

ABSTRAK

Skripsi berjudul “Jual Beli Pakaian Melalui Media Sosial Ditinjau Dari Hukum Positif Dan Fiqih Muamalah (Studi Kasus di Akun Instagram Aqilah Hijab),” ditulis oleh Arum Abdillah Maulana, NIM. 12101183074, Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dibimbing oleh: Abd. Khoir Wattimena, M.H.I.

Praktek jual beli di dalam media sosial tentunya harus melakukan akad sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Walaupun kegiatan jual beli dalam media sosial dilakukan dengan sistem online tetapi adanya etika serta keterbukaan antara penjual dan pembeli. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian jual beli dengan sistem media sosial ditinjau dari Hukum positif menurut undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang ITE dan Perlindungan Konsumen menurut Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 yang mengharuskan adanya sistem terbuka serta fiqih muamalah.

Rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu: (1) Bagaimana jual beli pakaian melalui media sosial di Aqilah Hijab? (2) Bagaimana jual beli pakaian melalui media sosial di Aqilah Hijab ditinjau dari hukum positif? (3) Bagaimana jual beli pakaian melalui media sosial di Aqilah Hijab ditinjau dari fiqih muamalah?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian empiris, Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara dengan konsumen yang melakukan transaksi di Akun Instagram serta Yayasan perlindungan konsumen secara terstruktur, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu kondensasi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Sedangkan untuk pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi.

Hasil penelitian ini menjelaskan yaitu: (1) Jual beli pakaian yang dilakukan oleh Aqilah Hijab melalui sistem online yaitu dari media sosial Instagram. Untuk pemesanan bisa langsung menghubungi nomor whatsapp dan melalui DM di Instagram. Kemudian setelah pembeli memilih barang yang akan dibeli, pembeli membayarkan biaya melalui transfer. Lalu penjual melakukan proses pengiriman barang tersebut. (2) Ditinjau dari Undang-undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi Transaksi Elektronik dilihat dari penggunaan media sosial untuk melakukan transaksi jual beli sesuai dengan ketentuan tersebut serta Perlindungan Konsumen menurut Undang-undang No 8 Tahun 1999 agar konsumen dalam melakukan transaksi jual beli lebih terjaga hak dan kewajibannya dan bagi seorang pelaku usaha atau orang yang melanggar dikenakan sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku. (3) Ditinjau dari fiqih muamalah, bahwa jual beli pakaian melalui media sosial pada akun Instagram Aqilah Hijab hukumnya boleh dilakukan karena tidak melanggar rukun dan syara meskipun dalam akad salam online terdapat kerugian kepada konsumen serta mengandung *mudharat*.

Kata Kunci: Jual Beli Pakaian, Media Sosial

ABSTRACT

Thesis entitled "The Selling and Buying Clothing Through Social Media Judging from Positive Law and Fiqh Muamalah (Case Study on Aqilah Hijab Instagram Account)," written by Arum Abdillah Maulana, NIM. 12101183074, Sharia Economic Law Student, Faculty of Economics and Sharia Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, supervised by: Abd. Khoir Wattimena, M.H.I.

The practice of buying and selling on social media must of course carry out a contract in accordance with applicable legal provisions. Although buying and selling activities in social media are carried out with an online system, there is ethics and openness between sellers and buyers. Therefore, researchers are interested in conducting research on buying and selling with a social media system in terms of positive law according to Law Number 11 of 2008 concerning ITE and Consumer Protection according to Law Number 8 of 1999 which requires an open system and fiqh muamalah.

The formulation of the problem in this study, namely: (1) How to buy and sell clothes through social media in Aqilah Hijab? (2) How is buying and selling clothes through social media in Aqilah Hijab in terms of positive law? (3) How is buying and selling clothes through social media in Aqilah Hijab in terms of muamalah fiqh?.

This study uses a qualitative approach with empirical research. The data collection technique used is in the form of interviews with consumers who carry out transactions on Instagram accounts and structured consumer protection foundations, observations and documentation. Data analysis techniques used are data condensation, data presentation, drawing conclusions. Meanwhile, to check the validity of the data using triangulation.

The results of this study explain, namely: (1) Buying and selling clothes carried out by Aqilah Hijab through an online system, namely from social media Instagram. For orders, you can directly contact the whatsapp number and via DM on Instagram. Then after the buyer selects the goods to be purchased, the buyer pays the fee via transfer. Then the seller makes the process of shipping the goods. (2) Judging from Law no. 11 of 2008 concerning Electronic Transaction Information can be seen from the use of social media to conduct buying and selling transactions in accordance with these provisions as well as Consumer Protection according to Law No. 8 of 1999 so that consumers in conducting buying and selling transactions are more aware of their rights and obligations and for a business actor or Violators are subject to sanctions in accordance with rigid rules. (3) Judging from the fiqh muamalah, that buying and selling clothes through social media on the Aqilah Hijab Instagram account legally be done because it violates the pillars of syara, but the salam contract where there is a loss to the consumer and it contains harm.

