ANALISIS PEMBATALAN PESANAN TERHADAP TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE PADA PENGGUNA INSTAGRAM DAN FACEBOOK DI KOTA LANGSA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas SyariahSebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H) Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Oleh:

RIZKI RAMADHAN
NIM 2012018075

FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
2025

SKRIPSI

ANALISIS PEMBATALAN PESANAN TERHADAP TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE PADA PENGGUNA INSTAGRAM DAN FACEBOOK DI KOTA LANGSA

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa

Sebagai Salah Satu Persyaratan Studi Program (S1)

Fakultas Syariah

Diajukan Oleh:

RIZKI RAMADHAN
NIM 2012018075

Menyetujui:

Pembimbing I

Anizar, MA
NIP. 19750325 200901 2 001

Pembimbing II

Nairazi AZ, S.H.I., MA
NIP. 19801208 202321 1 012

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul **"ANALISIS PEMBATALAN PESANAN TERHADAP TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE PADA PENGGUNA INSTAGRAM DAN FACEBOOK DI KOTA LANGSA"** an. Rizki Ramadhan, NIM 2012018075 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah IAIN Langsa. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.

Langsa, 19 Agustus 2025
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah IAIN Langsa

Ketua,	Sekretaris
Anizar, MA	**Nairazi AZ, S.H.I., MA**
NIP. 19750325 200901 2 001	NIP. 19801208 202321 1 012

Penguji 1,	Penguji 2,
Dr. Yaser Amri, MA	**Dr. Awwaluz Zikri, Lc. MA**
NIP. 197608232009011007	NIP. 197909132023211003

Mengetahui
Dekan Fakultas Syariah
IAIN Langsa

Dr. Yaser Amri, MA
NIP. 197608232009011007

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Ramadhan

Nim : 2012018075

Tempat/tgl. Lahir : Langsa / 04 Desember 2000

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : BTN Jln Melati No.21, Sungai Pauh. Kec. Langsa Barat

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **"Analisis Pembatalan Pesanan terhadap Transaksi Jual Beli Online pada Pengguna Instagram dan Facebook di Kota Langsa"** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 11 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan



Rizki Ramadhan
NIM. 2012018075

Abstrak

Jual beli dalam Islam menekankan keadilan dan saling menguntungkan antara penjual dan pembeli. Di era digital, jual beli online melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook makin populer karena praktis dan efisien. Namun, muncul masalah baru, yakni pembatalan sepihak oleh konsumen tanpa alasan jelas, yang merugikan pelaku usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk dan penyebab pembatalan pesanan secara sepihak oleh konsumen dalam transaksi jual beli online melalui Instagram dan Facebook di Kota Langsa dan untuk mengetahui analisis fikih muamalah terhadap tindakan pembatalan sepihak oleh konsumen dalam transaksi jual beli online melalui Instagram dan Facebook di Kota Langsa. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum empiris dengan pendekatan sosiologi hukum. Penelitian ini dilakukan di @fourstore.id, @ck_store29 dan @CR2. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembatalan pesanan secara sepihak oleh konsumen dalam transaksi jual beli online melalui Instagram dan Facebook di Kota Langsa terjadi dalam berbagai bentuk. Bentuk pembatalan yang umum terjadi meliputi pembatalan setelah konfirmasi pesanan, setelah barang diproses atau dikemas, bahkan setelah uang muka (DP) disetorkan. Sementara itu, penyebabnya sangat beragam, mulai dari alasan teknis seperti keterlambatan pengiriman, ketidaksesuaian ekspektasi barang, hingga alasan non-teknis seperti perubahan keputusan mendadak, ketidakseriusan dalam bertransaksi, dan kondisi keuangan konsumen yang tidak stabil. Dalam tinjauan fikih muamalah, tindakan ini bertentangan dengan prinsip *wafa' al-'aqd* (menepati akad), kaidah *la dharar wa la dhirar* (larangan merugikan orang lain), serta melanggar etika muamalah seperti amanah dan tanggung jawab. Dalam konteks hukum terhadap DP (uang muka), meskipun mayoritas ulama tidak memperbolehkan praktik uang hangus, sebagian ulama membolehkan dengan syarat seperti DP dikembalikan sebagian sesuai dengan beban biaya yang telah dikeluarkan penjual (misalnya biaya *packing* atau transfer).

Kata Kunci: *Fikih Muamalah, Jual Beli Online, Pembatalan Pesanan*

Abstract

Buying and selling in Islam emphasizes justice and mutual benefit between seller and buyer. In the digital era, online transactions via social media platforms such as Instagram and Facebook have become increasingly popular due to their practicality and efficiency. However, a new issue has emerged unilateral order cancellations by consumers without clear reasons, which harm business owners. This study aims to identify the forms and causes of unilateral order cancellations by consumers in online buying and selling transactions via Instagram and Facebook in Kota Langsa, as well as to analyze these actions from the perspective of Islamic commercial jurisprudence (fiqh muamalah). This research adopts an empirical legal approach using a socio-legal methodology. The study was conducted on three online businesses: @fourstore.id, @ck_store29, and @CR2. Data were collected through interviews, observation, and documentation. The findings show that unilateral order cancellations by consumers in online transactions through Instagram and Facebook in Kota Langsa occur in various forms. These include cancellations after order confirmation, after items have been processed or packaged, and even after a down payment (DP) has been made. The reasons for cancellation vary widely, ranging from technical issues like delayed delivery and unmet product expectations, to non-technical reasons such as sudden change of mind, lack of seriousness in transactions, and unstable consumer financial conditions. From the perspective of fiqh muamalah, such actions violate the principles of *wafa' al-'aqd* (fulfilling agreements), the legal maxim *la dharar wa la dhirar* (no harm and no reciprocating harm), and ethics of muamalah such as trustworthiness and responsibility. Regarding the legal status of down payments, while the majority of scholars prohibit the practice of forfeiting down payments (*uang hangus*), some scholars allow partial retention of the DP based on costs already incurred by the seller (e.g., packaging or transfer fees).

Keywords: Fiqh Muamalah, Online Buying and Selling, Order Cancellation

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullah wabarakatuh

Puji dan syukur yang tak terhingga saya sebagai penyusun panjatkan atas berkah dari Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini. Salawat dan salam tidak lupa penyusun ucapkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang telah memperjuangkan kehidupan umatnya sehingga umatnya saat ini dapat merasakan indahnya Islam sebagai agama untuk membawa kebahagian dunia dan akhirat. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum (SH) pada program studi Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dengan itu penulis menulis skripsi yang berjudul **"Analisis Pembatalan Pesanan terhadap Transaksi Jual Beli Online pada Pengguna Instagram dan Facebook di Kota Langsa"**.

Upaya penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik moral maupun materil. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ismail Fahmi Arrauf Nasution, MA selaku rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa
2. Bapak Dr. Yaser Amri, MA selaku Dekan Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Langsa.
3. Bapak Muhammad Firdaus, Lc, MA selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Langsa
4. Ibu Anizar, MA sebagai Pembimbing I yang telah dengan tulus membantu dan membimbing penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Bapak Nairazi AZ, S.H.I., MA sebagai Pembimbing II yang telah dengan tulus membantu dan membimbing penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan
6. Seluruh Dosen dan Staf IAIN Langsa.
7. Dengan segala kerendahan hati, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua saya, almarhum/ah Ayahanda dan

Ibunda tercinta, yang meskipun telah tiada, namun kasih sayang, doa, dan nilai-nilai kehidupan yang mereka wariskan senantiasa menjadi sumber kekuatan dan semangat dalam setiap langkah hidup saya. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan menempatkan mereka di tempat terbaik di sisi-Nya

8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.

Semoga bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis mendapatan ganjaran yang terbaik dari Allah SWT. Selain itu, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik yang membangun serta saran-saran yang bermanfaat sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi khasanah ilmu hukum untuk kita yang membaca.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Langsa, 11 Juli 2025

Rizki Ramadhan
NIM. 2012018075

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL .....
PERSETUJUAN i
LEMBAR PENGESAHAN ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN iii
ABSTRAK iv
***ABSTRACT* ..... v**
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI..... viii

BAB I PENDAHULUAN..... 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Batasan Masalah 5
C. Rumusan Masalah..... 6
D. Tujuan Penelitian 6
E. Manfaat Penelitian 7
F. Penjelasan Istilah 8
G. Penelitian Terdahulu..... 9
H. Kerangka Teori 15
I. Sistematika Pembahasan..... 17

BAB II LANDASAN TEORI 18
A. Jual Beli Online Menurut Fikih Muamalah 18
1. Pengertian Jual Beli Online 18
2. Dasar Hukum Jual Beli Online 20
3. Rukun dan Syarat Jual Beli Online 24
4. Macam-Macam Jual Beli 27
5. Jual Beli Tidak Sah 29
B. Pembatalan Pesanan dalam Fikih Muamalah 31
1. Pembatalan Pesanan dalam Konsep *Fasakh*..... 31
2. Pembatalan Pesanan dalam Konsep *Khiyar*..... 34

BAB III METODE PENELITIAN 38
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian 38
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 39
C. Sumber Data..... 39
D. Metode Pengumpulan Data..... 40
E. Teknik Analisis Data..... 42

BAB IV HASIL PENELITIAN..... 44
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian..... 44
B. Bentuk dan Penyebab Pembatalan Pesanan Secara Sepihak oleh Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Instagram dan Facebook di Kota Langsa..... 45
C. Analisis Fikih Muamalah Terhadap Tindakan Pembatalan Sepihak

oleh Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Instagram dan Facebook di Kota Langsa 64
D. Analisis Penulis 74

BAB V PENUTUP……..... 77
A. Kesimpulan 77
B. Saran 78

DAFTAR PUSTAKA 79

DAFTAR LAMPIRAN .....

DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Agama Islam merupakan agama yang rasional terhadap seluruh budaya dan perkembangan zaman, khususnya dalam bidang muamalah yang tingkat perkembanganya sangat cepat dalam mengikuti akselerasi globalisasi.[1] Oleh karena itu, rujukan muamalah pada zaman sekarang tidak mampu hanya bersandar kepada aspek-aspek pengajaran muamalah yang terjadi pada zaman Rasulullah Saw atau pada zaman dahulu sebagaimana yang terdapat dalam Al-Qur'an dan hadis serta kitab-kitab klasik yang dibuat oleh para ulama terdahulu. Hal tersebut dikarenakan segala aktifitas muamalah pada zaman dahulu telah banyak mengalami irrelevansi dengan konteks muamalah yang bersifat kekinian.[2]

Kemajuan teknologi merupakan sesuatu yang tidak bisa untuk dihindari dalam era digital seperti saat ini. Kemajuan dari teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan dari perkembangan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif dan kemudahan bagi aktivitas manusia.[3] Kemudahan yang didapatkan dari teknologi seperti terciptanya *smartphone* dan internet memberikan dampak pada seluruh aspek kehidupan manusia, salah satunya yaitu perubahan gaya hidup manusia yang menjadi semakin praktis. Kemudahan

[1] Arifana, Sidik, and Muhtadin Dg Mustafa, 'Perkembangan Masyarakat Dalam Bidang Muamalah Di Era Society 5.0', *Jurnal KIIIES 5.0*, 1.2 (2022), 492–94

[2] Ahmad Khaerul and others, 'Fiqh Muamalah Di Era Digital: Tantangan, Transformasi, Dan Solusi Dalam Konteks Ekonomi Islam Modern', *Musytari: Neraca Manajemen, Ekonomi*, 10.12 (2024), pp. 1–7.

