

PRAKTIK JUAL BELI FASHION THRIFT DAN PERTANGGUNGJAWABANNYA PADA MEDIA SOSIAL

¹Silvy Mega Ningrum, ¹Muttaqin Choiri

¹Hukum Bisnis Syariah, Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madurada

Email : silvyamega30@gmail.com

Abstrak

Jual beli merupakan kegiatan yang sering dilakukan oleh semua masyarakat. Dalam praktik jual beli fashion thrift di media sosial instagram yang dilakukan oleh penjual baju bekas dan pembeli yang dilakukan di media instagram memiliki resiko yang harus ditanggung. Karena jual beli tersebut pembeli tidak mengetahui langsung dan melihat langsung baju yang dijual, sehingga apabila terdapat kerusakan atau kecacatan yang di terima oleh pembeli yang mengakibatkan kerugian kepada salah satu pihak. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan mengenai praktik jual beli baju bekas di media sosial instagram dalam pandangan fiqh mu'amalah dan bagaimana bentuk pertanggungjawaban jual beli baju bekas di media sosial menurut pandangan fiqh mu'amalah dan undang-undang perlindungan konsumen. Metode penelitian yang digunakan yakni penelitian kualitatif dengan jenis penelitian lapangan yang bersifat deskriptif analitik, pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan normatif. Lokasi penelitian yang dilakukan pada toko online di instagram dengan klasifikasi jumlah pengikut diatas 1000 followers. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan, bahwa praktik jual beli baju bekas di media sosial instagram dalam pandangan fiqh mu'amalah telah sejalan dengan teori jual beli dan akad sala>m baik dari segi rukun dan syaratnya. Terkait bentuk pertanggungjawaban jual beli baju bekas dalam pandangan fiqh mu'amalah dan hukum perlindungan konsumen penulis menyimpulkan bahwa keseluruhannya telah sesuai dengan pertanggungjawaban berdasarkan fiqh mu'amalah dan undang-undang no.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Kata Kunci: Baju Bekas, Media Sosial Instagram, Pertanggungjawaban.

Abstract

Buying and selling is an activity that is often carried out by all people. In the practice of buying and selling fashion thrift on Instagram social media carried out by used clothes sellers and buyers on Instagram, there are risks that must be borne. Because of the sale and purchase, the buyer does not know directly and see directly the clothes being sold, so that if there is damage or disability received by the buyer, it causes a loss to one of the parties. This study aims to answer questions about the practice of buying and selling used clothes on social media Instagram in the view of fiqh mu'amalah and what is the form of accountability for buying and selling used clothes on social media according to fiqh mu'amalah views and consumer protection laws. The research method used is qualitative research with the type of field research that is descriptive analytic, the approach used is a normative approach. The location of the research conducted on an online store on Instagram with a classification of the number of followers above 1000 followers. The results of this study can be concluded, that the practice of buying and selling used clothes on social media Instagram in the view of fiqh mu'amalah has been in line with the theory of buying and selling and sala>m contracts both in terms of pillars and conditions. Regarding the form of responsibility for buying and selling used clothes in the view of mu'amalah fiqh and consumer protection law, the author concludes that all of them are in accordance with accountability based on mu'amalah fiqh and law no. 8 of 1999 on Consumer Protection

Keywords: Used Clothes, Instagram Social Media, Accountability.

A. PENDAHULUAN

Masa pandemi covid-19 saat ini menimbulkan dampak ke berbagai sektor kehidupan, termasuk perekonomian dan bisnis. Meskipun disisi lain perekonomian melemah, ada pula perekonomian yang mengalami peningkatan. Dengan ada peraturan PP Nomor 21 tahun 2020

tentang Pembatasan Sosial Bersekala Besar dengan maksud untuk mengurangi persebaran covid-19 diharuskan masyarakat untuk tetap dirumah jika tidak ada kepentingan yang mendesak. Banyak pusat perbelanjaan yang diharuskan tutup karena bisa berdampak menimbulkan kerumunan. Adanya peraturan tersebut membuat masyarakat lebih menyukai belanja online melalui handphone yang dapat diakses dirumah.

Banyak lapak penjualan atau strategi pemasaran dengan mengenalkan suatu produk maupun jasa pada masyarakat, seperti saat ini semakin maraknya penjualan di media sosial yang digunakan oleh kalangan masyarakat, salah satu contohnya adalah penjualan menggunakan media instagram yang jangkauannya luas dan praktis. Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan para pengguna dapat mengambil foto atau video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke jejaring sosial. Hal ini yang dimanfaatkan menjadi online shop.

