merumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pandangan hukum Islam terhadap praktik *fake order* untuk meningkatkan *rating* toko *online*?
2. Bagaimana pandangan hukum positif terhadap praktik *fake order* untuk meningkatkan *rating* pada toko *online*?

## **C. Tujuan dan Manfaat**

1. Tujuan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut
  - a. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana praktik *fake order* mempengaruhi *rating* toko *online* menurut hukum Islam dan hukum positif.



- b. Untuk mengetahui penerapan Hukum Islam dan Hukum Positif dalam praktik *fake order*.

## 2. Manfaat Penelitian

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi dalam khazanah keilmuan, khususnya dalam bidang fikih muamalah terkait dengan ketentuan perdagangan melalui praktik *fake order*.
- b. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi yang berguna bagi kalangan akademis, praktisi hukum, dan masyarakat umum, khususnya bagi masyarakat yang sudah atau akan memulai bisnis *online*.

## D. Telaah Pustaka

Untuk mendukung keaslian penelitian dan membedakan dengan penelitian yang sudah ada, oleh sebab itu perlu adanya penelaahan terhadap penelitian-penelitian beberapa karya ilmiah yang berhubungan dengan permasalahan tersebut. Diantara penelaahan terdahulu adalah sebagai berikut:

*Pertama*, skripsi yang ditulis oleh Era Irawan yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik order Fiktif Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada Toko *Online Shopee* (Studi Kasus Toko *Estore\_id*)”. Dalam skripsi ini membahas tentang toko *Estore\_id* yang menggunakan praktik *fake order* melalui bantuan teman dan jasa *order fiktif* untuk mengelabui orang lain agar tertarik membeli. Kemudian disimpulkan praktik *fake order* termasuk perbuatan yang dilarang karena mengandung unsur *gharar* (penipuan). Dalam penelitian ini terdapat persamaan yaitu sama-sama membahas mengenai praktik

*fake order*. Namun terdapat perbedaan yaitu penelitian tersebut hanya membahas *fake order* dari segi hukum Islam.<sup>10</sup>

*Kedua*, skripsi yang ditulis oleh Amelia Pramesty Putri Wardani yang berjudul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik *Fake Order* untuk Menaikan Penilaian Toko (Studi Kasus di Toko Online Shop @laziah shop)”. Skripsi ini menghasilkan dua temuan. Pertama, bahwa praktik *fake order* mengandung unsur *gharar* dan termasuk jual beli *najasy* yaitu rekayasa permintaan pasar yang hukumnya haram tetapi akad jual beli yang terjadi tetap sah karena pada transaksi yang sesungguhnya penjual melakukan sesuai dengan rukun dan syarat jual beli. Kedua, penerapan prinsip etika bisnis Islam belum diterapkan sepenuhnya dalam transaksi yang mengandung *fake order*. Persamaan dengan penelitian ini pada pembahasan *fake order*, akan tetapi terdapat perbedaan yaitu penelitian ini memfokuskan pada penelitian lapangan.<sup>11</sup>

*Ketiga*, skripsi yang ditulis oleh Dita Oktavia Putri yang berjudul “Analisis Akad *As-Salam* terhadap Jual Beli Masker Dengan Adanya Praktik *Fake order* di Online Shop @choirulevi”. Skripsi ini merupakan penelitian studi kasus lapangan, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa praktik *fake*

---

<sup>10</sup> Era Irawan, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik order Fiktif Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada Toko Online Shopee (Studi Kasus Toko Estore\_id)” *Skripsi*, Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Kediri 2022.

<sup>11</sup> Amelia Pramesty Putri Wardani, “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik *Fake Order* untuk Menaikan Penilaian Toko (Studi Kasus di Toko Online Shop @laziah shop)”, *Skripsi*, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2023.

