

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam pola transaksi perdagangan masyarakat. Aktivitas jual beli yang sebelumnya dilakukan secara langsung kini bergeser ke sistem digital melalui *platform marketplace*. *Marketplace* menawarkan kemudahan akses, efisiensi waktu, serta beragam pilihan produk yang dapat dijangkau oleh masyarakat dari berbagai lapisan sosial ekonomi, termasuk masyarakat pedesaan. Kondisi ini menjadikan *marketplace* sebagai sarana perdagangan yang semakin diminati dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari.¹

Namun, kemudahan tersebut tidak selalu diiringi dengan perlindungan yang memadai bagi konsumen. Dalam praktiknya, transaksi jual beli melalui *marketplace* sering kali menimbulkan permasalahan, salah satunya adalah pengiriman barang yang tidak sesuai dengan gambar atau deskripsi yang ditampilkan oleh penjual. Ketidaksesuaian ini dapat berupa perbedaan kualitas, warna, ukuran, bahan, bahkan fungsi barang yang diterima konsumen. Akibatnya, konsumen mengalami kerugian baik secara materiil maupun psikologis.

Masalah pengiriman barang yang tidak sesuai gambar semakin kompleks karena karakteristik transaksi online yang tidak mempertemukan penjual dan pembeli secara langsung. Konsumen hanya mengandalkan informasi visual berupa foto dan keterangan produk sebagai dasar pengambilan keputusan. Ketika informasi tersebut tidak sesuai

¹ Dery Hendryan, Leonardo Ganiarta, and Gustina Aryani, 'Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (e-Commerce)', *Viva Themis: Jurnal Ilmu Hukum Dan Humaniora*, 7.1 (2024), pp. 87–100

dengan kondisi barang yang sebenarnya, maka konsumen berada pada posisi yang sangat dirugikan. Situasi ini menunjukkan adanya ketimpangan posisi tawar antara konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi digital.

Berdasarkan hasil observasi awal dan penelusuran kasus di Desa Kandangan, Kecamatan Kandangan, Kabupaten Kediri, ditemukan beberapa peristiwa konkret yang menunjukkan adanya kerugian konsumen akibat pengiriman barang yang tidak sesuai dengan gambar pada *marketplace*. Salah satu kasus dialami oleh Siti Aminah warga Desa Kandangan, yang melakukan pembelian pakaian muslim melalui salah satu *platform marketplace* nasional. Pada tampilan produk, penjual menampilkan foto pakaian dengan bahan tebal dan warna cerah, namun barang yang diterima memiliki kualitas bahan yang jauh lebih tipis serta warna yang pudar. Ketidaksesuaian tersebut menyebabkan konsumen merasa dirugikan karena barang tidak dapat digunakan sebagaimana tujuan awal pembelian.²

Kasus lain dialami oleh Ahmad Fauzi warga Dusun Krajan, Desa Kandangan, yang membeli peralatan rumah tangga berupa rak dapur melalui *marketplace*. Dalam foto produk, rak tersebut tampak kokoh dan terbuat dari bahan besi tebal, namun setelah barang diterima, ternyata bahan yang digunakan adalah besi tipis dengan ukuran lebih kecil dari yang ditampilkan pada gambar. Ketika ia mengajukan komplain melalui fitur pengaduan, proses penyelesaiannya memakan waktu cukup lama dan berakhir tanpa penggantian barang maupun pengembalian dana secara penuh.³

² Siti Aminah, Konsumen, Hasil Wawancara, Kandangan 25 Oktober 2025

³ Ahmad Fauzi, Konsumen, Hasil Wawancara, Kandangan 25 Oktober 2025

Seorang ibu rumah tangga Nurul Hidayati di Desa Kandangan, juga mengaku pernah mengalami kerugian saat membeli perlengkapan anak secara daring. Gambar produk menunjukkan kualitas bahan yang halus dan aman, namun barang yang diterima memiliki jahitan kasar dan tidak sesuai dengan spesifikasi yang tercantum. Meskipun telah menghubungi penjual, tanggung jawab tidak sepenuhnya diberikan dengan alasan perbedaan persepsi kualitas, sehingga konsumen akhirnya memilih untuk tidak melanjutkan sengketa karena keterbatasan pengetahuan hukum.⁴

