

**UPAYA PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI  
JUAL BELI *ONLINE* PRODUK *FASHION* OLEH UPT  
PERLINDUNGAN KONSUMEN JEMBER  
DISPERINDAG JAWA TIMUR**

**SKRIPSI**



Oleh:

**ELO' FITRIYA**  
**NIM : E20162040**

Pembimbing

**Dr. ABDUL ROKHIM. S.Ag, M.E.I**  
**NIP. 19730830 199903 1 002**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JUNI 2020**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**UPAYA PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL  
BELI *ONLINE* PRODUK *FASHION* OLEH UPT PERLINDUNGAN  
KONSUMEN JEMBER  
DISPERINDAG JAWA TIMUR**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

**ELO' FITRIYA**  
**NIM : E20162040**

Disetujui Pembimbing



**Dr. Abdul Rokhim, S.Ag. M.E.I**  
**NIP.19730830 199903 1 002**

**PENGESAHAN**

**UPAYA PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL  
BELI *ONLINE* PRODUK *FASHION* OLEH UPT PERLINDUNGAN  
KONSUMEN JEMBER DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN  
(DISPERINDAG) JAWA TIMUR**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Syariah

**Hari: Jumat  
Tanggal: 26 Juni 2020**

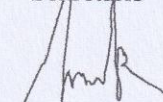
**Tim Penguji**

Ketua



Toton Fanshurna, M.EI  
NIP.19811224 201101 1 008

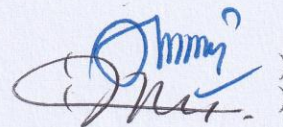
Sekretaris



Isnadi, M.Pd  
NIP.197106102014111004

Anggota :

1. Dr. Abdul Rokhim, M.EI
2. Dr. Ahmadiono, M.EI



Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



  
Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.S.I  
NIP.19690807 200003 1 001

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَ يَوْمٌ لَا بَيْعَ

فِيهِ وَلَا خُلَّةٌ وَلَا شَفَاعَةٌ ۗ وَالْكَافِرُونَ هُمُ الظَّالِمُونَ

"Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) sebagian dari rezeki yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi syafa'at. Dan orang-orang kafir itulah orang-orang yang zalim".

(QS. Al- Baqarah 2: Ayat 254)<sup>1</sup>

“Dengan berfikir akan terbentang jalan keluar terhadap kesulitan yang sedang kita hadapi”

(Abu Nawas)<sup>2</sup>

IAIN JEMBER

<sup>1</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an Terjemah Mushaf Al-Azhar (Ar-Baqarah 2; ayat 254)*, (Bandung: Jabal, 2010).

<sup>2</sup> Nizar Abazhah, *Ketika Nabi di Kota* (Jakarta: Zaman, 2010), 233.

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmad dan hidayah-Nya sehingga terselesaikannya Tugas Akhir (Skripsi) ini. Semoga untaian kata dalam karya tulis ini menjadi sebuah persembahan sebagai ungkapan rasa dan terimakasihku kepada:

1. Orang Tua tercinta Shoheh dan Faseha, yang selalu mendoakan dan memenuhi kebutuhanku untuk menuntut ilmu. Terima kasih atas kasih sayang, bimbingan dan dukungannya selama ini. Kelulusan ini khusus Ananda persembahkan sebagai wujud bakti kepada Bapak dan Ibu.
2. Adik saya Nur Faizah terimakasih atas dukungan dan semangat agar saya bisa mencapai cita-cita.
3. Untuk nenek dan beserta keluarga besarku terimakasih atas doa dengan harapan kebahagiaan dan kesuksesan untukku di dunia dan akhirat serta dukungan yang selalu mengiringi langkah ini.
4. Guru-guruku, sejak Taman Kanak-kanak sampai Perguruan Tinggi terhormat, yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran dan ketelatenan yang sangat luar biasa.
5. Dosen pembimbing skripsi Dr. Abdul Rokhim, S. Ag., M. E.I. yang selalu membimbing dan memberikan arahan, semangat dan memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman Ekonomi Syariah Angkatan 2016 khususnya untuk ES 1, KKN posko 44 dan MA ZAHA angkatan 2016 terima kasih atas kebersamaannya,

kesan, dan pengalaman selama menuntut ilmu dalam waktu yang cukup singkat ini.

7. Sobatku Muhammad Jamaluddin Amir, Tutik Soraya, Mardiyana, Meriyatul Qibtiyah, Siti Muzayyanah, Sofiatul Widad, Hulwah Azizah, M. Tholhah Sajuli, Imas Rohil, Qurrota A'yun, Mia Nurhidayati, Alim Cahyono, Muhammad Rosi, Achmad Fa'is, beserta keluarga berencana, terimakasih untuk semangat, motivasi, kebersamaan dan kebahagiaan yang kalian berikan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Organisasi ekstra kampus (IKMABAYA, TANASZAHA, PMII, ) yangmana saya bisa diterima didalamnya dengan baik serta telah banyak memberikan pembelajaran dan pengetahuan baik dari pelatihan mental dan moral.
9. Almamater Institut Agama Islam Negeri Jember yang saya banggakan.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan skripsi yang berjudul “*Upaya Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Fashion oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perdagangan dan Perindustrian (Disperindag) Jawa Timur*” dapat terselesaikan. Disadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak menerima bantuan bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bpk. Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE.,MM selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Jember;
2. Bpk. Dr. Khamdan Rifa’i, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;
3. Ibu. Nikmatul Masruroh, M.E.I selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah;
4. Bpk. Dr. Abdul Rokhim, S. Ag., M. E.I. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran dan ketelatenan yang luar biasa, serta memberikan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
5. Bpk. Agung Parmono, SE, M.Si Selaku Dosen Penasehat Akademik;
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan banyak ilmu dan pengetahuannya; dan

7. Kepala dinas dan segenap karyawan UPT Perlindungan Konsumen Jember  
Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.

Jember, 16 Maret 2020

Elo' Fitriya

E20162040





## ABSTRAK

**Elo' Fitriya, Dr. Abdul Rokhim, S. Ag., M. E.I. 2020 : *Upaya Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Fashion oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.***

Konsumen merupakan setiap orang yang menggunakan barang untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi maupun keluarga yang mana perkembangan teknologi informasi mengalami kemajuan yang sangat pesat sehingga menciptakan perubahan suatu ekonomi Indonesia itu sendiri. Hal ini dikarenakan perkembangan teknologi telah merubah kebiasaan masyarakat yang sebelumnya melakukan transaksi jual beli secara langsung atau tatap muka, kini perlahan berubah menjadi sebuah gaya baru yaitu transaksi jual beli melalui internet atau transaksi *online*. Hal itu diperlukan upaya dalam perlindungan konsumen terhadap transaksi jual beli *online* khususnya pada produk *fashion* oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah 1) Bagaimana transaksi jual beli *online* produk *fashion* di kabupaten jember?, 2) Bagaimana upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* produk *fashion* oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur ?

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana transaksi jual beli *online* produk *fashion* di kabupaten jember? Bagaimana upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* produk *fashion* oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur ?

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan jenis pendekatan *field reseach*, adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk mengetahui hasil penelitian yang berhubungan tentang upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* produk *fashion* yang diterapkan untuk menunjukkan penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur menjadikan konsumen yang cerdas dengan mengadakan sosialisasi mengenai transaksi jual beli *online* itu sendiri, bisa berupa browsur, pamflet dan seminar mengenai transaksi jual beli *online* yang akan menjadikan konsumen cerdas dalam memilih suatu produk yang akan digunakan maupun dikonsumsi.

**Kata kunci : Perlindungan Konsumen, Dan Jual Beli Online.**

## ABSTRACT

**Elo' Fitriya**, Dr. Abdul Rokhim, S. Ag., M. E.I. 2020 : *Consumer Protection for The online transaction of Fashion Products By Jember Consumer Protection Unit of East Java Industrial Service And Trading (Disperindag) Office.*

Technological developments have changed the habits of consumers of trading from face to face to online transactions. It has opened a new method of consumer's protection for Jember Consumer Protection Unit of East Java Industrial Service And Trading (Disperindag) Office.

The focuses of this research were 1) How was the online fashion product transaction in Jember? 2) How was the consumers protection given by By Jember Consumer Protection Unit of East Java Industrial Service And Trading (Disperindag) Office.

This research was a descriptive qualitative. The data were collected through observation, interviews, and documentation to describe the efforts done by the institution to protect the customers of online fashion product in Jember.

This research showed that Jember Consumer Protection unit has made necessary effort to protect the consumers through socialization to make wise and safe decision in buying the online fashion product.

**Keywords : Consumer Protection, Online Trading.**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Definisi Istilah.....	12
F. Sistematika Pembahasan .....	14
<b>BAB II KEPUSTAKAAN.....</b>	<b>15</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	15
B. Kajian Teori .....	34
a. Konsumen .....	34
b. Perlindungan konsumen.....	36
c. Hak-hak konsumen.....	36
d. Jual beli .....	37

e. Dasar hukum jual beli .....	39
f. Rukun dan syarat jual beli.....	40
g. Macam-macam jual beli .....	42
h. Hukum-hukum jual beli .....	42
i. Jual beli online .....	43
j. Kekurangan dan kelebihan jual beli online.....	45
k. Model transaksi E-Comerce .....	47
l. Produk fashion .....	50
m. Jenis-jenis produk fashion.....	51
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>52</b>
A. Pendekatan Dan Jenis Pendekatan .....	52
B. Lokasi Penelitian.....	53
C. Subyek Penelitian.....	54
D. Teknik Pengumpulan Data.....	54
E. Analisis Data .....	57
F. Keabsahan Data.....	57
G. Tahap-Tahap Penelitian .....	59
<b>BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>60</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	60
B. Penyajian Data dan Analisis.....	69
C. Pembahasan Temuan.....	88
<b>BAB V PENUTUP DAN KESIMPULAN .....</b>	<b>93</b>
A. Kesimpulan .....	93
B. Saran .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	

## DAFTAR LAMPIRAN

Matrik Penelitian

Surat Izin Penelitian

Surat Selesai Penelitian

Pedoman Penelitian

Galeri Foto Penelitian

Jurnal Kegiatan Penelitian

Surat Pernyataan Keaslian

Biodata Peneliti



## DAFTAR TABEL

No. Uraian	Hal
1.1 Mapping Penelitian Terdahulu .....	29
3.1 Data karyawan UPT Perlindungan Konsumen Jember Disperindag Jawa Timur yang pernah melakukan transaksi jual beli <i>online</i> produk <i>fashion</i> di Kabupaten Jember.....	76
3.2 Rangkuman kepuasan karyawan UPT Perlindungan Konsumen Jember Disperindag Jawa Timur yang pernah melakukan transaksi jual beli <i>online</i> produk <i>fashion</i> di Kabupaten Jember.....	76



## DAFTAR GAMBAR

No. Uraian	Hal
2.1 Struktur Organisasi UPT Perlindungan Konsumen Jember Disperindag Jawa Timur.....	62



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk hidup tidak terlepas dari kegiatan-kegiatan yang berorientasi pada aspek memenuhi kebutuhan sehari-hari. Ilmu ekonomi lahir bertujuan untuk membantu manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Semakin berkembangnya suatu peradaban memaksa manusia di dalamnya untuk bergerak cepat, efisien, dan efektif. Begitupula dengan pemenuhan kebutuhan manusia juga harus dicukupi dengan waktu, tenaga, dan biaya yang efisien. Salah satu perkembangan perdagangan yang mampu menjawab kebutuhan manusia tersebut ialah perdagangan dengan sistem pemasaran *online* atau istilah lainnya transaksi elektronik atau *e-commerce* atau bisa disebut *onlineshop*.<sup>1</sup>

Di antara sekian banyak aspek kerjasama dan hubungan manusia, maka muamalah jual beli termasuk salah satu diantaranya, bahkan aspek ini sangat penting peranannya dalam meningkatkan kesejahteraan hidup manusia. Setiap orang akan mengalami kesulitan dalam memenuhi hajat hidupnya jika tidak bekerja sama dengan orang lain.<sup>2</sup>

Adanya perkembangan teknologi informasi mengalami kemajuan yang sangat pesat. Mulai dari perkembangan teknologi informasi itu sendiri telah menciptakan perubahan ekonomi Indonesia itu sendiri. Di Indonesia itu sendiri juga mengalami dampak positif maupun negatif, salah satunya

---

<sup>1</sup> Ukie Tukinah, “*Model Perlindungan Preventif bagi konsumen Onlineshop Melalui Keterbukaan Informasi*”, (Jurnal Ekonomi dan Perlindungan Konsumen, 2015),389.

<sup>2</sup> Enang Hidayat, “*Fiqh Jual Beli*”, (Bandung : PT Remaja Rosda Karya 2015),4.



menimbulkan permasalahan hukum terkait dengan penyampaian informasi dan/atau transaksi elektronik. Perkembangan teknologi telah merubah kebiasaan masyarakat yang sebelumnya melakukan transaksi jual beli secara langsung atau dengan tatap muka, kini perlahan berubah menjadi sebuah gaya baru yaitu transaksi jual beli melalui internet atau transaksi *online*.

Di era yang semakin canggih dan global ini, membuat persaingan didunia usaha semakin ketat. Hal ini membuat para pelaku usaha semakin inovatif dalam menawarkan dan memasarkan produknya. Saat ini sistem pemasaran yang sedang di gemari para pelaku usaha adalah menggunakan pemasaran secara *online*. Sistem pemasaran secara *online* pada dasarnya menggunakan satu atau lebih media periklanan misalnya melalui Facebook, Instagram, dan Web.

Dinamika majunya ilmu pengetahuan dan teknologi menjadi dasar penggerak bagi produktifitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Maka upaya tersebut juga seiring dengan upaya melakukan perbaikan ekonomi.

Seiring dengan perkembangan kebudayaan dan teknologi, jual beli yang dulunya hanya barter, yaitu pertukaran barang satu dengan barang yang lain, lalu kemudian jual beli berubah dengan alat transaksi berupa uang, maka transaksi jual beli mulai dilaksanakan dengan pertukaran barang dengan uang. Beberapa dekade setelah itu manusia menemukan teknologi kartu kredit sebagai pengganti uang riil dan kemudian pada masa ini manusia sudah mulai

merubah kebiasaan jual beli dari yang terlihat secara fisik kemudian pada sistem online.<sup>3</sup>

Perkembangan teknologi dan komunikasi saat ini menyebabkan perubahan sosial, ekonomi dan budaya berlangsung dengan cepat. Contohnya: yaitu perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini adalah internet. Internet telah menciptakan sebuah dunia ekonomi yang menimbulkan dampak pada beberapa aspek kehidupan, yaitu dunia bisnis dan pemasaran. Jadi tidak salah jika teknologi merupakan sumber pertumbuhan ekonomi. Hal ini membuat praktik bisnis melalui internet mempunyai banyak keuntungan baik bagi perseorangan, perusahaan ataupun konsumen.

Semakin tinggi tingkat pendapatan masyarakat maka semakin tinggi dan canggih pula barang dan jasa yang mereka butuhkan. Hal ini juga berkaitan dengan perkembangan dunia teknologi sehingga secara cepat pula mengubah kehidupan masyarakat. Mereka tidak perlu repot ketika menginginkan suatu barang yang tidak tersedia di toko *offline* akan tetapi mereka juga bisa membelinya di toko *online*.

Transaksi yang dilakukan secara konvensional yakni sistem perdagangan, penjual dan pembeli bertemu langsung. Barang yang dijual berada di dekat pembeli, beralih ke sistem *online* yang kebalikan dari jual beli biasanya (konvensional dan syariah) dimana pembeli dan penjual tidak

---

<sup>3</sup> Siska Oktarina, “*Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Ingkar Janji Dalam Akad Jual Beli Barang Online Menurut Komplikasi Hukum Ekonomi Syariah*”, (Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang 2018),3.

bertemu langsung dan barang yang diperjualbelikan hanya berbentuk gambar dan tulisan yang menjelaskan spesifikasi dari barang yang akan dijual.

Adapun permasalahan yang di maksud yakni terjadinya penipuan oleh pelaku usaha dalam kegiatan jual beli yang dilakukan secara *online*. Transaksi secara *online* merupakan cara baru dalam melakukan kegiatan jual beli dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Transaksi *online* semakin banyak mendapatkan perhatian dari para peminat jual beli *online* seiring dengan perkembangan teknologi yang memudahkan proses jual beli tersebut. Selain itu juga disebabkan oleh kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan yang cepat dan mudah serta praktis karena masyarakat memiliki ruang gerak yang lebih luas dalam memilih produk. Tingginya tingkat pengaduan oleh konsumen di Indonesia terkait dengan penipuan dalam hal jual beli *online* tentunya perlu mendapatkan perhatian. Hal tersebut berarti konsumen dalam melakukan transaksi *online* memerlukan perlindungan secara hukum apabila terjadi permasalahan sebagaimana mungkin yang terjadi.

Kegiatan jual beli *online* merupakan cara baru yang cukup berkembang saat ini, karena dapat memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan berbelanja. Transaksi *online* menjadi pilihan karena memiliki keunggulan antara lain lebih praktis serta mudah dan dapat dilakukan kapanpun selama memiliki koneksi internet, namun disisi lain memiliki dampak negatif yaitu dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen. Mengingat pembelian melalui transaksi *online* dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen yang tidak bertatap muka secara langsung serta tidak saling

mengenal dengan kata lain transaksi *online* dilakukan atas dasar rasa kepercayaan dari para pihak, permasalahan yang dapat terjadi pada transaksi *online* antara lain, yaitu bahwa kualitas barang yang di pesan tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh pelaku usaha, waktu pengiriman tidak sesuai dengan waktu yang telah disepakati, dalam proses pengiriman barang juga rawan terjadi kerusakan. Permasalahan lain yang dapat terjadi yaitu barang yang telah dipesan dan dibayar oleh pelaku usaha.