[3] Faisal Tamimi and Siti Munawaroh, 'Teknologi Sebagai Kegiatan Manusia Dalam Era Modern Kehidupan Masyarakat', *Saturnus : Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2.3 (2024), 66–74.

dan kepraktisan yang diberikan serta kehidupan sehari-hari yang mudah didapat menyebabkan masyarakat berpindah ke transaksi secara daring (*online*). Kesibukan yang dimiliki cenderung mendorong individu untuk berbelanja tanpa pergi dari rumah atau meninggalkan pekerjaannya.[4]

Perkembangan teknologi seperti saat ini juga maka dunia usaha juga harus mengalami perkembangan. Perkembangan dalam dunia usaha tentu saja tidak lepas dari peran pelaku usaha yang berkonstribusi dalam memberikan inovasi yang kreatif terhadap usaha yang ada dan berkembang di era digital saat ini. Banyak peluang usaha yang sangat potensial untuk dicoba. Hal ini terjadi karena dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang *update* dan koneksi jaringan internet yang semakin cepat dan mudah diakses oleh siapa saja, dari mana saja dan kapan saja. Berkembangnya usaha kreatif di era digital berkaitan dengan perilaku masyarakat dan pola belanja masyarakat Indonesia yang berubah dari belanja *offline* beralih ke belanja *online*.[5]

Salah satu bentuk perkembangan dalam praktik muamalah adalah dalam kegiatan jual beli. Secara prinsip, jual beli yang diatur dalam hukum Islam merupakan jual beli yang saling menguntungkan, tidak ada salah satu pihak yang dirugikan. Dalam hal ini maka jual beli yang sesuai dengan hukum Islam merupakan jual beli yang tercipta komunikasi yang baik antara penjual dan pembeli, penjual merasakan kepuasan dan keberkahan dari keuntungan yang

[4] Muhammad Fitri Rahmadana, *Ekonomi Digital,* (Bali: Nilacakra, 2021), hal. 10-11.
[5] Fajrillah, dkk, *Smart Entrepeneurship: Peluang Bisnis Kreatif dan Inovatif di Era Digital,* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hal. 75.

diterimanya, sedangkan pembeli merasakan kemanfaatan dari barang yang telah dijualnya.[6]

Praktik jual beli yang sering dilakukan masyarakat pada era teknologi saat ini adalah jual beli *online.* Jual beli *online* merupakan aktifitas perdagangan yang dilakukan antara penjual dan pembeli melalui jaringan internet baik dalam skala nasional maupun skala internasional yang dapat dilakukan tanpa bertemu secara langsung sebagaimana yang biasa terjadi pada jual beli kovensional. [7] Jual beli *online* telah menjadi alternatif baru bagi masyarakat dalam melakukan aktifitas perekonomian sehingga menjadi lebih efektif dan efisien. Masyarakat selaku konsumen akan menjadi lebih mudah dalam mendapatkan segala kebutuhan tanpa harus mengeluarkan waktu khusus untuk bisa memperoleh kebutuhan tersebut dan penjual juga dimudahkan dalam mempromosikan barang dagangannya dengan kemampuan menjangkau pangsa pasar yang jauh lebih luas. Atas kemudahan yang ditawarkan ini menjadi alasan utama masyarakat pada era perkembangan teknologi saat ini lebih memilih untuk melakukan jual beli dalam bentuk *online* dibandingkan melakukan jual beli dalam bentuk konvensional.[8]

Di era digital saat ini, platform media sosial seperti Instagram dan Facebook bukan hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga telah berkembang menjadi media promosi dan transaksi jual beli yang sangat populer di kalangan pelaku usaha

---

[6] Hasbiyallah, *Sudah Syar'iyakah Muamalahmu? Panduan Memahami Seluk Beluk Fikih Muamalah,* (Yogyakarta: Salma Idea, 2014), hal. 1.

[7] Tira Nur Fitria, 'Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3.01 (2017), 52.

[8] Muhamad Izazi Nurjaman and others, 'Jual Beli Online Dan Penentuan Hukum Yang Terjadi Di Dalamnya', *Al-Qanun: Jurnal Pemikiran Dan Pembaharuan Hukum Islam*, 24.2 (2021), 340–64.

mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Penjual memanfaatkan kemudahan dalam mengunggah foto produk, menjangkau konsumen tanpa batas geografis, serta komunikasi yang cepat melalui fitur pesan langsung (*direct message* atau *inbox*). Begitu pula konsumen, yang merasakan kenyamanan dan efisiensi dalam berbelanja tanpa harus keluar rumah. Akan tetapi, di balik kemudahan ini, muncul fenomena baru yang menjadi tantangan tersendiri, yaitu tingginya angka pembatalan pesanan (*cancel order*) secara sepihak oleh konsumen, bahkan setelah transaksi dinyatakan disetujui.

Berdasarkan hasil observasi awal yang peneliti lakukan terhadap sejumlah pelaku usaha online di Kota Langsa, ditemukan adanya permasalahan yang cukup serius dalam praktik jual beli online, khususnya terkait dengan pembatalan pesanan secara sepihak oleh konsumen. Dalam praktiknya, pelaku usaha yang menjalankan bisnis melalui platform media sosial seperti Instagram dan Facebook sering kali menghadapi tindakan pembatalan pesanan tanpa adanya pemberitahuan sebelumnya atau alasan yang jelas dari pihak pembeli. Salah satu contoh yang terjadi pada akun Instagram dengan nama @fourstore.id, yaitu toko online yang menjual pakaian. Pemilik usaha tersebut mengungkapkan bahwa dalam satu bulan, dari sekitar 50 pesanan yang masuk, sekitar 10% di antaranya dibatalkan sepihak oleh konsumen. Pembatalan ini tidak melalui komunikasi yang baik antara pembeli dan penjual, bahkan seringkali tidak direspons kembali oleh pembeli setelah pemesanan dilakukan.

Fenomena ini menimbulkan sejumlah dampak negatif bagi pelaku usaha. Dari sisi materiil, pembatalan secara tiba-tiba menyebabkan stok barang menjadi

menumpuk karena produk yang telah disiapkan tidak jadi dikirim, dan modal usaha yang seharusnya dapat diputar kembali menjadi terhambat. Bagi pelaku usaha kecil, terutama yang beroperasi secara mandiri tanpa sistem pembayaran di muka (*down payment*), kerugian ini bisa berdampak signifikan terhadap kelangsungan usaha yang dijalani. Selain itu, dari sisi psikologis dan motivasi kerja, pembatalan pesanan secara sepihak juga berimbas pada menurunnya semangat para pelaku usaha. Para pelaku usaha menjadi ragu untuk menerima pesanan baru, karena khawatir akan kembali mengalami hal serupa. Tidak hanya itu, kepercayaan pelaku usaha terhadap model bisnis berbasis media sosial pun perlahan mulai menurun.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Analisis Pembatalan Pesanan terhadap Transaksi Jual Beli Online pada Pengguna Instagram dan Facebook di Kota Langsa".**

B. Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas dan agar penelitian ini lebih terfokus, maka peneliti memberikan batasan masalah pada aspek-aspek tertentu. Penelitian ini dibatasi pada praktik pembatalan sepihak oleh konsumen dalam transaksi jual beli online yang dilakukan melalui platform media sosial Instagram dan Facebook oleh pelaku usaha kecil menengah (UMKM) yang berdomisili di Kota Langsa yaitu @adistore, @ck_store29 dan @CR2. Fokus utama penelitian terletak pada bentuk-bentuk pembatalan pesanan, penyebab umum terjadinya pembatalan sepihak, dampak yang dirasakan oleh pelaku usaha, serta analisisnya dari perspektif fikih muamalah. Penelitian ini tidak membahas *platform*

e-commerce besar seperti Tokopedia, Shopee, atau Lazada yang sudah memiliki sistem perlindungan konsumen dan penjual secara formal.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana bentuk dan penyebab pembatalan pesanan secara sepihak oleh konsumen dalam transaksi jual beli online melalui Instagram dan Facebook di Kota Langsa?
2. Bagaimana analisis fikih muamalah terhadap tindakan pembatalan sepihak oleh konsumen dalam transaksi jual beli online melalui Instagram dan Facebook di Kota Langsa tersebut?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yaitu untuk :

1. Untuk mengetahui bentuk dan penyebab pembatalan pesanan secara sepihak oleh konsumen dalam transaksi jual beli online melalui Instagram dan Facebook di Kota Langsa.
2. Untuk mengetahui analisis fikih muamalah terhadap tindakan pembatalan sepihak oleh konsumen dalam transaksi jual beli online melalui Instagram dan Facebook di Kota Langsa.

E. Manfaat Penelitian

Dari pemaparan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, peneliti berharap dengan adanya penelitian ini mampu memberi konstribusi sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah terhadap pengembangan kajian hukum Islam, khususnya dalam bidang fikih muamalah kontemporer. Dalam konteks akademik, penelitian ini memperkaya literatur terkait dinamika jual beli online di era digital yang belum banyak dikaji dari sisi praktik sosial dan etika muamalah Islam. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai referensi teoretis bagi para mahasiswa, akademisi, dan peneliti lain yang tertarik dalam bidang fikih muamalah, hukum ekonomi Islam, serta transformasi perilaku transaksi masyarakat Muslim di era digital.

2. Secara Praktis

   a. Bagi pelaku usaha online

      Penelitian ini memberikan pemahaman mengenai dampak hukum dan etika Islam terhadap tindakan pembatalan pesanan, serta memberikan saran strategis agar mereka dapat mengelola transaksi dengan lebih bijak, termasuk menetapkan kebijakan pembatalan yang jelas dan adil.

   b. Bagi konsumen

      Konsumen diharapkan mendapatkan kesadaran bahwa dalam Islam, melakukan transaksi merupakan bentuk akad yang tidak bisa dilanggar secara sepihak tanpa alasan yang syar’i. Penelitian ini mengedukasi

konsumen agar lebih bertanggung jawab dalam proses jual beli online, serta menjunjung tinggi prinsip kejujuran dan komitmen.

F. Penjelasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalahan pemahaman dalam penafsiran makna dari judul skripsi yang diangkat, maka penulis memberikan beberapa penjelasan istilah yang digunakan dalam judul skripsi.

1. Jual beli online adalah suatu bentuk transaksi perdagangan yang dilakukan melalui media digital atau internet, di mana penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung, melainkan melakukan interaksi secara virtual melalui platform elektronik seperti situs web, marketplace, atau media sosial. Transaksi ini biasanya dilakukan dengan bantuan perangkat elektronik seperti komputer, tablet, atau smartphone yang terhubung ke jaringan internet. Salah satu ciri khas dari jual beli online adalah kemudahannya dalam menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis. [9]
2. Instagram adalah salah satu platform media sosial yang diluncurkan pada tahun 2010 dan kini dimiliki oleh Meta Platforms Inc. (dahulu Facebook Inc.). Instagram memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto, video, dan cerita (stories), serta melakukan interaksi melalui komentar, pesan langsung (direct message), dan fitur belanja online seperti Instagram Shopping. Dalam beberapa tahun terakhir, Instagram telah berkembang menjadi media pemasaran dan

[9] Andika Isma dkk, *E-Commerce dan Internet of Things*, (Jawa Barat: Media Sains Indonesia, 2023), hal. 150.

penjualan produk yang sangat populer di kalangan pelaku usaha, terutama UMKM dan pelaku bisnis online.[10]

3. Facebook adalah platform media sosial yang dikembangkan oleh Mark Zuckerberg dan timnya pada tahun 2004, dan kini berada di bawah naungan Meta Platforms Inc. Facebook memungkinkan pengguna untuk membuat profil pribadi, menjalin pertemanan, serta membentuk komunitas atau grup yang memiliki kepentingan atau minat yang sama. Dalam konteks jual beli online, Facebook telah menyediakan fitur khusus seperti Facebook Marketplace, Facebook Page untuk bisnis, dan Facebook Group sebagai sarana promosi serta transaksi jual beli secara informal.[11]

G. Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan sewa menyewa, yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Windy Bripa Landrawati dan Ina Rosmaya dengan judul ”Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Secara Online Atas Ketidaksesuaian Barang Yang Diterima”. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan suatu penelitian normatif ditujukan terhadap peraturan-peraturan yang tertulis atau bahan hukum lainnya. Suatu perlindungan yang telah diatur dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun

[10] Irfan Ardiansah dan Anastasya Maharani, *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram Sebagai Media Pemasaran Online Pada Industri UKM*, (Bandung: Cendekia Press, 2020), hal. 4.

[11] Ni Putu Pramita Utami, Ida Bagus Gede Purwa, and Kadek Etik Suparmini, ‘Pemanfaatan Jejaring Sosial Facebook Dalam Information Sharing Bagi Pengelola Perpustakaan Di Kabupaten Buleleng’, *Widya Laksana*, 4.2 (2015), 209–20.

1999 telah mengatur mengenai perlindungan hak-hak konsumen serta pemberian ganti rugi maupun penggantian barang atau jasa jika barang atau jasa yang diterima konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.[12]

2. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Asy Syifa Priatna dan Arsyadona dengan judul ”Manajemen Risiko Fitur *Cash On Delivery* (COD) Dalam Mengoptimalisasikan Bisnis E-Commerce di Shopee”. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis manajemen risiko pada metode pembayaran cash on delivery pada Shopee. Metode penelitian menggunakan kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi literatur (*library research*). Hasil penelitian ini ditemukan bahwa pembatalan pesanan secara sepihak oleh pembeli di platform *e-commerce* seperti Shopee menimbulkan sejumlah kerugian bagi penjual, mulai dari pemborosan tenaga kerja, risiko kerugian finansial, hingga berkurangnya waktu dan reputasi toko. Meskipun Shopee telah berupaya mengurangi risiko ini dengan berbagai kebijakan, namun perlu adanya perbaikan lebih lanjut, terutama terkait fitur bayar di tempat.[13]
3. Penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Firmansyah dan Nurul Izah, dengan judul ” Pembatalan Pesanan Pada Jual Beli Online Sistem *Cash On Delivery* (COD) Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Toko *Online Sweeter Shop* di Kecamatan Kalisat)”. Metode penelitian ini berbentuk kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif, pengumpulan data dengan

[12] Nur Windy Bripa Landrawati and Ina Rosmaya, ‘Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Secara Online Atas Ketidaksesuaian Barang Yang Diterima’, *Jurnal Judiciary*, 11.2 (2022), pp. 76–90.

