

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perlindungan hukum adalah penjagaan terhadap subjek hukum melalui instrumen tertulis dan lisan yang bersifat represif atau preventif. Dengan kata lain, perlindungan hukum adalah gambaran yang jelas tentang peran hukum itu sendiri, yaitu untuk membawa keadilan, ketertiban, kepastian, kegunaan, dan kedamaian. Lokasi atau media yang sering disebut sebagai fasilitas perlindungan hukum diperlukan untuk pelaksanaan dan penyediaan perlindungan hukum. Dapat dibedakan antara dua kategori fasilitas perlindungan hukum yaitu fasilitas perlindungan hukum preventif dan fasilitas perlindungan hukum represif.

Perlindungan hukum preventif merupakan bentuk perlindungan yang memberikan kesempatan kepada subjek hukum untuk mengajukan keberatan atau menyampaikan pendapat sebelum suatu keputusan pemerintah ditetapkan secara definitif. Tujuan dari perlindungan hukum preventif adalah untuk mencegah terjadinya sengketa. Selain itu, perlindungan ini juga memiliki arti penting terhadap tindakan pemerintahan yang didasarkan pada kebebasan bertindak (diskresi). Dengan adanya perlindungan hukum preventif, pemerintah didorong untuk lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan yang berlandaskan pada diskresi.

Meskipun demikian, hingga saat ini belum terdapat pengaturan khusus mengenai perlindungan hukum preventif di Indonesia. Perlindungan hukum represif merupakan bentuk perlindungan hukum yang bertujuan untuk menyelesaikan sengketa yang telah terjadi. Di Indonesia, perlindungan hukum jenis ini diwujudkan melalui mekanisme Pengadilan Umum dan Peradilan Administrasi. Kedua lembaga tersebut berperan dalam menangani serta menyelesaikan permasalahan hukum yang timbul akibat tindakan pemerintah.

Prinsip perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah pada dasarnya bersumber dari konsep pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia. Secara historis, berkembangnya konsep pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia di negara-negara Barat diarahkan untuk membatasi kekuasaan pemerintah sekaligus menempatkan kewajiban tertentu kepada masyarakat dan pemerintah. Selain itu, prinsip lain yang menjadi dasar perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintahan adalah prinsip negara hukum. Dalam kaitannya dengan pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia, kedua hal tersebut menempati posisi yang sangat penting serta berkaitan erat dengan tujuan penyelenggaraan negara hukum.³

Kegiatan berbelanja atau melakukan transaksi perdagangan melalui internet maupun media *online* lainnya memiliki proses yang berbeda

³ Wahyu Simon Tampubolon, *Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang Undang Perlindungan Konsumen*, Jurnal Ilmiah Advokasi, Vol. 4 No. 1, 2016, hal. 53-54.

dibandingkan dengan transaksi perdagangan secara langsung di dunia nyata. Pelaksanaan jual beli secara *online* memungkinkan para pihak melakukan transaksi dengan lebih cepat dan biaya yang relatif lebih rendah tanpa melalui prosedur yang rumit. Dalam praktiknya, pembeli hanya perlu mengakses internet melalui situs web perusahaan yang menawarkan produknya, kemudian mempelajari *term of condition* atau ketentuan yang ditetapkan oleh pihak penjual.

Meskipun demikian, di balik berbagai kemudahan yang diberikan, jual beli *online* juga menimbulkan sejumlah permasalahan dalam aspek perlindungan konsumen. Permasalahan tersebut antara lain berupa tindakan penipuan maupun barang yang diterima tidak sesuai dengan penawaran yang dipublikasikan. Di sisi lain, barang dan jasa yang dipasarkan melalui internet sangat beragam, mulai dari kebutuhan sehari-hari, barang unik, hingga berbagai jenis layanan jasa. Kondisi tersebut menjadikan bisnis online memiliki potensi besar dalam mendorong perkembangan roda perekonomian.