Transaksi elektronik yang dipraktekkan dalam transaksi *online* melahirkan kekuatan daya tawar yang tidak sejajar antara pelaku usaha dan konsumen. Lemahnya kedudukan konsumen dengan pelaku usaha dalam melakukan transaksi *online* tentu sangat merugikan konsumen dan telah melanggar hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan uraian tersebut maka kepastian hukum terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi *online* sangat diperlukan. Selain dikarenakan konsumen memiliki hak-hak yang penting untuk ditegakkan, hal ini juga untuk menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.<sup>4</sup>

Meningat jumlah pengguna internet saat ini yang semakin bertambah, internet dapat menjadi sebuah pasar yang potensial untuk dimasuki dunia pembisnis. Hal ini membuat praktik penjualan *online* yang mempunyai banyak keuntungan baik bagi pebisnis maupun konsumen.

---

<sup>4</sup> Rifan Adi Nugraha, Jamaluddin Mukhtar, dan Hardika Fajar Ardianto, “*Perlindungan Hukum Terhadap dalam Transaksi Online*”, (Jurnal serambi Hukum 08 No. 02, 2014 -2015), 91.

Pebisnis tidak hanya memasarkan barangnya di masyarakat sekitar tetapi juga bisa memasarkan ke luar kota atau bahkan luar pulau, sedangkan konsumen memperoleh banyak manfaat dengan belanja secara *online*, yaitu produk lebih beragam, transaksi lebih cepat, tanpa antrian dan dapat menghemat waktu. Selain itu belanja *online* juga memiliki kelemahan, yaitu minimnya bantuan saat berbelanja yang mana konsumen tidak dapat melakukan kontak fisik secara langsung dan produk yang di beli tidak dapat dicoba dan diraba.

Konsumen memiliki hak untuk menentukan barang atau jasa serta keinginan dalam bertransaksi, barang yang memiliki daya tarik yang membuat pihak konsumen akan puas dengan barang atau jasa dan pelayanan dalam bertransaksi baik secara langsung atau tidak langsung. Konsumen merupakan setiap orang yang memakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>5</sup>

Perlindungan konsumen merupakan jaminan yang seharusnya didapatkan oleh para konsumen atas setiap produk yang dibeli dari produsen atau pelaku usaha. Undang-Undang tentang perlindungan konsumen ini memang telah diterbitkan namun dalam proses pelaksanaan atau aplikasi dari Undang-Undang itu sendiri belum maksimal atau dengan kata lain peraturan yang ada dalam Undang-Undang tidak sesuai dengan kenyataan.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang “*Perlindungan Konsumen*”,4.

<sup>6</sup> Rosmawati, “*Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*”, (Depok: Prenada Media Group, 2018),2.

Perindungan terhadap konsumen dipandang secara material ataupun formal makin terasa sangat penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, konsumenlah yang pada umumnya akan merasakan dampaknya. Dengan demikian, upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen, lebih-lebih menyongsong era perdagangan bebas yang akan datang.

Konsumen yang keberadaannya sangat tidak terbatas dengan strata yang sangat bervariasi menyebabkan produsen melakukan kegiatan pemasaran dan distribusi produk barang atau jasa dengan cara seefektif mungkin agar dapat mencapai konsumen yang sangat majemuk tersebut.

Perlindungan konsumen dalam era pasar global menjadi sangat penting, karena pertama konsumen di samping mempunyai hak-hak yang bersifat universal juga mempunyai hak-hak yang bersifat sangat spesifik (baik situasi maupun kondisi).<sup>7</sup>

Unit Pelaksana Teknis (UPT) Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Provinsi Jawa Timur

---

<sup>7</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, “*Hukum Perlindungan Konsumen*”, (Jakarta: Sinar Grafika, 2018),5-6.

merupakan unsur pelaksana atau instansi yang melaksanakan kegiatan teknis operasional dan/atau kegiatan teknis tertentu yaitu, pengawasan barang beredar, jasa dan tertib niaga serta pemberdayaan konsumen dan pelaku usaha sesuai dengan Peraturan Gubernur Jawa Timur No. 60 Tahun 2018 tentang Nomenklatur, Susunan Organisasi, Uraian Tugas, dan Fungsi serta Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur yang beralamat di Jl. Trunojoyo No. 36 Jember.

UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Provinsi Jawa Timur merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen yang merupakan setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. UPT Perlindungan Konsumen Jember Disperindag Jawa Timur juga memiliki lembaga khusus dibawah naungan UPT Perlindungan Konsumen Jember yang menangani ketika terjadi sengketa antara pihak penjual dan pembeli, lembaga tersebut adalah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang merupakan lembaga non struktur yang berkedudukan di kabupaten/kota yang berfungsi sebagai alternatif bagi konsumen untuk menyelesaikan sengketa di luar pengadilan dengan prinsip mudah, sederhana dan cepat. Yang mana penyelesaian sengketa di BPSK dapat dilakukan dengan 3 cara, hal tersebut tergantung pada pilihan dan kesepakatan para pihak yang bersengketa yaitu dengan cara konsiliasi, mediasi dan arbitrase. Jika para pihak memilih konsiliasi atau

mediasi, maka BPSK hanya bertindak sebagai fasilitator mempertemukan para pihak, mendamaikan secara aktif, memberikan saran dan anjuran serta menerangkan hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Apabila terjadi suatu sengketa antara penjual dan pembeli barang *online*.

Dilapangan ditemukan bahwa ketika ada pemesanan barang pada jual beli *online* produk fashion terdapat ketidak sesuaian atas barang yang dipesan. Dalam hal ini tindakan konkrit yang dilakukan oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Disperindag Jawa Timur adalah menampung atau mencatat semua pengaduan dari masyarakat atas kerugian dan kekecewaan yang di alami dengan cara memberikan pengertian kepada masyarakat untuk menyelesaikan sengketa dengan 3 cara yaitu melalui mediasi, arbitrase atau konsiliasi. Kemudian bagaimana upaya UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur dalam mengatasi hal tersebut? Karena yang peneliti amati ketika melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) terdapat hal menarik yang mana konsumen membutuhkan perlindungan ketika terjadi ketidak sesuaian atau penipuan atas transaksi jual beli *online* produk fashion. Sehingga dengan ditemukannya hal tersebut peneliti ingin meneliti lebih dalam lagi bagaimana upaya-upaya yang diusahakan oleh pihak UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur itu sendiri dalam hal menangani adanya sengketa antara konsumen yang melakukan transaksi jual beli *online* dengan pihak produsen jual beli *online* khususnya pada produk fashion.



Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan yang mendalam dan hasilnya akan dituangkan dalam karya ilmiah yang berbentuk sebuah skripsi dengan judul **“Upaya Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli *Online* Produk *Fashion* oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur”**

### **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka focus penelitian yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana transaksi jual beli *online* produk *fashion* di Kabupaten Jember?
2. Bagaimana upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* produk *fashion* oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur ?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui transaksi jual beli *online* produk *fashion* di Kabupaten Jember.
2. Untuk mengetahui upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* produk *fashion* oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari hasil penelitian merupakan dampak dari tercapainya tujuan penelitian. Adapun manfaat yang ingin dicapai dari hasil penelitian adalah sebagai berikut;

## 1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan ilmu pengetahuan dibidang perdagangan yaitu Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur, khususnya tentang “UPAYA PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE PRODUK FASHION OLEH UPT PERLINDUNGAN KONSUMEN JEMBER DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN (DISPERINDAG) JAWA TIMUR“

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi peneliti

Dapat memperluas wawasan, pengetahuan dan pengalaman dalam bidang yang sesungguhnya sebagai aplikasi yang telah diperoleh peneliti selama kuliah.

### b. Bagi lembaga

Sebagai sumber informasi dikemudian hari bagi mereka yang mengadakan penelitian dan sebagai masukan untuk mengevaluasi sejauh mana produk yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan produk yang terampil dibidangnya.

### c. Bagi instansi/perusahaan

Dengan adanya penelitian ini, maka penting bagi manajemen perusahaan memperbaiki kepuasan konsumen dan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* produk *fashion*, sehingga

nantinya bisa meningkatkan kenyamanan konsumen dan bisa berdampak positif di kemudian hari.

### E. Definisi Istilah

Adapun definisi istilah yang berkaitan dengan judul penelitian ini adalah sebagai berikut

#### 1. Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>8</sup>

#### 2. Jual beli

Jual beli menurut istilah, para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikannya, menurut ulama Hanafiyah jual beli ialah pertukaran harta berdasarkan cara khusus (yang dibolehkan). Menurut Ibnu Qudamah jual beli ialah pertukaran harta untuk saling dijadikan milik.<sup>9</sup>

#### 3. Online

*Online* adalah istilah saat kita sedang terhubung dengan internet atau dunia maya, baik itu terhubung dengan akun media sosial kita, email dengan berbagai jenis akun lainnya yang kita pakai atau gunakan lewat internet.<sup>10</sup>

<sup>8</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang “*Perlindungan Konsumen*”, hlm 4.

<sup>9</sup> Rachmat Syafe’I, “*Fiqih Muamalah*”, (Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2001),73-74.

<sup>10</sup> [Http://www.pengertianku.net/2015/01/pengertian-online-dan-offline-secara-lebih-jelas.html](http://www.pengertianku.net/2015/01/pengertian-online-dan-offline-secara-lebih-jelas.html)

#### 4. Produk Fashion

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen guna memenuhi kebutuhan dan memuaskan konsumen. Definisi lain produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.<sup>11</sup>

Kata *fashion* merupakan istilah dari bahasa asing yang artinya “busana” atau “pakaian” (Peter Vol.3 1987:679). Dalam bahasa latin “*factio*” yang artinya membuat atau melakukan. Arti kata *fashion* sendiri mengacu kepada kegiatan yaitu sesuatu yang dilakukan seseorang.

#### F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan Skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga pada bab penutup. Adapun sistematika pembahasan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

**BAB I Pendahuluan** yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika pembahasan. Fungsi bab ini adalah untuk memperoleh gambaran secara umum mengenai pembahasan dalam skripsi.

**BAB II Kajian Kepustakaan** yang memuat tentang ringkasan kajian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan pada saat ini serta memuat kajian teori.

<sup>11</sup>Andre Dwi Trisnawan Amron, “*pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan distribusi terhadap loyalitas konsumen handphone Samsung di semarang.* ([http://eprints.dinus.ac.id/8821/1/jurnal\\_13604.pdf](http://eprints.dinus.ac.id/8821/1/jurnal_13604.pdf) di akses pada 12 november 2018, 2018).

**BAB III Metode Penelitian** yang berisi tentang metode yang akan digunakan oleh peneliti meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

**BAB IV Hasil Penelitian** yang berisi tentang hasil penelitian yang meliputi gambaran objek penelitian, penyajian data serta analisis dan pembahasan temuan.

**BAB V Kesimpulan dan Saran** yang berisikan kesimpulan serta saran-saran dari peneliti.



## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

1. Skripsi yang ditulis oleh Indah Putri Utami dengan judul “Perlindungan Konsumen Dalam Bisnis Fashion Online Perspektif Hukum Nasional Dan Hukum Islam (Studi Kota Parepare)”, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare 2018. Hasil yang diperoleh penelitian ini yaitu 1) Etika bisnis *fashion online* dalam hukum Islam dalam pelaksanaan transaksi bisnis *online*, akad *salam* dan akad *istishna'* dapat disimpulkan bahwa semua akad atau transaksi tersebut merupakan transaksi dalam bentuk pesanan, proses pelaksanaan transaksi *online*, *salam* dan *istianha* sekilas sama. Namun ada beberapa hal yang dapat membedakannya diantaranya yaitu dalam hal pembayaran dan penyerahan barang, dan dari segi barang atau produk yang dipasarkan atau dipesan. 2) Etika bisnis *fashion* diterapkan. Dalam zaman keterbukaan dan luasnya informasi saat ini, baik buruknya suatu usaha dapat tersebar dengan cepat dan luas. Oleh karena itu, etika bisnis *fashion online* dalam hukum Nasional ini merupakan suatu hal yang sangat penting untuk diterapkan. 3) Perlindungan konsumen dalam bisnis *fashion online* dalam hukum Nasional dan hukum Islam bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga memiliki kesamaan dengan aturan-aturan yang ditetapkan pada prinsip etika bisnis *fashion onlineshop*. Dan adanya perlindungan konsumen ini sangat memberikan manfaat antara konsumen dan produsen itu sendiri dan untuk

meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, dan secara tidak langsung mendorong pelaku usaha dalam melakukan kegiatan usahanya dengan penuh rasa tanggung jawab sedangkan hukum Islam melarang jual beli yang mengandung unsur *gharar*, penipuan dan bentuk jual beli lainnya yang batal seperti jual beli barang yang cacat merupakan bentuk perlindungan konsumen dalam hukum Islam. Kemudian hak khiyar yang diatur dalam hukum Islam juga dapat melindungi konsumen pada jual beli *online*.

Metode yang digunakan dalam skripsi terdahulu adalah metode penelitian kualitatif menggunakan pendekatan normatif sosiologis dan dalam mengumpulkan data menggunakan observasi dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan mereduksi data, menyajikan data dan penarikan kesimpulan. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli produk *fashion* dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya terletak pada skripsi terdahulu meneliti tentang perlindungan konsumen dalam bisnis *fashion online* perspektif hukum nasional dan hukum Islam. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis tentang upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online produk *fashion* oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.

2. Skripsi yang ditulis oleh Aulia Nur Agustin dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Busana Muslim Pada Shofiya

Collection Di Media Sosial”, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta 2018. Hasil yang diperoleh penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa dalam melakukan transaksi jual beli *online* ini terdapat beberapa alternatif dalam pelaksanaan akadnya, yakni dengan akad jual beli dan *ba’i as-Salam*. Shofiya Collection telah memenuhi unsur-unsur jual beli dalam hukum islam. Sistem jual beli *online* adalah bentuk muamalah diperbolehkan dalam hukum Islam.

Metode yang digunakan dalam skripsi terdahulu adalah penelitian kualitatif lapangan dan menggunakan pendekatan normatif. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang jual beli *online* produk *fashion* dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya pada skripsi terdahulu meneliti tentang tinjauan hukum Islam terhadap jual online busana muslim pada *shofiya collection* di media sosial. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis tentang upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli produk *fashion* oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.

3. Skripsi yang ditulis oleh Diah Ayu Minuriha dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Dalam *Marketplace Online Shopee* Di Kalangan Mahasiswa UINSA Surabaya”, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (UINSA) Surabaya 2018. Hasil yang diperoleh penelitian ini yaitu penjual dan pihak Shopee melakukan akad sewa menyewa *Ijarah*. Karena terdapat upah atau imbalan melalui penahanan atau peminjaman uang di



dalam rekening bersama ataupun *Shopee Pay*. Kedua, jual beli dalam *marketplace online Shopee* di kalangan mahasiswa Uinsa Surabaya adalah praktik jual beli yang dirasa sangat menguntungkan mahasiswa yang menjadi penggunanya. Terutama mahasiswa Uinsa yang menjadi konsumen atau pembeli di *Shopee*, karena *Shopee* memberikan berbagai macam promo yang menarik minat para penggunanya. Sedangkan bagi para mahasiswa Uinsa yang menjadi penjual ketentuan berupa rekening bersama dirasa kurang menguntungkan, karena uang hasil penjualan tidak bisa langsung di cairkan. Ketiga, pihak *Shopee* telah dianggap melakukan upaya perlindungan konsumen dengan memberikan Garansi *Shopee* berupa rekening bersama guna untuk menghindari adanya wanprestasi dan penipuan penjualan jual beli *online*.

Metode yang digunakan dalam penelitian dalam skripsi ini adalah penelitian kualitatif, pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi dan wawancara dan untuk teknik pengolahan data penulis menggunakan teknik *editing*, *organizing*, dan *analysing*. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang jual beli online dan menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaannya terletak pada skripsi terdahulu meneliti tentang tinjauan hukum Islam terhadap jual beli dalam marketplace online *shopee* di kalangan mahasiswa Uinsa Surabaya. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis tentang upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* produk *fashion* oleh UPT Perlindungan

Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.

4. Skripsi yang ditulis oleh Siska Oktarina dengan judul “Perlindungan Konsumen Terhadap Ingkar Janji Dalam Akad Jual Beli Barang Online Menurut Komplikasi Hukum Ekonomi Syariah”, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang 2018. Hasil yang diperoleh penelitian ini yaitu (1) bentuk-bentuk dari ingkar janji adalah tidak melakukan apa yang disanggupi untuk dilakukan, melakukan apa yang diperjanjikan tapi tidak sebagaimana yang diperjanjikan, melakukan apa yang sudah diperjanjikan tapi terlambat dan melakukan sesuatu yang oleh perjanjian tidak boleh dilakukan. (2) serta upaya hukum yang diberikan kepada pelaku yang melakukan ingkar janji menurut komplikasi hukum ekonomi syariah adalah berupa sanksi yaitu membayar ganti rugi, pembatalan akad, peralihan resiko, denda, dan/atau membayar biaya perkara.

Metode yang digunakan dalam skripsi terdahulu adalah metode kualitatif yang mana penelitian skripsi ini adalah gabungan antara metode penelitian hukum empiris dan penelitian hukum normatif. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang jual beli barang *online* dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya terletak pada skripsi terdahulu meneliti tentang perlindungan hukum konsumen terhadap ingkar janji dalam akad jual beli barang *online* menurut komplikasi hukum ekonomi syariah. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis tentang upaya perlindungan konsumen dalam transaksi

jual beli *online* produk *fashion* oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.

5. Skripsi yang ditulis oleh Dikla Purbayudya Ikranegra dengan judul “Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan *Online*, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Pada Toko *Online* Bukalapak)”, Universitas Negeri Yogyakarta 2017. Hasil yang diperoleh penelitian ini yaitu (1) terdapat pengaruh positif variabel orientasi belanja terhadap minat beli secara online. Berdasarkan hasil uji parsial diperoleh t hitung sebesar 3,727 dan koefisien regresi 0,161 dengan signifikansi sebesar 0,000. (2) terdapat pengaruh positif variabel kepercayaan online terhadap minat beli secara *online*. Berdasarkan hasil uji parsial diperoleh t hitung sebesar 2,758 dan koefisien regresi 0,224 dengan signifikan sebesar 0,007. (3) terdapat pengaruh positif variabel pengalaman pembelian terhadap minat beli secara *online*. Berdasarkan hasil uji parsial diperoleh t hitung sebesar 4,150 koefisien regresi 0,229 dengan signifikansi sebesar 0,000. (4) orientasi belanja, kepercayaan online dan pengalaman pembelian berpengaruh positif terhadap minat beli secara *online*. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 17,959 dengan signifikansi ( $0,000 < 0,050$ ).

