

**TINJAUAN KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN
UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP JUAL BELI
MYSTERY BOX DI *E-COMMERCE* TOKOPEDIA**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)**

Oleh:

ARIS ZULIYANTO

NIM. 1617301100

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

PURWOKERTO

2021

**TINJAUAN KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN
UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP JUAL BELI *MYSTERY BOX*
DI *E-COMMERCE* TOKOPEDIA**

ABSTRAK

Aris Zuliyanto

NIM. 1617301100

Salah satu jual beli online yang sedang ramai di platform *e-commerce* adalah jual beli *mystery box*. Jual beli ini cukup unik dimana pembeli tidak dapat mengetahui secara pasti barang yang akan didapatkan baik jenis, kualitas dan kuantitasnya karena penjual hanya memberikan deskripsi umum saja. Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah mengisyaratkan bahwa jual beli harus memenuhi syarat dan rukunya. Untuk menjamin perlindungan konsumen di Indonesia berlaku Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Sumber data primer diperoleh dari aplikasi Tokopedia, penjual *mystery box* khususnya Toko Berkah dan Sweet candy's. Sumber data sekunder diperoleh dari buku, jurnal dan literatur lainya yang berkaitan dengan hukum Islam, KHES dan Perlindungan Konsumen. Data penelitian ini dikumpulkan dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi yang selanjutnya dianalisis menggunakan metode yuridis sosisologis yang berpijak pada ketentuan KHES dan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik jual beli *mystery box* di *e-commerce* Tokopedia Berdasarkan KHES belum memenuhi keseluruhan syarat dan rukun ba'i sebagaimana diatur dalam dalam pasal 76 tentang syarat objek. Jual beli ini termasuk dalam kategori *gharar al-katsir* sehingga hukumnya batal. Adapun menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen praktik jual beli *mystery box* ini diperbolehkan atau tidak melanggar ketentuan dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Tidak dapat diketahuinya isi barang dalam produk *mystery box* bukanlah suatu ketidakjelasan informasi tetapi ketentuan produk yang harus dipahami oleh konsumen.

Kata kunci: jual-beli, Perlindungan Konsumen, Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR SINGKATAN.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	8
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan dan manfaat penelitian.....	9
E. Kajian Pustaka.....	10

F. Sistematika Pembahasan	16
---------------------------------	----

**BAB II : KETENTUAN JUAL BELI DALAM ISLAM DAN KHES DAN
PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM UUPK**

A. Jual Beli dalam Islam	18
1. Pengertian Jual Beli.....	18
2. Landasan Hukum Jual Beli.....	20
3. Rukun Jual Beli.....	23
4. Syarat Jual Beli.....	24
5. Macam-macam Jual Beli.....	25
6. Etika Jual Beli.....	27
B. Jual Beli Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.....	28
1. Rukun bai'	28
2. Tempat dan Syarat Pelaksanaan Bai'.....	30
3. Berakhirnya Akad Bai'	30
4. Objek Bai'	31
5. Hak yang Berkaitan dengan Harga dan Barang.....	32
6. Serah Terima Barang.....	32
7. Akibat Bai'	33
C. Tinjauan Umum tentang Perlindungan Konsumen.....	34
1. Pengertian Perlindungan Konsumen.....	34
2. Landasan Hukum PerlindunganKonsumen	39
3. Konsep Pelaku Usaha.....	42

4. Konsep Konsumen.....	45
-------------------------	----

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	54
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	55
C. Lokasi Penelitian.....	55
D. Pendekatan Penelitian.....	55
E. Sumber Data.....	56
F. Teknik Pengumpulan Data.....	58
G. Metode Analisis Data.....	58

BAB IV : GAMBARAN UMUM DAN ANALISIS KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP JUAL BELI MYSTERY BOX DI E-COMMERCE TOKOPEDIA

A. Gambaran Umum Tokopedia.....	60
1. Sejarah Tokopedia.....	60
2. Visi dan Misi Tokopedia.....	61
3. Aturan Bagi Penjual.....	63
B. Profil Toko Penjual <i>Mystery Box</i>	66
1. Profil Tokoo Berkah.....	66
2. Profil Toko Sweet Candy's.....	69
C. Praktik Jual Beli <i>Mystery Box</i> di Tokopedia.....	71
D. Analisis Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli <i>Mystery Box</i> di <i>e-Commerce</i>	

Tokopedia.....74

E. Perlindungan Konsumen Jual Beli *Mystery Box* di *e-commerce*
Tokopedia menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999
Tentang PerlindunganKonsumen.....85