Era digital yang ditandai dengan perkembangan internet yang semakin pesat telah mampu mengatasi berbagai hambatan, seperti jarak, waktu, dan biaya, dengan lebih mudah. Perkembangan teknologi tersebut turut memberikan kemudahan dalam meningkatkan keterampilan berbisnis, memperluas pemasaran produk, serta mempermudah proses pembelian barang. Salah satu *platform* yang banyak dimanfaatkan dalam kegiatan tersebut adalah Facebook. *Platform* ini menyediakan fasilitas bagi

penggunanya untuk mengiklankan, memasarkan, dan mempromosikan berbagai jenis produk, termasuk iPhone *second*.⁴

Jual beli iPhone *second* di Facebook memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen karena harga yang relatif lebih terjangkau dibandingkan produk baru, variasi tipe yang beragam, serta kemudahan akses tanpa harus datang langsung ke toko fisik. Namun, di balik kemudahan tersebut, praktik jual beli iPhone *second* di Facebook juga mengandung berbagai potensi permasalahan hukum, khususnya terkait ketidakjelasan kondisi barang, informasi yang tidak lengkap, serta risiko penipuan yang dapat merugikan konsumen.

Banyak penjual iPhone *second* di Facebook hanya menyampaikan informasi secara singkat melalui unggahan foto dan deskripsi singkat, seperti “iPhone normal”, “aman”, atau “minus pemakaian wajar”, tanpa penjelasan rinci mengenai kondisi fisik, keaslian komponen, status *iCloud*, kesehatan baterai, maupun riwayat kerusakan barang, masih terdapat kecenderungan penjual untuk tidak mengungkapkan kondisi barang secara menyeluruh. Bahkan, terdapat anggapan bahwa selama barang masih dapat digunakan, maka informasi detail mengenai kekurangan atau cacat barang tidak dianggap penting untuk disampaikan kepada pembeli. Hal ini tentu menimbulkan persoalan dari sisi perlindungan hukum bagi konsumen.

⁴ Atmaja, Maradona, dkk., “Pengaruh Sosial Media Facebook Pada Penjualan Studi Kasus Pada UMKM Group Wisata Kuliner Pringsewu,” *Journal of Digital*, Vol. 1 No. 2, 2023, hal. 50.

Ketidakjelasan informasi tersebut berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen setelah transaksi dilakukan.⁵

Kebanyakan pelaku usaha/produsen menyembunyikan kecacatan dari iPhone *second* yang dijual dengan tujuan agar iPhone *second* yang dijual tersebut cepat laku. Beberapa produsen tidak secara jujur menjelaskan kondisi iPhone *second* yang sebenarnya yang menjadi objek jual beli tersebut.⁶

Tingkat kejujuran penjual terhadap barang dagangannya masih menjadi permasalahan dalam praktik perdagangan, karena sebagian penjual belum menyampaikan atau menjelaskan kondisi barang yang diperjualbelikan secara sebenarnya. Menurut Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), salah satu faktor utama yang menyebabkan terjadinya eksploitasi terhadap konsumen adalah rendahnya kesadaran konsumen terhadap hak-hak yang dimilikinya. Oleh karena itu, keberadaan UUPK memiliki peran penting sebagai landasan hukum yang kuat dalam upaya pemberdayaan dan perlindungan konsumen.⁷

⁵ Hasil observasi awal peneliti dan data wawancara informasi dengan salah satu penjual iPhone Second di Facebook, 27 Desember 2025.

⁶ Sri Ana Wahyuni, *Praktik Jual Beli Handphone Bekas Di Sosial Media Facebook Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Fiqh Muamalah*, Journal of Islamic Bussines Law, Vol. 4 No. 1, 2020, hal. 35-36.

⁷ *Ibid*,..., hal. 36.

Jual beli barang yang tidak di tempat transaksi diperbolehkan dengan syarat harus diterangkan sifat-sifatnya atau ciri-cirinya. Kemudian jika barang sesuai dengan keterangan penjual, maka sah-lah jual belinya.⁸

Dalam perspektif hukum Islam, transaksi jual beli harus memenuhi prinsip kejelasan objek, harga, serta kerelaan para pihak. Islam melarang adanya unsur *gharar*, yaitu ketidakjelasan yang berpotensi merugikan salah satu pihak. Ketentuan mengenai jual beli tersebut diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang *Akad* Jual Beli. Fatwa tersebut menegaskan bahwa objek jual beli wajib diketahui spesifikasi, jumlah, kualitas, dan dapat diserahterimakan. Jika dalam transaksi terdapat cacat tersembunyi atau informasi yang tidak benar, maka pembeli berhak memperoleh hak *khiyar* atau pilihan untuk melanjutkan atau membatalkan *akad*.⁹