Keywords: Buying and Selling Clothing, Social Media

ملخص

رسالة بعنوان "بيع وشراء الملابس من خلال وسائل التواصل الاجتماعي بالحكم من القانون الوضعي والفقہ المعمول به (دراسة حالة على حساب عقيلة الحجاب على الانستغرام)" ، بقلم أروم عبد الله مولانا ، مكتديم القياد نيم 12101183074 ، طالبة في القانون الاقتصادي الشرعي ، كلية الاقتصاد والأعمال الشرعية ، جامعة الدولة الإسلامية ، السيد علي رحمة الله تولونغجونغ ، بإشراف:

يجب بالطبع تنفيذ عقد البيع والشراء على وسائل التواصل الاجتماعي وفقاً للأحكام القانونية المعمول بها. على الرغم من أن أنشطة البيع والشراء في وسائل التواصل الاجتماعي تتم من خلال نظام عبر الإنترنت ، إلا أن هناك أخلاقاً وانفتاحاً بين البائعين والمشتريين. لذلك ، يهتم الباحثون بإجراء بحث حول الشراء والبيع باستخدام نظام وسائل التواصل الاجتماعي من حيث القانون الوضعي وفقاً للقانون رقم 11 لعام 2008 بشأن المعلومات والمعاملات الإلكترونية وحماية المستهلك وفقاً للقانون رقم 8 لعام 1999 الذي يتطلب نظاماً مفتوحاً و فقہ المعاملات.

صياغة المشكلة في هذه الدراسة وهي: (1) كيفية بيع وشراء الملابس عبر وسائل التواصل الاجتماعي في عقيلة الحجاب؟ (2) كيف يتم بيع وشراء الملابس عبر مواقع التواصل الاجتماعي في عقيلة الحجاب من حيث القانون الوضعي؟ (3) كيف يتم بيع وشراء الملابس عبر مواقع التواصل الاجتماعي في عقيلة الحجاب من حيث فقہ المعاملة؟

تستخدم هذه الدراسة نهجاً نوعياً مع البحث التجريبي ، وتتمثل تقنية جمع البيانات المستخدمة في إجراء مقابلات مع المستهلكين الذين يجرون معاملات على حسابات Instagram وأسس حماية المستهلك المنظمة والملاحظات والتوثيق. تقنيات تحليل البيانات المستخدمة هي تكثيف البيانات وعرض البيانات واستخلاص النتائج. في غضون ذلك ، للتحقق من صحة البيانات باستخدام التثليث.

وتوضح نتائج هذه الدراسة ما يلي: (1) بيع وشراء الملابس التي تقوم بها عقيلة الحجاب من خلال نظام إلكتروني ، وتحديدًا من وسائل التواصل الاجتماعي إنستغرام. للحجز ، يمكنك الاتصال مباشرة برقم الاتصال المدرج وعبر الرسائل الخاصة على وسائل التواصل الاجتماعي المتاحة. ثم بعد أن يختار المشتري البضائع المراد شراؤها ، يدفع المشتري الرسوم عن طريق التحويل. ثم يقوم البائع بعملية شحن البضائع. (2) انطلاقاً من القانون رقم. يمكن رؤية القانون رقم 11 لعام 2008 بشأن معلومات المعاملات الإلكترونية من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لإجراء معاملات البيع والشراء وفقاً لهذه الأحكام وكذلك حماية المستهلك وفقاً للقانون رقم 8 لعام 1999 بحيث يكون المستهلكون في إجراء معاملات البيع والشراء على ما يرام أكثر وعياً بحقوقهم والتزاماتهم وبالنسبة إلى الفاعل التجاري أو أولئك الذين ينتهكون القواعد يخضعون لعقوبات وفقاً للقواعد الصارمة. (3) بالحكم من الفقہ المعلمي ، أن بيع وشراء الملابس عبر مواقع التواصل الاجتماعي على حساب العقيلهجاب على انستغرام لا يمكن قانوناً لأنه يخالف أركان وسيرة عقد السلام حيث يوجد خسارة على المستهلك وفيه ضرر.

الكلمات المفتاحية: شراء وبيع الملابس ، وسائل التواصل الاجتماعي