Barang dan jasa yang ditawarkan di jual beli online pun sangat beragam, di Indonesia saat ini semakin maraknya trend fashion thrift, apalagi di tahun 2020 semakin bertambah. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020, nilai impor fashion thrift telah mencapai US\$493.000 atau setara dengan Rp. 7,1 miliar (kurs Rp. 14.500), dan akan diprediksi pada tahun 2028 mendatang akan semakin berkembang dibandingkan fast fashion (model fashion yang terus bergantian tahan lama). Kondisi ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya, karena harganya murah, serta tergiur dengan merek pakaian yang terkenal, maupun pengaruh iklan, dan lain sebagainya.

Jual beli sendiri merupakan kegiatan tukar menukar harta benda yang memiliki manfaat, dimana pihak yang melakukan jual beli harus saling rela tanpa adanya paksaan. Dalam melakukan transaksi jual beli diharuskan telah memenuhi unsur-unsur yang telah ditetapkan syara' seperti rukun jual beli, syarat-syarat jual beli dan lain-lain yang berkaitan dengan jual beli. Jika rukun dan syarat jual beli tidak terpenuhi maka jual beli tersebut tidak sah.

Praktik pelaksanaan jual beli fashion thrift pada media sosial instagram yang dilakukan oleh penjual pakaian thrift dan pembeli memiliki resiko yang harus ditanggung karena jual beli tersebut pembeli tidak mengetahui dan melihat langsung baju yang dijual, sehingga apabila terdapat kerusakan atau kecacatan yang di terima oleh pembeli dapat mengakibatkan kerugian kepada salah satu pihak.

B. METODE

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan (Field Research) yaitu dengan mencari data secara langsung dilokasi penelitian dengan melihat objek yang diteliti yaitu tentang praktik jual beli fashion thrift dan pertanggungjawabannya pada media sosial. Peneliti mengambil lokasi penelitian di media sosial Instagram ditentukan berdasarkan klasifikasi dari pedagang dengan jumlah follower diatas 1000 followers. Oleh karena itu, penulis menggunakan sifat penelitian deskriptif analitis dikarenakan hasil dari penelitian ini menganalisa dan menggambarkan terkait praktik pertanggungjawaban jual beli baju bekas dalam pandangan fiqh mu'amalah dan undang-undang perlindungan konsumen dengan teoro jual beli, akad salam, pertanggungjawaban dan undang-undang perlindungan konsumen.

Data-data yang diperoleh penulis berdasarkan metode teknik pengambilan data berupa hasil observasi, wawancara dan dokumentasi dengan beberapa narasumber yang didapatkan saat wawancara yang terdiri dari 6 pemilik akun jual beli baju bekas di media sosial instagram. Selain data utama tersebut, penulis juga menggunakan data-data penunjang seperti buku-buku fiqh mu'amalah dan undang-undang perlindungan konsumen beserta akad-akad yang digunakan dalam penelitian.

Fakta-fakta data tersebut selanjutnya dapat dianalisis menggunakan teori, dari teori kemudian akan menghasilkan sebuah kesimpulan. Kesimpulan dari penelitian ini dapat memudahkan untuk dipahami oleh diri sendiri dan pembaca. Dengan kata lain data yang diperoleh di lapangan dianalisis menggunakan teori-teori yang sesuai dengan pembahasan kemudian berakhir dengan kesimpulan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Instagram merupakan aplikasi berbagi video dan foto yang dapat digunakan oleh penggunanya dalam mengambil video, foto dan dapat menerapkan filter digital di dalamnya selain itu instagram juga bisa memunculkan aktivitas jejaring lainnya. Instagram berasal dari kata Instan yang mendasari nama insta dengan maksud seperti kamera polaroid dimana pada masanya lebih dikenal dengan foto instan dan kata telegram yang merujuk pada alat yang bekerja sebagai mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.

Dengan perkembangan Instagram dari waktu ke waktu menghasilkan dampak yang luar biasa dalam kehidupan sosial. Instagram dapat juga meng-influence semua orang dari berbagai kalangan. Instagram juga menjadi strategi terbaru dalam bisnis online, dimana Instagram dapat memanfaatkan data pengguna, dimulai dari konten yang dilihat dan disukai hingga lokasi yang dikunjungi.