Metode yang digunakan dalam skripsi terdahulu adalah metode penelitian kuantitatif dengan teknik kuesioner yang telah diuji validitas dan reabilitasnya. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang transaksi jual beli online. Perbedaannya terletak pada

skripsi terdahulu meneliti tentang pengaruh orientasi belanja, kepercayaan *online*, dan pengalaman pembelian terhadap minat beli secara *online* dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis tentang upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* produk *fashion* oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.

6. Skripsi yang ditulis oleh Nurul Atira dengan judul “Jual Beli *Online* Yang Aman Dan Syar’i (Studi terhadap Pandangan Pelaku Bisnis *Online* di Kalangan Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Alauddin Makassar)”, UIN Alauddin Makassar 2017. Hasil yang diperoleh penelitian ini yaitu pertama transaksi jual beli *online* melalui transfer Via ATM aman dilakukan jika resi bukti transfer di foto kemudian dikirim melalui BBM atau aplikasi lain kepada penjual, begitu juga bukti kirim yang ditujukan kepada pembeli. Kedua, transaksi aman dilakukan dengan menggunakan sistem COD (*Cash On Delivery*), sedangkan untuk meminimalisir resiko yang sering terjadi dalam jual beli *online*. Pelaku bisnis *online* dapat menggunakan rekening bersama (rekber) sebagai pihak ketiga dalam transaksi *online*. Menurut penyusun, rekber dapat menjadi salah satu solusi untuk menjamin keamanan dan kenyamanan antara penjual dan pembeli. Dengan menggunakan rekber, rekber dapat lebih tenang karena dana baru akan merasa tenang karena dana sudah berada di pihak rekber ketika barang dikirim, karena aman saja belum tentu syari. Implikasinya yaitu jual beli *online* dapat dikatakan syari sudah memenuhi rukun dan

syarat jual beli, sesuai dengan syarat yang terdapat dalam akad salam, memenuhi etika jual beli, serta asas-asas perjanjian dalam hukum islam salah satunya adalah asas amanah, karena jual beli *online* dilakukan dengan modal kepercayaan dan atas dasar saling rida. Informasi yang sejujur-jujurnya diperlukan untuk menghindari garar dan kemungkinan risiko yang akan terjadi.

Metode yang digunakan dalam skripsi terdahulu adalah metode penelitian kualitatif dan jenis penelitian lapangan (*field reseach*). Pengambilan data untuk sample dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang jual beli online dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaanya terletak pada skripsi terdahulu meneliti tentang jual beli *online* yang aman dan syari. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis tentang upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jua beli *online* produk *fashion* oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.

7. Skripsi yang ditulis oleh Destia Rahmahidayani dengan judul “ Jual Beli Barang *Fashion* Palsu Perspektif Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek Dan Masalah (Studi Kota Kediri)”, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang 2016. Hasil yang diperoleh penelitian ini yaitu faktor pendorong penjual menjual tas *fashion* palsu di Kota Kediri adalah banyaknya permintaan dari konsumen, pihak penjual tidak mengetahui tentang adanya aturan mengenai tindak pidana

perdagangan produk atau barang palsu, tidak adanya sosialisasi dari pemerintah, dan tidak adanya tindakan tegas dari pemerintah daerah. Sedangkan faktor pendorong pengguna tas *fashion* palsu di kota Kediri adalah faktor *lifestyle* (gaya hidup), faktor gengsi, faktor ekonomi, faktor mudah didapat, faktor kegunaan, dan faktor tidak diketahuinya aturan mengenai tindak pidana merek. Selain dapat menjerat pihak-pihak yang beriktikad buruk memproduksi dan/atau memperdagangkan barang yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang tersebut merupakan hasil pelanggaran. Dan praktik jual beli tas *fashion* palsu yang marak terjadi khususnya di kota Kediri ini adalah tidak mengadung nilai-nilai kemaslahatan didalamnya.

Metode yang digunakan dalam skripsi terdahulu adalah jenis penelitian empiris. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan yuridis sosiologis dan mendiskripsikan data yang ditemukan. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang transaksi jual beli barang fashion. Perbedaannya terletak pada skripsi terdahulu meneliti tentang jual beli barang fashion perspektif undang-undang nomor 15 tahun 2001 tentang merek dan masalah. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis tentang upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli produk *fashion* oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.

8. Skripsi yang ditulis oleh Umul Muhimah dengan judul “Akad As-Salam Dalam Jual Beli *Online* Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung 2015. Hasil yang diperoleh oleh penelitian ini yaitu para pihak dalam perjanjian akad as-salam dalam jual beli *online* sama saja dengan perjanjian akad as-salam seperti biasanya. Namun akad as-salam dalam jual beli *online* tidak ada temu muka diantara pembeli dan penjual, hanya saja pelaku akad dipertemukan dalam satu situs jaringan internet, oleh karena itu pelaksanaan akad as-salam adalah peran yang penting dalam jual beli *online*. Tinjauan ekonomi islam terhadap akad as-salam dalam jual beli *online* dapat disimpulkan bahwa akad as-salam dalam jual beli *online* diperbolehkan selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusaknya seperti riba, kedzaliman, penipuan, dan sejenisnya serta memnuhi rukun-rukun dan syarat-syarat didalam jual beli.

Metode yang digunakan dalam skripsi terdahulu adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan jenis penelitian kepustakaan dan data yang diambil dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang jual beli *online* dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya terletak pada skripsi terdahulu meneliti tentang akad as-salam dalam jual beli *online* ditinjau dari perspektif ekonomi islam. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis tentang upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* produk *fashion* oleh UPT Perlindungan

Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.

9. Skripsi yang ditulis oleh Nenden Amalia Tejasetyaningsih dengan judul “Analisis Perubahan Perilaku Konsumen Terhadap Motif Belanja Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, Universitas Diponegoro Semarang 2016. Hasil yang diperoleh penelitian ini yaitu motif konsumen melakukan belanja online didapatkan bahwa sebanyak 42 responden memilih setuju melakukan belanja online karena tertarik dengan promosi yang dilakukan penjual meskipun produk tersebut tidak dibutuhkan. Jika ditinjau pada etika konsumen muslim hal tersebut belum sesuai karena konsumen menggunakan pendapatannya untuk keinginan semata, tidak untuk kebutuhan. Sedangkan jual beli *online* yang ditinjau dalam kaidah fikih muamalah dapat dikatakan bahwa transaksi sah sesuai syariat jika sudah terpenuhi rukun dan syarat akad yang telah disepakati.

Metode yang digunakan dalam skripsi terdahulu adalah metode analisis deskriptif dan menggunakan alat analisis *crosstabulation* uji *chi-square*. Persamaan dalam penelitian ini yaitu tsama-sama membahas tentang transaksi jual beli *online*. Perbedaannya terletak pada skripsi terdahulu meneliti tentang analisis perubahan perilaku konsumen terhadap motif belanja online dalam perspektif ekonomi islam. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis tentang upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli produk *fashion* oleh UPT Perlindungan



Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.

10. Skripsi yang ditulis oleh Siti Milatul Ainiyah dengan judul “Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah”, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung 2015. Hasil yang diperoleh penelitian ini yaitu (1) perlindungan hukum konsumen dalam jual beli *online* menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yaitu belum sepenuhnya dapat direalisasikan, karena banyak hak konsumen yang dilanggar oleh pelaku usaha *online*. Hak-hak konsumen yang dilanggar terdapat pada UUPK Pasal 4, Pasal 7, Pasal 8, Pasal 17, Pasal 19, sehingga pelaku usaha harus dikenakan sanksi secara tegas sebagaimana Pasal 60 dan Pasal 62 UUPK. (2) perlindungan hukum konsumen dalam jual beli *online* berdasarkan komplikasi hukum ekonomi syariah yaitu pemberian perlindungan berupa hak khiyar (membatalkan atau melanjutkan akad jual beli). Jika ada yang melakukan ingkar janji maka dikenakan sanksi sesuai dengan pasal 38 KHES. (3) persamaan perlindungan hukum konsumen dalam jual beli *online* menurut UUPK dan KHES yaitu harus memberi informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Sedangkan perbedaan perlindungan konsumen dalam jual beli *online* menurut UUPK dan KHES yaitu menurut UUPK dijatuhi sanksi administratif dan penuntutan sanksi

pidana; dalam KHES, konsumen diberi hak *khiyar* (membatalkan atau melanjutkan akad) dalam jual beli *online*.

Metode yang digunakan dalam skripsi terdahulu adalah penelitian kualitatif dengan penelitian kepustakaan (*library research*). Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang transaksi jual beli *online* dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya terletak pada skripsi terdahulu meneliti tentang perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli *online* dalam perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan kompilasi hukum ekonomi syariah. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis tentang upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* produk *fashion* oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.

**Tabel 1.1**

**Mapping Penelitian Terdahulu**

No	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
1.	Skripsi yang ditulis oleh Indah Putri Utami dengan judul “Perlindungan Konsumen Dalam Bisnis Fashion <i>Online</i> Perspektif Hukum Nasional Dan Hukum Islam (Studi Kota Parepare)”, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare 2018.	Membahas tentang perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli <i>online</i> produk <i>fashion</i> dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Skripsi terdahulu meneliti tentang perlindungan konsumen dalam bisnis <i>fashion online</i> perspektif hukum nasional dan hukum Islam. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis tentang upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli <i>online</i> produk <i>fashion</i>

			oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperinda) Jawa Timur.
2.	Skripsi yang ditulis oleh Aulia Nur Agustin dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli <i>Online</i> Busana Muslim Pada Shofiya Collection Di Media Sosial”, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta 2018.	Membahas tentang jual beli <i>online</i> produk <i>fashion</i> dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Skripsi terdahulu meneliti tentang tinjauan hukum islam terhadap jual online busana muslim pada shofiya collection di media sosial. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis tentang upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli produk <i>fashion</i> oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperinda) Jawa Timur.
3.	Skripsi yang ditulis oleh Diah Ayu Minuriha dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Dalam Marketplace <i>Online</i> Shopee Di Kalangan Mahasiswa Uinsa Surabaya”, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (UINSA) Surabaya 2018.	Membahas tentang jual beli <i>online</i> dan menggunakan penelitian kualitatif.	Skripsi terdahulu meneliti tentang tinjauan hukum islam terhadap jual beli dalam marketplace online shopee di kalangan mahasiswa Uinsa Surabaya. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis tentang upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli <i>online</i> produk <i>fashion</i> oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember

			Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperinda) Jawa Timur.
4.	Skripsi yang ditulis oleh Siska Oktarina dengan judul “Perlindungan Konsumen Terhadap Ingkar Janji Dalam Akad Jual Beli Barang <i>Online</i> Menurut Komplikasi Hukum Ekonomi Syariah”, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang 2018.	Membahas tentang jual beli <i>online</i> dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Skripsi terdahulu meneliti tentang Perbedaannya terletak pada skripsi terdahulu meneliti tentang perlindungan hukum konsumen terhadap ingkar janji dalam akad jual beli barang <i>online</i> menurut komplikasi hukum ekonomi syariah. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis tentang upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli <i>online</i> produk <i>fashion</i> oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.
5.	Skripsi yang ditulis oleh Dikla Purbayudya Ikranegra dengan judul “Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan <i>Online</i> , Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara <i>Online</i> (Studi Kasus Pada Toko <i>Online</i> Bukalapak)”, Universitas Negeri Yogyakarta 2017.	Membahas tentang transaksi jual beli <i>online</i> .	Skripsi terdahulu meneliti tentang pengaruh orientasi belanja, kepercayaan <i>online</i> , dan pengalaman pembelian terhadap minat beli secara <i>online</i> dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis tentang upaya perlindungan

			konsumen dalam transaksi jual beli <i>online</i> produk <i>fashion</i> oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.
6.	Skripsi yang ditulis oleh Nurul Atira dengan judul “Jual Beli <i>Online</i> Yang Aman Dan Syar’i (Studi terhadap Pandangan Pelaku Bisnis <i>Online</i> di Kalangan Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Alauddin Makassar)”, UIN Alauddin Makassar 2017.	Membahas tentang jual beli <i>online</i> dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Skripsi terdahulu meneliti tentang jual beli <i>online</i> yang aman dan syari. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis tentang upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli <i>online</i> produk <i>fashion</i> oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.
7.	Skripsi yang ditulis oleh Destia Rahmahidayani dengan judul “Jual Beli Barang <i>Fashion</i> Palsu Perspektif Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek Dan Masalah (Studi Kota Kediri)”, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang 2016.	Membahas tentang transaksi jual beli barang <i>fashion</i>	Skripsi terdahulu meneliti tentang jual beli barang <i>fashion</i> perspektif Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek dan masalah. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis tentang upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli produk <i>fashion</i> oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian

			dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.
8.	Skripsi yang ditulis oleh Umul Muhimah dengan judul “Akad As-Salam Dalam Jual Beli <i>Online</i> Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung 2015.	Membahas tentang jual beli <i>online</i> dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Skripsi terdahulu meneliti tentang akad As-Salam dalam jual beli <i>online</i> ditinjau dari perspektif ekonomi islam. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis tentang upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli <i>online</i> produk <i>fashion</i> oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.
9.	Skripsi yang ditulis oleh Nenden Amalia Tejasetyaningsih dengan judul “Analisis Perubahan Perilaku Konsumen Terhadap Motif Belanja Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, Universitas Diponegoro Semarang 2016.	Membahas tentang transaksi jual beli <i>online</i> .	Skripsi terdahulu meneliti tentang analisis perubahan perilaku konsumen terhadap motif belanja <i>online</i> dalam perspektif ekonomi islam. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis tentang upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli produk <i>fashion</i> oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.
10.	Skripsi yang ditulis oleh Siti Milatul Ainayah	Membahas tentang transaksi jual beli	Skripsi terdahulu meneliti tentang

	<p>dengan judul “Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli <i>Online</i> Dalam Perspektif Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah”, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung 2015.</p>	<p><i>online</i> dan menggunakan metode penelitian kualitatif.</p>	<p>perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli <i>online</i> dalam perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan kompilasi hukum ekonomi syariah. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis tentang upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli <i>online</i> produk <i>fashion</i> oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.</p>
--	--	--	---

Sumber : Diolah oleh penulis.

## B. Kajian Teori

### 1. Konsumen

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris - Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Secara harfiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Tujuan penggunaan barang atau jasa nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut. Begitu pula Kamus Bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, “*Hukum Perlindungan Konsumen*”, (Jakarta: Sinar Grafika, 2018), 22.

Menurut undang-undang republik Indonesia nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen disebutkan: “konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”<sup>13</sup>

Az. Nasution menegaskan beberapa batasan konsumen, yakni:

- a. konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu.
- b. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan.
- c. Konsumen akhir adalah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang dan/jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali.<sup>14</sup>

Bagi konsumen antara, barang atau jasa berupa bahan baku, bahan penolong atau komponen dari produk lain yang akan diproduksinya (produsen). Kalau ia distributor atau pedagang berupa barang setengah jadi atau barang jadi yang menjadi mata dagangannya. Konsumen antara ini mendapatkan barang atau jasa itu di pasar industry atau pasar produsen.<sup>15</sup>

<sup>13</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang “*perlindungan konsumen*”

<sup>14</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 25.

<sup>15</sup> *Ibid.*, 25.



Sedang bagi konsumen akhir, barang dan/jasa itu adalah barang atau/jasa konsumen, yaitu barang atau jasa yang biasanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga atau rumah tangganya (produk konsumen). Barang atau jasa konsumen ini umumnya diperoleh di pasar-pasar konsumen, dan terdiri dari barang atau jasa yang umumnya digunakan di dalam rumah tangga masyarakat.<sup>16</sup>

## 2. Perlindungan Konsumen

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen disebutkan: “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen”.<sup>17</sup>

## 3. Hak-Hak Konsumen<sup>18</sup>

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;

---

<sup>16</sup> Ibid., 25.

<sup>17</sup> Undang-undang republic Indonesia Nomor 8 tahun 1999 tentang “*perlindungan konsumen*”.

<sup>18</sup> Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang “*perlindungan konsumen*”

- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

#### 4. Jual Beli

Jual beli dalam istilah *Fiqih* di sebut dengan *Al-bai'* yang berarti menjual, menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Jual beli menurut istilah, para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikannya, menurut ulama Hanifiyah jual beli ialah pertukaran harta berdasarkan cara khusus (yang dibolehkan). Menurut Ibnu Qudamah jual beli ialah pertukaran harta dengan harta untuk saling dijadikan milik.<sup>19</sup>

Secara terminologi, terdapat beberapa definisi jual beli yang dikemukakan para ulama *fiqih*, sekaligus subntanti dan tujuan masing-masing definisi sama. Sayid Sabiq, mendefinisikan dengan: “Jual beli

---

<sup>19</sup> Rachmat Syafi'i, "*Fiqih Muamalah*", (Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2001),73-74.

ialah pertukaran harta atas dasar saling merelakan”. Atau “memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan”.<sup>20</sup>

Jual beli adalah menukar suatu barang dengan barang lain, artinya hubungan manusia kalau masing-masing pihak yang berkepentingan berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya dalam suatu objek tertentu. Proses tukar menukar dilakukan dalam arti pihak pertama melepaskan dan menyerahkan hak miliknya kepada pihak lain dengan menerima hak milik pihak kedua.<sup>21</sup>

Definisi lain juga dikemukakan oleh Ulama Malikiyah, syafi'iyah, dan Hambaliyah, menurut mereka jual beli adalah:

مبا دلة المال تمليكا و تمليك

*Artinya: Saling menukar harta dengan harta dalam bentuk pemindahan milik dan pemilikan.*

Dalam hal ini mereka menekankan kepada kata “milik dan kepemilikan”, karena ada juga tukar menukar harta yang sifatnya tidak harus dimiliki, seperti sewa menyewa.<sup>22</sup>

## 5. Dasar Hukum Jual Beli

Transaksi jual beli merupakan aktifitas yang dibolehkan dalam Islam, yang disebutkan dalam Al-qur'an dan Al-Hadits. Adapun dasar

<sup>20</sup> Sayid Sabiq, Fiqhussunnah, Ahli Bahasa: Kamaluddin A.Marzuki, “*Fikih Sunnah*”, (Bandung: Alma'arif, 1987),44.