*order* dalam jual beli masker di *onlone shop @choirulevi* untuk menarik minat pembeli menggunakan bantuan tujuh temannya yang bertujuan untuk meningkatkan *rating* toko online, namun ulasan yang diberikan adalah ulasan palsu. Dari penelitian tersebut ditemui bahwa jual beli tersebut menggunakan analisis akad *as-salam* belum memenuhi rukun dan syarat *as-salaam* karena objek jual belinya samar sehingga mengandung *gharar* ringan dan bisa di tolerir. Sedangkan dalam kajian hukum Islam, praktik *fake order* termasuk *bai' najasy* (tipuan yaitu rekayasa) dilarang dalam hukum Islam. Persamaan dari penelitian tersebut yaitu sama-sama membahas *fake order*, namun terdapat perbedaan yaitu penelitian diatas lebih fokus pada akad *as-salam* dalam *fake order*.<sup>12</sup>

*Keempat*, karya tulis 2022 oleh Andi Nasrullah Apriliawal Nur dan Rahman Syamsuddin yang berjudul “Penegakan Hukum Sopir Grab Yang Menggunakan Aplikasi Orderan Fiktif di Kota Makassar”. Jurnal ini berisi permasalahan orderan fiktif pada aplikasi grab. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penegakan pasal 36 Juncto pasal 51 ayat (1) UU RI Nomor 19 Tahun 2016 tentang ITE terhadap driver grab yang menggunakan aplikasi orderan fiktif. Dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa penegakan hukum pasal 35 jo. Pasal 51 ayat 1 dibagi menjadi tiga tahap, yaitu tahap penyidikan, penuntutan, dan putusan. Sedangkan dari sisi penanggulan

---

<sup>12</sup> Dita Oktavia Putri, ”Analisis Akad As-Salam terhadap Jual Beli Masker Dengan Adanya Praktik Fake order di Online Shop @choirulevi”, *Skripsi*, Fakultas Syari’ah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2022.

menggunakan fitur tuyul yang akan bekerja dan mengirimkan sinyal ke pihak Grab, sehingga pelaku dapat ketahuan. Dalam penelitian tersebut terdapat perbedaan yaitu penelitian menggunakan obyek driver sedangkan dari persamaan yaitu sama-sama meneliti praktik *fake order*.<sup>13</sup>

Setelah dilakukan penelusuran, penyusun tidak menemukan hasil penelitian yang sama dan serupa dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Artinya masalah ini belum pernah diteliti oleh peneliti-peneliti sebelumnya.

#### **E. Kerangka Teoritik**

Kerangka teori bertujuan untuk memberikan batasan-batasan atau gambaran mengenai teori secara jelas dan kuat yang akan digunakan sebagai pijakan penelitian yang akan dilakukan. Kerangka teori selain sebagai acuan adalah berupa teori mengenai variabel-variabel permasalahan yang akan diteliti.<sup>14</sup> Maka kerangka teori merupakan keharusan bagi setiap penelitian ilmiah. Tujuannya adalah agar penelitian tersebut memiliki struktur yang jelas dan pedoman analisis yang tepat. Atau dengan kata lain kerangka teoritik sebagai pisau analisis untuk membedah data dalam penelitian ini, maka penyusun menggunakan teori *masalah* dan perlindungan konsumen.

---

<sup>13</sup> Andi Nasrullah Apriiawal Nur dan Rahman Syamsuddin “ Penegakan Hukum Sopir Grab Yang Menggunakan Aplikasi Orderan Fiktif di Kota Makassar”, *Alaudin Law Development Journal (ALDEV)*, Vol. 4:2, (2 Agustus 2022).

<sup>14</sup> Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm. 41.

## 1. *Maṣlahah*

Pengertian *maṣlahah* dalam bahasa Arab berarti perbuatan-perbuatan yang mendorong kepada kebaikan manusia. Dalam arti umum adalah setiap segala sesuatu yang bermanfaat bagi manusia, baik dalam arti menarik atau menghasilkan keuntungan atau kesenangan, dan bisa diartikan menolak atau menghindarkan dari kerusakan.<sup>15</sup>

Pembagian *maṣlahah* untuk memelihara secara komprehensif dan proposional dipandang dari segi tinjauan. *Pertama* tinjauan dari segi prioritas penggunaannya. *Kedua* tinjauan dari segi cakupan/kegunaannya. *Ketiga* tinjauan dari segi dapat berubah atau tidaknya. *Keempat* tinjauan dari segi keberadaan *maṣlahah* menurut syara'.<sup>16</sup>

Ulama ushul yang berpegang kepada mashlahat sepakat pula bahwasanya kemashlahatan yang mempunyai nilai untuk diperhatikan adalah kemashlahatan murni (hakiki) yang berhubungan dengan kepentingan umum. Kemashlahatan semata-mata didasarkan kepada keinginan individu, kelompok atau bersifat nisbi dilarang sama sekali karena akan kontradiksi dengan syara'. Dalam praktiknya sering terjadi perbedaan pendapat di antara ulama' dalam menentukan mashlahat paling baik dan dalam menentukan kesimpulan apa yang diambil berdasarkan mashlahat itu kontradiksi ataupun tidak dengan nash.