Pertumbuhan pasar iPhone di Indonesia menunjukkan tren yang signifikan dalam satu dekade terakhir. Sekretaris Jenderal Kementerian Perindustrian (Kemenperin), Eko Cahyanto menyebutkan bahwa Indonesia merupakan salah satu pasar terbesar penjualan iPhone, dengan total penjualan mencapai 2,3 juta unit pada tahun 2023, menghasilkan nilai transaksi sekitar Rp 34–35 triliun.¹⁰ Data menunjukkan bahwa tiga

⁸ Nuhbatul Basyariah, *Larangan Jual Beli Gharar: Kajian Hadist Ekonomi Tematis Bisnis Di Era Digital*, Jurnal Studi Islam, Vol. 7 No. 1, 2022, hal. 55.

⁹ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli*, ketentuan umum dan ketentuan objek akad.

¹⁰ Eko Cahyanto, Sekretaris Jenderal Kementerian Perindustrian, sebagaimana dikutip dalam Tempo.co, “Kemenperin Sebut Penjualan iPhone di Indonesia Capai 2,3 Juta Unit pada 2023, Indonesia Jadi Salah Satu Pasar Terbesar”, 4 Desember 2024, <https://www.tempo.co/ekonomi/kemenperin-sebut-penjualan-iphone-di-indonesia-capai-2-3-juta-unit-pada-2023>.

smartphone paling laris di Indonesia sepanjang tahun 2024 seluruhnya merupakan seri iPhone, yakni iPhone 15 Pro Max (pangsa pasar 4,4%), iPhone 15 (4,3%), dan iPhone 15 Pro (3,7%).¹¹ Pangsa pasar iOS di Indonesia mencapai puncaknya pada tahun 2023 sebesar 11,58%, naik dari 7,62% pada tahun 2020, meskipun kemudian mengalami koreksi menjadi 10,44% pada 2024 dan 9,36% pada 2025.¹²

Dari segi demografi peminat, berdasarkan laporan *Consumer Intelligence Research Partners (CIRP)*, pengguna iPhone didominasi oleh generasi muda: sekitar 22% berusia 18–24 tahun, kelompok usia 25–34 tahun menyumbang 27%, dan usia 35–44 tahun sebesar 23%. Kelompok usia 45–54 tahun (10%), 55–65 tahun (8%), dan di atas 65 tahun (10%) menempati porsi yang jauh lebih kecil.¹³ Di Indonesia, para peminat iPhone berasal dari kalangan mahasiswa, profesional muda, konten kreator, dan kelompok masyarakat yang melek teknologi. Survei mencatat 74,2% responden pengguna iPhone menyebut kualitas kamera sebagai alasan utama pemilihan perangkat tersebut.¹⁴

Terdapat beberapa faktor utama yang menjadikan iPhone sebagai pilihan konsumen: (1) Ekosistem Apple yang terintegrasi, iPhone terhubung

¹¹ GoodStats, “Menilik Performa Penjualan iPhone 16”, GoodStats Data, 9 Maret 2025, <https://goodstats.id/article/menilik-performa-penjualan-iphone-16-AG5HH> (diakses 24 Juni 2026).

¹² GoodStats Data, “Simak Tren Pengguna Android dan iOS di Indonesia”, 29 September 2025, <https://data.goodstats.id/statistic/simak-tren-pengguna-android-dan-ios-di-indonesia-UiVeo> (diakses 24 Juni 2026).

¹³ Consumer Intelligence Research Partners (CIRP), sebagaimana dikutip dalam Kumparan, “iPhone di Kalangan Milenial dan Gen Z”, oleh Lidia Pratama Febrian, 20 Juli 2023, <https://kumparan.com/lidiapratamafebrian/iphone-di-kalangan-milenial-dan-gen-z-20SsC2P9aA1>.

¹⁴ Jakpat Survey, sebagaimana dikutip dalam Kumparan, “iPhone di Kalangan Milenial dan Gen Z”, oleh Lidia Pratama Febrian, 20 Juli 2023, <https://kumparan.com/lidiapratamafebrian/iphone-di-kalangan-milenial-dan-gen-z-20SsC2P9aA1>.

