

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia hakikatnya ialah makhluk sosial yang saling membutuhkan antara yang satu dengan yang lain, dalam upaya pemenuhan kebutuhan sehari-hari adalah salah satu contohnya. Keterkaitan dengan manusia lainnya merupakan suatu usaha dalam mencari kebutuhan yang diperlukan meskipun berbeda tempat dan saling tidak mengenal, dengan adanya bentuk interaksi itulah yang kemudian terciptalah kelompok-kelompok sosial yang anggotanya berasal dari berbagai organisasi dari berbagai lingkungan yang umumnya memiliki hubungan yang sama.¹

Dalam aktifitas perekonomian, individu yang menggunakan dan memakai sering disebut sebagai konsumen. Sedangkan yang menyediakan barang atau jasa sering disebut sebagai pelaku usaha. Manusia merupakan makhluk yang berperilaku konsumtif, manusia harus melakukan tindakan yang menunjukan perilaku tersebut salah satunya dengan aktifitas beli membeli. Untuk mendapatkan barang dan jasa, konsumen menggunakan berbagai alasan yang sangat beragam, tingkat penghasilan yang diperoleh konsumen adalah cara dalam pemenuhan keperluan barang dan jasa tersebut. Jenis-jenis produk, harga, cara promosi dan pendistribusian merupakan salah satu cara dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu barang yang diinginkan konsumen.

Di era globalisasi saat ini sudah banyak bermunculan inovasi-inovasi baru, misalnya perkembangan mengenai teknologi. Pada masa sebelumnya, manusia sama-sekali tidak mengerti terhadap teknologi sehingga seluruh kegiatan masih dilakukan

¹ Yanuar Herlambang, "Participatory Culture dalam Komunitas Online sebagai Representasi Kebutuhan Manusia", dalam *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi MI PLB*, (2014): 2.

dengan manual. Contohnya saja ketika kita mau mengirimkan surat, sebelum adanya teknologi mengirimkan surat membutuhkan waktu yang lumayan lama sampai memakai waktu sehari-hari untuk diterima oleh penerima. Ketika adanya teknologi dan inovasi yang semakin berkembang manusia sudah sangat jarang menggunakan surat sebagai alat untuk saling bertukar pesan, tetapi adanya teknologi muncullah aplikasi-aplikasi pengirim pesan dan panggilan seperti *Short Message Service* (SMS) dan yang sering dipakai sekarang adalah *Whatsapp* dan *Line*, hanya dengan mengunikan ponsel pesan atau panggilan yang dikirim akan masuk ke penerima dalam hitungan detik.²

Internet atau teknologi dunia maya merupakan salah satu hasil inovasiinovasi terbaru dan perkembangan ilmu pengetahuan yang ada.³Internet dapat menghasilkan berbagai akibat dan dampak baik itu positif maupun negatif terutama terhadap budaya masyarakat dalam beraktifitas. Internet tidak lagi hanya digunakan sebagai sarana komunikasi bertukar kabar saja, namun sering juga dipakai sebagai wadah bagi pembisnis. Pada zaman dahulu ketika ingin membeli barang kita harus pergi ke toko atau datang kepasar, supermarket, atau tempat lain yang langsung menyediakan apa yang dibutuhkan. Jika barang yang dicari kurang akan sangat sulit dan melelahkan. Dengan berkembangnya teknologi, hanya dengan mengakses situs internet maka pembelian barang secara online dapat dilakukan dengan mudah dan cepat dalam waktu yang singkat tanpa terhalang waktu dan tempat.

² Gama Pratama, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Barang dan Jasa Secara Online Sebagai Alternatif Membeli Dikalangan Mahasiswa”, dalam *Jurnal Ekonomi dan bisnis* volume 1, No. 1, (2020): 48.

³ Ria Suntha Devi dan Feryanti Simarsoit, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen E-Commerce Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, volume 2, No. 2, (2020): 120.

E-business atau bisnis online merupakan sebuah nama yang dipakai untuk menggambarkan makna dalam aktifitas-aktifitas bisnis yang dilakukan secara online atau menggunakan internet. Kegiatan ini didukung oleh berbagai istilah “e” seperti *e-commerce*, *e-marketing*, *e-market*, *e-products*, dan berbagai istilah lainnya. *E-business* atau bisnis online juga dapat diartikan secara sederhana sebagai proses jual beli produk, jasa dan aktivitas yang bertukar informasi hanya melalui internet. Aplikasi-aplikasi pendukung transaksi jual beli yang banyak digemari dan mudah diakses melalui internet misalnya Go-Jek, Lazada, Bukalapak, Online eXchange (OLX), Tokopedia, Shopee, dan bahkan aplikasi yang didesain bukan untuk kegiatan jual beli seperti Whatsaap yang merupakan aplikasi layanan bertukar pesan dan panggilanpun sekarang sudah digunakan sebagai aplikasi pendukung transaksi jual beli online.⁴