Kasus-kasus tersebut menunjukkan bahwa praktik pengiriman barang yang tidak sesuai gambar masih sering terjadi dan cenderung dianggap sebagai risiko biasa dalam transaksi online oleh sebagian konsumen. Padahal, jika ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, tindakan tersebut merupakan bentuk pelanggaran terhadap hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf c UUPK, serta kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar sebagaimana tercantum dalam Pasal 7 huruf b UUPK.⁵

Penggunaan gambar yang tidak sesuai dengan kondisi barang yang sebenarnya juga melanggar ketentuan Pasal 8 ayat (1) huruf f UUPK yang melarang pelaku usaha memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan janji atau keterangan dalam promosi. Dalam konteks kasus yang dialami oleh Siti Aminah, Ahmad Fauzi, dan Nurul Hidayati, dapat dilihat bahwa pelaku usaha telah memberikan gambaran produk yang menyesatkan, sehingga menyebabkan kerugian nyata bagi konsumen.

⁴ Nurul Hidayati, Konsumen, Hasil Wawancara, Kandangan 25 Oktober 2025

⁵ *Undang Undang Republik Indonesia*, n.d.

Dalam perspektif hukum positif, pelaku usaha yang melakukan pengiriman barang tidak sesuai gambar dapat dikenai sanksi sebagaimana diatur dalam Pasal 62 ayat (1) UUPK, yaitu pidana penjara paling lama lima tahun atau pidana denda paling banyak dua miliar rupiah. Selain sanksi pidana, pelaku usaha juga dapat diminta memberikan ganti rugi kepada konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 19 ayat (1) UUPK. Namun, dalam kenyataannya, penerapan sanksi tersebut jarang dilakukan secara tegas, sehingga tidak menimbulkan efek jera bagi pelaku usaha.⁶

Praktik pengiriman barang yang tidak sesuai gambar juga perlu dikaji dari perspektif hukum ekonomi syariah. Dalam Islam, transaksi jual beli harus dilandasi oleh prinsip kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Perbuatan menampilkan gambar yang tidak sesuai dengan kondisi barang termasuk dalam kategori *tadlis* (penipuan), yaitu menyembunyikan cacat atau memberikan gambaran yang menyesatkan demi memperoleh keuntungan. Praktik semacam ini bertentangan dengan nilai amanah yang menjadi fondasi muamalah dalam Islam.

Ketidaksesuaian antara gambar dan barang juga mengandung unsur *gharar*, yaitu ketidakjelasan objek akad yang dapat merugikan salah satu pihak. *Gharar* dilarang dalam Islam karena berpotensi menimbulkan sengketa dan ketidakadilan. Dalam konteks *marketplace*, konsumen tidak memiliki kesempatan untuk memastikan kondisi barang secara langsung, sehingga seluruh informasi yang disampaikan oleh penjual menjadi penentu sah atau tidaknya transaksi menurut hukum syariah.⁷

⁶ Yessy Kusumadewi and Grace Sharon, *Hukum Perlindungan Konsumen*, n.d.

⁷ Aulia Rahmi, *Analisis Gharar Dalam Jual-Beli Online Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*, n.d..

Prinsip kejujuran dan keterbukaan dalam transaksi juga ditegaskan dalam Al-Qur'an, sebagaimana tercantum dalam Surah An-Nisā' ayat 29, yang melarang memakan harta orang lain dengan cara yang batil, kecuali melalui perdagangan yang dilakukan atas dasar suka sama suka.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Ayat ini menegaskan bahwa keabsahan suatu transaksi tidak hanya ditentukan oleh adanya kesepakatan formal, tetapi juga oleh kejujuran informasi dan tidak adanya unsur penipuan. Dalam konteks transaksi *marketplace*, penggunaan gambar produk yang tidak sesuai dengan kondisi barang yang sebenarnya dapat dikategorikan sebagai cara batil karena merugikan konsumen dan menghilangkan unsur kerelaan yang utuh dalam akad jual beli.⁸

Penelitian ini menjadi penting karena tidak hanya mengkaji aspek normatif dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen, tetapi juga menelaah bagaimana nilai-nilai hukum ekonomi syariah dapat memberikan perspektif etis dan moral terhadap praktik perdagangan digital. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai perlindungan konsumen, baik dari sisi hukum negara maupun hukum Islam.