<sup>21</sup> Abdul Djamali, “*Hukum Islam*”, (Bandung: CV Mandar Maju Maju, 2002),16.

<sup>22</sup> Harisudin, “*Fiqih muamalah I*”,23.

hukum jual beli adalah: sebagaimana disebutkan dalam surah al-Baqarah ayat 275 Allah berfirman:<sup>23</sup>

واحل الله البيع وحرم الربا

Artinya : *“Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”*

Sedangkan dasar hadistnya adalah dari Rifa’i menurut Riwayat Al basar:

ان النبي صلى الله عليه وسلم سئل اى الكسب اطيب قال عمل رجل بيده وكل بيع مبرور

Artinya : *“Sesungguhnya Nabi Muhammad telah pernah ditanya tentang usaha apa yang lebih baik. Nabi berkata “Usaha seseorang dengan tangannya dan jual beli yang mabrur”.*

Walaupun pada dasarnya hukum jual beli adalah mubah maka pada saat/ konteks tertentu kemubahan itu bisa berubah menjadi wajib, sunnah, dan haram. Kemubahan itu berubah menjadi ketika dalam situasi seperti : wali menjual harta anak yatim apabila terpaksa.

## 6. Rukun dan Syarat Jual Beli

### a. Rukun Jual Beli

Rukun jual beli diantara ulama terjadi perbedaan pendapat. Menurut ulama Hanifiyah, rukun jual beli adalah ijab dan qabul yang menunjukkan pertukaran barang secara ridha, baik secara ucapan maupun perbuatan.

<sup>23</sup> Harisudin, *“Fiqh Muamalah 1”*,24.

Adapun rukun jual beli menurut jumhul ulama ada empat yaitu:

- 1) Ba'i (penjual)
- 2) Mustari (pembeli)
- 3) Shighat (ijab dan qabul)
- 4) Ma'qud (benda atau barang)<sup>24</sup>

Menurut Mardani rukun jual beli ada tiga, yaitu:<sup>25</sup>

- 1) Pelaku transaksi yaitu, penjual dan pembeli
- 2) Objek transaksi yaitu, harta dan barang
- 3) Akad (transaksi), yaitu segala tindakan yang dilakukan kedua belah pihak, yang menunjukkan mereka sedang melakukan transaksi, baik tindakan itu berbentuk kata-kata maupun perbuatan.

#### b. Syarat Jual Beli

Adapun syarat dalam jual beli yaitu:

- 1) Berakal
- 2) Baligh
- 3) Tempat akad
- 4) Objek<sup>26</sup>

Suatu jual beli tidak akan sah bila tidak terpenuhi dalam suatu akad tujuh syarat yaitu:

<sup>24</sup> Rahmat Syafei, "Fiqih Muamalah", 76.

<sup>25</sup> Mardani, "Fiqih Ekonomi Syariah: Fiqih Muamalah", (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 102.

<sup>26</sup> Rahmat Syafei, "Fiqih Muamalah", 77-78.

- 1) Saling rela antar kedua belah pihak,
- 2) Pelaku akad adalah orang yang dibolehkan melakukan akad, yaitu orang yang telah baligh, berakal dan mengerti,
- 3) Harta yang menjadi objek transaksi telah memiliki sebelumnya oleh kedua belah pihak. Maka, tidak sah jual beli barang yang belum dimiliki tanpa seizin pemiliknya,
- 4) Objek transaksi adalah barang yang dibolehkan agama,
- 5) Objek transaksi adalah barang yang bisa diserahkan, maka tidak sah jual beli mobil hilang, burung siamgkasa karena tidak bisa diserahkan,
- 6) Objek jual beli diketahui oleh kedua belah pihak saat akad. Maka tidak sah menjual barang yang tidak jelas.
- 7) Harga harus jelas saat transaksi.<sup>27</sup>

## 7. Macam-Macam Jual Beli

- a. Murobahah: jual beli atas barang tertentu, dimana dalam transaksi jual beli tersebut penjual menyebutkan dengan jelas barangnya
- b. Barang diperjual belikan termasuk harga pembelian dan keuntungan yang diambil.
- c. Salam: jual beli suatu barang dimana harganya dibayar dengan segera, sedangkan barangnya akan diserahkan kemudian dalam jangka waktu yang disepakati.

---

<sup>27</sup> Ibid.,

- d. Istishnak: jual beli dimana barang yang akan diperjual belikan harus dipesan terlebih dahulu dengan kriteria yang jelas. Pembayaranannya boleh di awal, di tengah atau di akhir.
- e. Ijarah bitamlik: akad sewa yang diakhiri dengan pemindahan kepemilikan (jual beli) ke tangan penyewa.<sup>28</sup>

## 8. Hukum-Hukum Jual Beli

- a. Mubah (boleh), merupakan asal hukum jual beli.
- b. Wajib, umpamanya wali menjual harta anak yatim apabila terpaksa;
- c. Haram, sebagaimana yang telah diterangkan pada rupa-rupa jual beli yang dilarang.
- d. Sunat, misalnya jual beli kepada sahabat atau famili yang dikasihi, dan kepada orang yang sangat membutuhkan barang itu.<sup>29</sup>

## 9. Jual Beli Online

Penjualan *online* merupakan salah satu jenis transaksi jual-beli yang menggunakan media internet dalam penjualannya, yang saat ini paling banyak dilakukan ialah dengan berbasis kepada media sosial seperti facebook, twitter, dan berbagai media sosial lainnya untuk memasarkan produk yang mereka jual.<sup>30</sup> Jual beli *online* sering kali disebut juga dengan *online shopping*, atau jual beli melalui media internet. Jual beli *online* sebagai satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, komunitas

<sup>28</sup> Moh Zaini, *Fiqh Muamalah*, (Surabaya: Pena Salsabila, 2014), hlm 28.

<sup>29</sup> Sulaiman Rasjid, "*Fiqh Islam*", (Bandung; Sinar Baru, 2015),289.

<sup>30</sup> M. Nur Rianto Al Arif, "*Penjualan On-Line Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam*", *Jurnal UIN Syarif Hidayatullah*, 13, (1 juni 2013),38-39.

tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.<sup>31</sup>

Dengan kemajuan komunikasi dan informasi, telah membawa dampak pada kemajuan dalam dunia bisnis. Jual beli jarak jauh sudah merupakan kebiasaan yang berlaku di dunia bisnis saat ini. Dalam hal ini penjual dan pembeli tidak memperhatikan lagi masalah ijab qabul secara lisan, tetapi cukup dengan perantara kertas-kertas berharga, seperti cek, wesel, dan sebagainya. Kecuali itu kehadiran fisik dalam satu tempat (satu majelis) tidak lagi berlaku, karena cukup dengan misalnya via telepon dan internet.

Pada transaksi jual beli melalui internet, para pihak terkait di dalamnya melakukan hubungan hukum yang diruangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang dilakukan secara elektronik dan sesuai dengan pasal 1 butir 17 UU Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) disebut sebagai kontrak elektronik yakni perjanjian yang dimuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya. Pelaku usaha yang menawarkan barang atau jasa secara elektronik wajib menyediakan informasi mengenai syarat-syarat kontrak, produsen dan produk secara lengkap dan benar. Berdasarkan pengertian di atas, dapat ditarik beberapa unsur dari E-commerce, yaitu:

- a. Ada kontrak dagang
- b. Kontrak itu dilaksanakan dengan media elektronik

---

<sup>31</sup> Ahliwan Ardhinata, "Keridhaan Dalam Transaksi Jual Beli Online (Studi Kasus UD.Kunta Jaya Kabupaten Gresik)", *Universitas Airlangga*, 2, (1 Januari 2015),50.



- c. Kehadiran fisik dari para pihak tidak diperlukan
- d. Kontrak itu terjadi dalam jaringan public
- e. Sistemnya terbuka, yaitu dengan internet atau WWW
- f. Kontrak itu terlepas dari batas, yuridiksi nasional<sup>32</sup>

#### **10. Kekurangan dan Kelebihan Jual Beli Online**

Penjualan *online* terutama yang berbasis media sosial memiliki beberapa manfaat baik bagi pembeli maupun penjual, yaitu:

- a. Jam buka yang bersifat 24 jam, dengan menggunakan penjualan online penjual dapat menjual berbagai produk yang dimiliki 24 jam sehari. Hal ini berbeda dengan penjualan konvensional yang mungkin hanya memiliki waktu misalkan dari jam 9 pagi sampai dengan jam 10 malam. Sehingga hal ini akan memberi manfaat baik kepada penjual maupun kepada pembeli yang membutuhkan suatu produk;
- b. Lebih mudah dan lebih cepat untuk menemukan berbagai macam produk yang dibutuhkan oleh pembeli.
- c. Proses perbandingan harga yang mudah dan cepat dilakukan. Melalui penjualan online, calon pembeli dapat melakukan perbandingan harga pada berbagai macam barang yang ditawarkan dengan lebih mudah dan cepat;
- d. Mudah dilaksanakan oleh siapapun. Seringkali salah satu alasan orang enggan melakukan penjualan secara tatap muka ialah terkait dengan

<sup>32</sup> Danil Alfredo Sitorus, “Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdata”, (Jurnal Fakultas Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2015),4.

kurang percaya dirinya ia apabila berhadapan dengan pembeli secara langsung.

- e. Investasi yang lebih murah. Melalui penjualan online berbasis media sosial, penjualan tidak perlu mengeluarkan dana investasi yang cukup besar untuk menyewa toko/outlet dan mempekerjakan karyawan.<sup>33</sup>
- f. Lebih efisien waktu, sebab dengan adanya E-Commerce pemesanan barang dapat melalui telephone atau situs internet dan dapat diantar.<sup>34</sup>

Selain kelebihan yang dimiliki penjualan online terutama yang berbasis media sosial tersebut, terdapat beberapa kelemahan yang muncul dari penjualan *online*, yaitu:

- a. Pembeli tidak dapat melakukan *cash and carry* dari produk yang mereka beli.
- b. Pembeli tidak dapat memperhatikan detail dari produk yang ingin mereka beli, hal inilah yang menjadi salah satu keunggulan dari penjualan langsung (konvensional) dimana pembeli dapat memperhatikan detail barang dari produk yang akan mereka beli.<sup>35</sup>
- c. Masih minimnya pengetahuan tentang teknologi informasi, khususnya dalam pemanfaatan untuk bisnis sehingga menimbulkan banyak kekhawatiran. Seperti, banyak pedagang baju dipasar lebih memilih untuk menjual barangnya secara langsung ketimbang menjualnya

<sup>33</sup> Ibid.,44.

<sup>34</sup> Yosy Arisandy, "Sistem Informasi Manajemen (teori implementasi dalam bisnis)", (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2017),199.

<sup>35</sup> Daniel Alfredo Sitorus, "Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdata", (Jurnal Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2015),45.

secara *online* karena ketidaktahuannya dalam pengoperasian teknologi informasi.

- d. Adanya gangguan teknis, misalnya kesalahan dalam penggunaan perangkat komputer dan kesalahan dalam pengisian data. Hal ini bisa terjadi, khususnya bagi yang belum mahir (kurang berpengalaman) dalam menggunakan teknologi informasi.
- e. Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan (server). Hal ini dapat terjadi ketika pesanan sedang ramai, tetapi internet tidak dapat diakses karena masalah teknis, sehingga kesempatan lewat begitu saja.<sup>36</sup>
- f. Tidak terlalu aman, sebab saat transaksi biasanya orang menggunakan kartu kredit atau no rekening, itu dapat memungkinkan sesuatu yang tidak diinginkan terjadi.<sup>37</sup>

## 11. Model Transaksi E-Commerce

### a. Toko Online B2C (*Business to Consumer*)

Model bisnis ini cukup sederhana, yakni sebuah toko online dengan alamat website (domain) sendiri dimana penjual individu dapat menjual barang kapan saja, dimana saja secara gratis.

Tiga situs iklan berbasis yang terkenal di Indonesia ialah tokobagus, berniaga, dan OLX. Kaskus selaku forum online terbesar di Indonesia juga dibidang menggunakan model bisnis iklan berbasis

<sup>36</sup> Disa Nusia Nisrina, "*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Dan Relevansinya Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen*", (Skripsi Fakultas Dan Hukum Uin Alauddin Makassar 2015),63.

<sup>37</sup> Arisandy, "*Sistem Informasi Manajemen*",199.

di forum jual belinya. Ini dikarenakan kaskus tidak mengharuskan penjualnya untuk menggunakan fasilitas rekening bersama atau *escrow*. Jadi transaksi masih dapat terjadi langsung antara penjual dan pembeli.

Metode transaksi yang paling sering digunakan disitus iklan berbasis adalah metode *cash on delivery* atau (COD) jenis penjual : situs iklan baris seperti ini cocok bagi penjual yang hanya ingin menjual sekali-kali saja, seperti barang bekas atau barang yang stoknya sedikit.

b. Shopee

Shopee merupakan sebuah aplikasi yang bergerak dibidang jual beli secara *online* dan dapat diakses secara mudah dengan menggunakan Smartphone. Yang mana Shopee hadir dalam bentuk aplikasi yang memudahkan penggunanya dalam melakukan kegiatan berbelanja secara *online* tanpa harus ribet menggunakan perangkat komputer. Namun cukup menggunakan Smartphone, Shopee akan menawarkan berbagai macam produk-produk fashion hingga produk untuk kebutuhan sehari-hari.

c. Bukalapak

Bukalapak merupakan penyedia sekaligus perantara dalam bertransaksi *online* dimana Bukalapak bertujuan memberikan rasa aman dan nyaman dalam bertransaksi online. Bukalapak membantu membangun kepercayaan antara penjual dengan pembeli dengan cara

Bukalapak menjadi pihak ke-3 atau menengah. Sehingga apapun transaksi yang dilakukan di Website Bukalapak akan melalui Bukalapak terlebih dahulu sebelum dilanjutkan ke pihak yang bertransaksi. Bukalapak menyediakan sarana penjualan dari konsumen ke konsumen dimana pun. Siapapun bisa membuka toko *online* untuk kemudian melayani calon pembeli dari seluruh Indonesia baik satuan ataupun dalam jumlah banyak. Pengguna perorangan ataupun perusahaan dapat membeli dan menjual produk, baik baru maupun bekas, seperti sepeda, ponsel, perlengkapan bayi, perlengkapan rumah tangga, busana, elektronik, dan lain-lain.

#### d. Tokopedia

Tokopedia merupakan salah satu mall belanja berbasis *online* yang memungkinkan setiap orang dan pemilik bisnis di Indonesia untuk membuka dan mengurus toko *online* mereka secara mudah dan bebas biaya, sekaligus memberikan sebuah pengalaman jual beli online aman dan nyaman. Penggunaan tokopedia sangat mudah dan tidak dipungut biaya. Tokopedia sejatinya tidak mempunyai cabang perusahaan, ia hanya memiliki kantor pusat yang bertempat di Jakarta.<sup>38</sup>

## 12. Produk Fashion

Kata *fashion* merupakan istilah dari bahasa asing yang artinya “busana” atau “pakaian” (Peter Vol.3 1987:679). Dalam bahasa latin

<sup>38</sup> Himawan, *Wawancara*, UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur, 15 November 2019.

“*factio*” yang artinya membuat atau melakukan. Arti kata *fashion* sendiri mengacu kepada kegiatan yaitu sesuatu yang dilakukan seseorang.

Tanpa disadari *fashion* adalah alat komunikasi non-verbal yang dapat dilihat dari cara seseorang berpakaian. *Fashion* yang dikenakan seseorang mencerminkan tentang siapa dirinya. *Fashion* bukanlah sesuatu yang nyata, tetapi dapat diungkapkan secara nyata melalui pakaian. *Fashion* sendiri merupakan suatu cara yang dilakukan untuk penampilan seseorang. Ketika melihat seseorang, hal yang pertama yang akan kita lihat adalah penampilannya. Penampilan merupakan keadaan diri dari ujung rambut sampai ujung kaki yang tampak dan dapat dilihat oleh pancaindera; mata. Bahkan ketika seseorang yang sering kita temui bukanlah orang yang *fashionable* maka tetap kita akan mencoba untuk mendeskripsikan keadaan dirinya melalui pakaian yang ia kenakan dan begitu pula sebaliknya. *Fashion* juga mencerminkan suasana hati seseorang, ketika seseorang memilih model dan warna yang ingin dikenakannya, secara tidak sadar seseorang yang melihatnya akan menerjemahkan suasana hatinya melalui pakaian. Orang-orang yang cenderung *fashionable* lebih mudah ditebak suasana hatinya melalui pakaian yang ia kenakan.<sup>39</sup>

### **13. Jenis-jenis Produk Fashion**

- a. Baju atasan
- b. Celana panjang

---

<sup>39</sup> Indah Putriutami, “*Perlindungan Konsumen Dalam Bisnis Fashion Online Perspektif Hukum Nasional Dan Hukum Islam*”, (Skripsi Fakultas Syariah Dan ekonomi Islam 2018),32.

- c. Sepatu
- d. Tas
- e. Jam tangan
- f. Sandal
- g. Kosmetik
- h. Kebaya
- i. Dress
- j. Aksesoris



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Dan Jenis Pendekatan

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*), penelitian lapangan merupakan penelitian; yang dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan untuk melihat serta mengambil data secara langsung.

Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti adalah pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang berusaha mendefinisikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang ataupun mengambil masalah-masalah yang atau memuaskan perhatian kepada masalah-masalah yang actual sebagaimana adanya saat penelitian yang berlangsung dilaksanakan.<sup>40</sup>

Dalam pendekatan ini menggunakan kualitatif dengan jenis deskriptif. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif peneliti ingin langsung mengetahui dari perilaku tempat penelitian yaitu menyajikan data, menganalisis, dan mengintegrasikannya. Dengan menggambarkan dan mendeskriptifkan langsung bagaimana upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* produk *fashion* oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.