---

<sup>15</sup> Amir Syarifuddin, *Uṣhūl al-Fiqh*, (Jakarta: Kencana, 2014), II, hlm. 368.

<sup>16</sup> Misran, *al-Maṣlahah Mursalah*, ..., hlm. 4.

## 2. Perlindungan Konsumen

Menurut *Black's Law Dictionary* mendefinisikan perlindungan konsumen “*a statute that safeguards consumers in the use goods and services*”, yang berarti bahwa sebuah undang-undang yang melindungi konsumen dalam menggunakan barang dan jasa. Istilah perlindungan konsumen dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa, “*perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen*”. Adapun menurut Shidarta, memberikan pengertian perlindungan konsumen sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak yang berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.<sup>17</sup> Berdasarkan pengertian tersebut perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang dibedakan dalam 2 (dua), meliputi:

- a. Perlindungan konsumen terhadap kemungkinan barang dan/atau jasa yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan kesepakatan.

---

<sup>17</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Edisi Revisi, (Jakarta: PT Grasindo, 2006), hlm. 10.



- b. Perlindungan konsumen terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.<sup>18</sup>

## F. Metode Penelitian

### 1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis dalam penyusunan skripsi ini adalah penelitian pustaka (*library research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara menelaah buku-buku dan literatur serta dokumen pendukung lainnya yang menggunakan berbagai teori maupun dalil yang memiliki korelasi dengan masalah yang diteliti.<sup>19</sup> Hal tersebut bermaksud agar menghasilkan penelitian yang memiliki data yang jelas dan akurat.

### 2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang digunakan penulis dalam penyusunan skripsi ini adalah analitik-komparatif. Penelitian ini menyampaikan gambaran secara komprehensif dan mendalam terkait suatu keadaan dan gejala tertentu.<sup>20</sup> Penelitian ini bermaksud untuk mendeskripsikan hasil perbandingan antara hukum Islam dan hukum positif mengenai fenomena praktik *fake order* sebagai alat meningkatkan rating toko *online*.

---

<sup>18</sup> Rifan Adi Nugraha dan Jamaluddin Mukhtar, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *Online*", *Jurnal Serambi Hukum*, Vol 08: 2, (2015), hlm. 4.

<sup>19</sup> Abdurrahman Misno B.P dan Ahmad Rifai, *Metode Penelitian Muamalah*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2018), hlm. 182.

<sup>20</sup> Soerjono Soekanto, *PengantarPenulisan Hukum*, (Jakarta: UI Press, 1986), hlm. 10.

### 3. Pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif yang mana pendekatan ini memfokuskan pada analisis aturan hukum Islam dan hukum positif terkait dengan praktik *fake order*. Dalam hal ini, akan dianalisis bagaimana hukum positif dan hukum Islam mengatur praktik tersebut dan apakah praktik tersebut dapat diterima atau tidak berdasarkan sistem hukum yang berlaku.

### 4. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Bisa juga didefinisikan sebagai benda atau orang tempat peneliti mengamati, membaca atau bertanya mengenai informasi tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian.<sup>21</sup> Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan 2 (dua) sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data skunder.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Data sekunder merupakan data yang erat, hubungannya dengan penelitian ini yaitu berupa, buku, jurnal, karya tulis,

### 5. Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data secara teratur yang diperoleh dari hasil pencarian berbagai sumber sehingga dapat mudah dipahami, kemudian temuannya dapat di informasikan kepada orang

---

<sup>21</sup> Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), hlm. 60.

lain.<sup>22</sup> Setelah semua data yang diperoleh lengkap, selanjutnya penulis menganalisis data yang diperoleh dengan metode analisis komparatif. Penelitian ini akan memaparkan hasil *study komparatif* pandangan hukum Islam dan hukum positif mengenai praktik *fake order* untuk meningkatkan *rating* toko *online* dengan menggunakan teori *masalah*.

#### G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembahasan dalam penelitian ini penulis menyusun sistematika pembahasan secara terstruktur agar pembaca dapat dengan mudah memahaminya, sistematika tersebut meliputi:

BAB I, merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka, kerangka teoritik, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II, pada bab ini akan dipaparkan teori yang digunakan oleh penulis sebagai acuan dalam melakukan penelitian skripsi, yaitu: *masalah* dan perlindungan konsumen.