⁸ Fajar Indarsih, 'Analisis Kesesuaian Praktik Jual Beli Online Dengan Prinsip Ekonomi Syariah', *Jurnal Manajemen Dan Ilmu Administrasi*, 1.3 (2025), pp. 177–83.

Penelitian ini juga penting untuk menilai efektivitas hukum dalam praktik nyata di masyarakat desa. Desa Kandangan dipilih sebagai lokasi penelitian karena merepresentasikan masyarakat dengan tingkat literasi hukum yang beragam, serta memiliki intensitas penggunaan *marketplace* yang cukup tinggi. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga mencerminkan kondisi empiris yang terjadi di lapangan.

Tinjauan terhadap penelitian terdahulu menunjukkan bahwa sebagian besar kajian masih berfokus pada aspek hukum positif dan peran *marketplace* secara umum. Sementara itu, kajian yang mengintegrasikan perspektif hukum ekonomi syariah dengan kondisi empiris masyarakat desa masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menggabungkan analisis normatif dan empiris secara komprehensif.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengiriman barang yang tidak sesuai gambar pada *marketplace* merupakan persoalan hukum yang nyata dan berdampak langsung pada konsumen. Lemahnya implementasi perlindungan hukum, rendahnya kesadaran konsumen, serta kurangnya tanggung jawab pelaku usaha menjadi faktor utama yang memperparah kondisi ini. Maka sebab itu, penulis tertarik mengangkat topik ini dalam penelitian dengan judul: **“Perlindungan Konsumen Atas Pengiriman Barang Yang Tidak Sesuai Gambar Pada Marketplace Perspektif UU No. 8 Tahun 1999 dan Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Desa Kandangan, Kecamatan Kandangan, Kabupaten Kediri)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, makarumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengapa penjual melakukan pengiriman yang tidak sesuai dengan gambar pada *marketplace*?
2. Bagaimana bentuk perlindungan konsumen atas pengiriman barang yang tidak sesuai gambar pada *marketplace* perspektif UU No. 8 tahun 1999 dan hukum ekonomi syariah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk menganalisis faktor penyebab penjual melakukan pengiriman barang yang tidak sesuai gambar pada *marketplace*.
2. Untuk menganalisis bentuk perlindungan konsumen atas pengiriman barang yang tidak sesuai gambar pada *marketplace* perspektif UU No 8 tahun 1999 dan hukum ekonomi syariah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk memperkaya kajian dalam bidang hukum perlindungan konsumen dan hukum ekonomi syariah, terutama terkait perlindungan konsumen dalam transaksi digital melalui *marketplace*, serta menjadi referensi bagi pengembangan ilmu hukum di era perdagangan modern.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Konsumen

Penelitian ini memberikan pemahaman mengenai faktor yang mendorong penjual melakukan pengiriman barang tidak sesuai gambar, sekaligus memberikan wawasan mengenai bentuk perlindungan hukum yang dapat ditempuh. Dengan begitu, konsumen dapat lebih berhati-hati, kritis, dan proaktif dalam melindungi hak-haknya ketika bertransaksi online.

b. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian dapat menjadi bahan introspeksi agar pelaku usaha tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek melalui praktik yang menyesatkan, tetapi juga berorientasi pada keberlanjutan usaha dengan menegakkan etika bisnis. Dengan memahami kewajiban hukum positif dan hukum syariah, pelaku usaha akan terdorong untuk lebih jujur, amanah, dan bertanggung jawab.