Salah satu fokus pembisnis ketika mengembangkan bisnisnya adalah dengan menaikkan jumlah permintaan dan kebutuhan pasar. Hal ini akan semakin memperketat persaingan diantara pelaku ekonomi besar, menengah dan kecil. Para pelaku usaha berusaha bekerja lebih efektif dan mampu beradaptasi dengan perkembangan yang ada agar dapat bersaing dalam dunia bisnis, agar dapat dengan cepat menyesuaikan ketika adanya perubahan terhadap minat pembeli. Teknologi diperlukan untuk meningkatkan usaha para pelaku usaha dengan memanfaatkan seluruh sumber daya produksi secara optimal. Penggunaan teknologi dimasa sekarang ini sangatlah pesat, banyak sekali pelayanan-pelayanan yang tersedia saat ini yang dapat membantu memberikan kemudahan bagi para konsumen, layanan tersebut ialah hasil dari inovasi-inovasi mengenai teknologi yang sangat

⁴ Farid Wajdi dan Suhrawadi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2020), 212.

diperlukan diwaktu sekarang, apalagi bagi mereka yang berkecimpung dalam bisnis, nantinya akan menjadi penunjang dalam melayani konsumen.

Kata konsumen sendiri berasal dari bahasa Inggris yaitu *consument* dan *consumer* Belanda. Konsumen dapat diartikan sebagai “orang yang membutuhkan, menggunakan, mengkonsumsi, menggunakan, menggunakan atau sedang membutuhkan”. Ini mendefinisikan konsumen sebagai semua orang dan rumah tangga yang mengkonsumsi barang atau menerima jasa untuk tujuan pribadi. Di sisi lain, berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen adalah individu pengguna barang atau jasa yang tersedia dimasyarakat, baik individu, keluarga, orang lain, atau organisme lain dan tidak untuk dijual. Berdasarkan pengertian konsumen sesuai dengan UndangUndang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen selain barang, jasa juga merupakan bentuk usaha yang diciptakan oleh pelaku usaha / pelaku bisnis dan bahkan sangat populer akhir-akhir ini. Meskipun jasa tidak terlihat secara jelas, namun jasa juga menimbulkan hubungan yang saling terkait antara konsumen dan pelaku usaha.⁵ Misalnya saja pada bidang jasa menjahit.

Dalam jasa jahit online pelaku usaha sangat terbantu dengan adanya teknologi ini, jahit menjahit yang dulunya harus datang ketempatnya langsung sekarang bisa diakses dengan mudah melalui sistem online. Minimnya pesaing membuat jasa jahit online ini terbilang cukup menjanjikan dan layak untuk ditekuni. Cakupan konsumen juga luas tidak harus orang-orang disekitar daerahnya saja yang dapat melakukan pemesanan jahit namun

⁵ NHT Siahaab, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, (Jakarta: Panta Rhei, 2005), 22

hingga keluar kota.⁶ Jika dibandingkan dengan penjahit konvensional, jasa jahit online dapat memberikan banyak keuntungan dikarenakan jangkauan pasarnya lebih luas. Dari sisi konsumen juga dapat memberikan kemudahan berupa jarak dan waktu pemesanan. Konsumen tidak perlu datang ketempat penjahit secara langsung namun hanya dengan mengirimkan foto referensi atau bisa juga mengirimkan bahan dasar kain yang akan dijahit kemudian menunggu hasil jahitan selesai dan dikirim kembali kekonsumen. Berdasarkan sumber dari DailySocial banyaknya pemesanan dengan sistem jasa jahit online melalui aplikasi khusus jahit online *Kostoom*, pesanan yang diterima sebanyak 500 buah perbulannya, hal ini membuktikan banyaknya minat masyarakat terhadap jasa jahit online. Kemudian dengan jahit online dapat memudahkan konsumen untuk mencari penjahit-penjahit yang berkualitas walaupun jaraknya jauh.

Seiring berjalannya waktu penggunaan jasa jahit online menjadi semakin populer. Penjahit-penjahit rumahan mulai bergabung dalam situs jual beli online (*ecommerce*) agar usahanya bisa dilihat banyak orang. Aplikasi-aplikasi berbasis media sosial juga digunakan sebagai sarana bagi penjahit untuk memasarkan hasil jahitannya. Bahkan ada situs resmi yang dibuat khusus sebagai layanan jahit online salah satunya *Kostoom*. Inovasi-inovasi baru seperti inilah yang dapat mempermudah penjahit-penjahit rumahan bertemu dengan konsumen. Hasil jahit yang rapi dan sesuai pesanan, harga yang terjangkau, waktu pengerjaan yang cepat dan banyaknya pilihan-pilihan model dalam jasa jahit yang diberikan membuat konsumen lebih tertarik terhadap jasa jahit online. Berdasarkan hasil survei singkat di Desa Kemang Indah Kecamatan Mesuji Raya Kabupaten Ogan Komering Ilir salah satu

⁶ Elsa Oktaviani dkk, "Pengembangan System Informasi Industri Jasa Menjahit Online Berbasis Web Menggunakan Metodi Waterfall", vol. 5, No. 2, (2020): 116

penjahit rumahan yang memberikan fasilitas seperti diatas adalah penjahit Buk Sum, fasilitas yang diberikan membuat penjahit Buk Sum banyak diminati konsumen walaupun jarak tempatnya dapat terbilang tidak mendukung. Namun dengan adanya inovasi yang merubah jasa jahit dapat dilakukan secara online membuat Penjahit Buk Sum dengan mudah berinteraksi dengan konsumennya.

