

ABSTRAK

Chalisa Aszahra, 126101212112, “Jual Beli Pakaian Bekas (*Thrift*) Melalui Media *Online* Perspektif *Khiyar Aib* dan Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 (Studi Kasus Pada *Thrift Shop* Yegumii.id)”, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2025, Pembimbing Dr. Dian Ferricha, S.H., M.H.

Kata Kunci: Jual Beli Pakaian Bekas, *Khiyar Aib*, Hukum Positif

Penelitian ini dilatar belakangi oleh ketertarikan pembeli membeli pakaian bekas dibanding pakaian baru dan hak yang harus di peroleh oleh pembeli selaku konsumen untuk mendapat perlindungan dalam melaksanakan jual beli, khususnya jual beli pakaian bekas melalui media *online*.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana praktik jual beli pakaian bekas melalui media *online* di *Thrift Shop* Yegumii.id?, 2) Bagaimana jual beli pakaian bekas melalui media *online* perspektif *Khiyar Aib* di *Thrift Shop* Yegumii.id?, 3) Bagaimana jual beli pakaian bekas melalui media *online* perspektif Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen di *Thrift Shop* Yegumii.id?

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian yuridis empiris. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam skripsi ini menggunakan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Sedangkan pengecekan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Dalam pelaksanaannya, promosi yang dilakukan penjual kurang efektif karena pembeli hanya mengetahui melalui satu media *online* saja, jika ia mengetahui bahwa toko tersebut juga hadir di Shopee, mereka mungkin juga bisa menikmati kemudahan sistem di Shopee, demikian pula sama hal nya dengan di TikTok. 2) Dari segi penerapan *khiyar aib* penerapannya masih lemah. Adanya syarat *video unboxing* yang menjadi penghambat. Dalam transaksi jual beli yang adil, pembeli tidak boleh dipersulit dalam menggunakan haknya, terutama jika barang yang diterima benar benar cacat dan tidak sesuai dengan kesepakatan awal. Pembeli seharusnya dapat menggunakan bukti lain, seperti foto atau saksi, untuk menuntut haknya jika barang cacat. 3) menurut Pasal 2 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang asas asas perlindungan konsumen bahwa hak hak konsumen pada praktik jual beli pakaian bekas di *Thrift Shop* Yegumii.id sudah sejalan dengan 3 asas hukum perlindungan konsumen yaitu asas manfaat, keseimbangan, dan asas kepastian hukum bagi penjual, namun belum memenuhi asas keadilan, keamanan dan keselamatan bagi pembeli.

ABSTRACT

Chalisa Aszahra, 126101212112, "Buying and Selling Used Clothes (Thrift) Through Online Media from the Perspective of *Khiyar Aib* and Law Number 8 of 1999 (Case Study on Thrift Shop Yegumii.id)", Sharia Economic Law Study Program, Faculty of Sharia and Law, Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung State Islamic University, 2025, Supervisor Dr. Dian Ferricha, S.H., M.H.

Keywords: Buying and Selling Used Clothes, *Khiyar Aib*, Positive Law

This research is based on the interest of buyers to buy used clothes compared to new clothes and the rights that must be obtained by buyers as consumers to get protection in carrying out buying and selling, especially buying and selling used clothes through online media.

The formulation of the problem in this study is: 1) How is the practice of buying and selling used clothes through online media at Thrift Shop Yegumii.id?, 2) How to buy and selling used clothes through online media from the perspective of *Khiyar Aib* at Thrift Shop Yegumii.id?, 3) How to buy and sell used clothes through online media from the perspective of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection in Thrift Shop Yegumii.id?

This research uses a qualitative approach with an empirical juridical research type. The data collection techniques used in this study are observation, in depth interviews, and documentation. The data analysis technique in this thesis uses data condensation, data presentation, and conclusion drawn. Meanwhile, the validity of the data is checked using the triangulation technique.