Praktik Jual Beli Fashion Thrift di Media Sosial Instagram

Dalam prakteknya, praktiknya pihak penjual mempromosikan barang mereka melalui Instagram dengan meng-upload foto atau video lalu menggunggahnya melalui story Instagram, dengan memanfaatkan fitur-fitur yang telah tersedia. Tentunya terdapat resiko yang akan ditanggung oleh konsumen, seperti keadaan baju bekas yang telah dipromosikan ternyata tidak sama dengan yang aslinya, kurang jelasnya keterangan yang ditampilkan oleh online shop tersebut, termasuk ketidak jujuran pembeli dalam melakukan transaksi jual beli. Maka dari itu perlunya membaca dan memahami atau menanyakan kondisi barang tersebut kepada online shop.

Seperti yang diungkapkan oleh akun @yoiwoy.size dalam ketertarikan atau minat jual beli fashion thrift di media sosial Instagram dalam memasarkan online shop di Instagram yaitu.

“karena instagram merupakan media sosial yang tepat dengan target marketnya yaitu kalangan anak muda, dimana pada saat awal pandemi pengguna instagram sangat tinggi, dimana dalam kegiatan thrift memberikan sensasi tersendiri ketika mendapatkan barang yang keren atau barang yang langka dengan harga yang lebih murah, selain itu thrifting dapat mengurangi limbah tekstil melalui konsep daur ulang.”

Hal ini juga di sampaikan oleh akun @grafin.thrift mengenai cara mempromosikan fashion thrift di media sosial instagram, “dalam melakukan pemasaran mereka menggunakan story instagram dan upload melalui reels instagram, dengan memberikan keterangan mengenai kondisi barang.”

Menegai praktik jual beli baju bekas di media sosial instagram akun @cakrombeng__ menyatakan, “

Pemasaran yang toko kami lakukan yakni dengan meng-upload foto baju yang di jual dan memberikan keterangan sesuai dengan kondisi barang, jika melakukan pemesanan pembeli meng-screenshot baju tersebut lalu mengirimkannya melalui DM melalui instagram dan akan diproses pembayaran melalui transfer, Shopee, Tokopedia, dan bisa melakukan cod. Setelah melakukan pembayaran pesanan akan diproses untuk pengiriman.”

Dalam penanganan keluhan atau komplain pembeli dan pertanggungjawaban penjual jika terdapat kesalahan sebagaimana yang di jelas kan oleh akun @umshopp_.

“Kami dalam mempromosikan baju bekas ini telah memberikan keterangan mengenai kondisi aslinya. Karena apabila terdapat noda atau bolong akan diinfokan pada caption dan akan ditampilkan di gambar. Pernah terdapat komplain karena adanya bolong kecil pada pakaian tersebut, dan kami memberikan dua pilihan dikembalikan barangnya namun ongkos kirimnya ditanggung oleh pembeli atau penjual mengirimkan uang untuk dibawa ke tukang jahit.”

Analisis Pandangan Fiqh Mu’amalah dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Pertanggungjawaban Jual Beli Baju Bekas di Instagram.

Analisis Berdasarkan Teori Jual Beli (Bai’)

Jual beli dalam pengertian hukum Islam disebut dengan istilah al-bay’. Al-bay’ secara etimologis merupakan mashar dari kata bâ’â, yang berarti menjual. Secara terminologis yaitu transaksi tukar saling menukar menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan maksud melepaskan hak milik satu dengan yang lain atas dasar sukarela. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa jual beli yaitu tukar menukar harta barang dengan barang atas dasar saling rela. Dimana terdapat satu pihak menjual barang dan pihak yang lain akan membeli barang tersebut. Dalam jual beli terdapat beberapa unsur-unsur yang harus terpenuhi agar bisa dikatakan sah menurut hukum syara’.

Pertama, a>qidain atau orang yang berakad. Dalam hal ini yang berakad yaitu bai’ atau penjual dan mustari’ atau pembeli. Penjual disini yaitu pemilik/admin toko onlineI baju bekas di instagram dan pembeli baju bekas.

Kedua, shi>ghat (i>ja>b qabu>l). Apabila pernyataan i>ja>b dan qabu>l telah terucap diantara keduanya maka penjual wajib menyerahkan barang berupa baju bekas kepada pembeli, hal ini terjadi ketika pembeli melakukan pemesanan dengan mengirimkan screenshot baju yang diinginkan melalui media pemesanan yang disediakan oleh penjual. Lalu akan diarahkan untuk mengisi identitas (nama, nomor hp, alamat) dan pembayaran yang dapat dilakukan melalui transfer bank, ShopeePay. Setelah itu penjual akan pemproses pesanan tersebut.