[13] Nur Asy Syifa Priatna and Arsyadona, ‘Manajemen risiko fitur cash on delivery (COD) Dalam Mengoptimalisasikan Bisnis E-Commerce Di Shopee’, *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 3.1 (2023).

wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian bahwa pembatalan pesanan dengan sistem pembayaran COD termasuk akad *wakalah bil 'ujrah* dan terjadi karena adanya *fasakh.* Pembatalan tersebut juga dilatarbelakangi beberapa alasan yaitu barang yang ditampilkan di media sosial tidak sesuai dengan yang diterima konsumen, anggaran tidak cukup serta pembeli memiliki opsi lain. Menurut konsep *fasakh*, pembatalan dalam transaksi jual beli diperbolehkan selama ada sikap *an taradhin* (saling rela) diantara kedua belah pihak.[14]

4. Penelitian yang dilakukan oleh Ardhelia Putri Salsabila dkk, dengan judul " Perlindungan Hukum Terhadap Pembeli Dalam Pembatalan Jual-Beli Secara Sepihak oleh Pelaku Usaha *E-Commerce* pada *Flash Sale* Ditinjau Hukum Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Shopee Flash Sale)". Penelitian ini mengkaji perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *flash sale e-commerce*, khususnya terkait pembatalan sepihak oleh penjual di platform Shopee. Menggunakan metode penelitian yuridis normatif dengan tipologi deskriptif analitis. Penelitian menemukan bahwa perlindungan hukum konsumen terutama diatur dalam UU No. 8/1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU No. 19/2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan PP No. 71/2019. Studi ini mengungkapkan bahwa meskipun regulasi-regulasi tersebut menyediakan kerangka perlindungan konsumen, implementasinya masih menghadapi tantangan. Upaya hukum yang tersedia bagi konsumen

[14] Mohammad Firmansyah and Nurul Izah, 'Pembatalan Pesanan Pada Jual Beli Online Sistem Cash On Delivery (COD) Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Toko Online Sweeter Shop Di Kecamatan Kalisat)', *Tabsyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 2.2 (2021), 39–55.

meliputi pengajuan keluhan melalui platform *e-commerce*, penyelesaian melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), dan gugatan perdata di pengadilan negeri.[15]

5. Penelitian yang dilakukan oleh Sylvia Setjoatmadja dan Dara Puspitasari, dengan judul ”Akibat Hukum Pembatalan Jual Beli Sepihak Melalui *Marketplace* oleh Pembeli dengan Sistem Pembayaran *Cash On Delivery* (COD) Ditinjau dari KUHPerdata”. Tujuan dari penelitian ini, mengetahui kesesuaian perjanjian jual beli dengan transaksi Online E-Commerce melalui Cash on Delivery (COD) antara penjual dan pembeli dengan Pasal 1320 ayat (1) KUHPerdata tentang kata sepakat. Hasil analisis menunjukkan bahwa Perjanjian jual beli dengan transaksi Online melalui Cash On Delivery (COD) antara penjual dan pembeli sudah sesuai dengan yang diatur dalam Pasal 1320 ayat (1) KUHPerdata tentang kata sepakat yang dapat dilihat dari adanya penawaran di awal kesepakatan transaksi. Akibat hukum pembatalan jual beli sepihak oleh pembeli kepada penjual dengan sistem pembayaran ditempat antara lain yaitu pemblokiran akun pembeli, batal demi hukum, harus mengganti kerugian yang diderita penjual, dan pemutusan kontrak yang dibarengi dengan pembayaran kerugian.[16]

[15] Ardhelia Putri Salsabila and others, ‘Perlindungan Hukum Terhadap Pembeli Dalam Pembatalan Jual-Beli Secara Sepihak Oleh Pelaku Usaha E-Commerce Pada Flash Sale Ditinjau Hukum Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Shopee Flash Sale)’, *JALAKOTEK: Journal of Accounting Law Communication and Technology*, 2.1 (2025), pp. 319–26.

[16] Sylvia Setjoatmadja and Dara Puspitasari, ‘Akibat Hukum Pembatalan Jual Beli Sepihak Melalui Marketplace Oleh Pembeli Dengan Sistem Pembayaran Cash On Delivery (COD) Ditinjau Dari KUHPerdata’, *Journal Of Social Science Research*, 4.3 (2024), pp. 4443–57.

Penelitian ini yang berjudul *"Analisis Pembatalan Pesanan terhadap Transaksi Jual Beli Online pada Pengguna Instagram dan Facebook di Kota Langsa dalam Perspektif Fikih Muamalah"* memiliki keterkaitan tema dengan beberapa penelitian terdahulu. Persamaan umum dari keseluruhan penelitian sebelumnya terletak pada fokus terhadap transaksi jual beli online serta pembatalan pesanan, baik oleh pihak pembeli maupun penjual, yang menimbulkan berbagai akibat hukum dan kerugian. Seperti halnya dalam penelitian Nur Windy Bripa Landrawati dan Ina Rosmaya yang mengangkat isu perlindungan konsumen terhadap ketidaksesuaian barang yang diterima dalam jual beli online. Penelitian tersebut bersifat normatif, fokus pada peraturan perundang-undangan yang berlaku, khususnya UU Perlindungan Konsumen. Penelitian ini pun turut membahas persoalan antara konsumen dan penjual, namun dalam perspektif fikih muamalah, bukan dalam konteks hukum positif semata.

Selanjutnya, penelitian oleh Nur Asy Syifa Priatna dan Arsyadona tentang risiko *Cash on Delivery* (COD) di Shopee juga membahas dampak pembatalan pesanan oleh pembeli. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur dan menitikberatkan pada strategi bisnis dan manajemen risiko penjual. Sementara itu, penelitian ini berbeda karena terjun langsung ke lapangan, menggunakan pendekatan kualitatif dan mengeksplorasi praktik pembatalan pesanan dalam interaksi sosial jual beli di media sosial Instagram dan Facebook. Fokus penelitian ini lebih menyoroti nilai keadilan, tanggung jawab, dan kesepakatan antara penjual dan pembeli berdasarkan kaidah fikih muamalah.

Penelitian oleh Mohammad Firmansyah dan Nurul Izah yang juga berbasis pada perspektif hukum ekonomi syariah menjadi rujukan penting karena membahas pembatalan pesanan COD pada toko online dengan pendekatan kualitatif. Penelitian tersebut menyinggung konsep akad *wakalah bil 'ujrah* dan *fasakh* sebagai dasar hukum dalam pembatalan. Penelitian ini memiliki kesamaan pendekatan serta perspektif Islam, namun tetap berbeda karena penelitian tersebut bersifat studi kasus terbatas pada satu toko di satu kecamatan. Penelitian ini lebih luas cakupannya, yaitu mengamati fenomena pembatalan pesanan oleh pengguna Instagram dan Facebook secara umum di wilayah Kota Langsa, yang memiliki karakteristik sosial, ekonomi, dan religius yang berbeda dari daerah lain.

Penelitian oleh Ardhelia Putri Salsabila dkk mengenai pembatalan sepihak oleh pelaku usaha dalam transaksi *flash sale* di Shopee juga memiliki relevansi tema, namun berfokus pada perlindungan pembeli, bukan pembatalan oleh pembeli. Selain itu, pendekatannya yuridis normatif dan membahas *e-commerce* besar, sedangkan penelitian ini bersifat lapangan dan mengamati media sosial sebagai platform jual beli yang bersifat lebih informal, langsung, dan tanpa pihak ketiga seperti *marketplace* besar. Hal serupa juga terlihat dalam penelitian Sylvia Setjoatmadja dan Dara Puspitasari yang mengkaji akibat hukum pembatalan sepihak oleh pembeli dalam sistem COD berdasarkan KUHPerdata. Fokus penelitian tersebut ada pada kesesuaian perjanjian berdasarkan Pasal 1320 KUHPerdata, sedangkan penelitian ini menggali keabsahan akad dan kerelaan dalam perspektif fikih muamalah.

Dengan mempertimbangkan keseluruhan kajian terdahulu tersebut, penelitian ini menghadirkan *novelty* dan keunikan tersendiri, yakni pada fokus media sosial yang digunakan sebagai platform transaksi (Instagram dan Facebook), lokasi penelitian yang spesifik di Kota Langsa, pendekatan kualitatif lapangan, serta kerangka analisis fikih muamalah sebagai sudut pandang utama dalam menilai sah tidaknya pembatalan pesanan oleh pembeli. Hal inilah yang menjadi pembeda dan menjadikan penelitian ini penting serta layak dilakukan, karena dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam memahami bagaimana praktik jual beli di media sosial dipahami oleh masyarakat muslim, serta bagaimana pembatalan pesanan diposisikan dalam prinsip keadilan dan tanggung jawab dalam Islam. Selain itu, penelitian ini juga relevan dengan kebutuhan zaman, mengingat tren jual beli online di media sosial semakin meningkat tanpa diiringi pemahaman syariah yang memadai dari para pelaku jual beli.

H. Kerangka Teori

Dalam penelitian ini menggunakan teori terkait *khiyar* yang merupakan salah satu konsep penting dalam fikih muamalah yang berkaitan langsung dengan kebebasan dan perlindungan hak kedua belah pihak dalam akad jual beli. *Khiyar* secara bahasa berarti memilih, sedangkan menurut istilah fikih, *khiyar* adalah hak yang diberikan kepada salah satu atau kedua belah pihak dalam transaksi untuk memilih melanjutkan atau membatalkan akad setelah akad tersebut terjadi namun sebelum penyelesaian sempurna dilakukan.[17]

[17] Fatihul Khoir, 'Al-Khiyar Dalam Proses Jual Beli Sistem Online', *Ekosiana Jurnal Ekonomi Syari Ah*, 9.2 (2022), 127–38

Terdapat beberapa jenis *khiyar* yang dikenal dalam fikih muamalah. Pertama adalah *Khiyar Syarat*, yaitu hak memilih yang disepakati bersama dalam akad, misalnya pembeli diberi waktu tiga hari untuk memutuskan apakah ingin melanjutkan atau membatalkan transaksi. Kedua, *Khiyar Majlis*, yaitu hak membatalkan transaksi selama kedua belah pihak masih berada dalam satu majelis atau tempat akad berlangsung dan belum berpisah. Ketiga, *Khiyar Aib*, yang diberikan apabila salah satu pihak menemukan cacat atau ketidaksesuaian pada barang setelah akad, yang sebelumnya tidak diketahui. Keempat, *Khiyar Ru'yah*, yang muncul apabila barang belum dilihat secara langsung oleh pembeli saat akad dilakukan. Jenis khiyar ini sangat relevan dalam konteks jual beli online, di mana barang hanya terlihat melalui gambar, bukan secara fisik.[18]

Dengan adanya konsep khiyar, Islam menunjukkan fleksibilitas hukum dalam melindungi konsumen dan produsen agar tidak dirugikan oleh akad yang tidak adil atau tidak sesuai ekspektasi. Dalam transaksi online, misalnya, pembeli bisa menggunakan *khiyar ru'yah* jika barang yang diterima ternyata tidak sesuai dengan yang ditampilkan atau dijanjikan. Selain itu, jika terdapat cacat tersembunyi atau penjual tidak jujur dalam deskripsi, maka *khiyar aib* dapat dijadikan dasar untuk membatalkan transaksi. Maka dari itu, teori *khiyar* memiliki peran penting dalam menjaga transparansi, keadilan, dan kepastian hukum dalam jual beli, termasuk dalam jual beli modern yang terjadi di platform digital seperti Instagram dan Facebook.

[18] Jamilah and Firmansyah, 'Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Penerapan Khiyar Dalam Transaksi E-Commerce', *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6.1 (2019), 49–62.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran dan pemahaman yang sitematis, penulis akan menyusun skripsi ini dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan. Dalam bab ini penulis mengemukakan latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penjelasan istilah, kerangka teori dan sistematika pembahasan.

BAB II: Kajian Teori. Dalam bab ini akan dikemukakan kajian pustaka yang akan digunakan dalam menganalisis masalah dalam penelitian dan penelitian terdahulu

BAB III: Metodologi Penelitian. Beberapa hal yang dibahas dalam bab ini di antaranya jenis dan pendekatan penelitian, objek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV: Hasil Penelitian. Bab ini membahas tentang hasil yang didapatkan setelah proses penelitian dilakukan.