BAB III, berisi tinjauan umum terkait praktik *fake order* dalam toko *online*.

BAB IV, berisi analisis praktik *fake order* dalam perspektif hukum positif dan hukum Islam.

---

<sup>22</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, cet. Ke-1 (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 319.

BAB V, adalah bab terakhir yang berisi kesimpulan dari pembahasan dan saran dari penyusun.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari uraian diatas dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan *fake order* untuk meningkatkan rating toko *online* dapat memberikan keuntungan bagi penjual, namun praktik *fake order* lebih banyak menimbulkan madaharat. Oleh karena itu, praktik *fake order* bertentangan dengan hukum Islam. Tindakan *fake order* menjadikan pembeli sulit memperoleh informasi yang benar. Praktik *fake order* harus dihindari demi tercapainya kemaslahatan bersama atau yang dikenal dengan *maşlahah al-'Ammah*, sehingga tujuan *maşlahah al-Darûrriyâh* dapat tercapai yaitu perwujudan dari *hifzul mall* atau menjaga harta dari cara-cara yang bathil dalam memperolehnya. Pertimbangan tersebut didasarkan pada kaidah ushul yaitu menolak mafsadah (kerusakan) didahulukan daripada mengambil kemaslahatan.
2. Perbuatan *fake order* jika dilihat dari segi hukum positif terdapat pelanggaran hukum yang dilakukan oleh pemilik toko. Praktik *fake order* diketahui bahwa penjual telah melakukan penipuan dengan merekayasa penjualan ataupun ulasan produk ditoko onlinenya, sehingga sesuai dengan pasal 28 Undang- Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, praktik tersebut merupakan tindakan pelanggaran dengan ancaman pidan 6 tahun dan denda maksimal 1 miliar rupiah. Sedangkan menurut Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan

konsumen, praktik *fake order* mengandung unsur penipuan terhadap konsumen. Sehingga dikenakan pidana sesuai Pasal 62 UU Perlindungan Konsumen, dengan ancaman penjara paling lam 5 tahun atau pidana denda peling banyak Rp 2.000.000.000 (dua milyar).

## B. Saran

### 1. Bagi penjual

Penjual seharusnya jujur dan bertanggung jawab dalam setiap transaksi jual-beli dengan memberikan informasi yang akurat tentang produk yang dijual, menghindari kekecewaan pada pembeli. Jika ingin menarik perhatian calon pembeli, disarankan untuk meningkatkan kualitas barang dan melakukan promosi yang etis, seperti memanfaatkan media sosial atau strategi promosi yang terukur. Salah satunya adalah memberikan diskon pada produk untuk memungkinkan konsumen mencoba kualitasnya; bila mereka puas, mereka cenderung untuk menjadi pelanggan setia secara alami.

### 2. Bagi pembeli

Pembeli sebaiknya waspada dan teliti saat berbelanja *online*, tidak terpancing oleh ulasan positif semata, melainkan harus selektif dalam memilih toko *online* yang dapat dipercaya. Disarankan kepada pembeli untuk meneliti kembali spesifikasi barang yang dibutuhkan agar keyakinan terhadap produk semakin kuat. Seringkali, toko yang menggunakan *fake order* memiliki ulasan yang sangat positif dan hampir seragam dalam penggunaan kata-kata tertentu dalam ulasannya.

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Al-Qur'an

Ath-Thabari, Abu Ja'far Muhammad bin Jarir ath, *Tafsīr Ath-Thabāri*, XVI, Jakarta: Pustaka Azzam.

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*.

Shihab, M. Quraish, *Tafsir al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian al-Qur'an*, Jakarta: Lentera Hati, 2011, IX.

### 2. Fikih dan Ushūl Fikih

Amin, Ma'ruf, *Fatwa dalam Sistem Hukum Islam*, Jakarta: Paramuda Advertising, 2008.

Badri, Muhammad Arifin Bin, *Panduan Praktik Fikih Perniagaan Islam*, Jakarta: Darulhaq, 2018.

Bajiqani, Muhammad 'Abd al-Gani al, *Al-Madkhal ila Ushūl al-Fiqh al-Maliki*, Beirut Libanon: Dar Lubnan Littiba' wa al-Nasyr, Cet I, 1968.

Firdaus, *Ushul Fiqh (Metode Mengkaji dan Memahami Hukum Islam Secara Komprehensif)*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2004.