Ketiga, yaitu ma’qu>d ‘alaih (benda atau barang). yaitu objek akad jual beli yang dijual mabi’ dan harga atau uang tsaman. Dalm hal ini mabi’ atau barang yang dijual merupakan baju bekas.

Selain rukun jual beli, terdapat empat syarat agar jual beli tersebut dapat dikatakan sah menurut syara' yaitu:

Pertama, syarat in'iqad merupakan syarat yang harus dipenuhi dalam keberlangsungan akad jual beli. Terdapat beberapa macam syarat-syarat yang terkandung didalamnya yakni syarat a>qid, syarat yang berkaitan dengan akad itu sendiri, syarat terhadap tempat akad dan syarat objek akad. Syarat untuk menjadi a>qid yaitu orang yang berakal tidak melaksanakan akad sendiri. Dalam hal ini yang melakukan akad yaitu admin penjual baju bekas dan para pembeli, mereka telah memenuhi syarat untuk menjadi a>qid karena mereka berakal, serta melaksanakan akad lebih dari satu orang. Syarat selanjutnya yakni yang berkaitan dengan akad itu sendiri, berupa pernyataan i>ja>b yang dinyatakan oleh penjual dan diterima oleh pembeli. Syarat ketiga yaitu terdapat akad in'iqad, mengenai tempat disini pembeli melakukan transaksi di media sosial Instagram kemudian akan dilanjut pemesanan barang dan pengiriman barang yang akan dilakukan oleh penjual setelah proses pembayaran selesai. Syarat yang terakhir yakni syarat yang berkaitan dengan objek akad, yang akan dijadikan objek akad jual beli disini yaitu baju bekas, dan hal ini tidak ada unsur yang dilarang dalam Islam.

Kedua, syarat sahnya suatu jual beli. Dalam transaksi jual beli haruslah terhindar dari 'aib yang dapat merusaknya. Pertama, yaitu jalalah (ketidakjelasan), pada transaksi jual beli ini sudah sangat jelas objek yang akan diperjualbelikan yaitu baju bekas dengan ketentuan yang sudah dijelaskan pula. Perihal apa itu baju bekas dan kondisinya seperti apa, disini baju bekas didapat dari agen dengan sisseem borongan kemudian akan diproses sortir untuk mengetahui kondisi baju bekas tersebut layak atau tidak untuk dijual kembali. Kemudian akan dilakukan loandry agar baju tersebut bersih bebas dari najis, kemudian akan dilakukan Steam uap untuk menghilangkan sisa-sisa kain agar terlihat seperti barang baru. Menenganai kondisi baju bekas pada saat promosi penjual telah memberikan keterangan pada saat pemosting baju bekas yang akan dijual, namun ada beberapa yang mungkin kurang dalam memberikan keterangan sehingga konsumen merasa tertipu ketika barang tersebut sudah mereka terima sehingga mereka memberikan komplain kepada penjual. Kedua, al-ikrah (pemaksaan), dalam pelaksanaan jual beli disini tidak ada unsur paksaan, mereka akan berusaha untuk cepat mendapatkan jika menemukan baju bekas dengan kondisi bagus atau dengan merek yang terkenal yang dijual dengan harga yang murah. Apabila mereka tidak cepat dalam melakukan transaksi dengan waktu yang telah disediakan maka baju tersebut akan di berikan kepada pembeli yang telah melakukan transaksi yang lebih cepat. Ketiga, ghara>r (penipuan),

dalam kegiatan jual beli disini tidak terdapat unsur *ghara>r*, mulai dengan waktu, harga maupun objek yang diperjualbelikan. Keempat, yakni syarat yang merusak, tidak ada syarat yang merusak dalam hal ini semua persyaratannya telah sesuai dengan hukum syara'. Karena masing-masing pihak sama-sama telah sepakat untuk melakukan jual beli baju bekas tersebut

Ketiga, syarat keberlangsungan jual beli. Dalam hal ini terkait kepemilikan atas objek yang diperjualbelikan. Kepemilikan atas objek jual beli haruslah sah dan tidak ada hak atas orang lain. Pada jual beli yang di teliti penulis ini objek akad jual beli adalah kepemilikan baju bekas yang awalnya didapatkan melalui agen dengan sistem karungan kemudian dijual kembali dengan sistem ecer atau borongan. Maka keberlangsungan akad jual beli disini adalah sah dan boleh untuk dilanjutkan.

