

ABSTRAK

Ade Bangun Wardana. 230211040115. Analisis Praktek Perlindungan Konsumen Berbasis Hukum Positif (Studi Kasus *Platform Facebook*). Pembimbing I: Prof. Dr. H. M. Hanafiah, M. Hum., dan Pembimbing II: Dr. Hj. Amelia Rahmaniah, M.H., Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Pascasarjana UIN Antasari Banjarmasin. 2026.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, *Facebook Marketplace*, Penipuan *Online*, Hukum Positif, Etika Bisnis Islam.

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan pola transaksi jual beli masyarakat, salah satunya melalui pemanfaatan media sosial seperti *Facebook Marketplace* yang banyak digunakan sebagai sarana perdagangan berbasis *consumer to consumer (C2C)*. Meskipun memberikan kemudahan akses dan jangkauan pasar yang luas, praktik transaksi di *Facebook Marketplace* masih menghadirkan cukup persoalan, khususnya terkait perlindungan konsumen. Permasalahan tersebut antara lain disebabkan oleh tidak adanya sistem pembayaran terpusat, lemahnya verifikasi identitas pengguna, serta keterbatasan mekanisme pengawasan dan penyelesaian sengketa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji praktik perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform Facebook Marketplace* serta mengidentifikasi kendala-kendala yang dihadapi dalam penerapannya berdasarkan pengalaman empiris para pengguna. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum empiris dengan menitikberatkan pada pengumpulan data lapangan melalui wawancara mendalam terhadap sejumlah responden yang terlibat langsung dalam transaksi jual beli di *Facebook Marketplace*, baik sebagai konsumen maupun pelaku usaha, serta pihak yang memahami aspek perlindungan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *Facebook Marketplace* masih bersifat terbatas dan belum sepenuhnya memberikan jaminan perlindungan yang optimal bagi pengguna. Beberapa aspek teknis, seperti ketiadaan sistem *escrow*, belum tersedianya mekanisme mediasi sengketa yang terintegrasi, serta keterbatasan verifikasi identitas penjual, menjadi faktor yang berkontribusi terhadap munculnya berbagai kendala dalam transaksi daring. Kondisi tersebut berdampak pada masih ditemukannya akun tidak terverifikasi, potensi penipuan dengan modus tertentu, penyalahgunaan data pribadi, serta penyajian informasi produk yang kurang akurat.

Di sisi lain, *Facebook Marketplace* memiliki peran yang signifikan dalam mendorong perputaran ekonomi digital, khususnya bagi pelaku usaha kecil dan masyarakat umum. Platform ini memberikan kemudahan akses pasar, memperluas jangkauan promosi, serta membuka peluang transaksi yang cepat dan efisien tanpa memerlukan biaya besar. Oleh karena itu, keberadaan *Facebook Marketplace* tidak hanya dipandang sebagai ruang yang memiliki risiko, tetapi juga sebagai sarana ekonomi digital yang produktif, sepanjang diimbangi dengan peningkatan sistem pengamanan transaksi, kesadaran hukum pengguna, serta penguatan mekanisme perlindungan konsumen.

Ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam, praktik transaksi yang terjadi masih banyak yang belum sejalan dengan prinsip kejujuran (*shidq*), amanah, dan keadilan (*‘adl*), sehingga berpotensi merugikan konsumen maupun pelaku usaha. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan perlunya penguatan regulasi dan pengawasan terhadap transaksi di media sosial, peningkatan literasi digital masyarakat, serta pengembangan sistem keamanan transaksi yang lebih andal melalui kolaborasi antara pemerintah, penyelenggara *platform*, dan aparat penegak hukum guna mewujudkan perlindungan konsumen yang lebih efektif di era ekonomi digital.