secara mulus dengan perangkat Apple lainnya (iPad, MacBook, Apple Watch) melalui fitur AirDrop, iCloud, dan Handoff; (2) Keamanan dan privasi data, iOS dilengkapi enkripsi data, Face ID/Touch ID, dan kebijakan App Tracking Transparency yang melindungi privasi pengguna; (3) Nilai jual kembali yang tinggi, dibandingkan merek Android, iPhone *second* mempertahankan nilai jual yang relatif stabil, dengan depresiasi harga berkisar 10–20% tergantung varian dan kondisi fisik; (4) Dukungan pembaruan perangkat lunak jangka panjang, Apple menyediakan pembaruan iOS hingga 5–6 tahun sejak tanggal rilis perangkat, jauh melebihi rata-rata dukungan Android.¹⁵ Tingginya nilai jual kembali iPhone mendorong berkembangnya pasar iPhone *second* yang semakin pesat di Indonesia, di mana konsumen yang tidak mampu membeli iPhone baru dapat mengakses produk Apple dengan harga yang lebih terjangkau melalui platform digital seperti Facebook.

Pemilihan Facebook sebagai objek penelitian memiliki alasan ilmiah yang kuat. Secara kuantitatif, Indonesia merupakan negara dengan pengguna Facebook terbanyak ketiga di dunia dengan 174 juta pengguna aktif per April 2024, setara 61,8% dari total populasi nasional Facebook dipilih sebagai media jual beli karena: (1) merupakan platform berbasis foto yang memungkinkan penampilan produk secara visual dan deskriptif; (2)

¹⁵ RRI.co.id, “Android vs iPhone: Mana yang Paling Pas untuk Kebutuhan Anda pada Tahun 2026?”, <https://rri.co.id/sorong/iptek/2450671/android-vs-iphone-mana-yang-paling-pas-untuk-kebutuhan-anda-pada-tahun-2026>; lihat pula: Poskota, “Harga iPhone 16 *Second* Jelang November 2025 Turun Drastis”, 24 Oktober 2025, <https://www.poskota.co.id/2025/10/24/harga-iphone-16-second>.

memiliki basis pengguna yang luas dan jaringan reseller yang besar; serta (3) hampir semua kalangan masyarakat memiliki akun Facebook sehingga jangkauan pasar sangat luas.¹⁶ Facebook dinilai membantu dalam meningkatkan penjualan dengan biaya yang sangat minim serta mampu menjangkau wilayah yang luas, menjadikannya salah satu media promosi yang paling efisien bagi pelaku usaha. Fitur Facebook Grup jual beli juga secara khusus menyediakan layanan jual beli berbasis lokasi yang mempertemukan penjual dan pembeli di area yang berdekatan, memungkinkan transaksi tatap muka (COD) yang lebih aman.¹⁷

Berdasarkan data per April 2024, distribusi pengguna Facebook di Indonesia berdasarkan rentang usia adalah sebagai berikut: kelompok usia 25–34 tahun (milenial) mendominasi dengan 66,2 juta pengguna atau 38% dari total; diikuti kelompok usia 18–24 tahun (Gen Z) sebanyak 46,3 juta (26,6%); usia 35–44 tahun sebanyak 36,7 juta (21,1%); usia 45–54 tahun sebanyak 15,7 juta (9%); usia 55–64 tahun 5,5 juta (3,2%); dan di atas 65 tahun hanya 2,2% dari total pengguna.¹⁸ Data ini menunjukkan bahwa kelompok usia 18–44 tahun mendominasi penggunaan Facebook di Indonesia, yang mana kelompok usia tersebut bersamaan dengan kelompok

¹⁶ Ahmad Aldi Amin, Anang Anas Azhar, dan Fakhrrur Rozi, “Komunikasi Bisnis Online dalam Interaksi Jual Beli di Media Facebook”, *Jurnal Ilmiah Al-Hadi*, Vol. 8, No. 2 (Januari–Juni 2023), hlm. 26, <https://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/alhadi/article/download/4599/4161/>.

¹⁷ Jurnal Pilar, Vol. 12, No. 2 (Desember 2021), hlm. 27, <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/pilar/article/download/6544/4125>; lihat pula: Jurnal Sains Manajemen, “Pemanfaatan Facebook Grup jual beli sebagai Media Jual Beli Online”, *Jurnal HST*, 2026, <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jsm/article/download/19121/20323/25534>.