Keempat, syarat yang mengikat (*luzum*). Jual beli baju bekas di media sosial Instagarm disini terdapat khiyar 'aib. Hak untuk melanjutkan atau membatalkan akad jual beli baju bekas apabila terdapat kecacatan pada baju tersebut pada saat akad sudah berlangsung.

Dari pemaparan serta fakta-fakta yang telah penulis temukan di lapangan mengenai praktik jual beli fashion thrift dan pertanggungjawabannya di media sosial instagram pada pandangan fiqh mu'amalah telah sejalan dengan teori jual beli yang sesuai dengan hukum syara'.

Analisis Berdasarkan Teori Akad Sala>m

Jual beli sala>m menurut bahasa sering di artikan dengan kata salaf yang berarti pesanan, sedangkan menurut istilah sala>m yaitu jual beli barang dalam tanggungan yang disebutkan sifatnya dengan pembayarannya dilakukan pada saat itu juga. Dalam teori akad sala>m terdapat rukun dan syarat yang harus terpenuhi. Pada prinsipnya rukun dan syarat akad sala>m sama dengan rukun dan syarat pada jual beli, berikut adalah rukun dan syarat pada akad sala>m.

Rukun sala>m yang pertama ialah muslim pembeli dan muslim ilaih penjual baju bekas di media sosial Instagram, yang kedua yakni muslim fih barang yang dijual berupa baju bekas dan tsaman harga barang yang dijual. Yang terakhir yaitu shi>ghat yang berupa i>ja>b dan qabu>l yang dilakukan oleh kedua belah pihak. Terdapat enam syarat yang harus terpenuhi dalam melakukan akad sala>m yakni:

Pertama, syarat 'a>qidani yaitu penjual baju bekas dan pembeli melakukan i>ja>b dan qabu>l dalam melakukan jual beli baju bekas dengan syarat mereka sudah cakap hukum dan memiliki akal sehat.

Kedua, adanya kerelaan antara kedua belah pihak penjual baju bekas dan pembeli dalam melakukan transaksi jual beli dan tidak saling ingkar janji.

Ketiga, pembayaran dilakukan secara tunai dimana pembeli melakukan pembayaran ketika melakukan pemesanan baju yang nantinya akan diberikan pilihan untuk metode pembayarannya bisa melalui transfer bank, shopeepay, dan lain sebagainya.

Keempat, barang yang dijual harus memiliki keterangan yang dapat diketahui oleh pembeli yang bersifat nyata dan barang sudah bewujud. Dalam hal kualitas baju bekas yang dijual, ukuran, kecacatan pada barang jika ada, dan waktu pemesanan sampai waktu penyerahannya.

Kelima, harga harus diketahui oleh pembeli dengan jelas dan penejerahan uang dilakukan pada saat berlangsungnya akad. disini pembeli akan memesan baju terlebih dahulu dengan cara mengirimkan screenshot setelah itu akan dilakukan proses transaksi dimana pembeli harus membayar sesuai dengan harga yang tertera pada barang tersebut baik itu melalui transfer bank atau melalui ShopeePay dan akan di proses pada saat itu juga oleh penjual untuk melakukan pengiriman barang.

Dari pemaparan serta fakta-fakta yang telah penulis temukan di lapangan mengenai praktik jual beli fashion thrift dan pertanggungjawabannya di media sosial instagram dalam pandangan fiqh mu'amalah ini telah sejalan dengan rukun dan syarat dari teori akad sala>m.

Analisis Berdasarkan Teori Pertanggungjawaban

Tanggungjawab hukum merupakan tanggungjawab yang didasarkan atas kehendak norma-norma hukum yang bersumber dari beberapa peraturan perundang-undangan, termasuk yang berasal dari adanya suatu perikatan yang sudah dilakukan dalam suatu kontrak/perjanjian. Dalam praktik jual beli baju bekas di media sosial instagram pada akun @grafin.thrift, @yoiwoy.size, @happythriftshop.id, dan @cakrombeng_, belum pernah melakukan perbuatan melawan hukum dan dapat diminta pertanggungjawaban untuk membayar ganti rugi apabila memenuhi unsur-unsur yang terdapat pada Pasal 1365 KUHPerduta. Akan tetapi terdapat dua akun yang pernah perbuatan melawan hukum pada unsur perbuatan yang dilakukan secara tidak sengaja yakni akun @juraganbaju.bekas yang pernah mengalami komplain dari pembeli dikarenakan baju nya kekecilan karena kurangnya keterangan yang admin berikan dan penjual memberikan pertanggungjawaban untuk mengganti baju tersebut dengan catatan barang yang dikembalikan terdapat nota pembelian yang diberikan saat transaksi penjualan.