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan.....92

B. Saran.....94

C. Rekomendasi.....95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan agama yang komprehensif yang mengatur seluruh aspek kehidupan manusia. Tidak hanya mengatur hubungan antara manusia dan tuhan (ibadah) namun juga mengatur hubungan antara manusia dengan manusia lainnya (*muamalah*). *Muamalah* merupakan sistem kehidupan manusia dengan cara berinteraksi antara manusia satu dengan yang lainnya. Salah satu bentuk interaksi antar manusia adalah melalui kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Kegiatan ekonomi Islam secara rinci terdapat dalam fiqh *muamalah*. Fiqh *muamalah* merupakan aturan-aturan Allah yang wajib ditaati yang mengatur hubungan manusia dengan manusia dalam kaitannya dengan cara memperoleh dan mengembangkan harta benda.¹ Diantara macam-macam kegiatan *muamalah* yakni jual-beli, pinjam-meminjam, sewa-menyewa, kerjasama dan gadai. Tidak ada seorangpun yang bisa memenuhi kebutuhannya tanpa bantuan orang lain. Untuk bisa memenuhi kebutuhan itulah mereka bekerja sama dengan cara jual beli atau *muamalah*.²

Jual beli menurut Ibnu Qadamah yakni pertukaran harta dengan harta untuk menjadikan miliknya.³ Kegiatan ini telah dilakukan oleh umat Islam

¹Qamarul Huda, *Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm. 4.

² Dede Rosyada, *Hukum Islam dan Pranata Sosial* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Perkasa, 1995), hlm. 71

³Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah klasik dan kontemporer* (Bogor: Galia Indonesia, 2010), hlm. 75.

sejak zaman dahulu dengan berlandaskan firman Allah SWT dalam surat *al-Baqarah* ayat 275

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

...Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharmkan *riba*...⁴

Dari ayat tersebut menerangkan bahwasanya Allah telah menghalalkan jual-beli, karena dalam jual beli dan pertukaran dan pergantian, ada barang yang mungkin bertambah harganya pada masa mendatang. Tambahan harga itu adalah imbalan (jasa) dari kemanfaatan yang diperoleh dari harga barang tersebut.

Jual beli tentu tidak bisa dilakukan dengan sembarangan, ada aturan atau syarat rukun yang mengikatnya. Kedua belah pihak yakni penjual dan pembeli harus sama-sama mendapatkan untung dan tidak ada yang dirugikan. Allah mengharamkan *riba*, karena didalam *riba* tidak ada pertukaran dan tambahan pembayaran dalam jual beli adalah hal yang menghendaki kehalalannya, sedangkan dalam *riba* terdapat mafsadah (kerusakan) yang menghendaki keharamannya.

Jual beli yang biasa dilakukan oleh masyarakat adalah bertemunya penjual dan pembeli disuatu tempat untuk melakukan suatu transaksi tukar menukar barang dengan uang sebagai alat transaksinya. Sedangkan pada era modern dengan kemajuan teknologi saat ini, jual beli tidak mesti berhadapan langsung tetapi bisa dengan menggunakan internet (*e-mail*) dan telepon, atau

⁴ Q.S *al-Baqarah* ayat 275

jual beli dengan kartu debit (*debt card*) atau kartu kredit (*credit card*), *syariah change card*, dan pembayaran melalui cek/giro.⁵

Jual beli via internet adalah jual beli yang terjadi di media elektronik, yang mana transaksi jual beli tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara langsung atau saling menatap muka. Transaksi seperti ini dilakukan dengan menentukan ciri barang, jenis barang, sedangkan untuk harganya dibayar terlebih dahulu baru diserahkan barangnya.⁶

Pada laman Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) berdasarkan survey di tahun 2018 disebutkan bahwa dari total populasi penduduk Indonesia 264,16 juta orang, 171,17 juta orang atau 64,8% orang Indonesia telah terhubung ke internet.⁷

Di tahun 2020 ini tentu data tersebut dapat bertambah banyak. Hal ini merupakan peluang bagi siapa saja yang mau memanfaatkan internet sebagai salah satu alat pemenuhan kebutuhan terutama pelaku usaha untuk memasarkan produk via internet atau secara online. Dimana jual-beli secara online ini menawarkan konsep yang lebih praktis dan efisien. Beberapa platform *e-commerce* belanja online pun sudah tidak asing lagi kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari.

Mengutip data CupoNation Indonesia, platform *e-commerce* dalam negeri masih menguasai jumlah pengunjung website di sepanjang tahun 2019 meski beberapa situs belanja online internasional turut masuk dalam jajaran

⁵ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 101.

⁶ Tira Nur Fitria, "Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Volume 3, 1 (Maret 2017), hlm. 52.

⁷ Tim APJII, "[Survei APJII yang ditunggu-tunggu, penetrasi internet 2018](http://www.apjii.or.id)". www.apjii.or.id diakses pada minggu, 17 mei 2020.

pasar e-commerce di Indonesia. Salah satu platform *e-commerce* yang paling populer di Indonesia adalah Tokopedia. Tokopedia dikunjungi masyarakat Indonesia sebanyak 1,2 Milyar pada tahun 2019 dengan rincian 863.1 juta pengunjung dari web mobile dan 329.8 juta pengunjung dari desktop.⁸ Hal ini menjadikan Tokopedia sebagai platform e-commerce yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat di Indonesia.