Dikarenakan praktiknya yang tidak bertemu langsung antara pelaku usaha dan konsumen, pelaksanaan via internet ini melalui praktiknya dapat menimbulkan beberapa permasalahan dan menimbulkan kesan-kesan yang berbeda mengenai resiko yang akan diterima bagi setiap orang. Apalagi dalam kondisi ekonomi sekarang banyaknya terjadi penipuan-penipuan online dan belum adanya perlindungan yang pasti terhadap permasalahan tersebut. Contoh-contoh permasalahan yang banyak terjadi yaitu, pertanggungjawaban oleh penjual atau pelaku usaha mengenai pembayaran sesuai harga dari barang dan jasa yang dibeli namun pembayarannya tidak dilakukan, faktor waktu pengiriman yang sangat lama, dan ketidaksesuaian barang yang dipesan dengan barang ketika sudah sampai ditangan konsumen. Kemudian contoh lainnya yaitu banyaknya toko-toko fiktif yang ada di platform-platform *e-commerce* semakin membuat konsumen merasa takut mengenai kebenaran tentang keberadaan pelaku usaha. Apalagi mengenai jasa jahit online terkadang produk/bahan jahit dikirim terlebih dahulu kepada pelaku usaha sehingga memungkinkan terjadinya penipuan terhadap praktiknya.

Dalam usaha yang digeluti Buk Sum di Desa Kemang Indah Kecamatan Mesuji Raya Kabupaten Ogan Komering Ilir dari tahun 2000 sampai dengan sekarang tidak bisa dipungkiri bahwa permasalahan-permasalahan seperti yang dijelaskan diatas pernah terjadi. Namun sebagian besar permasalahan yang terjadi adalah mengenai ukuran pesanan yang kurang pas dengan konsumen atau pembeli. Minimnya permasalahan ini merupakan salah satu bentuk

kewajiban pelaku usaha yang diterapkan Buk Sum dalam usahanya sehingga banyak konsumen yang merasa puas dengan hasil yang diberikan.

Berdasarkan data yang didapat dari Direktorat Pemberdayaan Konsumen, pada tahun 2019 pengaduan yang ditangani berasal dari jalur langsung ke Direktorat Pemberdayaan Konsumen (datang langsung dan surat), *website (contact us)*, Sistem Pengawasan Perlindungan Konsumen (SISWAS-PK) ditambah jumlah pengaduan yang ditangani Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dengan target persentase penanganan pengaduan konsumen tahun 2019 sebesar 75% dengan jumlah 1.535 aduan, 35 aduan dengan keterangan dalam proses dan 1.500 aduan dengan keterangan selesai.⁷ Lalu Persentase penyelesaian pengaduan konsumen pada tahun 2020 adalah sebesar 93,12% yang merupakan pembagian antara jumlah pengaduan yang selesai sebanyak 867 aduan (aduan selesai 863 dan ditolak 4) dengan jumlah pengaduan yang diterima sebanyak 931 aduan. Layanan pengaduan konsumen dari tanggal 1 Januari s.d 31 Desember 2020 yaitu 588 pengaduan, 154 pertanyaan dan 189 informasi, dengan total 931 aduan yang diterima dan telah diselesaikan sebanyak 863 aduan, 64 aduan dalam proses penanganan dan 4 aduan ditolak. Pengaduan terbanyak yang diterima meliputi sektor *e-commerce*, jasa keuangan dan properti.⁸

Kemudian persentase penyelesaian pengaduan konsumen pada tahun 2021 adalah sebesar 99,20% yang merupakan pembagian antara jumlah pengaduan yang selesai sebanyak 9.318 dan ditolak 68 dengan jumlah pengaduan yang diterima sebanyak 9.393 aduan. Kenaikan jumlah aduan hingga triwulan III

⁷ “Laporan Kinerja Direktorat Pemberdayaan Konsumen 2019”, diakses 16 November 2022. Google, <https://ditjenpkn.kemendag.go.id/>.

⁸ “Laporan Kinerja Direktorat Pemberdayaan Konsumen 2020”, diakses 16 November 2022. Google, <https://ditjenpkn.kemendag.go.id/>.

diakibatkan karena adanya promosi sensasional menu BTS Meal dan Promo Kemerdekaan 17-18 Agustus oleh McDonald's, aduan yang masuk ke saluran layanan pengaduan meliputi ketidaksesuaian menu yang dipesan dan dikirimkan, pesanan tidak sampai kepada penerima, serta aplikasi pemesanan yang disediakan tidak dapat digunakan untuk melacak pesanan. Selain itu kenaikan jumlah aduan juga diakibatkan oleh penipuan belanja online melalui facebook dan instagram, aduan yang masuk terkait barang yang dipesan tidak sampai ke penerima.⁹

Dilihat dari banyaknya aduan yang diterima oleh Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga, maka perlunya perhatian lebih terhadap hak konsumen yang dianggap remeh oleh pelaku usaha merupakan upaya yang harus ditingkatkan lagi. Apalagi di era serba canggih dan meluasnya perdagangan seperti sekarang ini iklan-iklan, promosi dan penawaran secara langsung semakin banyak bermunculan mengenai barang dan jasa yang dijual kepada konsumen, jika konsumen tidak hati-hati memilih barang dan jasa yang diinginkan, mereka hanya digunakan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab sehingga konsumen datang untuk menerima begitu saja barang dan jasa yang mereka konsumsi.¹⁰ Memperhatikan fakta tersebut membuktikan bahwa kecenderungan posisi hukum yang lemah, maka harus dilindungi oleh hukum. Salah satu sifat, sekaligus tujuan hukum itu adalah memberikan perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat.¹¹

Dalam rangka melakukan pencegahan terhadap pemanfaatan mengenai perkembangan teknologi, terkhusus mengenai transaksi

⁹ “Laporan Kinerja Direktorat Pemberdayaan Konsumen 2021”, diakses 16 November 2022. Google, <https://ditjenpkn.kemendag.go.id/>.