BAB V: Penutup, mencakup kesimpulan dan saran dari hasil penelitian

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kota Langsa merupakan salah satu kota yang terletak di pesisir timur Provinsi Aceh, Indonesia. Secara geografis, Kota Langsa berada pada posisi 4°28′ - 4°33′ Lintang Utara dan 97°56′ - 98°02′ Bujur Timur. Kota ini memiliki batas wilayah yang strategis karena di sebelah utara berbatasan langsung dengan Selat Malaka, sementara di sebelah timur dan selatan berbatasan dengan Kabupaten Aceh Tamiang, dan di sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Aceh Timur. Lokasi ini menjadikan Kota Langsa sebagai salah satu kota dengan akses yang cukup mudah ke jalur perdagangan laut dan darat, baik ke arah Provinsi Sumatera Utara maupun wilayah-wilayah lain di Aceh.[52]

Secara administratif, Kota Langsa terdiri dari 5 kecamatan, yaitu Kecamatan Langsa Kota, Langsa Barat, Langsa Timur, Langsa Baro, dan Langsa Lama. Kelima kecamatan tersebut terbagi lagi ke dalam 66 gampong (desa atau kelurahan). Masing-masing kecamatan memiliki karakteristik dan potensi wilayah yang berbeda, mulai dari kawasan perdagangan, pendidikan, pertanian, hingga pesisir laut. Luas wilayah Kota Langsa mencapai sekitar 239,83 kilometer persegi, menjadikannya sebagai salah satu kota dengan luas sedang di Aceh.[53]

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Langsa tahun 2023, jumlah penduduk di kota ini mencapai sekitar 184.392 jiwa dengan kepadatan

[52] Badan Pusat Statistik Kota Langsa, *Kota Langsa Dalam Angka 2024*, (Aceh: BPS Langsa, 2024)

[53] *Ibid*

penduduk sekitar 769 jiwa per kilometer persegi. Penduduk Kota Langsa terdiri dari beragam latar belakang etnis dan budaya, di antaranya etnis Aceh, Melayu, Tionghoa, Jawa, dan Batak. Keberagaman ini menciptakan kehidupan sosial masyarakat yang multikultural dan harmonis. Mayoritas penduduk Kota Langsa memeluk agama Islam, namun terdapat pula penganut agama Kristen, Katolik, Buddha, dan Hindu yang hidup berdampingan secara damai.[54]

Dari sisi ekonomi, Kota Langsa memiliki sektor unggulan di bidang perdagangan, jasa, pendidikan, dan perikanan. Kota ini juga dikenal sebagai salah satu pusat pendidikan di wilayah timur Aceh karena terdapat beberapa perguruan tinggi seperti Universitas Samudra, Politeknik Negeri Langsa, dan beberapa akademi dan sekolah tinggi swasta lainnya. Infrastruktur kota juga terus berkembang, termasuk jalan raya, pelabuhan kecil, pasar tradisional dan modern, serta fasilitas umum lainnya.[55]

B. Bentuk dan Penyebab Pembatalan Pesanan Secara Sepihak oleh Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Instagram dan Facebook di Kota Langsa

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola transaksi jual beli masyarakat, termasuk di Kota Langsa. Saat ini, media sosial seperti Instagram dan Facebook bukan hanya berfungsi sebagai platform komunikasi dan hiburan, melainkan juga telah menjadi wadah potensial untuk kegiatan perdagangan online. Pelaku usaha memanfaatkan fitur-fitur media sosial

[54] Badan Pusat Statistik Kota Langsa, *Kota Langsa Dalam Angka 2024*,….
[55] *Ibid.*

untuk mempromosikan produk secara visual dan interaktif, sementara konsumen merasa lebih mudah dan cepat dalam melakukan pemesanan. Namun, dalam praktiknya, dinamika jual beli online ini tidak terlepas dari berbagai persoalan, salah satunya adalah pembatalan pesanan secara sepihak oleh konsumen setelah proses pemesanan dilakukan.

Salah satu aspek penting dalam aktivitas jual beli online, khususnya yang dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook, adalah sistem pemesanan dan pembayaran yang diterapkan oleh pelaku usaha. Sistem ini menjadi fondasi utama dalam menjembatani komunikasi antara penjual dan pembeli, sekaligus menentukan kelancaran dan kepastian suatu transaksi. Dalam konteks jual beli online, terutama di Kota Langsa, pelaku usaha umumnya merancang sistem pemesanan dan pembayaran berdasarkan pengalaman, tingkat kepercayaan konsumen, serta dinamika yang berkembang di lapangan. Tidak adanya platform transaksi otomatis sebagaimana di marketplace membuat proses pemesanan di media sosial lebih bersifat manual dan sangat bergantung pada kecepatan respons serta kejelasan informasi dari kedua belah pihak. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh Chika yang merupakan pemilik usaha @Ck_store, yaitu:

> Sistem pemesanan biasa lewat DM atau WhatsApp, nanti saya kirim katalog, customer pilih, kasih alamat, terus saya kasih totalan dan rekening. Biasanya pembayaran full transfer dulu baru saya kirim barangnya.[56]

Pernyataan ini juga didukung oleh Adi yang merupakan pemilik usaha @adistore dan Haikal pemilik usaha @CR2, yaitu:

> Order masuk lewat DM atau WA, saya kasih katalog, lalu setelah pilih, saya minta DP 30%. Sisanya dibayar saat mau dikirim. Kalau PO, harus nunggu

[56] Wawancara Kepada Chika, Pemilik @Ck_store, Dilaksanakan Tanggal 04 Juni 2025, Pukul 16.30-17.00 WIB

> 5–7 hari. Saya udah tulis jelas bahwa DP hangus kalau pembeli batalin sepihak. Tapi ya, kadang tetap aja ada yang nekat batal.[57]
>
> Sistem order-nya sekarang udah agak ketat karena pengalaman banyak dibatalin. Jadi kalau udah fix order, saya minta DP minimal Rp50.000 per item. Kalau total belanja banyak, saya sesuaikan nominal DP-nya. DP itu hangus kalau pembeli batalin sepihak. Sisa pelunasan dibayar sebelum dikirim. Pembayaran via transfer ke rekening pribadi, dan saya nggak pakai COD karena sering zonk.[58]

Pernyataan para pelaku usaha di atas mencerminkan dinamika sistem pemesanan dan pembayaran yang umum diterapkan dalam praktik jual beli online di media sosial, khususnya Instagram dan WhatsApp. Dari pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa proses pemesanan diawali dengan komunikasi langsung antara penjual dan konsumen melalui fitur *Direct Message* (DM) atau aplikasi WhatsApp. Tahapan ini menjadi pintu masuk utama transaksi, yang selanjutnya diikuti dengan pengiriman katalog produk oleh penjual. Katalog ini menjadi alat bantu visual yang memungkinkan konsumen memilih barang yang diminati secara lebih praktis dan cepat. Setelah konsumen menentukan pilihan, mereka kemudian diminta untuk mengirimkan data alamat pengiriman, yang kemudian akan direspons oleh penjual dengan memberikan total biaya yang harus dibayar dan nomor rekening tujuan transfer.

Sistem pembayaran yang digunakan menunjukkan adanya dua model yang berbeda namun berorientasi pada pengurangan risiko pembatalan sepihak. Pelaku usaha pertama menerapkan sistem pembayaran penuh di awal (*full* transfer), yakni konsumen wajib melunasi seluruh pembayaran sebelum barang dikirim. Metode ini relatif lebih aman bagi penjual karena menghindari kerugian akibat pembatalan di

[57] Wawancara Kepada Adi, Pemilik @adistore, 04 Juni 2025, Pukul 17. 30- 18.00 WIB
[58] Wawancara Kepada Haikal, Pemilik @CR2, 05 Juni 2025, Pukul 17. 20- 18.00 WIB

saat proses sudah berjalan atau barang telah disiapkan. Sementara itu, pelaku usaha kedua, Adi dari akun @adistore dan Haikal dari akun @CR2, menerapkan sistem uang muka (*down payment*/DP) sebesar 30% dari total harga sebagai bentuk komitmen awal pembeli. Pelunasan dilakukan menjelang pengiriman. Hal ini menjadi strategi yang memberikan fleksibilitas bagi pembeli, namun tetap memberikan jaminan minimal bagi penjual atas keseriusan transaksi. Dalam praktiknya, sistem DP ini pun tidak sepenuhnya menjamin bebas dari risiko kerugian. Meskipun DP akan hangus jika pembeli membatalkan pesanan secara sepihak, tetap saja ditemukan kasus-kasus pembatalan yang terjadi, baik karena pembeli berubah pikiran, alasan pribadi, maupun tidak membaca ketentuan dengan teliti. Bahkan, walaupun dengan adanya sistem order yang sekarang menjadi lebih ketat dibandingkan sebelumnya karena sering mengalami pembatalan. Pelaku usaha menerapkan ketentuan bahwa DP minimal Rp50.000 per item, dan jika pembelian dalam jumlah banyak maka nilai DP akan disesuaikan.

Selain itu, pelaku usaha tidak menggunakan sistem *Cash on Delivery* (COD) karena pengalaman buruk yang pernah dialami oleh pelaku usaha, di mana banyak pembeli tidak menepati janji saat menerima barang. Ini menunjukkan bahwa metode pembayaran penuh di awal atau dengan DP dianggap lebih menjamin keberlanjutan transaksi. Sistem ini juga menunjukkan bahwa pelaku usaha sudah mulai mengadopsi pola kerja yang lebih profesional, meskipun masih berada di ruang media sosial yang cenderung informal. Pada akhirnya, sistem pemesanan dan pembayaran ini lahir dari pengalaman langsung di lapangan dan menjadi bagian

dari strategi pelaku usaha untuk bertahan dan berkembang di tengah tingginya risiko pembatalan pesanan secara sepihak oleh konsumen di era digital.

Namu demikian, walaupun pelaku usaha sudah menerapkan sistem pembayaran yang sistematis agar dapat terhindar dari risiko pembatalan, tapi pada akhirnya bahwa risiko pembatalan transaksi masih kerap terjadi.

Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh Chika yang merupakan pemilik usaha @Ck_store, yaitu:

> Pembatalan tuh sering banget, apalagi waktu awal-awal dulu belum ada sistem yang jelas. Sekarang agak mendingan tapi tetep aja masih ada. Bisa seminggu itu 3–4 orang batalin sepihak. Biasanya mereka udah order, udah kasih alamat, bahkan saya udah packing, eh tiba-tiba bilang cancel. Ada juga yang setelah saya kasih total, langsung gak balas-balas lagi.[59]

Pernyataan ini juga didukung oleh Adi yang merupakan pemilik usaha @adistore dan Haikal pemilik usaha @CR2, yaitu:

> Masih ada yang batal, walau udah pake sistem DP. Sekarang mungkin seminggu ada satu atau dua kasus. Tapi kalau dihitung secara nilai, kadang satu pembatalan itu barangnya banyak. Jadi sekali batal, kerugiannya gak kecil. Biasanya mereka udah DP, terus saya proses, bahkan barang udah jadi kalau sistem PO. Eh, pas saya konfirmasi pelunasan dan pengiriman, mereka bilang gak jadi. DP-nya hilang, iya, tapi barang itu kadang gak bisa dijual cepat. Harus nunggu lagi yang minat ukuran sama modelnya.[60]
>
> Sekarang sih frekuensinya udah jauh menurun dibanding sebelum pake DP, tapi tetep aja ada. Dalam sebulan bisa 3–5 orang yang batal, walaupun udah DP. Mungkin buat mereka DP itu kecil, tapi buat saya, kalau pesanan yang batal itu barangnya banyak, ya tetep rugi. Kebanyakan itu setelah DP masuk dan saya udah mulai proses packing. Kadang barang udah saya siapin, ada juga yang udah saya beli ke supplier karena stoknya PO. Udah saya ukur, saya bungkusin, bahkan label pengiriman udah saya cetak. Tiba-tiba pembeli bilang gak jadi ambil, alasannya macam-macam. Ya DP hangus, tapi waktu dan tenaga yang saya buang ya nggak bisa dibalikin.[61]

[59] Wawancara Kepada Chika, Pemilik @Ck_store, Dilaksanakan Tanggal 04 Juni 2025, Pukul 16.30-17.00 WIB

[60] Wawancara Kepada Adi, Pemilik @adistore, 04 Juni 2025, Pukul 17. 30- 18.00 WIB

[61] Wawancara Kepada Haikal, Pemilik @CR2, 05 Juni 2025, Pukul 17. 20- 18.00 WIB

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pelaku usaha jual beli online di media sosial, tampak jelas bahwa fenomena pembatalan pesanan secara sepihak oleh konsumen masih menjadi persoalan serius yang menimbulkan kerugian dalam berbagai aspek. Meskipun sebagian pelaku usaha telah menerapkan sistem *Down Payment* (DP) sebagai langkah antisipatif, kenyataannya pembatalan tetap terjadi dengan frekuensi yang tidak dapat diabaikan. Dalam satu minggu, pelaku usaha dapat mengalami pembatalan oleh beberapa konsumen, bahkan pada kondisi di mana pesanan telah memasuki tahap pengemasan atau sudah diproses secara penuh, termasuk pemesanan barang ke supplier jika menggunakan sistem *pre-order*. Pola pembatalan yang paling umum terjadi adalah saat konsumen telah melakukan pemesanan, memberikan alamat, menerima total tagihan, lalu tiba-tiba membatalkan secara sepihak, atau bahkan menghilang tanpa kabar setelah total harga diberikan.