Pertumbuhan pasar e-commerce Indonesia mampu menarik investor global dan local. Tokopedia mengantongi investasi senilai 1,1 miliar dollar Amerika (Rp 15,4 triliun) dari Alibaba pada tahun 2018.⁹ Pada tahun 2019 Tokopedia mempunyai nilai transaksi sebesar Rp 222 triliun dengan nilai transaksi perbulan mencapai 1 miliar dollar AS atau sekitar 14 triliun.¹⁰

Banyaknya *e-commerce* portal belanja online serta para pelaku usaha yang semakin hari semakin bertambah dalam memasarkan produk secara online tentu terjadi persaingan yang cukup ketat antar pelaku usaha. Hal ini akhirnya memerlukan strategi untuk mendapatkan pelanggan supaya produk bisa tetap laku. Seperti misal memberikan diskon, mengadakan flash sale, belanja gratis ongkir atau yang belakangan ini sedang marak yakni dengan adanya *Mystery Box*.

Mystery Box merupakan sebuah produk yang ditawarkan oleh penjual namun pembeli tidak mengetahui apa isi produk/barang tersebut. Penjual

⁸CNN Indonesia, “Daftar toko online yang paling menguasai pasar RI selama 2019”, www.cnnindonesia.com diakses pada minggu, 17 Mei 2020.

⁹Tri Apriyani, “pengaruh e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia”. *Suara.com* diakses pada jum’at 17 Juli 2020.

¹⁰Wahyunanda kusuma pertiwi, “Tokopedia proyeksikan nilai transaksi 222 triliun tahun ini,” *kompas.com* diakses pada jum’at 17 juli 2020.

hanya memberikan informasi tentang jenis barang atau harganya saja, sedangkan informasi rinci mengenai barang tersebut tidak dapat diketahui. Sebagai contoh penjual *Mystery Box* memberi deskripsi pada barang tersebut bertuliskan “Handphone” maka pembeli tidak tahu handphone tersebut merk dan warnanya seperti apa. Adapula penjual memberikan deskripsi dengan harga saja misal “Rp.100.000” dengan isi dari *Mystery Box* tersebut barangnya random jadi pembeli tidak mengetahui barang apa yang akan ia terima. Dalam deskripsinya, penjual ada juga yang menyebutkan bahwa pembeli dapat menerima barang apa saja sesuai dengan keberuntungan. *Mystery Box* disebut juga kotak misteri yang akan membuat pembelinya penasaran saat membeli barang tersebut. Diantara penjual *mystery box* di *e-commerce* Tokopedia yang cukup ramai dikunjungi dan mendapatkan banyak ulasan adalah Tokoo Berkah dan Toko Sweet Candy’s.

Dalam melakukan transaksi jual-beli, Islam mengisyaratkan harus terpenuhinya syarat rukun serta hak dan kewajiban antara penjual dan pembeli. Karena dalam praktiknya jual beli online dapat menimbulkan berbagai masalah. Misalnya, barang yang dibeli tidak sesuai gambar, terkadang warna, sifat dan jenis serta kualitas dan kuantitas tidak sesuai dengan yang dipesan oleh pembeli. Hal ini tentu harus diperhatikan untuk menjamin keadilan bagi para pihak supaya tidak ada salah satu pihak yang dirugikan. Kompilasi Hukum ekonomi syariah (KHES) merupakan salah satu perangkat yang mengatur secara rinci mengenai kegiatan ekonomi syariah.

Diantara hal yang diatur dalam KHES adalah mengenai objek yang diperjual belikan harus memenuhi syarat yaitu:

1. Barang yang dijualbelikan harus sudah ada.
2. Barang yang dijualbelikan harus dapat diserahkan.
3. Barang yang dijualbelikan harus berupa barang yang memiliki nilai/harga tertentu.
4. Barang yang dijualbelikan harus halal.
5. Barang yang dijualbelikan harus diketahui oleh pembeli.
6. Kekhususan barang yang diperjualbelikan harus diketahui.
7. Penunjukan dianggap memenuhi syarat kekhususan barang yang dijualbelikan apabila barang itu ada di di tempat jual beli.
8. Sifat barang yang dapat diketahui secara langsung oleh pembeli tidak memerlukan penjelasan yang lebih lanjut.
9. Barang yang dijual harus ditentukan secara pasti pada waktu akad.¹¹

Begitupun dalam hukum positif yakni Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengharuskan terpenuhinya hak dan kewajiban antara penjual/pelaku usaha dan pembeli/konsumen. Adapun hal ini terdapat dalam bab III tentang hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Pasal 4 menyebutkan bahwa diantara hak konsumen adalah.

“Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa”.¹²

Begitupun kewajiban pelaku usaha dalam pasal 7 disebutkan bahwa:

“Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan”.¹³

Dalam pasal lain yakni pasal 8 dan pasal 9 tentang larangan bagi pelaku usaha disebutkan bahwa:

¹¹Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, Buku II pasal 76.