#### B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur yang terletak di Jl. Trunojoyo No. 36 Jember, Jawa Timur.

---

<sup>40</sup> Nana Sudjana dkk. *Penelitian dan Penilaian*, (Bandung:Sinar Baru, 1989 ),46



### C. Subjek Penelitian

Dalam menentukan subjek penelitian, atau untuk menentukan siapa yang menjadi sumber data, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive*. Berbeda dengan cara-cara penentuan sampel yang lain, penentuan sumber informasi secara *purposive* dilandasi tujuan atau pertimbangan tertentu terlebih dahulu. Oleh karena itu, pengambilan sumber informasi (informan) didasarkan pada maksud yang telah ditetapkan sebelumnya. *Purposive* dapat diartikan sebagai maksud, tujuan, atau kegunaan.<sup>41</sup>

Pertimbangan yang digunakan dalam menentukan informan yaitu berdasarkan beberapa hal, antara lain:

- a. Orang tersebut sebagai kepala UPT Perlindungan Konsumen Jember Disperindag Jawa Timur.
- b. Orang tersebut sebagai karyawan UPT Perlindungan Konsumen Jember Disperindag Jawa Timur.

### D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik utama dalam penelitian, pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai sumber. Penelitian dibutuhkan objek atau sasaran penelitian yang mana objek atau sasaran tersebut umumnya eksis dalam jumlah yang besar atau banyak. Teknik pengumpulan data adalah cara untuk memperoleh data-data yang diperlukan untuk penelitian.

---

<sup>41</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”, (Bandung: Alfabeta, 2015), 223.

Teknik pengumpulan data pada metode penelitian kualitatif ada 3 macam, yaitu:

### 1. Observasi

Observasi adalah metode pengamatan dan pencatatan gejala-gejala atau fenomena yang diteliti. “*Cartwright dan Cartwright*” mendefinisikan sebagai suatu proses melihat, mengamati, dan mencermati serta “merekam” perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu.<sup>42</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknis observasi partisipan yaitu bentuk observasi yang dimana peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan merasakan suka dukanya.<sup>43</sup>

### 2. Wawancara

Wawancara adalah cara menjangkau informasi atau data melalui interaksi verbal/lisan. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara struktur maupun bebas dengan Kepala UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur dan karyawan UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur untuk menganalisis upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli produk *fashion*.

#### a. Kepala pimpinan UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur

<sup>42</sup> Haris Herdiansyah, “*Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*”. (Jakarta: Humanika, 2002), 131

<sup>43</sup> Sugiyono, “*Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”, 227

- b. Karyawan UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang berlaku, lalu berupa tulisan, gambar, atau karya-karya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber dokumentasi karena penulis memerlukan sumber pendukung atau tambahan.

Adapun data yang diperoleh dari metode dokumenter ini adalah:

- a. Profil UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur
- b. Visi dan misi UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur
- c. Struktur organisasi dan data-data yang mencakup upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* produk *fashion* oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.

### 4. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu mengumpulkan informasi dengan cara membaca literatur dan catatan lainnya yang berhubungan dengan upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli produk *fashion* yang diterapkan untuk menunjang penelitian ini, dengan mengutip beberapa teori yang dikemukakan oleh beberapa ahli yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

## E. Analisis Data

Metode analisis data dalam penilaian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Yaitu prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis ataupun narasi dari orang-orang yang berkaitan dengan penelitian.<sup>44</sup>

Penelitian ini berbentuk kualitatif data yang di ambil adalah deskriptif yang berupa kata-kata atau tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati data-data tersebut diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan diinformasikan kepada orang lain. Analisis data yang dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.<sup>45</sup>

Jadi analisis data deskriptif kualitatif adalah menganalisis data yang sudah terkumpul berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

## F. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep keahlian (*validitas*) dan kendala (*reabilitas*). Untuk menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan, pelaksanaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Ada empat kriteria yang digunakan, yaitu derajat kepercayaan, keterampilan kebergantungan, dan kepastian. Pada penelitian

---

<sup>44</sup> Lexy J Moleong, “*Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*”, 248.

<sup>45</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Pendidikan*”, (Bandung : Alfabeta, 2010 ),401.

ini, dalam hasil pengujian keabsahan data yang diperoleh yaitu menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan dan perbandingan terhadap data itu. Adapun teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain.

Adapun langkah dalam triangulasi sumber yaitu:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan masyarakat dari berbagai kelas.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.<sup>46</sup>

## **G. Tahapan-tahapan Penelitian**

Tahapan-tahapan yang dimaksud dengan penelitian ini yaitu berkaitan dengan proses pelaksanaan penelitian. Tahapan-tahapan penelitian yang

---

<sup>46</sup> Ibid.,337.

peneliti lakukan terdiri dari tahapan pra lapangan, tahapan pelaksanaan penelitian dan tahapan penyelesaian. Berikut penjelasannya:

### 1. Tahap Pra Lapangan

- a. Menentukan lokasi penelitian yaitu di UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur
- b. Menyusun proposal penelitian
- c. Mengurus surat izin (jika diberlakukan)

### 2. Tahapan Pelaksanaan Penelitian

Pada tahap ini peneliti mengadakan observasi dengan melibatkan beberapa informan untuk memperoleh data. Yaitu kepada Kepala Unit dan Karyawan UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.

### 3. Tahap Pengesahan

Tahap pengesahan merupakan tahap yang paling akhir dari sebuah penelitian. Pada tahap ini, peneliti menyusun data yang telah dianalisis dan disimpulkan dalam bentuk karya ilmiah yang berlaku di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Objek Penelitian

##### 1. Sejarah Berdirinya UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur<sup>47</sup>

UPT Perlindungan Konsumen Jember adalah Unit Pelaksana Teknis (UPT) di Lingkungan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur yang melaksanakan kegiatan teknis operasional dan/atau kegiatan teknis penunjang tertentu, yaitu pengawasan barang beredar, Jasa dan Tertib Niaga Serta pemberdayaan konsumen dan pelaku usaha sesuai dengan Peraturan Gubernur Jawa Timur No. 60 Tahun 2018 tentang Nomenklatur, Susunan Organisasi, Uraian Tugas, dan Fungsi serta Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur yang beralamat di Jl. Trunojoyo No. 36 Jember

UPT Perlindungan Konsumen Jember mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Dinas dalam pengawasan barang beredar, Jasa dan Tertib Niaga, serta Pemberdayaan konsumen dan pelaku usaha.

Untuk melaksanakan tugas yang dimaksud, UPT Perlindungan Konsumen Jember mempunyai fungsi:

- a. Penyusunan rencana dan program kerja;

---

<sup>47</sup> Himawan, *Wawancara*, Jember, 15 November 2019.

- b. Pengelolaan dan pelayanan administrasi umum baik internal maupun eksternal;
- c. Pelaksanaan tugas ketatausahaan;
- d. Pelaksanaan pengawasan barang beredar dan jasa di pasar dan tempat penyimpanan serta tindak lanjut hasil pengawasan perlindungan konsumen;
- e. Pelaksanaan pemberdayaan konsumen dan pelaku usaha;
- f. Pelaksanaan pelatihan dan pengembangan perlindungan, pemberdayaan konsumen dan pelaku usaha;
- g. Pengoordinasian dan pemberian pelayanan ketatausahaan, pengawasan barang beredar dan jasa, serta pemberdayaan konsumen dan pelaku usaha
- h. Pelaksanaan monitoring, evaluasi dan pelaporan program kerja; dan
- i. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh kepala dinas.
- j. Wilayah kerja UPT Perlindungan Konsumen Jember meliputi :
  - k. Kabupaten Banyuwangi;
  - l. Kabupaten Situbondo;
  - m. Kabupaten Bondowoso;
  - n. Kabupaten Jember;
  - o. Kabupaten Lumajang;
  - p. Kabupaten Probolinggo;
  - q. Kota Probolinggo;



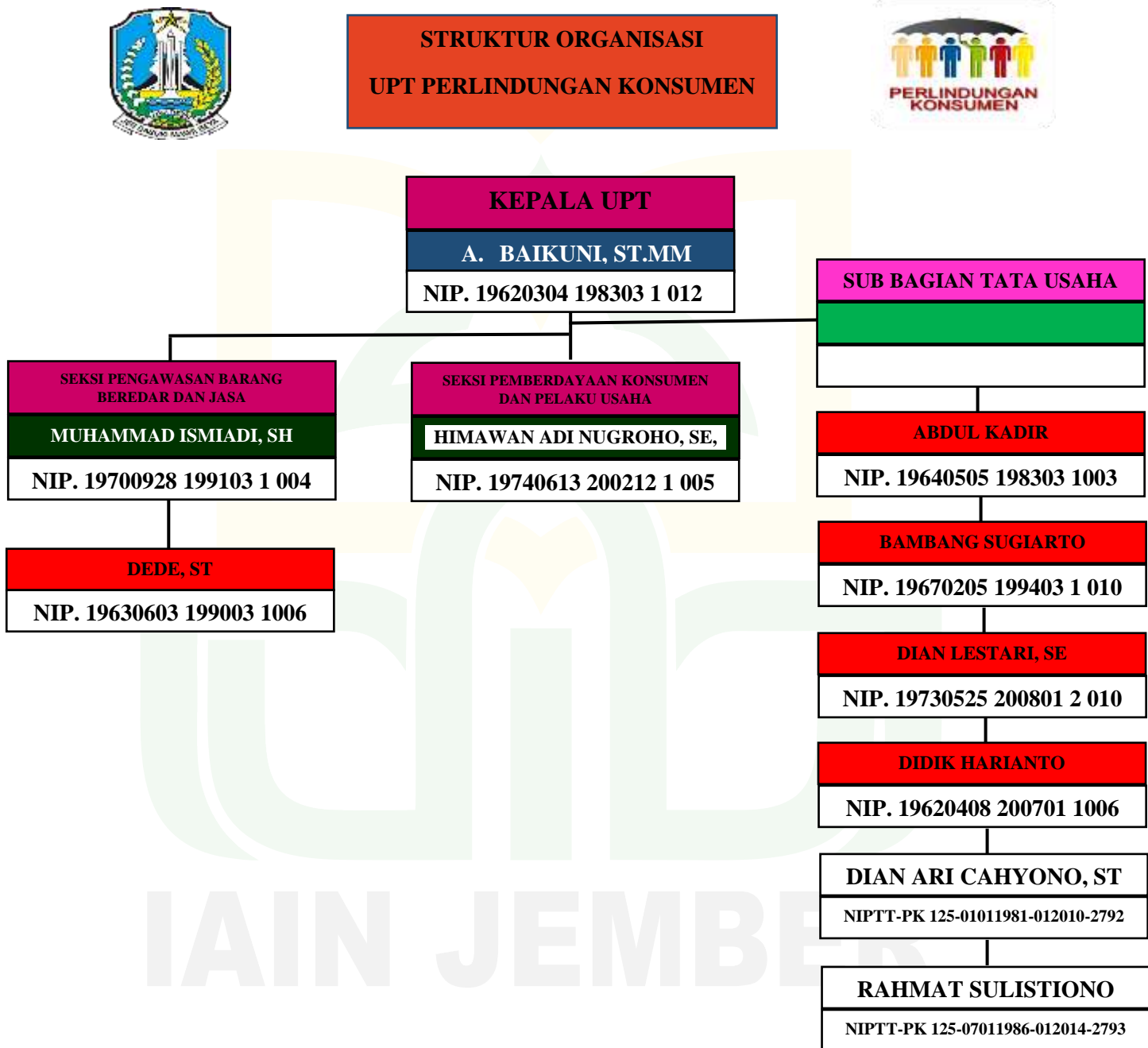
## **2. Letak Geografis UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur**

UPT Perlindungan Konsumen Jember adalah Unit Pelaksana Teknis (UPT) di Lingkungan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur yang melaksanakan kegiatan teknis operasional dan/atau kegiatan teknis penunjang tertentu, yaitu pengawasan barang beredar, Jasa dan Tertib Niaga Serta pemberdayaan konsumen dan pelaku usaha sesuai dengan Peraturan Gubernur Jawa Timur No. 60 Tahun 2018 tentang Nomenklatur, Susunan Organisasi, Uraian Tugas, dan Fungsi serta Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur yang beralamat di Jl. Trunojoyo No. 36 Jember.

UPT Perlindungan Konsumen Jember mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Dinas dalam pengawasan barang beredar, Jasa dan Tertib Niaga, serta Pemberdayaan konsumen dan pelaku usaha.

**IAIN JEMBER**

**Gambar 2.1**  
**Struktur Organisasi UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas**  
**Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur**



*Sumber:* Dokumentasi, Struktur Organisasi UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur, 22 Januari 2020.

Keterangan:

a. Kepala Dinas :

➤ Baikuni, ST.MM

b. Seksi Pemberdayaan Konsumen Dan Pelaku Usaha :

➤ Himawan Adi Nugroho, SE.

c. Seksi Pengawasan Barang Beredar Dan Jasa :

➤ Muhammad Ismiadi,SH

➤ Dede, ST

d. Sub Bagian Tata Usaha :

➤ Abdul Kadir

➤ Bambang Sugiarto

➤ Dian Lestari, SE.

➤ Didik Harianto

➤ Dian Ari Cahyono

### **3. Visi dan Misi UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa timur**

#### **a. Visi**

Bertitik tolak dari berbagai kondisi pembangunan sektor industri dan perdagangan yang akan dihadapi Provinsi Jawa Timur 2014-2019, maka dibutuhkan solusi-solusi strategis untuk

mengatasinya selama 5 (lima) tahun mendatang. Untuk itu, pembangunan sektor industri dan perdagangan di Jawa Timur 2014-2019 berangkat dari landasan visi :

*”Jawa Timur sebagai pusat industri dan perdagangan terkemuka yang lebih berdaya saing global dan mandiri”.*

Visi UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Provinsi Jawa Timur ini merupakan pengejawantahan dari kondisi perekonomian dan Visi Provinsi Jawa Timur di mana selama beberapa tahun terakhir perekonomian Jawa Timur didominasi oleh sektor industri dan subsektor perdagangan (sektor ini merupakan lokomotif pertumbuhan ekonomi), di samping itu inti dari visi tersebut adalah bagaimana mewujudkan industri dan perdagangan yang mandiri dan berdaya saing global.

**b. Misi**

Untuk mewujudkan Visi UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Provinsi Jawa Timur di atas, ditempuh beberapa misi sebagai berikut:

- 1) Mewujudkan peningkatan nilai tambah industri, penguasaan teknologi industri dan penguatan struktur industri.
- 2) Mewujudkan peningkatan kinerja ekspor non migas.
- 3) Mewujudkan penguatan pangsa pasar dan peningkatan efisiensi perdagangan dalam negeri

4) Mewujudkan Perlindungan Konsumen dan Pengamanan Perdagangan

5) Sejarah Singkat

6) Diposting oleh Administrator-2012-05-13

7) Ditetapkannya Undang-undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang

Pemerintahan Daerah merupakan awal dimulainya era Otonomi Daerah, dimana pembinaan dan pengembangan di bidang industri dan perdagangan di Jawa Timur kemudian diintegrasikan antara Instansi Kantor Wilayah Departemen Perindustrian dan Kantor Wilayah Departemen Perdagangan menjadi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur yang ditetapkan oleh Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor **30 Tahun 2000**

***tentang Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Jawa Timur.*** Pada saat itu, Disperindag dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang dibantu oleh seorang Wakil Kepala Dinas; Bagian Tata Usaha; 7 (tujuh) Sub Dinas (Penyusunan Program, Bina Produksi, Bina Sarana, Bina Usaha, Perdagangan Dalam Negeri, Perdagangan Luar Negeri, & Metrologi); Kelompok Jabatan Fungsional; dan Unit Pelaksana Teknis Dinas.

8) Selanjutnya setelah terbitnya ***Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah*** sebagai pengganti Undang-undang Nomor 22 Tahun 1999 mengalami perubahan beberapa kali melalui Undang-undang Nomor 12 Tahun 2008 sebagai

perubahan kedua dari Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 dan terbitnya *Peraturan Pemerintah Nomor 41 tahun 2007 tentang Organisasi Perangkat Daerah*, maka Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur ditetapkan berdasarkan *Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 9 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Provinsi Jawa Timur* yang dipimpin oleh seorang Kepala Dinas dan dibantu oleh seorang Sekretaris Dinas; 7 (tujuh) Bidang (Standardisasi dan Desain Produk Industri, Industri Agro & Kimia, Industri Logam Mesin Tekstil & Aneka, Industri Alat Transportasi Elektronika & Telematika, Perdagangan Dalam Negeri, Perdagangan Internasional, dan Metrologi); Kelompok Jabatan Fungsional dan Unit Pelaksana Teknis Dinas.

- 9) Dengan terbitnya *Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 2016 tentang Perangkat Daerah*, maka Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur ditetapkan berdasarkan *Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 11 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah* yang dipimpin oleh seorang Kepala Dinas dan dibantu oleh seorang Sekretaris Dinas; 5 (lima) Bidang (Agro, Non-Agro, Perdagangan Dalam Negeri, Perdagangan Internasional, Pengembangan Industri &

Perdagangan); Kelompok Jabatan Fungsional dan Unit Pelaksana Teknis Dinas.<sup>48</sup>

**c. Kegiatan UPT Perlindungan Kosumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur**

1) Sub Bagian Tata Usaha, mempunyai tugas :

- a) Menganalisa konsep rencana dan kegiatan kerja tata usaha UPT;
- b) Melaksanakan pengelolaan surat menyurat, urusan rumah tangga, kehumasan dan kearsipan;
- c) Melaksanakan pengelolaan administrasi kepegawaian;
- d) Melaksanakan pengelolaan administrasi keuangan;
- e) Melaksanakan pengelolaan perlengkapan dan peralatan kantor;
- f) Melaksanakan pengelolaan data dan informasi;
- g) Melakukan monitoring, evaluasi dan pelaksanaan kegiatan tata usaha; dan
- h) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala UPT.

2) Seksi Pengawasan Barang Beredar, Jasa dan Tertib Niaga mempunyai tugas :

- a) Menyusun rencana kegiatan pengawasan barang beredar dan jasa;

---

<sup>48</sup> Dokumentasi, Visi dan Misi UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur, 20 Agustus 2019.