c. Bagi *Marketplace*

Penelitian ini dapat dijadikan masukan untuk memperbaiki sistem perlindungan konsumen, termasuk mekanisme komplain dan pengembalian barang. *Marketplace* sebagai pihak ketiga memiliki posisi strategis dalam menjamin keadilan konsumen, sehingga rekomendasi penelitian ini dapat membantu meningkatkan kualitas layanan dan kepercayaan masyarakat.

d. Bagi Pemerintah

Penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam merumuskan kebijakan atau memperkuat regulasi terkait perdagangan digital. Temuan mengenai kelemahan implementasi UUPK di *marketplace* dapat dijadikan dasar untuk memperbaiki sistem pengawasan serta mempertegas tanggung jawab penjual dan penyedia platform.

E. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian oleh Sapta Abi Pratama (2021) dari Universitas Pembangunan Nasional Veteran dalam Skripsi yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tidak Sesuai Gambar Pada Transaksi Di Marketplace”.⁹

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen memiliki hak hukum yang jelas untuk memperoleh barang sesuai dengan gambar yang ditampilkan di marketplace. Ia menemukan bahwa penggunaan foto produk yang tidak sesuai kenyataan menyebabkan kerugian bagi konsumen, sehingga *marketplace* berkewajiban menegakkan aturan agar penjual hanya menggunakan foto asli. Kesimpulannya, perlindungan konsumen dalam konteks ini sangat bergantung pada keterlibatan *marketplace* sebagai pengawas informasi produk.

Persamaan dengan penelitian ini, yaitu sama-sama mengkaji permasalahan barang yang tidak sesuai dengan gambar dalam transaksi *marketplace* serta menelaah tanggung jawab pelaku usaha berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Adapun perbedaannya, penelitian tersebut lebih berfokus pada tanggung jawab *marketplace* dan penjual dari sudut pandang hukum positif, sedangkan penelitian ini menambahkan analisis dari perspektif hukum ekonomi syariah guna menilai dimensi etika, keadilan, dan prinsip kejujuran dalam transaksi jual beli online.

⁹ Sapta Abi Pratama, ‘*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tidak Sesuai Gambar Pada Transaksi Di Marketplace*’ (Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, 2021).

2. Penelitian oleh Naila Zeva (2024) dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dalam Skripsi yang berjudul “Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Gambar Pada Aplikasi Belanja Online Shopee”.¹⁰

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pengaduan yang disediakan oleh Shopee dalam praktiknya belum efektif. Banyak konsumen tetap dirugikan meskipun sudah mengajukan klaim, karena syarat teknis dan proses yang memakan waktu. Ia menegaskan bahwa *marketplace* harus memperkuat mekanisme preventif dengan memastikan gambar produk benar-benar sesuai dengan barang yang dijual, sehingga sengketa bisa dicegah sejak awal.

Persamaan dengan penelitian ini, yaitu sama-sama membahas perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *marketplace* berbasis aplikasi. Namun demikian, terdapat perbedaan yang cukup signifikan, di mana penelitian tersebut hanya memfokuskan kajian pada platform Shopee sebagai objek penelitian, sementara penelitian ini menggunakan *marketplace* secara umum sehingga cakupan pembahasannya lebih luas dan tidak terbatas pada satu aplikasi tertentu, serta dikaitkan dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah.

3. Penelitian oleh Rizqiana Setyani (2022) dari Universitas Islam Sultan Agung Semarang dalam Skripsi yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Pengiriman Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Gambar Pada Marketplace Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999”.¹¹

¹⁰ Naila Zeva, “Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Gambar Pada Aplikasi Belanja Online Shopee” (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024).

¹¹ Rizqiana Setyani, ‘Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Pengiriman Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Gambar Pada Marketplace Menurut Undang-Undang No 8 Tahun 1999’ (Skripsi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2022).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam kasus pengiriman barang yang tidak sesuai dengan gambar di *marketplace*, perlindungan hukum terhadap konsumen menuntut peran ganda, baik dari pihak *marketplace* maupun pelaku usaha. *Marketplace* sebagai fasilitator dinilai memiliki tanggung jawab untuk mengawasi konten produk yang ditampilkan oleh penjual sekaligus menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif, cepat, dan adil bagi konsumen. Di sisi lain, pelaku usaha berkewajiban memberikan kompensasi kepada konsumen, baik dalam bentuk penggantian maupun ganti rugi, sebagai wujud tanggung jawab atas ketidaksesuaian barang dengan deskripsi yang ditawarkan.