¹²Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹³Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

“Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut”.¹⁴

“Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti”.¹⁵

Pasal tersebut sudah jelas bahwa pelaku usaha (penjual) harus memberikan informasi yang jelas kepada konsumen tentang barang yang dijual mengenai kondisi, isi, kegunaan dan jaminan atas barang itu sendiri. Hukum Islam juga sudah mengatur tentang adanya larangan penjual menjual barang yang tidak jelas atau *gharar*, karena jual beli yang seperti ini akan mengandung resiko atau bahaya kepada salah satu pihak sehingga mendatangkan kerugian finansial.¹⁶

Jual beli online lebih rentan terhadap ketidaksesuaian akad jual beli terutama dalam objek yang diperjualbelikan. Jika dianalogikan dalam transaksi jual beli secara langsung saja masih ada kemungkinan ketidaksesuaian objek akad terlebih dalam jual beli online dimana kedua belah pihak tidak dapat bertemu secara langsung. Hal ini tentu dapat menimbulkan adanya kerugian dan penipuan terhadap salah satu pihak baik penjual maupun pembeli.

Salah satu pembeli *mystery box* yang merasa kecewa adalah @fakih yang merupakan pelanggan di salah satu toko di e-commerce Tokopedia yaitu

¹⁴Pasal 8 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁵Pasal 9 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁶Enang Hidayat, *Fiqih Jual Beli* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya), hlm. 27.

toko sweet candy's "Barangnya gak sesuai sama yang digambar kecewa banget terus isinya juga gak sesuai sama yang ada deskripsi mahal doang barangnya gak bagus". Begitupun beberapa pembeli mengungkapkan kekecewaan karena barang yang didapatkan tidak sesuai dengan yang diharapkan. Namun begitu sekalipun banyak yang merasa kecewa dan tidak sesuai jual beli *mystery box* ini tetap ramai dan banyak peminat dan pembelinya sehingga sistem ini terus eksis sampai saat ini. Banyak juga pembeli yang diuntungkan oleh sistem jual beli *mystery box* ini dan mendapatkan barang yang sesuai dengan apa yang diharapkan. Salah satu pembeli pada ulasan pembelian *mystery box* di tokoo berkah yaitu @vina mengungkapkan "dapetnya banyak seller fast respon, puas banget lah pokoknya". Hal ini menjadikan jual beli *mystery box* ini menarik untuk diteliti karena ada dua perbedaan yang terjadi yakni satu pihak banyak yang merasa kecewa namun disisi lain juga banyak pembeli yang merasa diuntungkan.

Berdasarkan hukum Islam ataupun hukum positif tersebut sudah jelas bahwa konsumen dan pelaku usaha dalam melakukan transaksi jual beli mempunyai hak dan kewajiban yang harus sama-sama ditunaikan dan apabila tidak terpenuhi maka nantinya akan berdampak pada akibat hukum. Dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"TINJAUAN KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG**

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP JUAL BELI *MISTERY BOX* DI *E-COMMERCE* TOKOPEDIA”

B. Definisi Operasioal

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kemungkinan salah penafsiran dalam memahami judul skripsi ini maka penulis akan memaparkan dan menegaskan bebrapa istilah yang digunakan dalam judul skripsi ini.

1. Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.¹⁷
2. Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) merupakan bentuk positifisasi dari produk hukum fikih muamalah Indonesia yang dijamin oleh sistem konstitusi negara.
3. Jual beli *Mystery Box* merupakan jual beli yang dilakukan secara online dengan konsep kotak misteri dimana penjual hanya memberikan informasi terkait barang di dalamnya dan calon pembeli tidak mengetahui secara pasti isi dari kotak misteri tersebut.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka ada beberapa permasalahan yang akan dikaji sebagai berikut:

1. Bagaimanakah praktik jual-beli *Mystery Box* di *e-commerce* Tokopedia?
2. Bagaimanakah pandangan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap praktik jual-beli *Mystery Box* di *e-commerce* Tokopedia?

¹⁷Pasal 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan dari penelitian skripsi ini adalah:

- a. Mengetahui bagaimana praktik jual-beli *Mystery Box* di *e-commerce* Tokopedia.
- b. Mengetahui bagaimana pandangan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap praktik jual-beli *Mystery Box* di *e-commerce* Tokopedia

2. Manfaat penelitian

Penelitian dalam skripsi ini diharapkan bermanfaat dan memberikan sumbangan pemikiran untuk

- a. Secara teoritis manfaat penelitian ini dapat di gunakan sebagai bahan kajian pada penelitian selanjutnya dan sebagai pengembangan hukum Islam khususnya mengenai hukum ekonomi syariah yakni jual beli yang terjadi di masyarakat yaitu jual beli *Mystery Box*.
- b. Secara praktis pada penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan pengetahuan bagi masyarakat dalam melaksanakan jual beli baik penjual maupun pembeli sehingga dalam bertransaksi masyarakat dapat lebih berhati-hati dan memenuhi hak hak dan kewajiban konsumen dan produsen.

E. Kajian Pustaka

Dalam melakukan penelitian ini, penulis bukanlah yang pertama membahas tentang perlindungan konsumen dalam jual beli. Penulis dalam

menyusunan skripsi ini sebelumnya telah melakukan penelaahan awal terhadap pustaka atau karya-karya terdahulu. Namun, penelitian ini juga bukan duplikasi atau pengulangan dari peneliti-peneliti terdahulu.