¹⁰ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, (Jakarta: visimedia, 2008), 1-2

¹¹ Holijah, *Hukum Penyelesaian Sengketa Konsumen Berskala Kecil Di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2020), 14-15

perdagangan, pemerintah menerbitkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen kemudian pada tahun 2008 dibentuk Undang-Undang Republik Indonesia No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Teknologi Elektronik.¹² Setelah adanya Undang-Undang tersebut merupakan bentuk pemerintah dalam menjangkau perkembangan teknologi informasi dengan mengutamakan norma agama dan sosial budaya masyarakat Indonesia melalui aspek hukum dan regulasi untuk memastikan penggunaan teknologi informasi dan hak-hak konsumen aman untuk mencegah penyalahgunaannya.

Adanya kepastian hukum dalam perlindungan hak konsumen ditopang oleh undang-undang khusus yang dirancang untuk mencegah pelaku ekonomi bertindak sewenang-wenang terhadap hak konsumen. Setelah lahirnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan bantuan hukum lainnya, konsumen mempunyai hak dan kedudukan yang sama, serta dapat pula mengajukan gugatan atau gugatan apabila haknya ditemukan dilanggar oleh pelaku usaha. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan, ada beberapa hal yang sering terjadi dalam pemanfaatan konsumen yaitu kurangnya pemahaman konsumen tentang kesadaran hukum mengenai haknya, selain itu masyarakat berpendapat mengenai hukum akan mempersulit masalah, tidak adanya kepastian apabila urusan dalam permasalahan konsumen akan terselesaikan berdasarkan keinginan. Berurusan dengan hukum adalah bisnis yang tidak berarti. Konsumen merasa sulit untuk mencapai pihak yang dapat membantu mereka dengan masalah hak-hak konsumen, dan

¹² Imam Sjahputra, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik*, (Bandung: Alumni, 2010), 3

mencari bantuan dari otoritas perlindungan konsumen membutuhkan biaya yang mahal.¹³

Berdasarkan permasalahan diatas maka diperlukannya upaya pertanggungjawaban atau perlindungan terhadap konsumen agar terciptanya transaksi yang aman bagi konsumen. Menurut pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.¹⁴ Perlindungan konsumen mencakup cakupan yang luas, misalnya perlindungan konsumen barang dan jasa, mulai dari tahap kegiatan pembelian barang dan jasa hingga akibat penggunaan barang dan jasa.¹⁵ Kemudian dalam pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, serta keseimbangan keamanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum. Kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin kepastian hukum” diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi kepentingan konsumen.¹⁶

Sesuai dengan pengertian perlindungan konsumen mengenai usaha untuk memberikan kepastian hukum maka upaya perlindungan konsumen menjadi sangat penting yang harus dilakukan pemerintah. Bukan hanya mengeluarkan peraturan perundang-undangan namun juga memaksimalkan penerapannya

¹³ Ambar Wariati, “E-Commerce Dalam Prespektif Perlindungan Konsumen”, dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1, No. 2, (2014): 2

¹⁴ Holijah, *Hukum Penyelesaian Sengketa Konsumen Berskala Kecil Di Indonesia*, 17

¹⁵ Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), 6

¹⁶ Holijah, *Hukum Penyelesaian Sengketa Konsumen Berskala Kecil Di Indonesia*, 17

dalam masyarakat apakah sudah sesuai dengan peraturan yang dibuat atau belum. Saat menerapkan perlindungan konsumen, sangat sulit untuk mendapatkan perhatian para pelaku ekonomi sejak awal. Dikarenakan, prinsip yang menjadi pedoman pelaku usaha dalam melakukan kegiatan ekonomi adalah prinsip ekonomi untuk mencapai keuntungan maksimum dengan modal minimum. Artinya, konsumen dapat dirugikan secara langsung atau tidak langsung dengan cara berpikir seperti ini.

Dalam hukum Islam, kegiatan bisnis ini sudah diatur dengan ketat dalam Al-Qur'an, Hadits, Ijma' dan juga Qiyas. Telah dijelaskan juga tentang syarat penjual, pembeli, objek yang diperjualbelikan, juga mengenai perjanjian yang tidak diperbolehkan karena akan merugikan salah satu pihak. Dalam Islam transaksi elektronik termasuk kedalam kelompok *ta'aqquli*. Islam juga memberikan kesempatan untuk manusia dalam melaksanakan berbagai inovasi dalam bentuk jual beli yang mereka perlukan dalam kehidupan mereka, dengan kriteria bahwa transaksi jual beli tidak menyimpang dari aturan yang sudah ditentukan berdasarkan syariat.¹⁷ Berdasarkan penjelasan dan latar belakang di atas, untuk itu penulis merasa perlu mengambil topik ini untuk menjelaskan tentang bagaimana jasa jahit online perspektif hukum Islam dan hubungannya dengan perlindungan konsumen sebagai pihak yang sering dirugikan.