Penerapan DP yang bertujuan untuk membatasi pembatalan memang memberikan efek positif dalam menurunkan jumlah kasus dibandingkan masa awal usaha yang belum memiliki sistem pembayaran yang jelas. Namun, DP tidak sepenuhnya menjamin perlindungan penuh terhadap pelaku usaha. Dalam banyak kasus, meskipun DP dinyatakan hangus apabila konsumen membatalkan sepihak, tetap saja pelaku usaha mengalami kerugian, baik dalam bentuk waktu, tenaga, hingga stok barang. Proses produksi, pengemasan, pengukuran, hingga pencetakan label pengiriman yang telah dilakukan menjadi sia-sia. Apalagi dalam sistem PO (*pre-order*), pelaku usaha sudah mengeluarkan biaya di awal untuk membeli barang sesuai pesanan konsumen. Ketika pesanan batal, barang yang telah disiapkan tidak

serta-merta bisa dijual kembali, karena keterbatasan permintaan terhadap ukuran atau model tertentu. Hal ini menyebabkan barang tersebut menumpuk di stok, yang memperlambat perputaran modal usaha.

Kerugian ini tidak selalu bersifat langsung dari sisi keuangan, tetapi juga berdampak pada efisiensi operasional. Waktu yang seharusnya bisa digunakan untuk melayani konsumen lain terbuang untuk memproses pesanan yang batal. Tenaga dan emosi juga terkuras dalam menghadapi konsumen yang tiba-tiba membatalkan dengan alasan yang sering kali tidak rasional atau hanya berdasar pada perubahan *mood*. Dalam beberapa kasus, kerugian bisa menjadi besar apabila pembatalan dilakukan oleh konsumen yang memesan dalam jumlah banyak. Maka meskipun secara DP menjadi tameng awal untuk memastikan keseriusan pembeli, dalam praktiknya, pelaku usaha masih menanggung kerugian yang tidak ringan.

Terdapat berbagai alasan yang menjadikan *customer* membatalkan transaksinya. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh Chika yang merupakan pemilik usaha @Ck_store, yaitu:

> Macam-macam sih alesannya. Ada yang bilang uangnya kepake, ada yang katanya lupa, ada juga yang tiba-tiba hilang kabar aja, gak jelas. Tapi kebanyakan bilang "nanti-nanti ya kak", habis itu gak ada kabar.[62]

Pernyataan ini juga didukung oleh Adi yang merupakan pemilik usaha @adistore dan Haikal pemilik usaha @CR2, yaitu:

> Alasannya banyak yang klise: “Maaf bang, kondisi keuangan gak stabil”, “Ada keperluan mendadak”, atau “Lagi gak jadi beli deh, ada halangan”. Tapi saya heran, kenapa gak pikirin dulu sebelum DP? Jadinya saya yang kena imbasnya. Kadang saya respon dingin aja, udah capek jelasin.[63]

[62] Wawancara Kepada Chika, Pemilik @Ck_store, Dilaksanakan Tanggal 04 Juni 2025, Pukul 16.30-17.00 WIB

[63] Wawancara Kepada Adi, Pemilik @adistore, 04 Juni 2025, Pukul 17. 30- 18.00 WIB

> Iya, biasanya bilangnya uangnya kepake mendadak, atau ternyata dikasih barang serupa sama keluarganya. Ada juga yang bilang keuangan gak stabil, atau gak jadi karena ukurannya ternyata salah pesan. Tapi saya mikir, kenapa gak dari awal pikirin baik-baik sebelum order? Akhirnya saya tetap tegas, DP hangus, tapi tetep capek juga sih.[64]

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelaku usaha jual beli online di Kota Langsa, dapat disimpulkan bahwa alasan pembatalan pesanan secara sepihak oleh konsumen sangat beragam, namun pada umumnya bersifat tidak terencana dan sering kali terkesan kurang bertanggung jawab. Alasan yang paling sering disampaikan oleh konsumen adalah persoalan keuangan, seperti uang yang mendadak terpakai, kondisi ekonomi yang tidak stabil, atau adanya kebutuhan mendesak lainnya. Selain itu, terdapat pula alasan yang lebih klise seperti "lupa", "ukurannya salah pesan", atau bahkan pembeli yang tiba-tiba menghilang tanpa kabar setelah sebelumnya melakukan pemesanan dengan serius.

Pola pembatalan seperti ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen belum memiliki kesadaran atau komitmen penuh terhadap transaksi yang dilakukan. Hal ini semakin diperparah dengan karakteristik media sosial sebagai sarana jual beli yang relatif informal dan fleksibel, sehingga tidak jarang konsumen memperlakukan transaksi seolah-olah hanya sebagai coba-coba tanpa mempertimbangkan dampak yang ditimbulkan bagi pelaku usaha. Meskipun sebagian penjual telah menerapkan sistem *Down Payment* (DP) sebagai bentuk pengikat keseriusan pembeli, tetap saja alasan pembatalan tetap bermunculan

[64] Wawancara Kepada Haikal, Pemilik @CR2, 05 Juni 2025, Pukul 17. 20- 18.00 WIB

dengan berbagai dalih, dan penjual masih harus menanggung beban emosi, waktu, serta kerugian materiil lainnya.

Dalam beberapa kasus, alasan pembatalan yang disampaikan konsumen bahkan tidak masuk akal jika dikaitkan dengan tahapan transaksi yang telah berjalan. Misalnya, pembeli telah melakukan pemesanan, DP telah dibayarkan, barang sudah diproses bahkan hampir dikirimkan, namun tiba-tiba konsumen menyampaikan bahwa ada perubahan situasi, atau sekadar berubah pikiran. Hal ini menimbulkan pertanyaan dari para pelaku usaha, mengapa konsumen tidak mempertimbangkan secara matang sebelum memesan. Rasa lelah dan kecewa sering kali muncul karena pelaku usaha merasa usahanya tidak dihargai, bahkan meskipun mereka telah bersikap tegas dengan menerapkan kebijakan DP hangus, tetap saja ada kerugian secara tidak langsung yang harus mereka tanggung.

Alasan pembatalan pesanan juga diketahui dari pernyataan langsung konsumen online seperti oleh Andayani, yaitu:

> Pernah, beberapa kali saya batal messan barang, tapi jarang. Yang paling saya inget itu waktu saya udah order 3 gamis ke salah satu seller di IG. Udah deal warna dan size, tapi belum transfer. Terus ternyata ada pengeluaran mendadak dari kampus, jadi saya minta maaf dan bilang gak bisa lanjut pesanannya. Pernah juga waktu saya udah transfer DP, tapi barangnya katanya pre-order dan harus nunggu 2 minggu, padahal awalnya dibilang ready. Karena saya buru-buru mau dijual lagi, saya batalin dan DP-nya hangus.[65]

Pernyataan ini juga didukung oleh Risma dan Ramayani yang juga merupakan konsumen online di Kota Langsa, yaitu:

> Pernah, satu atau dua kali. Waktu itu saya udah pesan jaket dan udah DP 50 ribu, tapi saya batalkan karena saya cek lagi ternyata ada produk serupa di

[65] Wawancara dengan Andayani, Konsumen Online di Kota Langsa, Dilaksanakan Tanggal 03 Juni 2025, Pukul 10.20- 10.40 WIB

> marketplace yang harganya lebih murah dan review-nya bagus. Kondisi waktu itu karena saya merasa gak yakin dengan kualitas barangnya. Penjualnya kurang detail kasih foto dan saya minta video produk tapi gak dikasih. Jadi saya agak ragu dan akhirnya cancel, walaupun DP-nya gak dikembalikan dan pun saya udah nemu di toko lain yang lebih bagus.[66]

> Pernah sekali. Waktu itu saya udah pesan gamis buat anak saya, tapi tiba-tiba suami bilang jangan beli dulu karena keuangan agak ketat. Jadi saya hubungi penjual dan minta maaf. Hanya sekali sih. Dan itu pun saya udah DP, tapi DP-nya gak bisa dikembalikan karena katanya udah dibuatkan paketnya. Saya terima aja, karena memang saya yang batalin.[67]

Berdasarkan pernyataan langsung dari para konsumen online di Kota Langsa, dapat dipahami bahwa pembatalan pesanan secara sepihak oleh konsumen tidak sepenuhnya dilakukan tanpa alasan yang jelas. Masing-masing konsumen memiliki pertimbangan pribadi yang pada saat itu mereka anggap penting dan mendesak. Meski begitu, tindakan pembatalan ini tetap menimbulkan konsekuensi yang berdampak, baik bagi pelaku usaha maupun konsumen sendiri. Salah satu alasan utama yang sering muncul adalah masalah keuangan mendadak. Dalam kasus yang dialami oleh Andayani, misalnya, ia membatalkan pesanan karena muncul kebutuhan biaya tak terduga dari kampus. Ini menunjukkan bahwa kondisi finansial yang tiba-tiba berubah dapat secara langsung memengaruhi keputusan pembelian, bahkan ketika pesanan sudah dikonfirmasi secara rinci (warna dan ukuran) namun belum melakukan pembayaran. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen kerap menempatkan prioritas kebutuhan mendesak di atas komitmen terhadap transaksi yang telah disepakati secara lisan atau melalui pesan.

---

[66] Wawancara dengan Risma, Konsumen Online di Kota Langsa, Dilaksanakan Tanggal 03 Juni 2025, Pukul 16.30-16.50 WIB

[67] Wawancara dengan Ramayani, Konsumen Online di Kota Langsa, Dilaksanakan Tanggal 03 Juni 2025, Pukul 17.30-17.50 WIB

Di sisi lain, pembatalan juga bisa terjadi karena informasi yang dirasa kurang transparan dari pihak penjual, seperti yang dialami Risma. Meski sudah memberikan DP sebesar Rp50.000, ia memutuskan untuk membatalkan pesanan jaket karena merasa tidak yakin terhadap kualitas barang yang ditawarkan. Ketidakpuasan ini muncul setelah ia membandingkan produk yang sama di marketplace dengan harga lebih murah dan dilengkapi dengan ulasan positif dari pembeli lain. Ia juga menyoroti kurangnya informasi detail dari penjual, seperti tidak adanya video produk, yang membuat kepercayaan konsumen menjadi menurun. Kasus ini mencerminkan pentingnya komunikasi dan keterbukaan informasi dalam transaksi online, di mana konsumen sangat bergantung pada konten visual dan deskripsi produk untuk membangun keyakinan.

Ramayani, sebagai konsumen lain, membatalkan pesanan karena adanya penyesuaian kondisi ekonomi keluarga. Ia menyebutkan bahwa suaminya meminta agar pembelian ditunda karena keuangan sedang tidak stabil. Meski telah membayar DP dan mengetahui bahwa uang muka tersebut tidak akan dikembalikan, ia tetap menerima konsekuensi tersebut tanpa mempermasalahkan, sebab pembatalan memang berasal dari dirinya sendiri. Sikap ini menunjukkan bahwa sebagian konsumen menyadari tanggung jawabnya dalam transaksi, namun tetap saja, dampak dari pembatalan tetap ada bagi pihak penjual.

Lebih lanjut, alasan lainnya pembatalan pesanan juga diketahui dari pernyataan lanjutan konsumen online seperti oleh Andayani, yaitu:

> Alasan paling sering itu karena waktu pengiriman gak sesuai ekspektasi. Kadang info awal dibilang ready, tapi setelah deal baru dikasih tahu ternyata barangnya PO. Terus juga ada kekhawatiran soal kualitas barang, karena

> foto kadang beda banget sama aslinya. Saya pernah kena juga yang begitu, jadi lebih hati-hati sekarang.[68]

Pernyataan ini juga didukung oleh Risma dan Ramayani yang juga merupakan konsumen online di Kota Langsa, yaitu:

> Biasanya karena dua hal, gak yakin sama penjual dan takut zonk. Soalnya saya pernah punya pengalaman barang yang datang beda banget dari gambar. Jadi kalau komunikasi awal aja udah kurang respon atau gak jelas, saya cenderung batalin.[69]

> Karena kondisi keuangan mendadak. Jadi bukan karena produknya atau penjualnya, tapi karena ada kebutuhan lain yang lebih penting. Saya juga gak enak, tapi memang gak ada pilihan lain.[70]

Lebih lanjut, alasan pembatalan pesanan oleh konsumen dalam transaksi jual beli online melalui Instagram dan Facebook tidak hanya disebabkan oleh satu faktor tunggal, tetapi muncul dari berbagai pertimbangan yang sifatnya personal maupun berkaitan dengan pengalaman sebelumnya. Beberapa konsumen mengungkapkan bahwa salah satu alasan paling umum mereka membatalkan pesanan adalah ketidaksesuaian informasi awal mengenai ketersediaan barang. Dalam beberapa kasus, penjual menyebutkan bahwa produk dalam kondisi "*ready stock*", namun setelah proses pemesanan berlangsung dan konsumen telah menyatakan kesepakatan, barulah diketahui bahwa barang tersebut ternyata berstatus *pre-order* (PO). Hal ini membuat konsumen merasa kecewa karena waktu pengiriman tidak sesuai ekspektasi awal, terlebih jika barang tersebut dibutuhkan dalam waktu cepat.