Ada beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai rujukan serta ada kaitannya dengan pokok permasalahan yang penulis kemukakan, diantaranya yaitu :

Skripsi Disa Nusia Nisrina (2015) yang berjudul “ Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Online* dan Relevansinya Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen”. Skripsi ini membahas tentang bagaimana pelaku jual sistem *Online* dalam memasarkan dagangannya dengan penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen saja tentang bagaimana hak dan kewajiban pelaku usaha ataupun hak dan kewajiban konsumen itu sendiri.¹⁸ Sedangkan penulis dalam skripsi ini juga membahas bagaimana kewajiban pelaku usaha dan hak konsumen dari Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Skripsi Febrina Fitri Permatasari Santoso (2018) yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Online* yang Mencantumkan Gambar dan Testimoni *Hoax* di Ponorogo”. Skripsi ini membahas tentang pelaku jual/penjual yang memasarkan produknya dengan menggunakan gambar yang jelas tetapi gambar tersebut bukan barang yang ia jual tetapi

¹⁸ Disa Nusia Nisrina, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Online* dan Relevansinya Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen”, *skripsi* (UIN Alauddin, Makassar, 2015), <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/2283/1/DISA%20NUSIA%20NISRINA.pdf> diakses pada 3 Juni 2020

barang tersebut merupakan barang milik orang lain yang berlandaskan Hukum Islam.¹⁹

Skripsi Diyah Ayu Minuriha (2018) yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Dalam Marketplace Online Shopee di kalangan mahasiswa Uinsa Surabaya” membahas tentang jual beli kalangan mahasiswa pada marketplace online shopee, akad antara penjual dan pihak shopee yakni akad sewa menyewa atau ijarah serta perlindungan konsumen dari pihak shopee yakni dengan adanya rekening bersama untuk menghindari adanya wanprestasi.²⁰

Skripsi Siti Milatul Ainiyah (2015) yang berjudul “Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Jual-Beli Online dalam Perspektif Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah”. Membahas tentang bagaimana persamaan dan perbedaan perlindungan konsumen dalam Undang-undang perlindungan konsumen dan kompilasi hukum ekonomi syariah. Serta membahas tentang pasal pasal yang melanggar hak konsumen oleh pelaku usaha dalam UUPK dan KHES.²¹

Skripsi Mohamad Roqib Qomarudin (2019) yang berjudul “Tinjauan hukum Islam dan perdata Terhadap Jual Beli Sistem Mystery Box di Situs www.Bukalapak.com” . skripsi ini membahas tentang bagaimana praktik jual

¹⁹ Febrina Fitri Permatasari Santoso, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Online* yang Mencantumkan Gambar dan Testimoni *Hoax* di Ponorogo”, *skripsi* (IAIN Ponorogo, Ponorogo, 2018), <http://etheses.iainponorogo.ac.id/3679/1/febri.pdf> diakses pada 24 Juni 2020

²⁰ Diyah Ayu Minuriha, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Dalam Marketplace Online Shopee di kalangan mahasiswa Uinsa Surabaya”, *Skripsi* (UIN Surabaya, 2018), http://digilib.uinsby.ac.id/25001/1/Diyah%20Ayu%20Minurha_C72214038.pdf diakses pada 25 Juni 2020.

²¹ Siti Milatul Ainiyah, “Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Jual-Beli Online dalam Perspektif Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah”, *Skripsi* (IAIN Tulungagung, 2015), <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/2096/1/bagian%20awal.pdf> diakses pada 25 Juni 2020.

beli system *Mystery box* menurut hukum Islam dimana barang yang dijual tidak diketahui namun dijelaskan sifatnya adalah sesuatu yang diperbolehkan . sedangkan dlam hokum perdata dibahas mengenai salah satu syarat perjanjian pada pasal 1320 KUH Perdata yakni “suatu sebab yang halal” dimana penjual menggunakan klausula baku yakni tidak menerima komplain dan pengembalian barang oleh pembeli.²²

Skripsi Miftahul Jannah (2020) yang berjudul “Transaksi Jual Beli *Mystery Box* pada situs Shopee ditinjau dalam perspektif Ba’i Salam (Studi kasus di banda Aceh)”. Dalam penelitian ini penulis meninjau transaksi jual beli *mystery box* ini dengan jual beli pesanan atau *ba’i Salam*. Dimana pembeli melakukan pemesanan terhadap *mystery box* yang akan dibeli kemudian pembeli melakukan pembayaran dan pembeli akan menerima barang tersebut. Dalam praktiknya jual beli *mystery box* ini dinaggap tidak sah bila merujuk pada syarat *ba’i Salam* karena tidak terpenuhinya salah satu syarat yakni spesifikasi da karakteristik barang dan masuk dalam kategori jual beli *gharar*.²³

Persamaan dan perbedaan skripsi penulis dengan skripsi yang pernah mengkaji sebelumnya:

Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
------	-------	-----------	-----------

²² Mohamad Roqib Qomarudin, “Tinjauan Hukum Islam dan Perdata Terhadap Jual Beli Sistem Mystery Box di Situs www.Bukalapak.com”, *Skripsi* (UIN Surabaya, 2019), <http://digilib.uinsby.ac.id/36013/> diakses pada 13 januari 2020.