Mengingat banyaknya permasalahan yang terjadi mengenai perlindungan konsumen seperti yang penulis paparkan diatas. Dengan keterbatasan jarak dan fasilitas desa yang kurang memadai apakah jasa jahit online yang digarap Buk Sum tetap menerapkan perlindungan konsumen bagi pengguna jasanya maupun bagi usahanya sendiri?. Untuk itu penulis merasa tertarik melakukan penelitian lebih dalam lagi mengenai permasalahan yang terjadi di

¹⁷ Wajdi dan Suhrawadi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, 212.

daerah yang penulis tuang dalam bentuk penulisan skripsi dengan judul **“PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENGGUNA JASA JAHIT ONLINE PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH” (STUDI KASUS PENJAHIT BUK SUM DESA KEMANG INDAH MESUJI RAYA)** .

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan permasalahan yang sudah penulis paparkan, rumusan masalah utama yang dapat diambil adalah:

1. Bagaimanakah Perlindungan Konsumen Terhadap Pengguna Jasa Jahit Online Buk Sum di Desa Kemang Indah Mesuji Raya?
2. Bagaimanakah Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Jasa Jahit Online Buk Sum di Desa Kemang Indah Mesuji Raya?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

- a. Untuk mengetahui bagaimanakah perlindungan konsumen terhadap pengguna jasa jahit online Buk Sum di Desa Kemang Indah Mesuji Raya
- b. Untuk mengetahui bagaimanakah perspektif hukum ekonomi syariah terhadap praktik jasa jahit online Buk Sum di Desa Kemang Indah Mesuji Raya

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut:

a. Aspek teoritis

Hasil observasi ini diharapkan mampu digunakan untuk menambah wawasan atau

perkembangan ilmu pengetahuan mengenai perlindungan konsumen terhadap jasa jahit online perspektif hukum ekonomi syariah sehingga mampu memperluas pengetahuan penulis dan menambah informasi bagi pembaca.

b. Aspek praktis

Efek studi praktis harus mampu memberikan kontribusi berkualitas tinggi kepada pembaca dan dapat menawarkan deskripsi yang jelas dan terbaru mengenai Pelindungan Konsumen Terhadap Pengguna Jasa Jahit Online Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah usaha peneliti dalam mencari perbedaan guna mendapatkan penemuan baru untuk penelitian selanjutnya, selain itu penelitian terdahulu membantu peneliti dalam menunjukkan keaslian hasil penelitian.¹⁸ Untuk itu, ada beberapa penelitian terdahulu yang penulis gunakan sebagai referensi perlindungan konsumen bagi pengguna jasa jahit online, diantaranya sebagai berikut :

Pertama, Alfaini Masruroh dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Hukum Islam dan Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Jasa Ojek Online (Go-Jek) di Surabaya”. Dalam penelitiannya disimpulkan bahwa Praktik layanan Gojek di Surabaya memiliki kendala yakni terjadinya beberapa cacat informasi sebab tidak memberikan identitas yang sesuai dengan

¹⁸ “Penelitian Terdahulu”, diakses 29 Oktober 2022. Google, <http://repository.upm.ac.id/1357/5/BAB%20II%20RINAS%20TRIONO.pdf>

driver aslinya. Terkadang dari pemesanan jasa Go-Ride yang dalam aplikasi terdapat nama dan jenis kendaraan serta nomor kendaraan justru saat dilakukan pemesanan oleh konsumen berbeda dengan driver yang datang. Respon dari responden berbeda-beda saat mengalami hal demikian ada yang membatalkan pemesanan, ada yang menanyakan kejelasannya serta ada yang percaya untuk menggunakan layanan jasanya. Namun hal ini kembali pada masing-masing konsumen sebagai penggunaan jasa layanan Gojek.

Dalam realitanya jasa layanan Gojek di Surabaya memiliki nilai positif dan juga negatif. Positifnya yakni penggunaan yang mudah, biaya yang terjangkau serta banyaknya promo dan layanan yang ditawarkan. Selain memiliki nilai positif, berdasarkan hasil wawancara sebagaimana data responden yang dapatkan untuk diteliti, kendala yang ada di penggunaan jasa layanan Gojek di Surabaya adalah ketidaksesuaian identitas. Padahal data atau identitas baik pengemudi dan juga penumpang adalah suatu hal yang penting. Dalam hal ini Tindakan tegas yang dilakukan oleh Gojek adalah menindaklanjutinya dengan akan memutus mitra atau mem-blacklist akun yang terdeteksi fiktif, palsu atau topeng. Pihak Gojek akan menonaktifkannya dan KTP (Kartu Tanda Peduduk) yang didaftarkan tidak akan bisa digunakan serta diterima lagi oleh Gojek secara Nasional. Selain itu pihak Gojek akan menempuh jalur hukum apabila ditemukan kasus yang berkenaan dengan tindakan kriminal atau tindak pidana yang dilakukan oleh driver atau oknum-oknum yang tidak bertanggungjawab.