---

[68] Wawancara dengan Andayani, Konsumen Online di Kota Langsa, Dilaksanakan Tanggal 03 Juni 2025, Pukul 10.20- 10.40 WIB

[69] Wawancara dengan Risma, Konsumen Online di Kota Langsa, Dilaksanakan Tanggal 03 Juni 2025, Pukul 16.30-16.50 WIB

[70] Wawancara dengan Ramayani, Konsumen Online di Kota Langsa, Dilaksanakan Tanggal 03 Juni 2025, Pukul 17.30-17.50 WIB

Selain itu, kekhawatiran terhadap kualitas produk juga menjadi faktor signifikan. Pengalaman masa lalu yang tidak menyenangkan, seperti barang yang diterima tidak sesuai dengan gambar yang dipajang di katalog, membuat konsumen lebih berhati-hati. Ketidaksesuaian ini tidak hanya mencakup perbedaan warna atau bahan, tetapi juga ukuran, model, dan bahkan kualitas jahitan. Perbedaan antara ekspektasi visual dari foto dengan kenyataan produk yang diterima menciptakan rasa ketidakpercayaan yang tinggi. Akibatnya, jika sejak awal komunikasi dengan penjual terasa kurang responsif, tidak transparan, atau minim informasi detail misalnya tidak memberikan video produk saat diminta maka kecenderungan konsumen untuk membatalkan pesanan pun meningkat.

Di samping faktor teknis terkait produk dan pelayanan, kondisi keuangan juga menjadi alasan penting lain yang mendorong konsumen membatalkan transaksi. Dalam beberapa kasus, konsumen mengaku memiliki kebutuhan mendadak yang lebih prioritas secara finansial, seperti pengeluaran akademik, keluarga, atau kebutuhan darurat lainnya. Dalam situasi seperti ini, meskipun konsumen sebenarnya berminat terhadap produk yang dipesan, keterbatasan dana membuat mereka terpaksa membatalkan pesanan. Beberapa dari pelanggan bahkan telah melakukan pembayaran uang muka (DP), namun tetap memilih untuk membatalkan meski DP-nya tidak bisa dikembalikan, karena kebutuhan lain dianggap lebih mendesak.

Dapat diketahui bahwa alasan-alasan pembatalan yang disampaikan oleh konsumen tidak sepenuhnya dilandasi oleh niat untuk merugikan pelaku usaha, namun lebih kepada kondisi personal dan psikologis konsumen saat itu, seperti

kebutuhan finansial, perubahan prioritas, atau kurangnya kepercayaan terhadap penjual. Meski demikian, tindakan tersebut tetap menimbulkan efek lanjutan, terutama bagi pelaku usaha kecil yang mengandalkan ketepatan dan kesinambungan transaksi untuk menjaga kestabilan bisnis yang dijalani. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh Chika yang merupakan pemilik usaha @Ck_store, yaitu:

> Kalau dari sisi saya, pembatalan sepihak itu efeknya tuh lumayan berat ya, apalagi kalau pas lagi banyak orderan. Misalnya ada yang udah order lima potong baju, udah saya totalin, udah saya data, terus saya udah packing juga, label pengiriman udah siap, tinggal kirim. Eh, besoknya dia bilang cancel karena uangnya kepake. Itu saya langsung drop banget, soalnya saya kerja sendiri, nggak punya admin atau tim. Jadi waktu yang saya habisin buat ngeladenin dia tuh udah kepake semua. Terus dari segi stok, itu juga jadi masalah. Kadang saya jual produk yang cepat banget ganti model. Hari ini rame, minggu depan udah nggak laku. Nah, kalau dia batal, stok yang saya simpan jadi nganggur, padahal harusnya udah bisa dijual ke orang lain. Akhirnya harus saya posting ulang, promosiin lagi, dan itu makan waktu dan energi. Dari segi keuangan juga ngaruh. Saya kan modalin sendiri, gak semua barang itu ready stok dari supplier. Ada yang sistem PO, jadi kalau udah saya bayar ke supplier dan tiba-tiba customer batal, itu artinya saya harus nunggu barang itu laku lagi, baru modalnya bisa balik.[71]

Pernyataan ini juga didukung oleh Adi yang merupakan pemilik usaha @adistore dan Haikal pemilik usaha @CR2, yaitu:

> Meski DP hangus, saya tetap rugi. Barang yang mereka pesan itu saya udah siapin. Kadang kalau PO, saya udah bayar ke konveksi. Barang itu jadi numpuk kalau ukurannya susah dijual. Apalagi kalau modelnya custom, itu bikin repot. Secara waktu juga rugi, karena proses pemesanan itu makan energi: mulai dari ngeladenin chat, nyocokin size, nungguin konfirmasi, sampai proses pengepakan. Belum lagi kalau saya udah atur jadwal pengiriman, harus batal. Belum tentu juga DP-nya bisa nutup semua kerugian itu. Misalnya pesanan Rp500 ribu, DP cuma Rp150 ribu, tapi barang udah disediakan dan gak laku dalam sebulan. Berarti modal saya ke-pending terus.[72]

[71] Wawancara Kepada Chika, Pemilik @Ck_store, Dilaksanakan Tanggal 04 Juni 2025, Pukul 16.30-17.00 WIB

[72] Wawancara Kepada Adi, Pemilik @adistore, 04 Juni 2025, Pukul 17. 30- 18.00 WIB

> Jujur ya, meskipun udah pake DP, saya tetep ngerasa rugi. Kenapa? Karena saya udah keluarin waktu buat layani mereka dari awal, hitung totalan, konfirmasi size, diskusi warna, lalu packing barang, dan kadang stoknya saya ambil dulu dari supplier. Kalau mereka batal, DP-nya mungkin cuma nutup sebagian kecil biaya. Tapi saya udah rugi dari sisi tenaga, waktu, bahkan space di rumah buat nyimpan barang yang gagal dikirim. Dan kadang barang yang udah dipacking itu agak susah dijual lagi karena kusut atau jadi kurang menarik. Ditambah, DP itu nggak bisa gantiin potensi keuntungan yang hilang kalau pesanan itu jadi. Jadi ya, tetep aja usaha kecil kayak saya kerasa dampaknya.[73]

Dari berbagai pernyataan pelaku usaha yang menjalankan bisnis jual beli online melalui Instagram dan Facebook di Kota Langsa, terlihat dengan jelas bahwa pembatalan pesanan secara sepihak oleh konsumen meskipun sudah ada sistem DP, tetap menimbulkan kerugian nyata bagi penjual. Para pelaku usaha yang sebagian besar menjalankan bisnisnya secara mandiri tanpa tim, sangat bergantung pada kelancaran transaksi dari awal hingga akhir untuk menjaga perputaran modal dan kestabilan operasional bisnis mereka. Kerugian yang dirasakan tidak hanya bersifat finansial, tetapi juga menyangkut waktu, tenaga, dan sumber daya lainnya yang telah dikeluarkan dalam proses pemesanan. Seperti yang disampaikan oleh pelaku usaha, proses order meliputi banyak tahapan yang menyita waktu dan energi: mulai dari komunikasi awal, pemberian katalog, pencatatan pesanan, perhitungan total harga, pengepakan, hingga persiapan pengiriman. Ketika konsumen tiba-tiba membatalkan pesanan, seluruh proses tersebut menjadi sia-sia. Tenaga dan waktu yang seharusnya bisa digunakan untuk melayani pelanggan lain terbuang percuma. Ini menjadi kerugian tersembunyi yang tidak bisa dikompensasi hanya dengan DP.

[73] Wawancara Kepada Haikal, Pemilik @CR2, 05 Juni 2025, Pukul 17. 20- 18.00 WIB

Dari sisi stok, pembatalan juga berdampak signifikan. Beberapa pelaku usaha mengandalkan sistem *pre-order* (PO) atau harus mengambil stok terlebih dahulu dari supplier setelah menerima pesanan. Hal ini membuat mereka berada dalam posisi risiko ketika pembeli batal secara mendadak. Produk yang sudah disiapkan, khususnya jika model atau ukurannya tergolong spesifik atau musiman, menjadi sulit dijual kembali dalam waktu cepat. Penjual harus mengulang proses pemasaran, membuat konten promosi ulang, dan menyimpan produk lebih lama, yang tentunya memerlukan tempat dan perhatian ekstra. Apabila produk tersebut tidak segera terjual, maka modal yang telah dikeluarkan akan tertahan dalam bentuk stok mati (dead stock), yang memperburuk arus kas bisnis kecil.

Secara ekonomi, DP yang ditahan dari pembeli memang bisa mengurangi beban kerugian, namun menyebabkan potensi keuntungan yang hilang. Di sisi lain, pembatalan juga mengganggu jadwal pengiriman dan pelayanan pelanggan lainnya, karena waktu dan prioritas sudah terlebih dahulu dialokasikan untuk pesanan yang dibatalkan tersebut. Lebih dari itu, dampak psikologis juga dirasakan oleh pelaku usaha, terutama karena mereka merasa upaya mereka tidak dihargai. Banyak pelaku usaha yang telah menekankan bahwa DP akan hangus jika pembatalan dilakukan sepihak, namun hal ini belum cukup membuat konsumen merasa terikat dengan komitmen pembelian. Perasaan kecewa, lelah secara emosional, dan ketidakpastian bisnis menjadi hal yang tak terhindarkan, terutama jika pembatalan terjadi secara berulang dari pelanggan yang berbeda. Oleh karena itu, pelaku usaha online di Kota Langsa telah menerapkan beberapa kebijakan lain yang dapat mengurangi intensitas

dari pembatalan pesanan oleh pelanggan. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh Chika yang merupakan pemilik usaha @Ck_store, yaitu:

> Sekarang saya udah mulai tegas, kalau pelanggan baru dan ordernya banyak saya minta DP minimal 50 ribu. Kalau gak mau DP ya saya gak lanjut proses. Tapi untuk yang udah langganan, saya masih kasih toleransi. Kalau sering batalin, saya catat. Jadi nanti kalau dia mau order lagi saya minta DP dulu, gak mau resiko. Kalau terlalu sering, ya udah, saya tolak aja. Capek hati soalnya.[74]

Pernyataan ini juga didukung oleh Adi yang merupakan pemilik usaha @adistore dan Haikal pemilik usaha @CR2, yaitu:

> Iya, jelas banget. Kalau udah DP dan batal, ya DP-nya hangus. Udah saya buat SOP-nya juga di WA dan Instagram highlight. Tapi kalau pelanggan yang udah sering beli dan ada alasan masuk akal, kadang saya masih kasih kelonggaran, tapi jarang. Kalau udah dua kali batal, saya langsung blacklist. Karena menurut saya gak ada gunanya dilayanin orang yang gak punya komitmen. Capek, waktu saya bisa dipakai buat layani pelanggan yang lebih serius.[75]

> Sekarang saya udah pasang banner di bio Instagram, saya kasih tahu di awal chat bahwa sistemnya DP dan DP hangus kalau batalin sepihak. Saya juga punya daftar blacklist buat yang pernah batalin 2 kali berturut-turut. Saya nggak mau terlalu fleksibel lagi karena dulu saya terlalu baik, malah dimanfaatin. Saya gak langsung marah, tapi kalau dia udah pernah batalin, saya kasih syarat DP lebih tinggi kalau order lagi. Kalau tetep suka batalin, saya gak layani lagi, langsung saya blok. Karena capek juga kalau terus-menerus ngadepin yang nggak serius.[76]

Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut diketahui bahwa untuk mengatasi maraknya pembatalan pesanan sepihak oleh pelanggan, para pelaku usaha online di Kota Langsa telah mengambil langkah-langkah preventif dan menerapkan kebijakan yang lebih tegas. Hal ini dilakukan sebagai respons atas

[74] Wawancara Kepada Chika, Pemilik @Ck_store, Dilaksanakan Tanggal 04 Juni 2025, Pukul 16.30-17.00 WIB

[75] Wawancara Kepada Adi, Pemilik @adistore, 04 Juni 2025, Pukul 17. 30- 18.00 WIB

[76] Wawancara Kepada Haikal, Pemilik @CR2, 05 Juni 2025, Pukul 17. 20- 18.00 WIB

kerugian waktu, tenaga, dan modal yang mereka alami selama menjalankan bisnis di platform media sosial seperti Instagram dan WhatsApp. Berdasarkan hasil wawancara, para pelaku usaha menyadari bahwa tanpa adanya sistem yang jelas dan kontrol ketat terhadap transaksi, potensi kerugian akan terus berulang, terutama dari pelanggan yang tidak memiliki komitmen kuat dalam bertransaksi.