Ghazali, Al, *al-Mustashfa Min 'Ilm al-Ushūl*, Beirut: Muassasah al-Risalah 1997, I.

Muhammad Abu Zahrah, *Ushul al-Fiqh*, terj. Saefullah Ma'shum, et al., *Ushul Fiqh*, Jakarta: Pustaka Firdaus, cet 9, 2005.

Rabbih, 'Ali Abd, *Buhus fi al-Adillah al-Mukhtalaf Fiha 'Ind al-Ushūliyyin*, ttp: Mathba'ah al-Sa'adah, 1980.

Romli, *Muqāranah Mazāhib fil Ushūl*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 1999.

Shalih, Muhammad Adib, *Mashadir Tasyri' al-Islāmiy Wa Manhāj al-Istinbāth*, Damaskus: Mathba'at al Ta'awuniyat, 1968.

Syarifuddin, Amir, *Ushūl al-Fiqh*, Jakarta: Kencana, 2014, II.

Syaukani, Al, *Irsyād al-Fuhūl ilā Tahqīq al-Haq min 'Ilm al-Ushūl*, Mesir: Idarah at-Thiba'ah al-Muniriyyah, t.t.

Turki, Abdullah ibn 'Abd al-Muhsin al, *Ushūl Imam Ahmad ibn Hanbal*, Mathba'ah Jami'ah 'Ain al-Syams, 1974, I.



### 3. Peraturan Perundang-Undangan

- Asyhadie, Zaeni, *Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Ferdian, Adami Chazawi and Ardi, *Tindak Pidana Informasi & Transaksi Elektronik*, Malang: Media Nusa Creative, 2015.
- Miru, Ahmadi dan Sutarman Yoto, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007.
- Muhammad, Abdul Kadir, *Hukum Acara Perdata*, VII. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000.
- Sadar, M. dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, Jakarta: Akademia, 2012.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Edisi Revisi, Jakarta: PT Grasindo, 2006.
- Soekanto, Soerjono, *PengantarPenulisan Hukum*, Jakarta: UI Press, 1986.
- Tumantara, Firman, *Hukum Perlindungan Konsumen (Filosofi Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Politik Hukum Negara Kesejahteraan)*. Malang: Setara Press, 2016.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

### 4. Jurnal

- Apriani, Rani, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Perbankan Di Indonesia", *Jurnal Ilmiah Hukum De'Jure: Kajian Ilmiah Hukum*, Vol. 2: 2, 2017.
- Azzahra, Sheila Eldi, dkk. "Akibat Hukum Pesanan Fiktif Oleh Konsumen Terhadap Pengemudi Ojek Online Ditinjau Dari Kuhperdata", *ADIL: Jurnal Hukum*, Vol 13: 1.
- Bahri, Syahbul, "Hukum Promosi Produk dalam Perspektf Hukum Islam, *Jurnal Eoisteme*", Vol 8: 1, Juni 2013.
- Farki, Ahmad, dkk, "Pengaruh Online *Customer Review* dan *Rating* Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada *Online Marketplace* di Indonesia," *Jurnal Teknik Its*, Vol, 5: 2, 2016.

- Fauzi, Saipulloh and Lia Febria Lina, "Peran Foto Produk, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen di E-Commerce", *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, Vol. 2: 1, 2021.
- Hayati, Siti Nur, dkk. "Pengaruh Rating Penilaian Dan Ulasan Online Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Penggunaan Toko Online Shopee", *Prima ekonomika*, Vol. 14: 1, maret 2023.
- Irawan, Era, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik order Fiktif Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada Toko Online Shopee (Studi Kasus Toko Estore\_id)" *Skripsi*, Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negri Kediri 2022.
- Misran, "al-Maṣlahah Mursalah (Suatu Metodologi Alternatif dalam Menyelesaikan Persoalan Hukum Kontemporer)," *Jurnal Justisia*, Vol. 1: 1, 2016.
- Mustari, Nasrullah Ainul Yaqin, "Kehujahan Hukum Negara Sebagai sumber Hukum Islam: Studi Komparasi Pemikiran Sayyid Muhammad Rosyid Rida dan Wahbah az-Zuhaili", *Al-Mazahib*, Vol 3: 2, Desember 2015.
- Nugraha, Rifan Adi dan Jamaluddin Mukhtar, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online", *Jurnal Serambi Hukum*, Vol 08: 2, 2015.
- Nur, Andi Nasrullah Apriliawal dan Rahman Syamsuddin " Penegakan Hukum Sopir Grab Yang Menggunakan Aplikasi Orderan Fiktif di Kota Makassar", *Alaudin Law Development Journal (ALDEV)* ", Vol. 4:2, 2 Agustus 2022.
- Oli, Mohamad Rivai, dkk. "Online Shop Sebagai Alternatif Berbelanja Masyarakat Kota Manado", *Jurnal Holistik*, Vol. 13: 4, Desember 2020.
- Putri, Dita Oktavia, "Analisis Akad As-Salam terhadap Jual Beli Masker Dengan Adanya Praktik Fake order di Online Shop @choirulevi", *Skripsi*, Fakultas Syari'ah Dan Hukum Universitas Islam Negri Sunan Ampel Surabaya, 2022.
- Rahmad, Noor, "Kajian Hukum terhadap Tindak Pidana Penipuan Secara Online, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* ", Vol 3: 2, Desember 2019.
- Ramdhani, Tiara, dkk, "Pengaruh Rating dan Online Consumer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Pemediasi Pada