The results of this study show that: 1) In its implementation, the promotion carried out by sellers is less effective because buyers only know through one online medium, if they know that the store is also present on Shopee, they may also be able to enjoy the convenience of the system on Shopee, the same is the case on TikTok. 2) In terms of the implementation of *khiyar aib*, the implementation is still weak. The existence of video unboxing requirements is an obstacle. In a fair sale and purchase transaction, the buyer should not be made difficult in exercising his rights, especially if the goods received are really defective and do not conform to the original agreement. The buyer should be able to use other evidence, such as photographs or witnesses, to claim his rights if the item is defective. 3) according to Article 2 of Law Number 8 of 1999 concerning the principle of consumer protection that the right of consumers in the practice of buying and selling used clothes in Thrift Shops Yegumii.id is in line with 3 legal principles of consumer protection, namely the principle of benefit, balance, and the principle of legal certainty for sellers, but has not fulfilled the principles of justice, security and safety for buyers.

تجريدي

شاليسا الزهرة، ١٢٦١٠١٢١٢١١٢، "شراء وبيع الملابس المستعملة (التوفير) من خلال المنظور الإعلامي عبر الإنترنت لخير آيب والقانون رقم ٨ لسنة ١٩٩٩ (دراسة حالة حول يغموي متاجر التوفير)"، برنامج دراسة القانون الاقتصادي الشرعي، كلية الشريعة والحقوق، جامعة السيد علي رحمة الله تولونغاونغ الإسلامية، ٢٠٢٥، المشرف الدكتور ديان فيريشا، ش.ح.، م.ح.

الكلمات المفتاحية: بيع وشراء الملابس المستعملة، الخيار آيب، القانون الوضعي يعتمد هذا البحث على اهتمام المشتريين بشراء الملابس المستعملة مقارنة بالملابس الجديدة والحقوق التي يجب أن يحصل عليها المشتريين كمستهلكين للحصول على الحماية في القيام بالبيع والشراء، وخاصة بيع وشراء الملابس المستعملة عبر وسائل الإعلام الإلكترونية.

صياغة المشكلة في هذه الدراسة هي: (١) كيف يتم بيع وشراء الملابس المستعملة عبر وسائل الإعلام الإلكترونية في متاجر التوفير يغموي؟، (٢) كيفية شراء وبيع الملابس المستعملة عبر وسائل الإعلام الإلكترونية من وجهة نظر خير آيب في محلات التوفير يغموي؟، (٣) كيفية شراء وبيع الملابس المستعملة عبر وسائل الإعلام الإلكترونية من منظور القانون رقم ٨ لسنة ١٩٩٩ بشأن حماية المستهلك في متجر التوفير يغموي؟

يستخدم هذا البحث نهجا نوعيا مع نوع بحث قانوني تجريبي. تقنيات جمع البيانات المستخدمة في هذه الدراسة هي الملاحظة والمقابلات والتوثيق. تستخدم تقنية تحليل البيانات في هذه الأطروحة تقليل البيانات وعرض البيانات والاستنتاج المستخلص. وفي الوقت نفسه، يتم التحقق من صحة البيانات باستخدام تقنية التثليث.

تظهر نتائج هذه الدراسة أن: (١) في تنفيذه، يكون الترويج الذي يقوم به البائعون أقل فاعلية لأن المشتريين يعرفون فقط من خلال وسيط واحد عبر الإنترنت، إذا كانوا يعلمون أن المتجر موجود أيضا على شوبي، فقد يتمكنون أيضا من الاستمتاع براحة النظام على شوبي، ونفس الشيء هو الحال على تيك توك. (٢) فيما يتعلق بتنفيذ عار الخيار، لا يزال التنفيذ ضعيفا. يعد وجود متطلبات فتح علبة الفيديو عقبة. وفي معاملة البيع والشراء العادلة، لا ينبغي أن يصعب على المشتري ممارسة حقوقه، خاصة إذا كانت البضائع المستلمة معيبة حقا ولا تتفق مع الاتفاق الأصلي. وينبغي أن يكون المشتري قادرا على استخدام أدلة أخرى، مثل الصور الفوتوغرافية أو الشهود، للمطالبة بحقوقه إذا كانت المادة معيبة. (٣) وفقا للمادة ٢ من القانون رقم ٨ لسنة ١٩٩٩ بشأن مبدأ حماية المستهلك أن حق المستهلك في ممارسة شراء وبيع الملابس المستعملة في محلات التوفير يغموي يتماشى مع ٣ مبادئ قانونية لحماية المستهلك وهي مبدأ المنفعة والتوازن ومبدأ اليقين القانوني للبائعين، ولكنه لم يحقق مبادئ العدالة والأمن والسلامة للمشتريين.