Praktik layanan Gojek di Surabaya dilihat dari segi Hukum Islam menggunakan akad Ijarah. Praktik seperti ini termasuk jenis Ijarah bil 'amal yakni menyewa jasa seseorang untuk mengantarkan atau yang lainnya. Ijarah jenis ini oleh mayoritas ulama' diperbolehkan asalkan jasa tersebut jelas dan tidak melanggar hukum. Akad yang terjadi antara konsumen dengan

Gojek telah memenuhi rukun dan syarat Ijarah, sehingga dapat dikatakan sebagai suatu transaksi yang sah. Serta tidak menjadi hal yang dapat berakhirnya akad Ijarah. Namun dalam praktiknya di Surabaya, terjadi suatu kendala atau masalah yakni ketidaksesuaian identitas dari driver Gojek. Hal ini menunjukkan informasi yang diberikan dengan realitanya tidak sesuai. Oleh sebab itu akad ijarah tersebut menjadi tidak sah karena tidak terpenuhinya rukun ijarah karena adanya ketidaksesuaian identitas tersebut. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen setelah dijabarkan mengenai hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha, maka ditemukan beberapa cacat terhadap kewajiban pelaku usaha. Dalam hal ini merupakan suatu cacat informasi pada identitas diri driver Gojek.

Hal inilah yang dapat mengakibatkan buruknya mutu pelayanan Gojek dalam pandangan konsumen. Selain itu hal tersebut menjadi pemicu terjadinya itikad tidak baik menurut konsumen. Berdasarkan dari penelitian ini, apabila merujuk pada Pasal 4 ayat 3 dan juga telah diatur dalam Pasal 7 ayat 2 Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen, maka ketidaksesuaian identitas merupakan bentuk pelanggaran terhadap Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen tersebut. Hal ini dikarenakan bahwa informasi yang diberikan tidak sesuai atau tidak benar adanya. Bahwa pada kondisi ini pihak konsumen atau dalam hal ini adalah pengguna dari aplikasi Gojek tersebut sangat dapat dirugikan. Selain cacat informasi karena identitas tidak sesuai, hal-hal buruk lainnya atau motif lainnya yang sudah tidak satu tujuan yakni dalam konteks pengantaran yang dapat berubah. Hal ini tentu menunjukkan adanya ketidaksesuaian dengan

Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.¹⁹

Kedua, Muhammad Khadafi dalam penelitiannya yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce (Studi kasus E-commerce Melalui Sosial Media Instagram)”. Dalam penelitiannya disimpulkan bahwa Perlindungan konsumen dari penipuan transaksi penjualan online (melalui Instagram) dan ingkar janji dalam e-commerce perlu ditingkatkan. Pada prinsipnya, tidak ada peraturan yang secara khusus mengatur perlindungan konsumen terhadap penipuan pembelian dan penjualan online (melalui Instagram) atau pelanggaran janji dalam e-commerce. Sampai saat ini Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah digunakan untuk melindungi hak konsumen, namun Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ini tidak mengatur mengenai secara khusus tentang hak konsumen dalam jual beli online. Dengan arti lain, sulit bagi konsumen untuk menuntut pelaku usaha jual beli online dengan Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dikarenakan sulitnya pelaku usaha jual beli online dijangkau.

Undang-Undang Republik Indonesia yang mengatur tentang transaksi jual beli online adalah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Teknologi Elektronik, namun dalam peraturan ini tidak ada peraturan khusus mengenai keamanan pembeli yang bertentangan dengan tindakan penipuan pendapatan online (via Instagram) / pelanggaran janji dalam transaksi pendapatan online. Undang-Undang Republik

¹⁹ Alfaini Masrurroh, “Analisis Hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Jasa Ojek Online (Go-Jek) di Surabaya” (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2020), 88-90

Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Teknologi Elektronik harus menyesuaikan dengan perkembangan perdagangan online yang memuat banyak persoalan terkait kerugian konsumen yang terjadi di masyarakat. Menyertakan ketentuan perlindungan konsumen dalam undang-undang terhadap penipuan penjualan online (melalui Instagram) dan pelanggaran janji oleh pelaku bisnis di e-commerce. Secara umum, tanggung jawab pelaku usaha kepada konsumen yang dirugikan memiliki dua bentuk: pengembalian uang dan penggantian baru. Bahkan, konsumen sering merasa kepentingannya terabaikan karena biasanya membutuhkan waktu lama untuk mengganti produk dengan yang baru. Yang paling penting untuk diperhatikan adalah konsumen yang mengalami kerugian memiliki keberanian untuk mengajukan pengaduan kepada pelaku usaha yang terkena dampak.²⁰

Ketiga, Aisyah Ayu Musyafah dalam penelitiannya yang berjudul “Perlindungan Konsumen Jasa Pengiriman Barang Dalam Hal Terjadi Keterlambatan Pengiriman Barang”. Dalam penelitiannya disimpulkan bahwa tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen pengiriman barang yang mengalami kerugian dilakukan dengan cara memberikan ganti rugi sesuai dengan klasifikasi kerugiannya berupa kehilangan barang, kerusakan barang dan keterlambatan pengiriman barang. Perlindungan konsumen untuk masalah keterlambatan barang hanya bisa sebatas perlindungan atas kerugian yang bersifat materiil karena penyebab kerugian tersebut dikategorikan sebagai wanprestasi yang mana