²³ Miftahul Jannah “Transaksi Jual Beli Mystery Box pada situs Shopee ditinjau dalam perspektif Ba’i Salam (Studi kasus di banda Aceh)”, *Skripsi* (UIN Ar-Raniry, 2020)

Disa Nusia Nisrina (2015)	“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli <i>Online</i> dan Relevansinya Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen”	Persamaan skripsi penulis dengan skripsi yang sudah pernah mengkaji yaitu sama-sama	Skripsi Disa Nusia Nisrina hanya membahas relevansinya terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen saja sedangkan penulis dalam skripsi ini juga membahas bagaimana kewajiban pelaku usaha dan hak konsumen dari Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen
Febrina Fitri Permatasari Santoso (2018)	“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli <i>Online</i> yang Mencantumkan Gambar dan Testimoni <i>Hoax</i> di Ponorogo”.	membahas tentang perlindungan konsumen dan kedudukan konsumen menurut Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam jual beli <i>Online</i>	Dalam skripsi Febrina Fitri Permatasari Santoso barang yang dijual sudah ada gambarnya dan kegunaan dari barang tersebut sedangkan dalam penelitian penulis barang yang dijual belum ada gambar dan tidak diketahui isi dan manfaat dari barang tersebut.

Diyah Ayu Minuriha (2018)	“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Dalam Marketplace <i>Online</i> Shopee di kalangan mahasiswa Uinsa Surabaya”.	Membahas tentang perlindungan konsumen dalam jual beli <i>online</i> .	Skripsi diyah Ayu Minuriha membahas tentang akad sewa menyewaan dan perlindungan konsumen antara penjual dan pihak marketplace sedangkan penulis dalam penelitian ini membahas tentang perlindungan konsumen antara penjual dan pembeli menurut UUPK dan KHES.
Siti Milatul Ainiyah (2015)	“Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual-beli <i>online</i> dalam perspektif undang-undang no.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan kompilasi hukum ekonomi syariah”.	Sama sama membahas jual beli secara <i>online</i> dengan analisis menggunakan UUPK dan KHES.	Skripsi Siti Milatul Ainiyah membahas tentang jual beli online saja sedangkan penulis dalam penelitian ini lebih spesifik dalam jula beli online <i>mystery box</i> di e-commerce Tokopedia.
Mohamad Roqib	Tinjauan hokum Islam dan perdata terhadap jual beli	Sama sama membahas tentang jual	Dalam skripsi Mohamad Roqib qomarudin membahas jula beli <i>mytery box</i> berdasarkan hukum

Qomarudin (2019)	system <i>mystery box</i> di situs www.bukalapak.com .	beli <i>mystery box</i> .	islam dan hokum perdata sedangkan penulis dalam penelitian ini membahas jual beli <i>mystery box</i> berdasarkan UUPK dan KHES.
Miftahul Jannah (2020)	“Transaksi Jual Beli <i>Mystery Box</i> pada situs Shopee ditinjau dalam perspektif <i>Ba'i Salam</i> (Studi kasus di banda Aceh)”	Sama sama membahas mengenai transaksi jual beli <i>mystery box</i>	Miftahul Jannah menggunakan perspektif ba'i salam dan studi kasus dilakukan di Banda Aceh. Sedangkan dalam ini perpektif yang digunakan adalah KHES dan UUPK serta tempat penelitian di <i>e-commerce</i> Tokopedia.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan skripsi sangat penting karena mempunyai fungsi untuk menyatakan garis-garis besar dari masing-masing bab yang saling berkaitan dan berurutan.

Bab *pertama* berisi pendahuluan yang mengemukakan latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab *kedua* merupakan landasan teori yang membahas tentang konsep umum jual beli dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah dan bagaimana

perlindungan konsumen dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Bab *ketiga* adalah bab yang akan menyajikan metodologi penelitian yang akan dipakai dalam penelitian ini. Metodologi penelitian ini meliputi jenis penelitian, objek penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

Bab *keempat* yaitu hasil dan pembahasan penelitian tentang praktik *Mystery Box* di *E-commerce* Tokopedia dan implementasi Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Bab *kelima* sebagai penutup dari keseluruhan skripsi ini, dan penulis berusaha menyimpulkan hasil yang diperoleh dari analisa bab empat dan berisi saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Jual beli *mystery box* di marketplace Tokopedia dapat dilakukan dengan cara (1) Membuka situs Tokopedia di www.Tokopedia.com (2) mencari produk *mystery box* pada kolom pencarian dan pilih produk yang diinginkan (3) isi data pribadi untuk membuat pembelian (4) memilih metode pembayaran dan kurir untuk pengiriman barang. Walaupun dinamakan *mystery box* tetapi tidak selalu dalam pengemasan menggunakan box bisa juga menggunakan plastik atau bungkus lain menyesuaikan dengan produk serta dalam pengemasan berlaku sistem akumulasi sehingga ketika pembeli pesan beberapa produk bisa dibungkus dalam satu kemasan. Berdasarkan deskripsi jual beli *mystery box* di marketplace Tokopedia penjual membagi sistem *mystery box* menjadi beberapa kategori, yakni (1) objek pesanan tidak dapat diketahui kualitas, kuantitas dan spesifikasinya oleh pembeli. (2) objek pesanan dapat diketahui oleh pembeli tetapi pembeli tidak dapat mengetahui objek yang akan didapatkan secara jelas. (3) objek pesanan dapat diketahui spesifikasinya secara umum oleh pembeli namun tidak ada jaminan barang yang yang didapatkan akan sesuai dengan harapan pembeli atau tidak.
2. Berdasarkan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, pelaksanaan jual beli *mystery box* di marketplace Tokopedia rukun jual beli diatur dalam bab IV pasal 56 yang terdiri dari (a) Pihak-pihak (b) Objek (c) Kesepakatan. Pada