Salah satu kebijakan yang kini banyak diterapkan adalah penerapan sistem uang muka atau *down payment* (DP) yang bersifat wajib, terutama bagi pelanggan baru atau yang memesan dalam jumlah besar. Para pelaku usaha menetapkan nominal DP minimum, misalnya Rp50.000 per item, yang harus dibayarkan sebelum proses pemesanan dilanjutkan. Sistem ini bukan hanya sebagai bentuk komitmen awal dari pembeli, tetapi juga sebagai upaya menyaring pelanggan yang benar-benar serius. Jika calon pembeli menolak untuk membayar DP, maka penjual memilih untuk tidak melanjutkan transaksi sebagai bentuk perlindungan terhadap risiko pembatalan.

Selain itu, pelaku usaha juga menerapkan sistem *blacklist* terhadap pelanggan yang sudah dua kali atau lebih membatalkan pesanan secara sepihak. Nama-nama ini dicatat secara khusus dan jika mereka kembali melakukan pemesanan, maka akan diminta untuk membayar DP yang lebih tinggi. Dalam beberapa kasus, jika dianggap terlalu sering membatalkan tanpa alasan yang logis, penjual bahkan memutuskan untuk tidak lagi melayani pelanggan tersebut, termasuk dengan memblokir akun mereka. Hal ini menunjukkan adanya upaya seleksi konsumen, bukan semata-mata demi keuntungan, melainkan juga untuk menjaga efisiensi waktu dan energi dalam pengelolaan usaha sehari-hari.

Kebijakan lain yang diterapkan adalah penyebaran informasi yang lebih transparan mengenai sistem pemesanan dan pembayaran di media sosial. Para pelaku usaha mencantumkan secara eksplisit aturan mengenai DP, kebijakan pembatalan, dan konsekuensi yang berlaku jika pesanan dibatalkan secara sepihak. Informasi ini biasanya diletakkan di bio Instagram, highlight stories, atau dikirim langsung melalui pesan saat awal komunikasi dengan pelanggan. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman, sekaligus menjadi peringatan awal bagi konsumen mengenai komitmen transaksi. Meskipun begitu, fleksibilitas masih tetap diberikan, terutama kepada pelanggan yang telah dikenal atau memiliki riwayat transaksi yang baik. Beberapa pelaku usaha memberikan kelonggaran kepada langganan tetap apabila pembatalan dilakukan dengan alasan masuk akal dan disampaikan secara baik-baik. Namun, toleransi ini diberikan secara selektif dan tidak untuk semua konsumen, karena pengalaman sebelumnya menunjukkan bahwa terlalu longgar dalam sistem justru membuka celah penyalahgunaan.

Dengan adanya kebijakan-kebijakan tersebut, pelaku usaha berupaya untuk menyeimbangkan antara pelayanan konsumen dan perlindungan terhadap keberlangsungan bisnis mereka. Langkah-langkah ini menunjukkan bahwa dalam ekosistem jual beli online, khususnya di media sosial, diperlukan sistem yang jelas, transparan, dan disiplin untuk meminimalkan risiko kerugian yang terus-menerus menimpa penjual akibat ketidakseriusan pembeli.

C. Analisis Fikih Muamalah Terhadap Tindakan Pembatalan Sepihak oleh Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Instagram dan Facebook di Kota Langsa

Dalam perspektif fikih muamalah, jual beli (*al-bay'*) merupakan akad yang bertujuan untuk saling menukar antara harta dengan harta yang lainnya secara suka sama suka sesuai dengan syarat dan rukun yang telah ditentukan oleh syariat. Salah satu prinsip penting dalam akad jual beli adalah kejelasan (‘*aqd*) dan kesepakatan antara kedua belah pihak (*antaradhin*), sehingga ketika akad sudah sempurna dan sah, maka kedua pihak terikat dengan hak dan kewajiban masing-masing. Dalam konteks jual beli online khususnya yang berlangsung melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook prinsip-prinsip ini tetap berlaku dan tidak kehilangan signifikansinya, meskipun bentuk transaksinya bersifat tidak tatap muka dan cenderung informal.

Dalam kasus yang terjadi di Kota Langsa, praktik pembatalan sepihak oleh konsumen setelah pemesanan dilakukan, bahkan dalam beberapa kasus setelah adanya pembayaran uang muka (DP), menjadi persoalan yang tidak hanya menimbulkan kerugian secara ekonomi, tetapi juga memiliki implikasi etis dan hukum dalam fikih muamalah. Pembatalan sepihak oleh konsumen menurut fikih muamalah terdiri dari beberapa aspek, yaitu sebagai berikut:

1. Keharusan Menjaga Komitmen Akad (*Wafa' al-'Aqd*)

Dalam ajaran Islam, komitmen terhadap perjanjian (*'aqd*) bukan hanya bersifat sosial dan moral, melainkan merupakan kewajiban agama yang memiliki dimensi hukum dan spiritual. Setiap bentuk kesepakatan yang dilakukan antara dua

pihak, baik secara lisan maupun tertulis, sederhana maupun kompleks, dipandang sebagai sesuatu yang harus dijaga dan ditunaikan dengan penuh tanggung jawab. Hal ini ditegaskan dalam firman Allah SWT:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اَوْفُوْا بِالْعُقُوْدِۗ

"Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu..." (QS. Al-Mā'idah: 1)

Ayat ini merupakan dasar kuat yang menunjukkan bahwa Islam mewajibkan umatnya untuk berpegang teguh pada perjanjian atau kontrak yang telah disepakati. Ibnu Katsir dalam tafsirnya menyatakan bahwa ayat ini mencakup seluruh jenis akad, baik antara manusia dengan Allah (seperti nazar) maupun antara manusia dengan manusia, termasuk dalam hal jual beli, sewa-menyewa, pinjam-meminjam, dan sebagainya. Oleh karena itu, komitmen terhadap perjanjian dalam konteks muamalah adalah bentuk pengamalan keimanan.

Dalam praktik jual beli online, termasuk yang dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook, bentuk interaksi antara penjual dan pembeli tetap diikat oleh akad, meskipun secara fisik tidak bertatap muka. Ketika pembeli telah menyatakan setuju terhadap harga, telah menyebutkan barang yang dipesan, menyetujui sistem pembayaran, dan bahkan memberikan data pengiriman dan membayar uang muka (DP), maka terbentuklah suatu bentuk perjanjian yang disebut *akad muwa'āda* (janji mengikat) atau dalam konteks hukum Islam kontemporer sering disamakan dengan *akad mu'allaqah* (akad bersyarat). Jika disertai dengan pembayaran sebagian dari harga, bahkan hal tersebut bisa tergolong sebagai bentuk *akad bai' mu'ajjal* (jual beli dengan pembayaran di muka sebagian).

Meskipun bersifat digital dan informal, transaksi tersebut tetap memenuhi unsur-unsur dasar akad dalam Islam, yaitu:

a. Pihak yang berakad (*al-'aqidan*): Penjual dan pembeli
b. Objek akad (*ma'qud 'alayh*): Barang yang diperjualbelikan
c. Sighah (ijab dan qabul): Pernyataan kesepakatan yang dapat dilakukan secara tulisan, pesan, atau lisan
d. Tujuan yang halal dan sah

Dengan terpenuhinya unsur-unsur tersebut, maka secara fikih terbentuklah akad yang memiliki konsekuensi hukum. Oleh karena itu, tindakan konsumen yang membatalkan secara sepihak tanpa alasan yang dapat dibenarkan syariat seperti kondisi darurat atau ketidaksesuaian fatal dapat dikategorikan sebagai bentuk pengingkaran terhadap akad (*naqd al-'aqd*), yang tidak dibenarkan dalam Islam.

Pelanggaran terhadap prinsip *wafa' al-'aqd* tidak hanya berdampak pada hubungan antar individu, namun juga berdampak secara hukum dan moral. Rasulullah SAW dalam hadisnya mengingatkan bahwa salah satu ciri orang munafik adalah ketika ia berjanji, ia mengingkari:

آيَةُ الْمُنَافِقِ ثَلَاثٌ: إِذَا حَدَّثَ كَذَبَ، وَإِذَا وَعَدَ أَخْلَفَ، وَإِذَا اؤْتُمِنَ خَانَ

"Tanda orang munafik ada tiga: jika berbicara ia berdusta, jika berjanji ia ingkari, dan jika diberi amanah ia khianat."(HR. Bukhari dan Muslim)

Hadis ini menunjukkan bahwa pelanggaran terhadap komitmen, termasuk komitmen jual beli, bukan hanya bentuk kelalaian hukum, tetapi juga termasuk dalam sifat tercela secara moral dan spiritual. Oleh karena itu, dalam transaksi jual beli online, pembatalan sepihak tanpa alasan sah tidak hanya merugikan penjual

dari sisi ekonomi dan waktu, tetapi juga mengikis nilai etis dalam interaksi sosial berbasis syariah.

Dalam penelitian lapangan yang dilakukan di Kota Langsa, diketahui bahwa tindakan pembatalan sepihak oleh konsumen seringkali terjadi setelah pesanan dikonfirmasi dan bahkan setelah uang muka disetorkan. Banyak konsumen yang memberikan alasan klise seperti "uangnya terpakai", "keuangan sedang tidak stabil", atau "lupa" yang tidak dapat dikategorikan sebagai *'udzur syar'i* (alasan yang sah secara syariat). Hal ini sangat merugikan pelaku usaha kecil yang sangat bergantung pada kestabilan alur transaksi dan modal terbatas.

Sebagian penjual bahkan mengaku telah melakukan proses pengepakan, pemesanan ke *supplier*, atau penghitungan logistik ketika pembatalan terjadi. Akibatnya, mereka harus menanggung kerugian waktu, energi, dan materi, bahkan harus mengulang promosi ulang barang yang sudah disiapkan. Dalam hal ini, sangat jelas bahwa pembatalan semacam itu adalah bentuk pelanggaran terhadap *wafa' al-'aqd*, yang bertentangan dengan semangat keadilan dan tanggung jawab dalam syariat.

2. Larangan Merugikan Pihak Lain

Prinsip "*La Dharar wa La Dhirar*" atau "Tidak boleh membahayakan diri sendiri maupun orang lain" merupakan kaidah fikih yang sangat fundamental dalam Islam dan menjadi pijakan utama dalam menimbang sah atau tidaknya suatu tindakan dalam muamalah, termasuk dalam konteks jual beli online. Kaidah ini berasal dari sabda Rasulullah SAW:

لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ

"*Tidak boleh membahayakan dan tidak boleh saling membahayakan*." (HR. Ibn Majah, Malik, dan Ahmad)

Kaidah ini menunjukkan bahwa Islam sangat menekankan prinsip keadilan dan keseimbangan dalam interaksi sosial dan ekonomi. Setiap tindakan yang dapat merugikan pihak lain secara nyata, baik dari segi materiil maupun non-materiil, termasuk dalam kategori perbuatan yang tidak dibenarkan dalam syariat. Oleh karena itu, tindakan konsumen yang secara sepihak membatalkan pesanan setelah melalui serangkaian proses transaksi seperti pengajuan order, pemilihan barang, kesepakatan harga, pengiriman data alamat, bahkan pemberian uang muka (DP) dapat dikategorikan sebagai perbuatan yang merugikan pihak penjual dan bertentangan dengan kaidah ini.

Dari hasil penelitian terhadap pelaku usaha online di Kota Langsa, terungkap bahwa pembatalan sepihak oleh konsumen memberikan dampak signifikan terhadap keberlangsungan bisnis mereka. Kerugian yang diderita bukan hanya dari aspek keuangan, tetapi juga menyangkut waktu, tenaga, hingga reputasi usaha. Barang yang sudah dipesan dan diproses, seperti dibelikan ke supplier atau dibuat secara *pre-order* (PO), sering kali menjadi stok mati yang sulit dijual kembali dalam waktu singkat. Apalagi jika barang tersebut bersifat musiman, cepat berganti tren, atau bersifat personalisasi seperti ukuran khusus atau model tertentu.

Bentuk kerugian lain juga muncul dalam bentuk pemborosan energi promosi ulang, beban psikologis karena kelelahan menghadapi konsumen tidak berkomitmen, dan kerusakan barang karena penyimpanan terlalu lama. Dalam kasus-kasus seperti ini, sekalipun DP telah diberikan, jumlahnya sering kali tidak

sebanding dengan nilai kerugian yang ditanggung oleh pelaku usaha, terlebih jika pesanan dalam jumlah besar.