²⁰ Muhammad khadafi, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce (Studi Kasus E-Commerce Melalui Social Media Instagram)” (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah, 2016), 70-71

hanya bisa mendapatkan ganti kerugian sesuai yang sudah disepakati pada perjanjian yang menjadi dasar hukumnya.²¹

Keempat, Apriyanti dengan penelitiannya yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau Dari Hukum Perikatan”. Dalam penelitiannya disimpulkan bahwa, keaslian kontrak elektronik didasarkan pada kesepakatan para pihak yang terkait kontrak sesuai dengan 1320 KUHPer dan ditegakkan dengan Pasal 18 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Teknologi Elektronik menyatakan bahwa transaksi elektronik yang dilakukan dalam kontrak elektronik mengikat para pihak. Selanjutnya, sebagaimana Pasal 5(1) dan (2) menyatakan bahwa “informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik dan/atau salinannya merupakan bukti hukum yang sah” dari berbagai ketentuan di atas, kontrak elektronik bersifat aman.. Perlindungan hukum konsumen dalam perdagangan elektronik tentang hak konsumen, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, terdapat dalam Pasal 4 (3) dan 4 (6) “hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen”, kemudian Pasal 7 Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan tentang kewajiban pelaku bisnis. Perselisihan yang mungkin timbul dapat diselesaikan melalui pengadilan yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 45 dan Pasal 46 serta Pasal 47 tentang penyelesaian sengketa di luar pengadilan. “Penyelesaian sengketa konsumen non litigasi dilakukan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi atau mengenai tindakan

²¹ Aisyah Ayu Musyafah dkk, “Perlindungan Konsumen Jasa Pengiriman Barang Dalam Hal Terjadi Keterlambatan Pengiriman Barang”, dalam Jurnal *Law Reform*, volume 14, No. 2 (2018): 160

tertentu untuk memastikan tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen”.²²

Kelima, Rizki Amelia Kadir dengan penelitiannya yang berjudul “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Jual-beli Online Ditinjau Dalam Hukum Islam”, dalam penelitiannya dapat disimpulkan bahwa ada beberapa tahapan dalam transaksi jual beli online yaitu : penjual mengiklankan produknya melalui media sosial, konsumen memilih dan memesan, dan transaksi dilakukan antara kedua belah pihak berdasarkan kesepakatan bersama. Di Sulawesi Selatan, masyarakat belum banyak mengerti mengenai perlindungan konsumen khususnya mengenai apa saja hak-haknya yang harus mereka terima, mereka hanya tahu cara membeli, tapi mereka tidak tahu bagaimana melindungi hak-hak mereka sebagai konsumen. Jual beli online syariah harus ditingkatkan dari sisi pelaku usaha, subjek penjualan, pada prinsipnya "*Al-Ashlu Fil Muammalatti Al-Ibaha Hatta Yadullu AdDalilu Ala Tahrimiha*". “ Hukum asal dalam urusan Muamalah adalah boleh, kecuali ada dalil yang mengharamkannya”, jadi asal mula ketentuan terhadap muamalah ialah diperbolehkan islam terkecuali terdapat ayat-ayat yang tidak memperbolehkannya. Setelah itu baru dilihat dari segala sisi yang menyangkut dengan proses jual beli.²³

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

²² Apriyanti, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau Dari Hukum Perikatan” (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah, 2014), 72-73

²³ Rizki Amelia Kadir, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual-Beli Online Ditinjau Dalam Hukum Islam”, (Skripsi: Universitas Muhammadiyah, 2020), 53

Penulis menggunakan metode penelitian normatif empiris. Metode penelitian normatif adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan kepustakaan yang mencakup penelitian terhadap asas-asas hukum, sistematika hukum taraf sinkronisasi vertikal dan horizontal, perbandingan hukum dan sejarah hukum.²⁴ Adapun yang dikaji dalam penelitian ini adalah Undang-Undang No. 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Ekonomi Syariah terkait jasa jahit online.

Sedangkan penelitian hukum empiris adalah sebuah metode penelitian hukum yang berupaya untuk melihat hukum dalam artian yang nyata atau dapat dikatakan melihat, meneliti bagaimana bekerjanya hukum di masyarakat.²⁵ Yaitu terkait Perlindungan Konsumen Terhadap Pengguna Jasa Jahit Online Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Penjahit Buk Sum di Desa Kemang Indah Mesuji Raya).