¹⁸ NapoleonCat, sebagaimana dikutip dalam GoodStats Data, “Rentang Umur Pengguna Facebook di Indonesia”, 1 Juli 2024, <https://data.goodstats.id/statistic/rentang-umur-pengguna-facebook-di-indonesia-Fe9gc> (diakses 24 Juni 2026).

usia utama pengguna dan pembeli iPhone, sehingga relevansi Facebook sebagai platform jual beli iPhone *second* sangat tinggi secara demografis. Lebih lanjut, pada Oktober 2023 Indonesia mencatat 198,3 juta pengguna Facebook, sekitar 70% dari total populasi nasional, dengan mayoritas berusia 18–24 tahun (32,1%) dan 25–34 tahun (30,9%).¹⁹

Adapun data pengguna iPhone berdasarkan rentang usia secara global, sebagaimana dilaporkan oleh *Consumer Intelligence Research Partners* (CIRP), menunjukkan dominasi kelompok usia produktif: usia 18–24 tahun sebesar 22%; usia 25–34 tahun (27%) merupakan kelompok terbesar; usia 35–44 tahun (23%); usia 45–54 tahun (10%); usia 55–65 tahun (8%); dan di atas 65 tahun (10%).²⁰ Di Indonesia, kecenderungan serupa terjadi di mana pengguna iPhone didominasi oleh generasi muda. Berdasarkan laporan GoodStats (2023), penggunaan smartphone di Indonesia meningkat hingga 71% khususnya untuk produk kelas atas termasuk iPhone, dengan kelompok pengguna terbesar berada pada rentang usia 20–29 tahun (75,95%) dan 30–49 tahun (68,34%).²¹ Perpaduan data ini secara ilmiah menegaskan bahwa platform Facebook merupakan arena yang

¹⁹ NapoleonCat, sebagaimana dikutip dalam Databoks/Katadata, “Ada 198 Juta Pengguna Facebook di Indonesia, Gen Z Mendominasi”, 22 November 2023, <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/9827cd71305d811/ada-198-juta-pengguna-facebook-di-indonesia-gen-z-mendominasi> (diakses 24 Juni 2026).

²⁰ Consumer Intelligence Research Partners (CIRP), sebagaimana dikutip dalam Repository UMM, “BAB I Pendahuluan”, Skripsi Universitas Muhammadiyah Malang, <https://eprints.umm.ac.id/17242/2/BAB%20I.pdf>; lihat pula Kumparan, “iPhone di Kalangan Milenial dan Gen Z”, 20 Juli 2023.

²¹ GoodStats, “Mengulik Perkembangan Penggunaan Smartphone di Indonesia”, 5 November 2022, <https://goodstats.id/article/mengulik-perkembangan-penggunaan-smartphone-di-indonesia-sT2LA>; lihat pula: IDX Channel, “Menilik Pengguna iPhone Terbanyak di Indonesia”, 6 November 2024, <https://www.idxchannel.com/technology/menilik-pengguna-iphone-terbanyak-di-indonesia>.

paling strategis dan relevan untuk aktivitas jual beli iPhone *second* di Indonesia, karena kelompok usia dominan pengguna Facebook (18–44 tahun) bertumpang tindih secara signifikan dengan kelompok usia utama pembeli iPhone (18–44 tahun).

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Perlindungan Hukum Jual Beli Iphone *Second* Di Facebook (Perspektif Fatwa DSN MUI Nomor 110 Tahun 2017 dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999)”**.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas maka focus penelitian tentang Perlindungan Hukum Jual Beli iPhone *Second* Di Facebook (Perspektif Fatwa DSN MUI Nomor 110 Tahun 2017 dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen):

1. Bagaimana praktik jual beli iPhone *second* di Facebook?
2. Bagaimana perlindungan hukum praktik jual beli iPhone *second* di Facebook dalam perspektif Fatwa DSN MUI Nomor 110 Tahun 2017 dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah hasil yang ingin dicapai dari penelitian ini.

Tujuan tersebut diantaranya:

1. Untuk mengetahui praktik jual beli iPhone *second* di Facebook.

2. Untuk menganalisis perlindungan hukum praktik jual beli iPhone *second* di Facebook dalam perspektif perspektif Fatwa DSN MUI Nomor 110 Tahun 2017 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori dan literatur di bidang hukum perlindungan konsumen. Secara khusus, manfaat teoritis dari penelitian ini meliputi:

- a. Memberikan pemahaman konseptual yang lebih mendalam tentang Fatwa DSN MUI Nomor 110 Tahun 2017 sebagai dasar larangan praktik jual beli yang mengandung ketidakjelasan atau penipuan dalam Islam.
- b. Menjelaskan relevansi prinsip kejujuran, keterbukaan, dan tanggung jawab dalam transaksi jual beli *online* dengan nilai-nilai hukum syariah.
- c. Menyumbangkan pemikiran *akad* emik mengenai integrasi antara hukum Islam dan hukum nasional dalam konteks perlindungan hak konsumen.
- d. Menjadi referensi ilmiah bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas perlindungan hukum terhadap transaksi elektronik dan jual beli *online* dalam perspektif perbandingan hukum.