Pada akun @umshopp_ Pernah ada mendapatkan komplain karena adanya bolong kecil pada pakaian, dan mereka memberikan dua pilihan dikembalikan barangnya namun ongkos kirim ditanggung oleh pembeli atau penjual mengirimkan uang untuk dibawa ke tukang jahit.

Dari pemaparan serta fakta-fakta yang telah penulis temukan di lapangan mengenai praktik jual beli fashion thrift dan pertanggungjawabannya di media sosial instagram ini telah sesuai dengan bentuk pertanggungjawaban yang penjual berikan kepada pembeli.

Analisis Berdasarkan Teori Hukum Perlindungan Konsumen

Istilah konsumen berasal dari bahasa (Inggris-Amerika) yaitu *consumer*, atau *consumenten/konsument* (belanda). Pengertian ini hanya bergantung di mana posisi ia berada. Secara harfiah arti dari kata *consumer* adalah lawan dari produsen, setiap orang yang menggunakan barang dan jasa. Dimana nantinya dapat menentukan anggota konsumen mana yang menjadi milik pengguna untuk tujuan menggunakan produk atau layanan. Demikian pula arti dari Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah mengartikan pelanggan sebagai pengguna atau konsumen. Konsumen umumnya didefinisikan sebagai pengguna terakhir dari produk yang ditawarkan, yaitu setiap pengguna yang telah menggunakan produk dan telah atau tidak lagi diperdagangkan. Kepastian hukum merupakan pengaturan instrumen hukum yang jelas dan memiliki penafsiran yang tidak multitafsir, dimana dapat memberikan perlindungan serta kenyamanan atas aturan hukum yang dibuat.

Dalam Perlindungan Konsumen Tahun 1999, konsumen didefinisikan sebagai “setiap orang pengguna barang atau jasa yang tersedia dgalam masyarakat, baik bagi kepentijngan diri sendiri maupun orang lain, maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan”. Yang dimana undang-undang ini digunakan sebagai landasan hukum yang kuat demi melindungi segala bentuk transaksi yang dapat merugikan konsumen. Terdapat hak dan kewajiban konsumen yang telah diatur dalam pasal 5 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 yang menjelaskan.

Pembeli berhak untuk mendapatkan keamanan, keselamatan serta kenyamanan bagi konsumen, untuk memakai barang dan/jasa. Memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar yang sesuai dan mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan kualitas dari barang dan jaminan barang dan/atau jasa. Dalam praktik jual beli baju bekas di media sosial instagram para pembeli telah mendapatkan hak tersebut seperti mendapatkan keterangan mengenai kondisi baju bekas yang dipromosikan.

Pembeli memiliki hak untuk mengutarakan pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. Serta mendapatkan hak untuk mendapatkan perlindungan hukum yang pantas. Pembeli juga memiliki hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan, dilayani dengan baik dan jujur. Apabila barang/jasa yang didapatkan tidak sesuai sebagaimana mestinya konsume berhak untuk mendapatkan ganti rugi, kompensasi. Dalam hal ini pembeli telah mendapatkan hak untuk komplain terhadap barang yang mereka terima ternyata terdapat kecacatan, dan pembeli juga mendapatkan ganti rugi terhadap barang tersebut.

Pembeli juga memiliki kewajiban yang harus dilakukan seperti, pembeli harus membaca/mengikuti petunjuk informasi demi keamanan dan keselamatan. Dalam melakukan transaksi barang pembeli harus memiliki itikad baik. Melakukan pembayaran yang sesuai dengan nilai tukar yang telah disepakati. Pembeli dalam praktik jual beli baju bekas di media sosial instagram telah melakukan kewajiban-kewajiban tersebut seperti membaca keterangan yang tertera dalam postingan promosi baju tersebut dan telah melakuakan pembayaran dengan nilai tukar yang telah disepakati.