*Marketplace shopee dalam Perspektif Ekonomi Islam,” Jurnal Manajemen Bisnis Islam, Vol. 2: 2, 2021.*

Rindan, Liantika Rizky, “Perlindungan Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Islam”, *Al-Mazahib, Vol.5: 1, Juni 2017.*

Robiah, Laila Nur, “*Fake Order* Pada Toko Fsj\_Store Di Marketplace Shopee Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Dan Etika Bisnis Islam”, Skripsi, Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (Uin) Raden Mas Said Surakarta 2022.

Salim, Munir, “Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam,” *Jurnal al-Daulah, Vol. 6: 2, Desember 2017.*

Sharibnasi, Ramadan ‘Ali al-Sayyid al, *Himayah al-Mustahlik fi al-Fiqh al-Islami; Dirasah Muqaranah*. Mesir: Matba’ah al-Amanah, 1404 H, I.

Shidiq, Ghofar, “Teori Maqashid al-Syari’ah Dalam Hukum Islam”, *Jurnal Sultan Agung, Vol. 7: 118, Juni-Agustus 2009.*

Wahyuni, Sri, “Studi Perbandingan Pemikiran Filsafat Hukum Islam Al-Ghazali, Asy-Syatibi, dan Ibnu Khaldun”, *Al-Mazaahib: Jurnal Perbandingan Hukum, Vol. 10: 1 Juni 2022.*

Wardani, Amelia Pramesty Putri, “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik *Fake Order* untuk Menaikan Penilaian Toko (Studi Kasus di Toko Online Shop @laziah shop)”, *Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2023.*

## 5. Lain-lain

Antonio, Muhammad Syaf’i, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek* Jakarta: Gema Insani Press, 2001.

Asnawir dan Basyruddin Usman, *Media Pembelajaran*, Jakarta: Ciputat Press, 2002.

Azra, Azyumardi, *Ensiklopedi Islam*, Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve, 2005.

B.P, Abdurrahman Misno dan Ahmad Rifai, *Metode Penelitian Muamalah*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2018.

Digifolium, “5 Alasan Jangan Menggunakan jasa Fake Order Shopee & Marketplace yang lain”, <https://digifolium.com/5-alasan-mengapajasa-fake-order-shopee-cukup-berbahaya/>, diakses 11 januari 2024.

- Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Munawir, A. Warson, *Kamus Al- Munawir*, Surabaya: Pustaka Progresif, 1997.
- Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2019, I.
- Timothy, James, *Membangun Bisnis Online*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010.
- Wawancara dengan Ar, Pemilik Toko JR\_S, Kajen, Pekalongan, Jawa tengah, tanggal 05 Agustus 2023.
- Wawancara dengan Harun, Pembeli di Toko JR\_S, di Bendengan, Pekalongan Utara, Kota Pekalongan, Jawa Tengah, tanggal 12 Agustus 2023.
- Wawancara dengan Safiq, Pembeli di Toko JR\_S, di Wonoyoso, Buaran, Kab. Pekalongan, Jawa Tengah, tanggal 20 Agustus 2023.
- Wawancara dengan Wawan, Pembeli di Toko JR\_S, di Kebonsari, Karangdadap, Pekalongan, Jawa Tengah, tanggal 9 Agustus