- b) Melaksanakan pengawasan barang beredar dan jasa di pasar dan tempat penyimpanan di seluruh daerah Kabupaten/Kota sesuai wilayah kerjanya;
  - c) Melaksanakan tindak lanjut hasil pengawasan di bidang perdagangan dan perlindungan konsumen;
  - d) Melaksanakan pelatihan pengawasan barang beredar dan jasa;
  - e) Melakukan evaluasi dan pelaporan kegiatan pengawasan barang beredar dan jasa; dan
  - f) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala UPT.
- 3) Seksi Pemberdayaan Konsumen dan Pelaku Usaha, mempunyai tugas :
- a) Menyusun rencana kegiatan pengawasan barang beredar ,Jasa dan Tertib Niaga;
  - b) Melaksanakan pengawasan barang beredar dan jasa di pasar dan tempat penyimpanan di seluruh daerah Kabupaten/Kota sesuai wilayah kerjanya;
  - c) Melaksanakan tindak lanjut hasil pengawasan di bidang perdagangan dan perlindungan konsumen;
  - d) Melaksanakan pelatihan pengawasan barang beredar,Jasa dan Tertib Niaga;
  - e) Melakukan evaluasi dan pelaporan kegiatan pengawasan barang beredar,Jasa dan Tertib Niaga;



f) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala UPT.

## **B. Penyajian Data dan Analisis**

Penyajian data merupakan bagian data yang mengungkap data yang dihasilkan dalam penelitian yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan analisis data yang relevan. Sebagaimana telah dijelaskan bahwa dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan catatan lapangan sebagai alat untuk mendukung penelitian ini. Secara berurutan akan disajikan data-data penelitian yang mengacu pada fokus masalah, sebagai berikut:

### **1. Transaksi Jual Beli *Online* Produk *Fashion* Di Kabupaten Jember**

Seperti yang telah dijelaskan pada Bab II bahwasanya jual beli *online* merupakan salah satu jenis transaksi jual-beli yang menggunakan media internet dalam penjualannya, yang saat ini paling banyak dilakukan ialah dengan berbasis kepada media sosial seperti facebook, twitter, dan berbagai media sosial lainnya untuk memasarkan produk yang mereka jual. Jual beli *online* sering kali disebut juga dengan *online shopping*, atau jual beli melalui media internet. Jual beli *online* sebagai satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

Jual beli *online* juga merupakan suatu kegiatan jual beli dimana penjual dan pembelinya tidak harus bertemu untuk melakukan negosiasi dan transaksi komunikasi yang digunakan oleh penjual dan pembeli bisa melalui alat komunikasi seperti chat, telfon, sms, bbm, dan sebagainya.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Himawan selaku Seksi Pemberdayaan Konsumen Dan Pelaku di UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur sebagai berikut:

“Untuk saat ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memang sangat cepat mbak, yang dapat membuka peluang bagi siapapun para pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya melalui media internet seperti halnya jual beli online ini. Yangmana kegiatan usaha ini mudah dan banyak diminati oleh masyarakat mbak. Apalagi untuk jual beli online produk fashion ini, tidak hanya kalangan pemuda saja yang membutuhkan dan menggemari produk fashion ya mbak, untuk anak kecil hingga dewasa sekarang sangat mudah didapatkan pada transaksi jual beli online. Dengan berbagai model dan tren saat ini, jadi masyarakat menurut kami sangat terbantu dengan adanya transaksi jual beli online ini mbak, hanya bisa duduk diam dirumah dengan menggunakan hp android dan memiliki koneksi internet sudah bisa melakukan transaksi jual beli online dari canggihnya teknologi ya mbak, akan tetapi sebagai masyarakat atau konsumen perlu juga berhati-hati dalam melakukan transaksi jual beli online ini mbak, agar terhindar dari penipuan. Dan untuk produsen harus memberikan kepercayaan bagi para pelanggan agar memiliki rasa kepuasan atas barang yang telah dibeli mbak”<sup>49</sup>.

Seperti yang telah dijelaskan diatas bahwasanya dengan perkembangnya teknologi infomasi dapat membuka banyak peluang bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya dengan jual beli *online* yang dapat memudahkan dan banyak diminati oleh masyarakat

<sup>49</sup> Himawan, *Wawancara*, Jember, 23 Januari 2020.

dalam melakukan transaksi jual beli *online* produk *fashion* khususnya diwilayah kabupaten Jember.

Sebagaimana yang dipaparkan oleh Bapak Ismiadi selaku Seksi Pengawasan Barang Beredar Dan Jasa di UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur sebagai berikut:

“Mengenai jual beli online ini sangat mudah mbak *online shop* ini tidak membutuhkan manajemen dan karyawan sebanyak toko dan mall yang ada. Untuk pelanggan *online shop* di Kab . Jember ini rata-rata sudah banyak yang mengenal tentang bisnis *online* itu sendiri kenapa begitu? Karena *online shop* ini sudah menjadi barang lumrah yang memang banyak dimanfaatkan untuk meningkatkan bisnis local maupun *go internasional* sekalipun dan untuk Kab. Jember saat ini banyak kita jumpai toko-toko yang berbasis *online* mbak yang menggunakan internet seperti halnya olx, lazada, tokopedia, shopee, bukalapak di kab. Jember karena memiliki kemudahan dan fasilitas barang yang baru dan barang yang tidak terpakai untuk di jual melalui internet serta bisa melakukan negoisasi antara penjual dan pembeli dari hebatnya perkembangan teknologi mbak”.<sup>50</sup>

Begitu pula pemaparan Bapak Didik Didik Harianto selaku Sub Bagian Tata Usaha di UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur terkait dengan kondisi transaksi jual *beli online* produk *fashion* di Kab. Jember :

“Bagi pelanggan *online shop* di kab. Jember transaksi pembeliannya banyak menggunakan *facebook, whatsapp, Instagram, serta website* mbak. Untuk pelanggan online shop di kab. Jember rata-rata melakukan transaksi *online* dalam jumlah kecil seperti pembelian baju, tas, celana, kerudung untuk kebutuhan pribadinya. Dan ada juga mbak yang melakukan pembelian dalam jumlah besar untuk kegiatan bisnis dengan menjual kembali barang yang dibeli secara *online*, yang biasa disebut sebagai *reseller*. Pelanggan juga tidak ketinggalan informasi dan teknologi yang mana disibukkan dengan kegiatan lain yang menyebabkan mereka tidak bisa mengunjungi pusat perbelanjaan

<sup>50</sup> Ismiadi, *Wawancara*, Jember, 23 Januari 2020.

secara langsung di toko jadi berbelanja di *online shop* ini merupakan alternatif yang sangat memudahkan dan membantu dalam melaksanakan transaksi, namun disisi lain dalam online shop ini perlu diperhatikan mengenai kenyamanan dalam pelayanan dan kesesuaian produk atau barang yang diiklankan mbak jika tidak memperhatikan hal tersebut pelanggan *online shop* akan merasakan kecewa dan dapat mempengaruhi persepsi pelanggan *online shop* itu sendiri terutama di kabupaten jember mbak”.<sup>51</sup>

Selain itu, kegiatan pemasaran yang dilakukan penjual *online shop* harus gencar khususnya bagi pelanggan yang belum mengenal *online shop* itu sendiri. Hal ini bertujuan untuk mengenalkan produk yang dijual serta memberikan kepercayaan pelanggan bahwa produk yang ditawarkan dalam media sosial, berkualitas dan bagus. Kepercayaan pelanggan yang tinggi mengindikasikan bahwa pelanggan puas terhadap produk yang ditawarkan, dan tingginya kepuasan serta kepercayaan membuat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang, bahkan akan merekomendasikan kepada pihak lain agar bertransaksi seperti yang dilakukannya. Untuk pelanggan yang melakukan pembelian ulang, puas dan percaya terhadap produk *online*, bisa dikatakan persepsinya positif. Rasa kecewa karena ketidaksesuaian barang yang diharapkan, bisa dikatakan sebagai persepsi negatif.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Himawan selaku Seksi Pemberdayaan Konsumen Dan Pelaku di UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur mengenai kepuasan dan kekecewaan konsumen di kab. Jember sebagai berikut:

---

<sup>51</sup> Didik Hariyanto, *Wawancara*, Jember, 23 Januari 2020.

“Untuk kepuasan dan kepercayaan konsumen harus menjadi prioritas untuk produsen mbak, untuk itu sebagai produsen atau pelaku usaha harus berupaya untuk membangun sebaik mungkin kepuasan dan kepercayaan dari konsumen terhadap produknya mbak. Karena keberadaan *online shop* yang memberikan pengaruh tersendiri bagi masyarakat atau konsumen dalam mengambil keputusan untuk mengkonsumsi produknya. Untuk kepuasan dan kekecewaan dalam bertansaksi *online* pastinya ada mbak, tapi untuk di kab. Jember sendiri untuk tingkat kepuasan lebih besar daripada tingkat kekecewaan konsumen, untuk kepuasan konsumen dalam presentase terdapat 81% karena bagi konsumen *online shop* ini sangat membantu kebutuhan konsumen atau masyarakat itu sendiri mbak, dan untuk tingkat kekecewaan konsumen dalam presentase terdapat 19% karena konsumen mengalami kekecewaan dalam ketidakpuasan atas pelayanan dan kesesuaian produk yang dibeli, tapi untuk hal ini tidak berpengaruh untuk konsumen tetap melakukan transaksi jual beli *online* mbak”.<sup>52</sup>

Kepuasan pelanggan pada dasarnya merupakan resistensi sikap konsumen ditunjukkan dengan kepuasan konsumen terhadap suatu produk yang mereka konsumsi. Kinerja atau hasil melebihi harapan maka pelanggan sangat puas atau senang, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Namun apabila kinerja di atas harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Untuk kepercayaan konsumen pada dasarnya merupakan bentuk dukungan konsumen terhadap upaya yang dilakukan untuk mendapatkan segala sesuatu yang diinginkan, melalui kepercayaan seorang konsumen akan memberikan dukungan terkait dengan keputusan pembelian yang akan ditetapkan. Kepuasan dan

---

<sup>52</sup> Himawan, *Wawancara*, Jember, 23 Januari 2020

kepercayaan juga merupakan hal yang sangat penting dalam kegiatan transaksi jual beli khususnya pada jual beli *online*, yangmana dalam transaksi ini konsumen dan produsen tidak saling bertatap muka sebagaimana yang dilakukan dalam transaksi offline konsumen datang langsung ke toko untuk melakukan transaksi jual beli. Dengan berkembangnya teknologi konsumen dipermudah dan sangat terbantu dengan adanya transaksi *online* cukup diam dirumah dengan menggunakan handpone android dan memiliki koneksi internet sudah bisa melakukan transaksi jual beli *online* dengan mudah dan cepat.

Hal serupa juga disampaikan oleh Bapak Abdul Kadir selaku Sub Bagian Tata Usaha di UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur sebagai berikut:

“Untuk kepuasan dan kekecewaan konsumen di kab. Jember mengenai transaksi jual beli *online* produk *fashion* ini sangat baik mbak, jika di presentasikan untuk tingkat kepuasan terdapat 81% karena masyarakat kab. Jember sangat antusias dalam melakukan transaksi online ini, karena dengan adanya transaksi online tersebut bisa memudahkan masyarakat atau konsumen itu sendiri dalam memenuhi kebutuhan pribadinya yangmana dalam transaksi jual beli online atau online shop ini lengkap mbak, ada baju orang dewasa, sepatu, tas, jaket, bahkan pakaian untuk anak kecilpun tersedia. Untuk tingkat kekecewaan yang dialami oleh masyarakat atau konsumen kab. Jember dalam presentase terdapat 19% karena konsumen merasa kecewa padahal transaksi online produk *fashion* ini sangat membantu dan mempermudah masyarakat atau konsumen itu sendiri? Masyarakat atau konsumen merasa kecewa karena ketidaksesuaian barang atau produk yang dibeli mbak, jadi konsumen merasa dirugikan atas tindakan ini, karena kepercayaan dan kepuasanlah yang dapat menjadikan usaha menjadi lebih maju dan konsumen akan berlangganan jika mereka merasa puas mbak, tidak itu saja, untuk pelayanan produsen harus benar-benar diperhatikan karena konsumen akan merasa nyaman ketika melakukan transaksi mbak”<sup>53</sup>.

---

<sup>53</sup> Abdul Kadir, *Wawancara*, Jember , 23 Januari 2020.

Hal serupa juga disampaikan oleh Bapak Didik Harianto selaku Sub Bagian Tata Usaha di UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur sebagai berikut :

“Kepuasan itu merupakan hal yang sangat penting ketika melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun dan juga kepuasan itu merupakan hal yang paling utama ketika melakukan transaksi baik itu dalam transaksi *online* maupun offline mbak, karena ketika konsumen atau masyarakat merasa puas akan barang yang dibeli maupun puas akan pelayanan konsumen akan terus membeli produk yang produsen jual karena dari rasa puas tersebut timbullah atau muncullah rasa percaya dalam jiwa konsumen yang lambat laun akan menjadi pelanggan bagi pelaku usaha sendiri yang akan menguntungkan bagi pelaku usaha maupun konsumen itu sendiri mbak, untuk kepuasan transaksi jual beli *online* produk *fashion* atau biasa disebut dengan *online shop* ya mbak di kab. Jember ini sangat baik dalam presentase 81% karena bagi konsumen *online shop* ini sangat membantu kebutuhan konsumen atau masyarakat itu sendiri dalam produk *fashion* yangmana didalam online shop itu sendiri banyak produk kekinian yang disukai banyak masyarakat dengan model *fashion* yang baru dan tren, jadi konsumen bisa dengan mudah untuk melakukan transaksi dengan berkembangnya teknologi hanya dengan duduk dirumah dengan menggunakan hp android dan memiliki koneksi internet sangat memudahkan masyarakat mbak, apalagi bagi konsumen yang berkarir yang memiliki waktu tidak banyak untuk mendatangi langsung toko-toko yang offline. Untuk presentase kekecewaan terdapat 19% untuk kekecewaan ini disebabkan karena ketidaksesuaian barang yang dibeli dan kurangnya pelayanan dari pelaku usaha mbak yang pada akhirnya masyarakat enggan atau memiliki rasa trauma untuk melakukan transaksi jual beli *online* itu sendiri terutama dalam produk *fashion* itu sendiri”<sup>54</sup>.

Dari pemaparan diatas menjelaskan bagaimana kondisi transaksi jual beli *online* produk *fashion* di kab. Jember sebagai berikut :

<sup>54</sup> Didik Harianto, *Wawancara*, Jember 23 Januari 2020.

Tabel 3.1

**Data karyawan UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur yang pernah melakukan transaksi jual beli *online* produk *fashion* di Kabupaten Jember.**

NO	NAMA	JABATAN
1	Himawan Adi Nugroho	Seksi Pemberdayaan Konsumen Dan Pelaku Usaha
2	Muhammad Ismiadi	Seksi Pengawasan Barang Beredar Dan Jasa
3	Dede	Seksi Pengawasan Barang Beredar Dan Jasa
4	Abdul Kadir	Sub Bagian Tata Usaha
5	Bambang Sugiarto	Sub Bagian Tata Usaha
6	Dian Lestari	Sub Bagian Tata Usaha
7	Didik Harianto	Sub Bagian Tata Usaha
8	Dian Ari Cahyono	Sub Bagian Tata Usaha

Tabel 3.2

**Rangkuman kepuasan karyawan UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur yang pernah melakukan transaksi jual beli *online* produk *fashion* di Kabupaten Jember .**

NO	NAMA	FREKUENSI	
		Puas	Cukup Puas
1	Himawan Adi Nugroho	V	-
2	Muhammad Ismiadi	-	V
3	Dede	V	-
4	Abdul Kadir	V	-
5	Bambang Sugiarto	V	-
6	Dian Lestari	V	-
7	Didik Harianto	-	V
8	Dian Ari Cahyono	V	-
	Jumlah Frekuensi	6	2

Untuk kondisi transaksi jual beli *online* produk *fashion* di kabupaten jember sejauh ini sangat baik, konsumen atau pelanggan merasa sangat puas akan produk, pelayanan, serta kualitas produk yang diberikan oleh produsen. Yangmana Kepuasan merupakan hal yang sangat penting ketika melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun dan kepuasan juga



merupakan hal yang paling utama ketika melakukan transaksi baik itu dalam transaksi *online* maupun offline. Pada tabel diatas dijelaskan bahwasanya masyarakat kab. Jember yang melakukan transaksi jual beli *online* produk *fashion* dominan merasakan kepuasan akan produk maupun pelayanan dari produsen. Transaksi jual beli *online* ini sangat membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan karena luasnya cakupan pasar dan jumlah barang yang ditawarkan tidak terbatas, sehingga apa yang menjadi keinginan masyarakat akan mudah terpenuhi oleh transaksi jual beli *online* khususnya pada produk *fashion* atau biasanya disebut dengan *online shop*. Dalam kondisi bertransaksi jual beli *online* produk *fashion* di kab. Jember ada rasa kecewa dan rasa puas, yangmana masyarakat kecewa dikarenakan mereka mengalami pengalaman buruk ketika melakukan transaksi pada *online shop*, yakni adanya ketidaksesuaian barang yang dipesan seperti yang diiklankan pada sebuah situs *online shop*, sehingga mereka kecewa dan tidak puas akan layanan dari *online shop*. Dalam presentase ada 19% masyarakat merasakan kekecewaan, namun persepsi ini tidak lantas mempengaruhi pelanggan untuk membalian secara *online*. Sehingga dengan adanya kekecewaan masyarakat akan transaksi jual beli *online* produk *fashion* ini masyarakat harus tau bahwasanya barang yang berkualitas, gambar yang menarik dan harga yang murah belum tentu sesuai dengan yang dijanjikan setelah barang yang diterima oleh masyarakat, sehingga ada sebagian masyarakat memilih untuk melakukan transaksi pembelian secara nyata. Untuk presentase kepuasan terdapat 81%

masyarakat merasakan kepuasan akan produk yang dibeli, pelayanan dan kepercayaan dari produsen karena barang atau produk yang dibeli sesuai pada iklan yang dipasang dan masyarakat merasa sangat terbantu dengan adanya transaksi jual beli *online* produk *fashion* ini yang bisa dilakukan dengan mudah, cukup memiliki hp android dan koneksi internet dimanapun dan kapanpun masyarakat bisa melakukan transaksi jual beli *online* produk *fashion*.