Selain pembeli penjual juga memiliki hak dan kewajiban yang terdapat pada pasal 7 Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu, Pelaku usaha berhak untuk mendapatkan pembayaran yang sesuai dengan kondisi barang yang telah disepakati. Dan mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang tidak beritikad tidak baik. Dalam hal ini penjual telah mendapatkan pembayaran yang telah disepakati dalam transaksi jual beli.

Penjual juga memiliki kewajiban yang harus dipenuhi yaitu, memiliki itikad baik dalam melakukan kegiatan usaha dan memberikan informasi yang sesuai dengan kondisi barang/atau jasa. Dapat memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli dan dapat menjamin mutu barang/ atau jasa sesuai dengan standar mutu barang/atau jasa yang berlaku. Dapat memberikan pembeli kesempatan untuk mencoba mempergunakan barang/atau jasa dan memberikan garansi atau jaminan. Penjual berkewajiban untuk mengganti rugi yang diakibatkan oleh penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan atas barang/atau jasa yang diperdagangkan dan yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian.

Dalam hal ini penjual telah memberikan informasi yang benar sesuai dengan kondisi baju bekas tersebut , jelas dalam menyampaikan informasi dalam artian mudah dimengerti pembeli mengenai baju bekas yang dipromosikan, dan jujur dalam melakukan transaksi jual beli dan memberikan jaminan ganti rugi apabila terdapat kerusakan atau kecacatan.\

Dari pemaparan serta fakta-fakta yang telah penulis temukan di lapangan mengenai praktik jual beli fashion thrift dan pertanggungjawabannya di media sosial instagram dalam pandangan fiqh mu'amalah dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini telah sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

D. KESIMPULAN

1. Dalam praktik penjual mempromosikan baju bekas melalui instagram dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia seperti live Instagram, story Instagram, feed Instagram. Penjual menampilkan gambar asli baju bekas dan memberikan keterangan atau menjelaskan kondisi dari baju bekas tersebut dimana nantinya pembeli dapat meng-screenshot baju tersebut apabila akan membeli, dalam melakukan pemesanan pembeli mengirimkan pesan berupa screenshot baju yang diinginkan melalui media pemesanan yang disediakan oleh penjual yang nantinya akan dilanjutkan dengan melakukan pembayaran melalui transfer bank, bayar ditempat atau melalui ShopeePay serta mengirimkan identitas pembeli (nama, nomor handphone, alamat). Setelah itu pesanan akan diproses oleh penjual, dan untuk pengiriman akan di infokan oleh penjual.
2. Bentuk pertanggungjawaban ditinjau dari fiqh mu'amalah apabila barang tidak sesuai dengan keterangan aslinya maka ia mendapatkan dua pilihan yakni dikembalikan barangnya namun biaya pengiriman ditanggung oleh pembeli atau diberikan uang untuk mengganti kecacatan baju tersebut dan undang-undang perlindungan konsumen, apabila terjadi kelalaian yang disebabkan oleh penjual seperti bolong atau ukuran baju tidak sesuai maka penjual akan memberikan ganti rugi berupa pengembalian uang atau return barang. Namun apabila

kesalahan dilakukan oleh pembeli dalam hal barang yang datang ternyata sudah sesuai dengan keterangan tetapi pembeli tidak teliti dalam membaca keterangan yang diberikan oleh penjual, maka penjual tidak akan memberikan pertanggungjawaban ganti rugi.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzam, Abdul Aziz Muhammad, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi Dalam Islam*, Jakarta: Amzah, 2010.
- Handayani, Fajar Nugroho dan Ahmad Raihan Harahap, *Hukum Perlindungan Konumen*, Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021.
- Hardilawati, Wan Laura, *Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covis- 19*, *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, Vol. 10, No. 1, 2020.
- Ikit, dkk, *Jual Beli Dalam Presperktif Ekonomi Islam*, Bandung: Gava Media, 2018.
- Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Pertama*, Depok: Pranamedia grup, 2018.
- Shobirin, *Jual Beli dalam Pandangan Islam*, *Jurnal Bisnis*, Vol. 3, No. 2, 2015.
- Sukwadi, Ronald, dkk, *Perilaku Konsumen dalam Pemilihan Online Shop Instagram*, *Jurnal Metris*, Vol. 17, 2016.
- Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 1 Tentang Perlindungan Konsumen.