

ABSTRAK

Jual beli merupakan kegiatan yang sering dilakukan oleh semua masyarakat. Dalam praktik jual beli baju bekas di media sosial instagram yang dilakukan oleh penjual baju bekas dan pembeli yang dilakukan di media instagram memiliki resiko yang harus ditanggung. Karena jual beli tersebut pembeli tidak mengetahui langsung dan melihat langsung baju yang dijual, sehingga apabila terdapat kerusakan atau kecacatan yang diterima oleh pembeli yang mengakibatkan kerugian kepada salah satu pihak.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan mengenai praktik jual beli baju bekas di media sosial instagram dalam pandangan fiqh mu'amalah dan bagaimana bentuk pertanggungjawaban jual beli baju bekas di media sosial menurut pandangan fiqh mu'amalah dan undang-undang perlindungan konsumen. Metode penelitian yang digunakan yakni penelitian kualitatif dengan jenis penelitian lapangan yang bersifat deskriptif analitik, pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan normatif. Lokasi penelitian yang dilakukan pada toko *online* di instagram dengan klasifikasi jumlah pengikut diatas 1000 *followers*.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan, bahwa praktik jual beli baju bekas di media sosial instagram dalam pandangan fiqh mu'amalah telah sejalan dengan teori jual beli dan akad *salām* baik dari segi rukun dan syaratnya. Terkait bentuk pertanggungjawaban jual beli baju bekas dalam pandangan fiqh mu'amalah dan hukum perlindungan konsumen penulis menyimpulkan bahwa keseluruhannya telah sesuai dengan pertanggungjawaban berdasarkan fiqh mu'amalah dan undang-undang no.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Kata Kunci: baju bekas, media sosial instagram, pertanggungjawaban.

ABSTRACT

Buying and selling is an activity that is often carried out by all people. In the practice of buying and selling used clothes on Instagram social media carried out by used clothes sellers and buyers on Instagram, there are risks that must be borne. Because of the sale and purchase, the buyer does not know directly and see directly the clothes being sold, so that if there is damage or disability received by the buyer, it causes a loss to one of the parties.

This study aims to answer questions about the practice of buying and selling used clothes on social media Instagram in the view of fiqh mu'amalah and what is the form of accountability for buying and selling used clothes on social media according to fiqh mu'amalah views and consumer protection laws. The research method used is qualitative research with the type of field research that is descriptive analytic, the approach used is a normative approach. The location of the research conducted on an online store on Instagram with a classification of the number of followers above 1000 followers.

The results of this study can be concluded, that the practice of buying and selling used clothes on social media Instagram in the view of fiqh mu'amalah has been in line with the theory of buying and selling and sala>m contracts both in terms of pillars and conditions. Regarding the form of responsibility for buying and selling used clothes in the view of mu'amalah fiqh and consumer protection law, the author concludes that all of them are in accordance with accountability based on mu'amalah fiqh and law no. 8 of 1999 on Consumer Protection.

Keywords: *used clothes, social media instagram, accountability*