- e. Menambah khasanah keilmuan bagi mahasiswa, *akad* emisi, serta praktisi hukum mengenai bentuk-bentuk pelanggaran jual beli dalam transaksi modern, serta konsekuensinya terhadap batal atau tidak sahnya *akad* jual beli menurut prinsip syariah.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi berbagai pihak yang terlibat dalam sistem perlindungan konsumen, antara lain:

a. Bagi Konsumen

Penelitian ini memberikan pemahaman dan kesadaran hukum agar konsumen lebih cermat, teliti, dan berhati-hati dalam melakukan transaksi jual beli produk *second* di media sosial seperti Facebook. Konsumen diharapkan mampu mengenali ciri-ciri transaksi yang mengandung unsur ketidakjelasan, sehingga dapat menghindari potensi kerugian akibat penipuan atau misrepresentasi informasi produk.

b. Bagi Penjual atau Pelaku Usaha

Penelitian ini memberikan panduan etis dan hukum bagi pelaku usaha agar bertransaksi sesuai prinsip kejujuran dan keterbukaan. Pemahaman terhadap larangan *gharar*, *tadlis*, dan kerugian dalam Islam dan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dapat mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan transparansi informasi produk, menjaga reputasi

usaha, dan menghindari sanksi hukum maupun dosa moral akibat praktik curang.

c. Bagi Pemerintah dan Lembaga Perlindungan Konsumen

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi lembaga-lembaga seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) atau Kementerian Perdagangan dalam memperkuat kebijakan dan pengawasan terhadap transaksi *online*, terutama dalam jual beli barang *second*. Pemerintah juga dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai dasar untuk menyusun regulasi tambahan atau kampanye edukatif terkait transaksi digital yang aman dan sesuai prinsip keadilan.

d. Bagi Akademisi dan Peneliti

Penelitian ini memberikan bahan kajian empiris dan teoritis bagi kalangan *akad* emisi untuk mengembangkan riset lebih lanjut mengenai kolaborasi antara hukum Islam dan hukum nasional dalam konteks perdagangan elektronik. Selain itu, penelitian ini dapat memperkaya literatur dan menjadi referensi dalam penyusunan karya ilmiah atau kebijakan hukum yang berorientasi pada keadilan dan perlindungan konsumen.

E. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan dalam memahami judul serta permasalahan yang akan diteliti dan sebagai

pegangan agar kajian ini lebih terfokus, maka penegasan istilah secara konseptual dan operasional adalah sebagai berikut:

1. Definisi Secara Konseptual

a. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum merupakan bentuk perlindungan terhadap harkat dan martabat manusia serta pengakuan atas hak-hak asasi yang dimiliki oleh setiap subjek hukum berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan. Selain itu, perlindungan hukum juga dapat dipahami sebagai seperangkat aturan atau kaidah yang berfungsi untuk melindungi suatu kepentingan dari tindakan sewenang-wenang maupun dari hal-hal yang dapat merugikannya.²²

b. Jual Beli

Pengertian jual beli berdasarkan ketentuan Pasal 1457 KUHPdata adalah suatu perjanjian yang dilakukan oleh dua pihak, di mana pihak yang satu mengikatkan diri untuk menyerahkan suatu benda, sedangkan pihak lainnya berkewajiban membayar harga yang telah disepakati. Dalam penelitian ini, pengertian tersebut merujuk pada proses transaksi antara penjual dan pembeli yang dilaksanakan melalui platform digital atau media elektronik, yaitu Facebook.²³

c. iPhone *Second*

²² Ashabul Kahfi, *Perlindungan Hukum Terhadap Tenaga Kerja*, Jurnal Jurisprudencie, Vol. 3 No. 2, 2016, hal. 64.