bagian rukun jual beli yakni para pihak dan kesepakatan dalam jual beli *mystery box* ini sudah terpenuhi. Namun pada bagian objek jual beli tidak terpenuhi. Dimana disebutkan dalam pasal 76 huruf (e) barang yang dijualbelikan harus diketahui oleh pembeli, dan huruf (f) kekhususan barang yang dijualbelikan harus diketahui. namun dalam pelaksanaanya dilapangan meskipun banyak mendapatkan respon positif dari pembeli, tetapi banyak pula yang memberikan tanggapan negatif, merasa tidak puas, kecewa bahkan merasa dirugikan hingga mengakibatkan perselisihan diantara dua pihak. Hal ini dikarenakan tidak dapat diketahuinya objek jual beli secara pasti spesifiknya baik jenis, macam dan sifatnya serta kualitas dan kuantitasnya. Sehingga hal ini memenuhi keseluruhan unsur *gharar al-katsir*. Sehingga hukumnya adalah batal. Pembeli dapat menggunakan hak pilihan (*Khiyar*) untuk meneruskan atau membatalkan akad apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dijelaskan dalam deskripsi produk.

Berdasarkan Undang-undang No 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dapat disimpulkan bahwa jual beli *mystery box* di *e-commerce* Tokopedia khususnya pada Tokoo berkah dan Sweet candy's tidak bertentangan atau melanggar ketentuan dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Mystery box* merupakan produk yang diperbolehkan diperjualbelikan dalam Tokopedia sesuai dengan ketentuan beberapa produk yang tidak diperbolehkan untuk dijual yaitu "Segala jenis barang yang sisinya tidak pasti, bersifat acak dan/atau undian, termasuk namun tidak terbatas pada produk "kotak misteri".

Ketentuan tersebut dikecualikan untuk official store dan afiliasi Tokopedia”. Pelaku usaha tidak melanggar ketentuan kewajiban pelaku usaha yang tercantum dalam pasal 7 huruf b Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi: “Kewajiban pelaku usaha adalah memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan”. Tidak dapat diketahuinya isi barang dalam produk *mystery box* bukanlah suatu ketidakjelasan informasi tetapi ketentuan produk yang harus dipahami oleh konsumen bahwa konsep produk tersebut adalah seperti itu sesuai tujuan dari *mystery box* yaitu untuk memberikan rasa penasaran bagi konsumen atau pembeli.

B. Saran

Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, penulis memberikan saran kepada penjual dan pembeli *mystery box* supaya pelaksanaan jual beli *mystery box* bisa sama sama menguntungkan tidak ada salah satu pihak yang dirugikan.

Saran untuk penjual

1. Lebih detail lagi dalam mendeskripsikan produk dan ketentuannya supaya menghindari ketidaksesuaian produk dengan yang diharapkan oleh pembeli.
2. Adanya ketentuan refund dan pengembalian barang diperbolehkan supaya pembeli merasa nyaman jika barang yang didapatkan tidak sesuai dengan ketentuan yang ada pada kolom deskripsi.
3. Kreatif dalam melakukan transaksi adalah hal yang baik namun harus memperhatikan syarat dan ketentuan sesuai peraturan yang berlaku.

Saran untuk pembeli

1. Perhatikan dengan seksama mengenai jenis produk, ketentuan dan deskripsi produk
2. Punyailah konsep kehati-hatian dalam setiap melakukan transaksi.

C. Rekomendasi

1. BPKN dan YLKI lebih intens dalam pendampingan perlindungan konsumen dalam transaksi belanja online.
2. Pemerintah lebih tegas dan jelas mengenai aturan dalam belanja online.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Boedi Dan Beni Ahmad Saebani, *Perbandingan Kaidah Fiqhiah*. Bandung: Pustaka Setia, 2018.
- Ainiyah, Siti Aminatul. "Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Jual-Beli Online dalam Perspektif Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah", *Skripsi*. Tulungagung. IAIN Tulungagung, 2015.
- Apriyani, Tri. "Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia". *Suara.com*.
- Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Basyir, Ahmad Azhar. *Asas-Asas Hukum Muamalat*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2000.
- [CNN Indonesia](http://www.cnnindonesia.com), "Daftar toko online yang paling menguasai pasar RI selama 2019", www.cnnindonesia.com.
- Djazuli, Ahmad. *Kaidah-Kaidah Fikih*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Djuwaini, Dimyudin. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Echols, Jhon M dan Hasan Sadily. *Kamus Inggris-Indonesia*. Jakarta: Gramedia, 1995.
- eprints.undip.ac.id, *Gambaran umum penelitian Tokopedia*, dikases pada jum'at 23 April 2021.
- Faisol, Sanaplah. *Format-format Penelitian Sosial*. Jakarta: Rajawali Press, 1992.
- Fitria, Tira Nur . "Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Volume 3, 2017, 52.
- Hakim, Atang Abdul. *Fiqh Perbankan Syari'ah*. Bandung: Refika Aditama, 2011.