Untuk pengaduan konsumen dalam transaksi jual beli *online* produk *fashion* yang mengalami sengketa atas barang yang dibeli, yangmana UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur sebagai wadah atau tempat pengaduan ketika konsumen tidak mendapatkan produk yang sama seperti yang dia pesan diawal.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Himawan selaku Seksi Pemberdayaan Konsumen Dan Pelaku di UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur sebagai berikut :

“untuk pegaduan terjadi setiap bulan dan perbulan ada sekitar 10 konsumen yang mengadu akan kekecewaan atas barang yang dibeli karena konsumen ingin mendapatkan hak perlindungan yang seharusnya didapatkan mbak, dan konsumen menuntut ganji rugi atas apa yang telah produsen lakukan, maka dari itu kami selaku UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur memiliki kewajiban untuk membantu konsumen yang mendapatkan masalah, dengan cara musyawarah yang akan di lanjutkan dengan badan penyelesaian sengketa konsumen (BPSK) yang memiliki wewenang untuk menyelesaikan sengketa secara musyawarah dan UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur hanya

sebagai wadah atau tempat pelaporan ketika konsumen mendapatkan masalah atau sengketa mengenai produk yang dibeli mbak”.<sup>55</sup>

Seperti yang telah dijelaskan diatas bahwasanya terdapat pengaduan konsumen kepada UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur untuk menampung keluhan yang konsumen alami ketika mendapatkan produk yang tidak sesuai dengan yang dibeli, dan konsumen berhak mendapatkan hak serta mendapatkan perlindungan atas sengketa yang telah dialami. Konsumen juga berhak mendapatkan ganti rugi, dengan adanya sengketa antara konsumen dan produsen ada lembaga yang khusus untuk menyelesaikan lembaga tersebut yaitu badan penyelesaian sengketa konsumen (BPSK) dengan cara musyawarah.

Berikut adalah Tabel Pengaduan Transaksi Jual Beli *Online* Produk *Fashion* di Kabupaten Jember :

No	Hasil yang diharapkan	Bentuk tindakan/aksi	Keterangan
1	Polisi mengambil langkah hokum terhadap pelaku usaha; pelaku usaha dikenakan	Membuat laporan/ pengaduan ke kepolisian	
2	Sanksi pidana: konsunen mendapat kompensasi financial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat pengaduan ke BPSK;</li> <li>• Membuat pengaduan ke LPKSM;</li> <li>• Mengajukan gugatan perdata ke pengadilan negeri</li> </ul>	

<sup>55</sup> Himawan, *Wawancara*, Jember, 23 Januari 2020.

3	Pelaku usaha dikenakan sanksi administrasi	Membuat pengaduan ke lembaga otoritas tertentu	Seperti untuk obat ke Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM)
4	Meminta pelaku usaha menghentikan/ melakukan perbuatan tertentu;	Meminta LPKSM mengajukan gugatan legal standing	Dalam kasus keberadaan iklan <i>misleading information</i> , langkah ini sangat efektif.
5	Meminta organisasi profesi menjatuhkan tindakan disiplin profesi	Mengadukan ke Majelis Kehormatan Disiplin Profesi	Langkah ini sangat efektif dalam kasus terjadinya malpraktik profesi dokter, pengacara, notaris dll

Dari hasil tabel diatas adalah hasil yang diharapkan dari pengaduan konsumen guna untuk memberikan hak-hak konsumen untuk dilindungi dan dijaga keamanan dan kenyamanan dalam melakukan transaksi online. Konsumen akan merasa dilindungi ketika mereka mendapatkan hak-hak yang semestinya dan seharusnya di dapatkan.

## **2. Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Produk *Fashion* oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur**

Perlindungan konsumen merupakan perangkat hukum atau jaminan yang diharuskan untuk didapatkan oleh para konsumen atas setiap barang atau produk yang dibeli dari produsen atau pelaku usaha untuk melindungi dan terpenuhinya hak konsumen yang mana seorang konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau sebagaimana mestinya. Yang mana hak-hak konsumen meliputi:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Baikuni selaku kepala UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur sebagai berikut:

“Mengenai hak-hak konsumen ya mbak, untuk hak yang pertama yaitu hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam

mengonsumsi barang. Nah masyarakat atau konsumen disini berhak mendapatkan keamanan dari barang yang ditawarkan oleh produsen atau yang menjual mbak, untuk barangnya tidak boleh membahayakan apabila dikonsumsi oleh masyarakat atau konsumen mbak, agar kenapa? Agar para pembeli atau konsumen itu tidak dirugikan baik secara rohani maupun jasmani. dan untuk mengenai hak keamanan konsumen harus benar-benar berhati-hati mbak ketika melakukan transaksi jual beli online itu sendiri. Untuk hak atas informasi sendiri ini dimaksudkan agar konsumen mendapatkan informasi yang benar dan valid mbak, biasanya untuk informasi bisa dilihat dari komentar para konsumen yang lain dan juga harus ada kejelasan mbak, yangmana hak ini yaitu untuk didengar atas apa yang telah konsumen keluhkan entah itu atas ketidakcocokan barang yang dipesan maupun keluhan lainnya yang berkaitan dengan transaksi jual beli online itu mbak. Untuk hak memilih yangmana disini sepenuhnya hak untuk konsumen mbak untuk memilih barang yang dibeli dan konsumen tidak boleh di paksa oleh produsen untuk memilih produk yang tidak ia sukai karena hak memilih disini sepenuhnya milik konsumen mbak. Untuk hak mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen disini konsumen memiliki hak menuntut pertanggungjawaban dari pihak produsen atau penjual apabila konsumen mendapatkan kerugian, dan barang yang di beli tidak sesuai atau barang yang di pesan tidak sampai ke tangan si konsumen. Konsumen disini berhak mendapatkan ganti kerugian dari produsen itu sendiri mbak. Untuk hak mendapatkan pendidikan konsumen ini tidak harus mengenai pendidikan formal saja mbak, akan tetapi bisa melalui media massa, seperti halnya mengadakan sosialisasi kan sekarang banyak tuh iklan-iklan yang di pasang. Untuk hak dilayani secara benar, jujur dan tidak diskriminatif yangmana menjadi faktor penting dalam memberikan kepuasan kepada konsumen itu sendiri mbak, yangmana produsen disini harus bisa atau harus mampu memberikan pelayanan yang baik dan ramah tanpa memandang status perbedaan mbak, jadi semua konsumen diperlakukan dengan sama tanpa memilih-milih. untuk hak mendapatkan kompensasi, ganti rugi konsumen bisa menuntut mbak, apalagi sudah tertera ini dalam hak-hak konsumen itu sendiri. Jadi kalau konsumen mendapat kerugian konsumen bisa meminta ganti rugi kepada produsen sesuai dengan kesepakatan keduanya mbak. Untuk hak yang terakhir ini hak yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya. Apabila konsumen merasa tidak menerima haknya atau merasa kecewa kepada produsen mbak maka konsumen bisa melakukan pengaduan yang bisa disampaikan kepada UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur itu sendiri

mbak yang menjadi wadah untuk menerima pengaduan dari konsumen ketika terjadi sengketa itu mbak”.<sup>56</sup>

Apabila sebagai konsumen, masyarakat merasa tidak menerima haknya, atau kecewa terhadap produsen maka masyarakat dapat melakukan pengaduan. Pengaduan bisa disampaikan kepada pelaku usaha yang mana cara ini merupakan langkah pertama yang harus dilakukan oleh konsumen untuk menyelesaikan masalahnya melalui jalan damai, bisa juga melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang mana langkah ini ditempuh apabila konsumen tidak mencapai jalan damai dengan pelaku usaha dan ingin menyelesaikan diluar pengadilan, melalui: mediasi, konsiliasi dan arbitrase, konsumen juga dapat mengajukan pengaduan kepada Dinas Indag Provinsi/Kabupaten/Kota .

Seorang pelaku usaha wajib memberi kompensasi atau ganti rugi apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan ketentuan dan perjanjian yang telah ditetapkan.

Sebagaimana yang disampaikan juga oleh Bapak Baikuni selaku kepala UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur sebagai berikut:

“Terkait dengan pengacuan atau komplek dari masyarakat untuk transaksi jual beli online ini kita belum bisa banyak berbuat termasuk juga dari pihak kepolisian yang mana perangkatnya juga terbatas apalagi kesulitannya juga produsen ada yang dari luar negeri untuk lintas negara itu hampir tidak mungkin untuk penanganannya. Satu kita perangkatnya yang terbatas yang kedua juga masalah biaya tidak kecil sementara untuk produsen lintas negara itu hampir gak mungkin kan penanganannya dan untuk prnanganan butuh biaya yang berlipat-lipat yang menjadi kendala bagi kita. Makanya disini mulai diatur kenapa

---

<sup>56</sup> Baikuni, *Wawancara*, Jember, 23 Januari 2020.

ini tidak keluar-keluar karena yang namanya online itu kan sifatnya dinamis ya artinya perkembangannya luar biasa siapa saja bisa melakukan penjualan online nah dari celah-celah ini pelan-pelan mulai di atur terus keluar kebijakan atau aturan yang bisa mengukur kesungguhan”.<sup>57</sup>

Hal tersebut juga disampaikan oleh Bapak Himawan selaku Seksi Pemberdayaan Konsumen Dan Pelaku di UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur sebagai berikut:

“Untuk perkembangan perdagangan melalui sistem elektronik saat ini yang memungkinkan setiap orang atau setiap pihak bisa melakukan aktivitas dan transaksi perdagangannya melalui sistem komunikasi elektronik mbak. Yang mana telah di tentukan oleh peraturan undang-undang mengenai perdagangan yang baik, jujur, amanah, dan menggunakan atau dilandasi dengan prinsip persaingan dagang yang sehat”.<sup>58</sup>

Tidak jauh berbeda dengan transaksi jual beli secara langsung maupun melalui transaksi jual beli online kegiatan perdagangan harus memenuhi aspek kewajiban perdagangan pada umumnya terutama mengenai kejelasan informasi baik unsur subyektif maupun obyektif yang akan berpengaruh bagi para konsumen mengenai kejelasan suatu produk yang akan diperdagangkan baik sebelum terjadinya transaksi maupun setelah terjadinya suatu transaksi tersebut. Yangmana perdagangan merupakan tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi barang dan jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan ha katas barng atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi.

<sup>57</sup> Baikuni, *Wawancara*, Jember, 23 Januari 2020.

<sup>58</sup> Himawan, *Wawancara*, Jember, 23 Januari 2020.



Untuk produsen harus memberitahukan tentang keadaan barang yang akan di beli oleh konsumen dengan jelas dan baik, agar konsumen mengetahui apa saja kecacatan yang ada pada produk. Sebagai produsen harus memiliki sifat yang jujur dan amanah dalam berdagang agar mendapatkan keberkahan disetiap transaksi yang dilakukan.

Hal tersebut juga disampaikan oleh Bapak Ismiadi selaku Seksi Pengawasan Barang Beredar Dan Jasa di UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur sebagai berikut:

“Untuk kami disini hanya sebagai penampung saja ketika ada sengketa antara konsumen dan produsen mbak, polisi saja akan kesulitan pasti yakin yang mana disini ada sebuah lembaga yang menangani ketika terjadi suatu sengketa lembaga tersebut yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang berfungsi sebagai alternatif konsumen untuk menyelesaikan sengketa di luar pengadilan dan yang bisa kami lakukan untuk upayanya yaitu kami melakukan lebih kepada edukasi dan sosialisasi mbak”.<sup>59</sup>

Seperti yang telah dijelaskan diatas bahwasanya konsumen merupakan setiap orang yang menggunakan barang untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi maupun keluarga yang mana perkembangan teknologi informasi mengalami kemajuan yang sangat pesat sehingga menciptakan perubahan suatu ekonomi Indonesia itu sendiri. Di Indonesia sendiri mengalami dampak positif dan negatif dengan adanya perkembangan teknologi itu sendiri, yangmana perkembangan teknologi telah merubah kebiasaan masyarakat yang sebelumnya melakukan transaksi jual beli secara langsung atau tatap muka, kini

---

<sup>59</sup> Ismiadi, *Wawancara*, Jember, 23 Januari 2020.

perlahan berubah menjadi sebuah gaya baru yaitu transaksi jual beli melalui internet atau transaksi *online*. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Bapak Himawan selaku seksi pemberdayaan konsumen dan pelaku usaha adalah sebagai berikut:

“Untuk jual beli online ini memang sangat berkembang untuk saat ini mbak, kenapa saya bilang seperti ini? karena jual beli online dapat mempermudah masyarakat untuk melakukan transaksi, tapi disisi lain banyak juga menyebabkan adanya kekecewaan bagi masyarakat ketika barang yang dipesan tidak sesuai dengan apa-apa yang di pesan atau dibeli. Nah itu juga merupakan kelemahan dari jual beli online itu sendiri khususnya bagi produk fashion ini, entah itu ketidaksamaan warna atau model yang dipilih. Maka dari itulah kami disini sebagai UPT perlindungan konsumen dan dinas perindustrian perdagangan hanya sebagai wadah masyarakat untuk melapor ketika memiliki sengketa terhadap produsen itu sendiri mbak”.<sup>60</sup>

Hal ini juga dipaparkan oleh Bapak Didik Harianto selaku Sub Bagian Tata Usaha di UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur sebagai berikut:

“Mengenai upaya yang dilakukan oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur, kami disini melakukan atau mengadakan sosialisasi mengenai transaksi jual beli online untuk menjadikan konsumen yang cerdas dalam memilih barang yang akan dikonsumsi mbak. Dan mengenai upaya pengawasan kami disini belum bisa melaksanakan dikarenakan sulit untuk mengawasi barang yang beredar dikalangan pengusaha online, kami hanya sebagai wadah untuk masyarakat atau konsumen ketika terjadi suatu sengketa. Jadi, untuk upayanya yaitu dengan cara mengadakan sosialisasi untuk menjadikan konsumen cerdas dan menampung semua keluhan dan kekecewaan yang konsumen rasakan atau yang konsumen alami”.<sup>61</sup>

<sup>60</sup> Himawan, *Wawancara*, , 23 Januari 2020.

<sup>61</sup> Didik Harianto, *Wawancara*, Jember, 23 Januari 2020.

Hal serupa juga disampaikan oleh Bapak Abdul Kadir selaku Sub Bagian Tata Usaha di UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur sebagai berikut:

“ini kan mengenai upaya dari UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur itu sendiri ya, tidak banyak yang kami lakukan karena kami disini sebagai wadah atau tempat penerima laporan ketika terjadi sengketa antara pelaku usaha dan konsumen kan, jadi untuk menindak lanjuti hal itu ada lembaga khusus yang menangani permasalahan itu, jadi kami disini hanya mengadakan sosialisasi untuk konsumen, bisa ditoko, browsur, pamflet atau seminar mengenai transaksi jual beli online itu agar konsumen ndak gampang tertipu oleh gambar melainkan memilah dan memilih barang yang akan dibeli, biasanya kalua transaksi jual beli online ini bisa dilihat dari komentar-komentarnya jadi konsumen bisa mempertimbangkan dan dilihat dari pelayanannya”.<sup>62</sup>

Dari hasil wawancara dari beberapa narasumber diatas dijelaskan bahwasanya upaya yang UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur lakukan yaitu dengan menjadikan konsumen yang cerdas dengan mengadakan sosialisasi mengenai transaksi jual beli online itu sendiri, bisa berupa browsur, pamflet dan seminar mengenai transaksi jual beli online yang akan menjadikan konsumen cerdas dalam memilih suatu produk yang akan digunakan maupun dikonsumsi.

Sedangkan untuk UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur itu sendiri hanya sebagai wadah atau tempat masyarakat atau konsumen melaporkan atau sebagai tempat mengadu ketika mengalami sengketa mengenai ketidaksesuaian barang yang telah dibeli. Dan untuk penanganan lanjut ada

---

<sup>62</sup> Abdul Kadir, *Wawancara*, Jember, 23 Januari 2020.

lembaga tersendiri yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang merupakan lembaga non struktur yang berkedudukan di kabupaten atau kota yang berfungsi sebagai alternatif bagi konsumen untuk menyelesaikan sengketa diluar pengadilan dengan prinsip mudah, sederhana dan cepat. Yang mana penyelesaian sengketa di BPSK dapat dilakukan dengan 3 cara, hal tersebut tergantung pada pilihan dan kesepakatan para pihak yang bersengketa yaitu dengan cara konsiliasi, mediasi dan arbitrase. Jika para pihak memilih konsiliasi atau mediasi, maka BPSK hanya bertindak sebagai fasilitator mempertemukan para pihak, mendamaikan secara aktif, memberikan saran dan anjuran serta menerangkan hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Apabila terjadi suatu sengketa antara penjual dan pembeli barang *online*.

### **C. Pembahasan Temuan**

Berdasarkan hasil penelitian dari data penelitian yang diperoleh melalui metode observasi, wawancara dan dokumentasi yang berkenaan dengan analisis jual beli *online* mengenai Upaya Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli *Online* Produk *Fashion* oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur, maka hasil tersebut perlu diadakan pembahasan terhadap hasil temuan dalam bentuk interpretasi dan dikaitkan dengan teori-teori yang relevan berkaitan dengan topik penelitian untuk itu pembahasan temuan akan disesuaikan dengan yang menjadi pokok pembahasan, guna mempermudah

dalam jawaban pertanyaan yang menjadi landasan dalam melakukan penelitian.

### **1. Transaksi Jual Beli Online Produk Fashion Di Kabupaten Jember.**

Jual beli *online* juga merupakan suatu kegiatan jual beli dimana penjual dan pembelinya tidak harus bertemu untuk melakukan negosiasi dan transaksi komunikasi yang digunakan oleh penjual dan pembeli bisa melalui alat komunikasi seperti chat, telfon, sms, bbm, dan sebagainya. Dengan adanya transaksi jual beli *online* sangat membantu dan mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pribadi maupun keluarga, khususnya pada transaksi jual beli *online* produk *fashion*.