²³ *Ibid*, ..., hal. 65.

iPhone merupakan telepon pintar yang diproduksi oleh Apple Inc. dan pertama kali diperkenalkan pada tahun 2007. Produk ini dikenal memiliki desain yang khas, elegan, tipis, dan ringan sehingga mampu menarik minat masyarakat secara luas. Selain itu, iPhone juga dilengkapi dengan sistem operasi yang berbeda dibandingkan dengan merek *handphone* lainnya, sehingga menjadi salah satu faktor yang membedakannya di pasar teknologi.

Second atau dalam bahasa Indonesia mempunyai arti bekas. *Second* menurut KBBI mempunyai arti tanda yang tertinggal atau tersisa (sesudah dipegang, diinjak, dilalui, dan sebagainya), atau sesuatu yang tertinggal sebagai sisa (yang telah rusak, terbakar, tidak dipakai lagi, dan sebagainya).²⁴ Dalam penelitian ini, iPhone yang dimaksud adalah iPhone second, yaitu perangkat yang telah digunakan sebelumnya dan kemudian diperjualbelikan kembali oleh pelaku usaha dengan kondisi fisik dan fungsi yang beragam. Produk tersebut umumnya dipasarkan dengan harga yang relatif lebih terjangkau dibandingkan iPhone baru.

d. Fatwa DSN MUI Nomor 110 Tahun 2017

Fatwa DSN MUI Nomor 110 Tahun 2017 adalah keputusan hukum yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis

²⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring, diakses <https://kbbi.kemdikbud.go.id/> pada 18 April 2026.

Ulama Indonesia mengenai ketentuan *akad* jual beli berdasarkan prinsip syariah. Fatwa ini secara lengkap bernama Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang *Akad* Jual Beli. Fatwa tersebut menjadi pedoman bagi masyarakat, lembaga keuangan syariah, maupun pelaku usaha dalam melaksanakan transaksi jual beli agar sesuai dengan ajaran Islam.²⁵

Dalam fatwa ini diatur mengenai rukun dan syarat jual beli, para pihak yang ber*akad*, objek transaksi, harga, ijab kabul, larangan *gharar*, *tadlis*, penipuan, serta hak *khiyar* apabila ditemukan cacat atau ketidaksesuaian barang. Dengan demikian, fatwa ini menekankan pentingnya kejujuran, keterbukaan informasi, dan keadilan dalam setiap transaksi.

Dalam konteks penelitian ini, Fatwa DSN MUI Nomor 110 Tahun 2017 digunakan sebagai landasan normatif untuk menilai praktik jual beli iPhone *second* di Facebook, terutama berkaitan dengan kejelasan kondisi barang, hak pembeli, dan larangan menyembunyikan cacat barang.²⁶

e. Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Perlindungan Konsumen merupakan ketentuan hukum yang memuat asas-asas yang bersifat mengatur

²⁵ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli (Jakarta: DSN-MUI, 2017), hal. 1-3.

²⁶ Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2020), hal. 145.

sekaligus memberikan perlindungan terhadap kepentingan konsumen. Keberadaan hukum perlindungan konsumen juga menjadi salah satu aspek penting dalam menciptakan rasa aman dan nyaman dalam kegiatan jual beli. Selain itu, hukum perlindungan konsumen atau hukum konsumen dapat dipahami sebagai keseluruhan peraturan yang mengatur hak dan kewajiban konsumen serta produsen yang timbul dalam upaya pemenuhan kebutuhan masing-masing pihak.²⁷

2. Definisi Secara Operasional

Penelitian ini berfokus pada analisis yuridis terhadap praktik jual beli *online* yang diakibatkan adanya dugaan konsep *gharar*, *tadlis*, dan kerugian sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Fatwa DSN MUI Nomor 110 Tahun 2017. Secara operasional, penelitian ini akan:

- a. Menganalisis praktik penjual yang tidak jujur atau tidak jelas (mengandung *gharar*, *tadlis*, dan kerugian) serta peran pengusaha dalam jual beli iPhone *second* di Facebook untuk menjamin kejujuran dalam mendeskripsikan iPhone.
- b. Menganalisis konsekuensi hukum yang timbul akibat penjualan iPhone *second* yang kondisinya tidak sesuai dengan deskripsi.
- c. Memberikan rekomendasi kebijakan dan strategi hukum yang

²⁷ Puteri Asyifa, Melawati, dan Panji Adam, *Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli*, Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 3 No. 1, 2021, hal. 15.

dapat meningkatkan kejelasan dan kejujuran pelaku usaha dalam jual beli *online* di Facebook.