Persamaan dengan penelitian ini dalam hal penggunaan UUPK sebagai dasar hukum untuk menilai bentuk perlindungan konsumen ketika terjadi ketidaksesuaian barang dengan deskripsi atau gambar. Adapun perbedaannya, penelitian tersebut lebih menekankan aspek hukum positif serta mekanisme penyelesaian sengketa, sedangkan penelitian ini mengombinasikan kajian hukum positif dengan perspektif hukum ekonomi syariah serta menganalisis faktor-faktor penyebab pelaku usaha melakukan pengiriman barang yang tidak sesuai dengan gambar.

4. Penelitian oleh Regina Lumentut, dkk. (2023) dari Universitas Sam Ratulangi dalam Jurnal yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pengiriman Barang Tidak Sesuai Pesanan Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Aplikasi TikTok Shop”.¹²

¹² Regina Lumentut, Wulanmas A.P.G.Frederik, And Revi Korah, ‘Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pengiriman Barang Tidak Sesuai Pesanan Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Aplikasi Tiktok Shop’, *Lex Administratum*, 11.3 (2023).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam transaksi jual beli online melalui aplikasi TikTok Shop, pelaku usaha memiliki kewajiban hukum untuk memberikan ganti rugi apabila produk yang diterima konsumen tidak sesuai dengan pesanan. Apabila pelaku usaha menolak untuk memenuhi tanggung jawab tersebut, konsumen berhak menempuh jalur penyelesaian sengketa, baik melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagai mekanisme non-litigasi maupun melalui proses litigasi di pengadilan untuk menuntut perlindungan hak-haknya.

Persamaan dengan penelitian ini dalam pembahasan mengenai kewajiban pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen apabila barang yang dikirim tidak sesuai dengan pesanan. Sementara itu, perbedaannya terletak pada objek kajian yang secara khusus difokuskan pada platform TikTok Shop serta pembahasan penyelesaian sengketa melalui BPSK dan jalur litigasi, sedangkan penelitian ini tidak dibatasi pada satu aplikasi tertentu dan lebih menekankan nilai kejujuran serta larangan gharar dalam perspektif hukum syariah.

5. Penelitian oleh Rifky Pratama Arief (2023) dari Universitas Ekasakti dalam Jurnal yang berjudul “Hukum Perlindungan Konsumen atas Barang yang Tidak Sesuai dengan Gambar pada Transaksi di Marketplace”.¹³

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam transaksi online pada pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 secara tegas melarang pelaku usaha memberikan informasi atau keterangan yang menyesatkan, termasuk melalui gambar produk yang tidak sesuai dengan kondisi nyata. Oleh karena itu, ketika konsumen dirugikan akibat ketidaksesuaian informasi tersebut, pelaku usaha berkewajiban memberikan ganti rugi

¹³ Rifky Pratama Arief, ‘Hukum Perlindungan Konsumen Atas Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Gambar Pada Transaksi Di Marketplace’, *Unes Law Review*, 6.2 (2023).

sebagai bentuk pertanggungjawaban hukum, sementara peran negara dan lembaga terkait diperlukan untuk memastikan perlindungan konsumen dapat ditegakkan secara efektif.

Persamaan, yaitu sama-sama mengkaji pasal-pasal dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, khususnya terkait larangan penyampaian informasi menyesatkan melalui gambar produk. Namun, terdapat perbedaan mendasar, di mana penelitian tersebut lebih berfokus pada kewajiban ganti rugi dan peran negara dalam perlindungan konsumen, sedangkan penelitian ini menambahkan analisis hukum Islam untuk menunjukkan keterkaitan antara ketentuan hukum positif dan prinsip moral syariah dalam praktik transaksi *marketplace*.