Kondisi jual beli *online* produk *fashion* di kabupaten jember sejauh sangat baik, tingkat kepuasan lebih dominan banyak daripada tingkat kekecewaan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Kecewa adalah bentuk ketidakpuasan konsumen atas transaksi yang dilakukan memberikan bukti nyata bahwa transaksi yang dilakukan belum sepenuhnya sesuai harapan atau keinginan konsumen.

Jual beli *online* produk *fashion* di kabupaten jember terbukti sangat baik dengan tingkat presentase 81% untuk kepuasan konsumen atau masyarakat merasakan kepuasan akan produk yang dibeli, pelayanan dan kepercayaan dari produsen karena barang atau produk yang dibeli

sesuai pada iklan yang dipasang dan masyarakat merasa sangat terbantu dengan adanya jual beli *online* produk *fashion* di kabupaten jember ini. Untuk tingkat kekecewaan dalam jual beli online produk fashion di kabupaten jember dengan tingkat presentase sebanyak 19% konsomen atau masyarakat kecewa dikarenakan mereka mengalami pengalaman buruk ketika melakukan transaksi pada *online shop*, yakni adanya ketidaksesuaian barang yang dipesan seperti yang diiklankan pada sebuah situs *online shop*.

Berikut adalah Data Volume Transaksi Jual Beli Online Produk Fashion di Kabupaten Jember :

<b>BULAN</b>	<b>VOLUME</b>
<b>Januari</b>	<b>1.500</b>
<b>Februari</b>	<b>1.600</b>
<b>Maret</b>	<b>1.600</b>
<b>April</b>	<b>1.400</b>
<b>Mei</b>	<b>1.200</b>
<b>Juni</b>	<b>1.000</b>
<b>Juli</b>	<b>700</b>
<b>Agustus</b>	<b>600</b>
<b>September</b>	<b>900</b>
<b>Oktober</b>	<b>1.100</b>
<b>November</b>	<b>1.200</b>
<b>Desember</b>	<b>1.400</b>

Perkembangan data volume transaksi jual beli online produk fashion di kabupaten jember mengalami peningkatan dari bulan ke bulan. Naik turunnya data volume transaksi akan sangat berpengaruh terhadap perkembangan dan kelangsungan hidup suatu produk yang dipasarkan. Apabila penjualan mengalami kenaikan hasil penjualan, maka produk akan dapat semakin berkembang dan akan tempat yang dominan dalam pasar konsumen, demikian sebaliknya.

Jual beli *online* terbukti mempermudah masyarakat dan konsumen dalam memenuhi kebutuhan pribadi dan keluarga sehari-hari dengan mudah dan tidak kalah saing dengan jual beli offline dengan tingkat kepuasan dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen jual beli *online* itu sendiri.

## **2. Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Fashion Oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur?**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen disebutkan: “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen”. Perlindungan konsumen merupakan perangkat hukum atau jaminan yang diharuskan untuk didapatkan oleh para konsumen atas setiap barang atau produk yang dibeli dari produsen atau pelaku usaha untuk melindungi dan

terpenuhinya hak konsumen yang mana seorang konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau sebagaimana mestinya.

UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur berperan sebagai wadah atau tempat masyarakat atau konsumen untuk melaporkan sengketa yang dialami atau sebagai tempat pengaduan ketika mengalami sengketa mengenai ketidaksesuaian barang yang telah dibeli. Dan untuk penanganan lanjut ada lembaga tersendiri yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang merupakan lembaga non struktur yang berkedudukan di kabupaten atau kota yang berfungsi sebagai alternatif bagi konsumen untuk menyelesaikan sengketa diluar pengadilan dengan prinsip mudah, sederhana dan cepat.

Upaya yang dilakukan oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur adalah melakukan atau mengadakan seminar dengan menjadikan konsumen yang cerdas dengan mengadakan sosialisasi mengenai transaksi jual beli *online* itu sendiri, bisa berupa browsur, pamflet dan seminar mengenai transaksi jual beli *online* yang akan menjadikan konsumen cerdas dalam memilih suatu produk yang akan digunakan maupun dikonsumsi.

Adanya upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online produk fashion oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur diakui



konsumen dalam membantu kenyamanan dan keamanan dalam bertransaksi dengan tujuan menjadikan konsumen cerdas melalui upaya-upaya yang dilakukan oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Disperindag Jawa Timur itu sendiri.





## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Setelah memberikan pengantar dan gambaran secara terpadu dan menganalisis berapa permasalahan-permasalahan yang diteliti, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Produk *Fashion* Oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.

##### 1. Transaksi Jual Beli Online Produk Fashion Di Kabupaten Jember.

Transaksi jual beli *online* produk *fashion* di kabupaten jember sangat baik dengan tingkat kepuasan yang dominan lebih banyak daripada tingkat kekecewaan. Dengan tingkat presentase 81% untuk kepuasan konsumen atau masyarakat, kepuasan akan produk yang dibeli, pelayanan dan kepercayaan dari produsen karena barang atau produk yang dibeli sesuai pada iklan. Untuk tingkat kekecewaan dalam jual beli *online* produk *fashion* di kabupaten jember dengan tingkat presentase 19% untuk konsomen atau masyarakat, kekecewaan dikarenakan mereka mengalami pengalaman buruk ketika melakukan transaksi pada *online shop*, yakni adanya ketidaksesuaian barang yang dipesan seperti yang diiklankan pada sebuah situs *online shop*.

## **2. Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Fashion Oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.**

Upaya yang dilakukan oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur menjadikan konsumen yang cerdas dengan mengadakan sosialisasi mengenai transaksi jual beli *online* itu sendiri, bisa berupa browsur, pamflet dan seminar mengenai transaksi jual beli *online* yang akan menjadikan konsumen cerdas dalam memilih suatu produk yang akan digunakan maupun dikonsumsi.

### **B. Saran-saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan diperoleh, penulis ingin memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur agar meningkatkan upaya – upaya untuk melindungi konsumen agar konsumen mendapatkan hak-hak yang telah ditetapkan dalam UUD.
2. Bagi peneliti selanjutnya, supaya dapat mengembangkan penelitian seperti membuat analisis komparasi baik dari sisi pengawasan barang beredar atau mengembangkan penelitian dari sudut pandang yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi Nugraha Rifan, Jamaluddin Mukhtar, dan Hardika fajar Ardianto. 2014-2015. *(Perlindungan Hukum terhadap Dalam Transaksi Online)* : Jurnal Serambi Hukum 08 No. 02.
- Alfredo Sitorus Danil, 2015. *“Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdata”*, (Jurnal Fakultas Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Ardhinata Ahliwan, 2015. *“Keridhaan Dalam Transaksi Jual Beli Online (Studi Kasus UD.Kunta Jaya Kabupaten Gresik)”*, Universitas Airlangga Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Arisandy Yosy. 2017. *“Sistem Informasi Manajemen (Teori Implementasi Dalam Bisnis)”*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arisandy. 2016. *Sistem Informasi Manajemen*, Jakarta : Rajawali.
- Disa Nusia Nisrina. 2015. *“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Dan Relevansinya Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen”*, (Skripsi Fakultas Dan Hukum Uin Alauddin Makassar).
- Djamali, Abdul. 2002. *Hukum Islam*, Bandung: CV Mandar Maju Maju.
- Dwi Trisnawan Amron Andre. *“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi Terhadap Loyalitas Konsumen Handphone Samsung Di Semarang*.
- Harisudin. 2014. *Fiqih muamalah I*. Surabaya : Pena Salsabila
- Hidayat, Enang. 2015. *Fiqh Jual Beli*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- [Http://eprints.dinus.ac.id/8821/1/jurnal\\_13604.pdf](http://eprints.dinus.ac.id/8821/1/jurnal_13604.pdf) di akses pada 12 november 2018.
- [Http://www.pengertianku.net/2015/01/pengertian-online-dan-offline-secara-lebih-jelas.html](http://www.pengertianku.net/2015/01/pengertian-online-dan-offline-secara-lebih-jelas.html).
- J Moleong Lexy. 2015. *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Mardani, Fiqih Ekonomi Syariah: *Fiqih Muamalah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Oktarina, Siska. 2018. *“Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Ingkar Janji Dalam Akad Jual Beli Barang Online Menurut Komplikasi Hukum Ekonomi Syariah”*. Palembang : Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

- Putriutami, Indah. 2018. *“Perlindungan Konsumen Dalam Bisnis Fashion Online Perspektif Hukum Nasional Dan Hukum Islam”*, (Skripsi Fakultas Syariah Dan ekonomi Islam).
- Rachmat Syafe’I. 2001. *Fiqih Muamalah*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.
- Rasjid Sulaiman, 2015. *Fiqh Islam*. Bandung: Sinar Baru.
- Rianto Al Arif Nur, 2013. *“Penjualan On-Line Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam”*, Jurnal UIN Syarif Hidayatullah, 13.
- Rosmawati. 2018. Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen. Depok : Prenada Media Group.
- Sabiq Sayid, 1987. *Fiqhussunnah Ahli Bahasa: Kamaluddin A.Marzuki*, Fikih Sunnah. Bandung : Alma’arif.
- Sudjana Nana dkk. 1989. *Penelitian dan Penilaian*. Bandung : Sinar Baru.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Alfabeta.
- Tri Siwi Kristiyanti Celina, 2018. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Tukinah, Ukie. 2015. *Model Perlindungan Preventif bagi konsumen Onlineshop Melalui Keterbukaan Informasi*, Vol, II Number. 03.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang *“Perlindungan Konsumen”*
- Zaini, Moh. 2014. *Fiqih Muamalah*. Surabaya: Pena Salsabila

IAIN JEMBER

## MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Upaya Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Fashion Oleh Disperindag Jawa Timur	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perlindungan konsumen</li> <li>2. Transaksi jual beli online</li> <li>3. Produk fashion</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Konsumen</li> <li>b. Perlindungan konsumen</li> <li>c. Hak-hak konsumen</li> </ol> </li> <li>2.               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Jual beli</li> <li>b. Dasar Hukum jual beli</li> <li>c. Rukun dan Syarat jual beli</li> <li>d. Macam-macam jual beli</li> <li>e. Hukum-hukum jual beli</li> <li>f. Jual beli online</li> <li>g. Kekurangan dan kelebihan jual beli online</li> <li>h. Model transaksi E-Comerce</li> </ol> </li> <li>3               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Produk fashion</li> <li>b. Jenis-jenis produk fashion</li> </ol> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informan               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Kepala disperindag jawa timur</li> <li>b. karyawan</li> </ol> </li> <li>2. observasi</li> <li>3. wawancara</li> <li>4. dokumentasi</li> <li>5. studi kepustakaan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Metode penelitian menggunakan Pendekatan kualitatif</li> <li>2. Jenis penelitian deskriptif</li> <li>3. Metode analisis data menggunakan deskripif kualitatif</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana transaksi jual beli online produk fashion di Kabupaten Jember ?</li> <li>2. Bagaimana upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online produk fashion oleh Disperindag Jawa Timur ?</li> </ol>



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Murni No. 1, Jember, Telp. : (0331) 407531, 427995, Fax. : (0331) 429605, Kode Pos. : 60116  
Website : WWW.ia-jember.ac.id - e-mail : info@ia-jember.ac.id

J E M B E R

Nomor : B- 36 /In.20/7.a/PP.00.9/01/2020 15 Januari 2020  
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

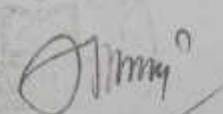
Yth. Pimpinan UPT Perlindungan Konsumen Jember Disperindag Jawa Timur  
Jl. Trunojoyo No. 36, Jember Jawa Timur

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Pimpinan UPT Perlindungan Konsumen Jember Disperindag Jawa Timur untuk memberikan izin penelitian bagi Mahasiswa dengan identitas sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Elo\* Fitriya  
NIM : E20162040  
Semester : VII  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah  
No Telpn : 085233201831  
Dosen Pembimbing : Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.Ed  
NIP : 19730820 190903 1 002  
Judul Penelitian : Upaya Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli Online Produk Fashion oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Disperindag Jawa Timur.

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih

Abdul Rokhim,  
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Rokhim

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
2. LP2M IAIN Jember
3. Arsip





PEMERINTAH PROVINSI JAWA TIMUR  
DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN  
**UNIT PELAKSANA TEKNIS PERLINDUNGAN KONSUMEN**  
Jalan Trunojoyo No. 36 Telp. (0331) 485790 Fax. (0331) 412297  
Email : pkjbr.indagjatim@gmail.com  
**JEMBER 68137**

Jember, Maret 2020

Nomor : 510/ /125.7.16/2020  
Sifat : Segera  
Lampiran : -  
Perihal : **Surat Keterangan Selesai  
Melaksanakan Penelitian**

Kepada  
Yth. Bapak Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam  
**Institut Agama Islam Negeri  
(IAIN) Jember**  
di  
**JEMBER**

Dengan ini kami menerangkan bahwa mahasiswi atas nama :

NO	N A M A	NIM	PROGRAM STUDI
1	Elo' Fitriya	E20162040	Ekonomi Syariah

telah melaksanakan penelitian di UPT. Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur mulai tanggal 15 Nopember 2019, 20 Januari sampai dengan 27 Januari 2020 dengan judul "**Upaya Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Fashion oleh UPT. Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur**".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapatnya dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kepala Unit Pelaksana Teknis  
Perlindungan Konsumen Jember

**A. BAIKUNI, ST, MM**

Pembina

NIP. 19620304 198303 1 012

## PEDOMAN WAWANCARA

1. Sejarah UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur?
2. Visi dan misi UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur?
3. Tugas dan fungsi UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur?
4. Susunan organisasi UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur?
5. Data pengaduan konsumen transaksi jual beli online produk fashion di kabupaten Jember?
6. Bagaimana kondisi transaksi jual beli online produk fashion di kabupaten jember?
7. Bagaimana kepuasan dan kekecewaan transaksi online produk fashion di kabupaten Jember?
8. Aplikasi yang paling banyak digunakan untuk transaksi jual beli online produk fashion di kabupaten Jember?
9. Upaya yang dilakukan oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur untuk melindungi hak-hak konsumen.
  - a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
  - b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
  - c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;

- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
  - e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
  - f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
  - g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
  - h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
  - i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.
10. Sejauh ini apakah ada kendala dari UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur dalam upaya perlindungan konsumen?



## DOKUMENTASI

1. Wawancara kepada kepala UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.



2. Wawancara kepada Bapak Himawan selaku Kepala Seksi Pemberdayaan Konsumen Dan Pelaku di UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.



3. Wawancara kepada Bapak Bambang Sugiarto selaku selaku Sub Bagian Tata Usaha di UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.



4. Wawancara kepada Bapak Muhammad Ismiadi selaku selaku Sub Seksi Pengawasan Barang Beredar Dan Jasa di UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.



IAIN JEMBER

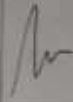



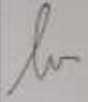

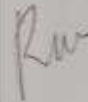
5. Wawancara kepada Bapak Abdul Kadir selaku selaku Sub Bagian Tata Usaha di UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.



6. Wawancara kepada Bapak Didik Harianto selaku selaku Sub Bagian Tata Usaha di UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.



JURNAL KEGIATAN PENELITIAN  
UPT PERLINDUNGAN KONSUMEN JEMBER  
DINAS PERINDUSTRIAN DAN PEDAGANGAN PROVINSI JAWA TIMUR

No	Tanggal	Jabatan	Jenis Kegiatan	Paraf
1.	15 November 2019	KASI PKPU	Wawancara mengenai aplikasi yang digunakan untuk transaksi jual beli online.	
2.	20-22 Januari 2020	KASI PKPU	Menerima dan menyampaikan terkait surat izn penelitian.	
3.	23 Januari 2020	Kepala UPT PK Jember	Wawancara mengenai sejarah, visi dan misi, tugas dan fungsi, susunan organisasi, upaya perlindungan konsumen dan kendala.	
4.	23 Januari 2020	Staf	Wawancara mengenai sejarah dan upaya perlindungan konsumen.	
5.	23 Januari 2020	Staf	Wawancara mengenai data pengaduan konsumen, kondisi transaksi jual beli online produk fashion di Kabupaten Jember, kepuasan dan kekecewaan konsumen.	
6.	23 Januari 2020	Staf	Wawancara mengenai upaya perlindungan hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli online.	
7.	23 Januari 2020	Staf	Wawancara mengenai upaya perlindungan konsumen, kendala dalam upaya perlindungan konsumen, data pengaduan konsumen dalam transaksi jual beli online produk fashion di Kabupaten Jember	

Jember, Maret 2020

Kepala Unit Pelaksana Teknis  
Perlindungan Konsumen Jember



## BIODATA PENULIS



Nama : Elo' Fitriya  
Tempat/Tgl Lahir : Probolinggo, 04 juni 1998  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Pendidikan : SMA/MA  
Kebangsaan : Indonesia  
Alamat : Desa Jatiurip, Kec. Krejengan Kab. Probolinggo,  
Provinsi Jawa Timur  
Email : [elokfitriya67@gmail.com](mailto:elokfitriya67@gmail.com)

Menerangkan dengan sebenarnya

Riwayat Pendidikan :

1. TK Sirajul Ulum : 2002-2004
2. MI Sirajul Ulum : 2004-2010
3. MTS Sirajul Ulum : 2010-2013
4. MA Zainul Hasan Genggong : 2013-2016

Pengalaman Magang :

1. Magang di UPT Perlindungan Konsumen Jember Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur.
2. Mengajar di Paud Anak Merdeka Dusun Sumber Candik Jember.

Pengalaman Organisasi

1. TANASZAHA IAIN JEMBER
2. IKMABAYA
3. PMII





## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ELO' FITRIYA  
Nim : E20162040  
Program Studi : EKONOMI SYARIAH  
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Institusi : IAIN JEMBER

Dengan ini menyatakan yang sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "**Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Fashion Oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Disperindag Jawa Timur**" adalah benar-benar hasil penelitian karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jember, 20 April 2020

Yang menyatakan



Elo' Fitriya  
E20162040