- Hidayat, Enang. *Fiqh Jual Beli*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2009.
- Huda, Qamarul. *Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Teras, 2011.
- Husain Usman dan Purnomo Setiadi Akbar. *Metodologi Penelitian Sosial*, cet. 4. Jakarta: Bumi Aksara, 2003.
- Ikit, S.E., M.E.I, dkk, *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam cet. 1*. Yogyakarta: Gava Media, 2018.
- Kalbuadi, Putra. “Jual Beli dengan Menggunakan Sistem *Dropshipping* Menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam (Studi Kasus Pada Forum KASKUS)”. *Skripsi*. Jakarta. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015.
- K. Lubis, Suhrawadi. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2004.
- Katadata.co.id “*YLKI Catat 3692 Aduan pada 2020, Produk Jasa Keuangan Mendominasi*” diakses pada 2 Oktober 2021.
- Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, Buku II pasal 76.
- Mardalis. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 1995.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Mardani. *Hukum perikatan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Sinar grafika, 2013.
- Minuriha, Diyah Ayu.”Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Dalam Marketplace Online Shopee di kalangan mahasiswa Uinsa Surabaya”. *Skripsi*. Surabaya. UIN Surabaya, 2018.
- Miru, Ahmadi dan Sutarman. *Hukum Perlindungan Konsumen* . Jakarta: Rajawali Pers, 2004.
- Moloeng, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Muhammad, Suharsimi. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.

- Muhammad, Abdulkadir. *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004.
- Nawawi, Ismail. *Fikih Muamalah klasik dan kontemporer*. Bogor: Galia Indonesia, 2010.
- Nisrina, Disa Nusia. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Online* dan Relevansinya Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen”. *Skripsi*. Makasar. UIN Alauddin Makassar, 2015.
- Noor , HM. Dumairi dkk. *Ekonomi Syariah Versi Salaf* . Jawa Timur: Pustaka Sidogiri, 2012.
- Nugrahaningsih, Widi dan Mira Erlinawati. *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Online*. Surakarta: CV. Pustaka Bengawan, 2017.
- Lupi , Fadel Retzen. “Analisis Strategi Pemasaran dan Penjualan *e-commerce* pada Tokopedia.com”. *Jesik (Jurnal elektronik Sistem Informasi dan Komputer) STMIK Bina Mulia*. Vol. 2, No. 1, 2016, 20.
- Pertiwi, Wahyunanda Kusuma. “Tokopedia proyeksikan nilai transaksi 222 triliun tahun ini”, *kompas.com*.
- Q.S *al-Baqarah* ayat 275
- Q.S Fatir: 29
- Q.S an-Nisa’ : 29.
- Qomarudin, Mohamad Roqib. “Tinjauan Hukum Islam dan Perdata Terhadap Jual Beli Sistem Mystery Box di Situs www.Bukalapak.com”, *Skripsi*. Surabaya. UIN Surabaya, 2019.
- Repository.umy.ac.id, *Deskripsi PT Tokopedia dan Komunitas*, diakses pada Jum’at 23 April 2021.
- Rosmawati. *Pokok Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2018.

Rosyada, Dede. *Hukum Islam dan Pranata Sosial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1995.

Santoso, Febrina Fitri Permatasari. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online yang Mencantumkan Gambar dan Testimoni Hoax di Ponorogo". *Skripsi*. Ponorogo. IAIN Ponorogo, 2018.

seller.tokopedia.com, *Ketentuan Jualan Online di Tokopedia*, diakses pada Rabu 21 April 2021

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta, 2010.

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2004.

Sunggono, Bambang. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998.

Surah, Abi Isa Muhammad Ibnu. *al-Jami' as-Sahih Wahua Sunan at-Tirmizi*. Qahirah: Dar ah-Hadis, 2005.

Syarifudin, Amir. *Ushul Fiqih Jilid 1*. Jakarta: Kencana, 2011.

Tanzeh, Ahmad. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras, 2009.

Taqiyyudin, *Kifayat al-Akhyar*, t.t

[Tim APJII, "Survei APJII yang ditunggu-tunggu, penetrasi internet 2018", www.apjii.or.id.](http://www.apjii.or.id)

Umar, Husain. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, cet. VI. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2004.

Usman, Husain dan Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara, 2003.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

www.tokopedia.com, *Term & Condition Tokopedia*, Diakses pada Rabu, 21 april 2021.

Ylki.or.id "*Tentang Kami-Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia*" diakses pada
23 Agustus 2021.

Zulham. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.