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung tersedia bagi pengumpul data..²⁶ Keterangan yang didapatkan peneliti langsung dari narasumber, yaitu dengan cara interview atau wawancara terhadap kepala desa, tokoh agama, tokoh masyarakat dan pelaku usaha

²⁴ Jonaedi Efendi dan Jhonny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, (Jakarta: Kencana, 2018), 129

²⁵ Efendi dan Jhonny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, 150

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta CV, 2017), 193.

jahit online di Desa Kemang Indah Kecamatan Mesuji Raya Kabupaten Ogan Komering Ilir seta konsumen yang merupakan pengguna jasa jahit online.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang digunakan untuk kepentingan penelitian. Artinya, sumber secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data..²⁷ Sumber data sekunder dari literatur seperti: Undang-Undang Republik Indonesia, jurnal, dan buku-buku lain yang relevan dengan penelitian ini.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah letak dimana data-data yang diperlukan diperoleh dari tempat penelitian. Lokasi penelitian dilaksanakan di Desa Kemang Indah Kecamatan Mesuji Raya Kabupaten Ogan Komering Ilir.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara menghimpun bahan dan keterangan, yang dilakukan melalui pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap berbagai fenomena yang menjadi objek pengamatan, atau terhadap indikator-indikator dari variabel penelitian..²⁸ Observasi dilakukan dengan kurun waktu kurang lebih 1 (satu) minggu dengan durasi 5

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 194

²⁸ Djaali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta Timur: PT Bumi Aksara, 2020), 53

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 72.

(lima) jam per hari, yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung mengenai aktifitas-aktifitas yang dilakukan narasumber yang merupakan pelaku usaha jasa jahit online yaitu Buk Sum di Desa Kemang Indah Kecamatan Mesuji Raya Kabupaten Ogan Komering Ilir.

b. Wawancara

Interview (wawancara) ialah percakapan antara dua orang atau lebih dalam memberikan informasi maupun pendapat dengan cara diskusi tanya jawab, sehingga dapat dimuat pada bahasan tertentu guna mendapatkan sumber data yang ingin diperoleh.²⁸ Metode wawancara yang dilakukan dengan cara wawancara terstruktur guna mengantisipasi kemungkinan lupa terhadap pokok-pokok persoalan yang akan ditanyakan dalam penelitian dan agar wawancara dapat berlangsung secara efektif dan efisien.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang ditempuh peneliti untuk mendapatkan data maupun informasi, melalui buku-buku bacaan, catatan-catatan, lembaran media seperti majalah dan koran, media internet maupun sumber-sumber yang berbentuk tulisan dan gambar.²⁹ Dengan cara mengambil dokumentasi berupa data-data mengenai Desa Kemang Indah dan data yang berhubungan dengan jahit online yang ada di Penjahit Buk Sum di Desa Kemang Indah Kecamatan Mesuji Raya Kabupaten Ogan Komering Ilir.

²⁹ Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), 213.

d. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan unit penelitian atau unit analisis yang akan diselidiki atau dipelajari karakteristiknya. Sedangkan sampel adalah sebagian besar dari unit-unit yang ada dalam populasi, yang karakteristiknya benar-benar diselidiki atau dipelajari.³⁰ Pengambilan populasi dan sampel dilakukan dengan cara wawancara langsung terhadap kepala desa, tokoh agama, tokoh masyarakat, Buk Sum selaku pelaku usaha jasa jahit online di Desa Kemang Indah Kecamatan Mesuji Raya Kabupaten Ogan Komering Ilir dan konsumen-konsumen atau pengguna jasa jahit online. Lalu melakukan survei kepada penjahit-penjahit yang ada di Desa Kemang Indah kemudian pengambilan sampel dipilih berdasarkan perbandingan-perbandingan tertentu untuk digunakan sebagai objek penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu rangkaian kegiatan penelaah, sistematika, pengelompokan serta penafsiran data.³¹ Yaitu data yang sudah terkumpul lalu dilakukan pengkajian, kajian data yang dipakai yaitu analisis kualitatif yakni data yang diperoleh dideskripsikan apa adanya, sesuai dengan fakta yang terjadi di lapangan dan dari sumber yang relevan..³²

³⁰ Djaali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 40-41

³¹ Umarti dan Hengky Wijaya, *Analisis Data Kualitatif*, (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020), 85

³² Nani Widiawati, *Metodologi Penelitian Komunikasi dan Penyiaran Islam*, (Tasikmalaya: Edu Publisher, 2020), 219

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mengilustrasikan argumen yang terstruktur, kami menulis hasil penelitian ini sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penelitian sebelumnya, serta metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini.

BAB II : HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Bab ini menjelaskan tentang hal-hal yang menyangkut dengan perlindungan konsumen secara umum, seperti peraturan yang berhubungan dengan perlindungan konsumen, hak dan kewajiban pelaku bisnis dan konsumen serta bagaimana penyelesaian – penyelesaian masalah yang berkaitan dengan jasa jahit online.

BAB III : PRAKTIK JASA JAHIT ONLINE

Bab ini berisi tentang penjelasan-penjelasan bagaimana praktik jasa jahit online yang dilakukan narasumber, contoh-contoh permasalahan yang terjadi di tempat narasumber serta bagaimana pertanggungjawaban narasumber jika ditempatnya terjadi kelalaian dalam praktik jasa jahit online.

BAB IV : JASA JAHIT ONLINE PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH

Bab ini berisi tentang penjelasan mengenai jasa jahit online dilihat dari hukum ekonomi syariah, seperti praktiknya sudah sesuai dengan syariah atau belum, akad apa yang dipakai serta hal lain yang berkaitan dengan jasa jahit online.

BAB V : PENUTUP

Bab ini memberikan ringkasan dan saran mengenai penelitian yang dilakukan.