Selain itu, alasan pembatalan yang sering disampaikan oleh konsumen seperti uang mendadak terpakai, ketidakjelasan informasi, atau berubah pikiran setelah melihat harga di tempat lain secara syar'i tidak bisa dijadikan pembenaran untuk mengingkari akad yang telah disepakati. Islam menuntut tanggung jawab dan keseriusan dalam setiap perjanjian, sebagaimana disebutkan dalam prinsip *wafa' al-'aqd* (memenuhi janji).

Maka dari itu, berdasarkan kaidah *la dharar wa la dhirar*, tindakan membatalkan sepihak tanpa alasan yang syar'i merupakan *pelanggaran terhadap etika transaksi dalam Islam*. Kaidah ini menegaskan bahwa setiap individu harus menghindari tindakan yang dapat menimbulkan kerugian bagi orang lain. Islam mengajarkan bahwa setiap akad adalah bentuk tanggung jawab sosial yang tidak boleh diabaikan begitu saja, dan bahwa keadilan dalam muamalah adalah asas utama dalam menjaga harmoni dan keberkahan dalam ekonomi umat.

3. Status Hukum DP (Uang Muka) dalam Fikih Muamalah

Dalam transaksi jual beli modern, termasuk di platform daring seperti Instagram dan Facebook, pemberlakuan uang muka (down payment atau DP) sebagai tanda jadi pemesanan telah menjadi praktik umum. Namun, dalam perspektif fikih muamalah, status hukum DP khususnya jika ditetapkan hangus ketika pembeli membatalkan sepihak, memiliki perbedaan pandangan di kalangan ulama.

Dalam istilah fikih klasik, DP dikenal sebagai *'urbun* yaitu sejumlah uang yang dibayarkan pembeli kepada penjual sebagai isyarat keseriusan pembelian. Apabila transaksi jadi, maka DP diperhitungkan sebagai bagian dari harga barang; namun jika transaksi batal oleh pihak pembeli, maka DP tidak dikembalikan dan menjadi hak penjual. Mazhab Hanafi, Maliki, dan Syafi'i secara tegas melarang praktik jual beli '*urbun*, dengan argumen bahwa akad ini mengandung unsur *gharar* (ketidakpastian) dan penipuan (*tadlis*), karena ada ketidakjelasan mengenai nasib uang yang disetor. Selain itu, ketentuan uang hangus dinilai sebagai bentuk memakan harta orang lain dengan cara batil yang dilarang dalam syariat. Dalil yang dijadikan rujukan di antaranya adalah:

وَلَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ

"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil."(QS. Al-Baqarah: 188)

Dalam mazhab Syafi'i, uang yang diserahkan sebagai DP tetap menjadi hak pembeli, dan jika transaksi batal, maka harus dikembalikan sepenuhnya, kecuali ada kerusakan barang atau bentuk kerugian nyata yang dilakukan pembeli atas barang tersebut.

Satu-satunya mazhab yang membolehkan praktik '*urbun* adalah Mazhab Hanbali. Mazhab Hanbali berpendapat bahwa jika ada kesepakatan yang jelas antara pembeli dan penjual sejak awal bahwa uang muka akan hangus jika pembeli membatalkan, maka hal ini boleh karena merupakan bentuk syarat dalam akad yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Pendapat ini juga diadopsi sebagian ulama kontemporer dengan syarat adanya kejelasan syarat-syarat transaksi (*ta'wil shurut*) dan tidak ada penipuan. Namun, pendapat ini tetap bukan pandangan

jumhur, dan dalam penerapannya tidak boleh disamaratakan untuk semua kasus, terutama jika menimbulkan ketidakadilan.

Dengan merujuk kepada pendapat mayoritas ulama, praktik *uang muka hangus* tidak diperbolehkan dalam Islam karena berpotensi merugikan salah satu pihak dan mengandung unsur *gharar.* Apalagi jika pembatalan disebabkan oleh hal yang masuk akal atau darurat (seperti kesalahan informasi dari penjual dan kondisi keuangan mendadak), maka menggugurkan hak konsumen atas DP dinilai melanggar prinsip keadilan dalam muamalah. Selain itu, untuk menghindari pelanggaran syariat, sebagian ulama kontemporer menyarankan mekanisme pengganti, seperti DP dikembalikan sebagian sesuai dengan beban biaya yang telah dikeluarkan penjual (misalnya biaya *packing* atau transfer).

4. Etika Bermuamalah dan Tanggung Jawab Moral Konsumen

Islam tidak hanya menetapkan aturan-aturan hukum yang bersifat formal dalam muamalah (interaksi sosial dan ekonomi), tetapi juga secara kuat menanamkan etika dan nilai-nilai moral dalam setiap bentuk transaksi. Dalam hal ini, etika bermuamalah (*akhlaq al-mu'amalah*) merupakan aspek penting yang menjadi fondasi dalam menjaga keadilan, kepercayaan, dan keharmonisan antar pihak dalam aktivitas ekonomi. Dalam transaksi jual beli, termasuk jual beli online yang marak terjadi di media sosial seperti Instagram dan Facebook, konsumen memiliki tanggung jawab moral yang tidak kalah penting dibandingkan penjual. Ketika konsumen memutuskan untuk memesan suatu barang, terlebih setelah terjadi komunikasi, persetujuan harga, dan bahkan pembayaran DP, maka telah terbentuk komitmen moral dan sosial yang mengikat. Komitmen ini bukan hanya

sekadar akad secara hukum, melainkan juga bentuk tanggung jawab sebagai bagian dari etika Islam dalam bermuamalah.

Islam sangat menekankan pentingnya *amanah* (kepercayaan) dan *shidq* (kejujuran) sebagai prinsip utama dalam bermuamalah. Konsumen yang membatalkan pesanan tanpa alasan yang kuat apalagi secara sepihak, berulang, dan tanpa komunikasi yang jelas, telah menunjukkan sikap yang bertentangan dengan amanah dan kejujuran tersebut. Tindakan semacam ini bukan hanya merugikan pelaku usaha dari sisi ekonomi dan waktu, tetapi juga menunjukkan ketidaktertiban moral dalam bertransaksi. Rasulullah SAW dalam hadis bahwar:

آيَةُ الْمُنَافِقِ ثَلاَثٌ: إِذَا حَدَّثَ كَذَبَ، وَإِذَا وَعَدَ أَخْلَفَ، وَإِذَا اؤْتُمِنَ خَانَ

> *"Tanda orang munafik ada tiga: jika berbicara ia berdusta, jika berjanji ia mengingkari, dan jika dipercaya ia berkhianat."* (HR. Bukhari dan Muslim)

Meskipun hadis ini secara teologis merujuk pada ciri-ciri kemunafikan dalam konteks iman, para ulama menjelaskan bahwa hadis ini juga berfungsi sebagai peringatan etis dalam interaksi sosial dan transaksi. Artinya, siapa pun yang menampilkan perilaku seperti dalam hadis tersebut, meskipun ia seorang Muslim, maka ia telah berlaku seperti orang munafik dalam tindakan, meskipun tidak secara aqidah.

Dalam jual beli online, konsumen seringkali terlindung oleh anonimitas dan jarak, yang membuat sebagian merasa bebas melakukan pembatalan sesuka hati tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap penjual. Namun dalam perspektif Islam, transaksi ekonomi tidak terlepas dari pertanggungjawaban moral dan

ukhrawi**.** Islam mengajarkan bahwa segala bentuk interaksi, termasuk jual beli, akan dimintai pertanggungjawaban di hadapan Allah SWT. Allah SWT berfirman:

... ۚوَاَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيْزَانَ بِالْقِسْطِۚ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا اِلَّا وُسْعَهَاۚ ...

> *"Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya."*(QS. Al-An'am: 152)

Ayat ini menunjukkan bahwa keadilan dan tanggung jawab dalam muamalah merupakan amanah besar yang wajib dipenuhi oleh semua pihak. Jika penjual dituntut untuk jujur dan adil dalam menyampaikan informasi produk, maka pembeli juga dituntut untuk bersikap jujur dan bertanggung jawab dalam menyampaikan keputusan transaksinya.

Pembatalan sepihak yang dilakukan tanpa sebab yang dibenarkan secara syar'i atau rasional dapat menjadi *dzulm* (kezaliman) terhadap hak penjual. Bahkan dalam beberapa konteks, tindakan semacam itu bisa menyerupai khianat terhadap janji dan komitmen yang telah dibangun. Tindakan membatalkan pesanan tanpa tanggung jawab, atau hanya karena mendapat harga lebih murah di tempat lain tanpa memberi tahu secara layak, merupakan bentuk penipuan moral yang dapat mengikis nilai-nilai kepercayaan dalam ekonomi umat.

Etika bermuamalah dalam Islam menuntut agar konsumen tidak hanya mengejar keuntungan atau kepuasan pribadi, tetapi juga mempertimbangkan akibat dari tindakannya terhadap orang lain. Konsumen yang tidak konsisten dengan janjinya, mudah membatalkan tanpa alasan sah, dan mengabaikan dampak perbuatannya terhadap pelaku usaha sehingga telah melanggar nilai *amanah*, kejujuran, dan tanggung jawab moral yang menjadi pilar utama dalam Islam.

5. *Al-Iqalah* dalam Praktik Jual Beli Online

Dalam fikih muamalah, dikenal istilah *iqalah*, yaitu pembatalan akad jual beli berdasarkan kesepakatan bersama antara penjual dan pembeli. *Iqalah* pada hakikatnya bukan akad baru, melainkan penghapusan akad karena adanya permintaan dari salah satu pihak yang kemudian disetujui oleh pihak lain.[77] Dasar hukumnya antara lain terdapat dalam hadis riwayat Ibnu Majah: [78]

مَنْ أَقَالَ مُسْلِمًا أَقَالَهُ اللَّهُ عَثْرَتَهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ

> Artinya: *"Barang siapa menerima permintaan pembatalan jual beli dari seorang muslim, maka Allah akan menghapus kesalahannya pada hari kiamat."*

Dari hadis ini para ulama memahami bahwa *iqalah* adalah bentuk keringanan syariat untuk menjaga kemaslahatan, asalkan dilakukan dengan kerelaan kedua belah pihak tanpa ada paksaan.[79] Jika dikaitkan dengan praktik pembatalan pesanan secara sepihak dalam jual beli online di Instagram dan Facebook di Kota Langsa, dapat dilihat bahwa fenomena tersebut tidak sepenuhnya memenuhi konsep *iqalah*. *Iqalah* menekankan adanya kesepakatan, sedangkan dalam praktik yang terjadi, konsumen sering membatalkan pesanan secara sepihak tanpa persetujuan penjual, bahkan dalam keadaan barang sudah dipacking atau dipesan dari supplier (PO). Hal ini berbeda dengan *iqalah* yang bersifat sukarela (*tathawwu'*), di mana penjual rela menerima pembatalan dan mengembalikan uang

---

[77] Jannatul Asmah dkk, "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pembatalan Sepihak Transaksi Jual Beli Dengan Sistem Cash On Delivery Di Toko Lucky Light Candy Kota Mataram", *Muamalat : Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 14, N0. 2, 2022.

[78] Abu 'Abdillah Muhammad bin Yazid al-Qazwini (Ibnu Majah), *Sunan Ibnu Majah*, Kitab at-Tijarah, Bab al-Iqalah fi al-Buyū', Hadis No. 2199 (Beirut: Dar al-Fikr), hlm. 784

[79] Jannatul Asmah dkk, "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pembatalan Sepihak Transaksi Jual Beli Dengan Sistem Cash On Delivery Di Toko Lucky Light Candy Kota Mataram",…

yang telah dibayar, demi memberikan kemudahan bagi pembeli. Dalam praktik di lapangan, penjual justru menetapkan aturan bahwa uang muka (DP) hangus apabila pembatalan dilakukan sepihak oleh konsumen, dengan alasan untuk menutupi kerugian biaya modal, waktu, dan tenaga yang sudah dikeluarkan.

Dengan demikian, praktik pembatalan sepihak yang terjadi lebih tepat dipandang sebagai bentuk wanprestasi dari pihak konsumen karena melanggar kesepakatan awal. Unsur *iqalah* baru akan ada apabila penjual memang dengan rela mengizinkan pembatalan tersebut dan bersedia mengembalikan uang atau tidak menuntut kerugian. Namun karena dalam kasus ini penjual tidak sepenuhnya memberikan persetujuan bahkan harus menanggung kerugian akibat pembatalan maka praktik tersebut tidak mencerminkan *iqalah* sebagaimana yang diatur dalam fikih. Justru sebaliknya, pembatalan sepihak tanpa kerelaan penjual menimbulkan unsur *gharar* (ketidakpastian) dan potensi *dzalim* terhadap hak penjual. Oleh karena itu, dapat ditegaskan bahwa fenomena pembatalan pesanan secara sepihak di Kota Langsa lebih dekat pada wanprestasi atau pelanggaran akad, bukan pada konsep *iqalah* yang disyariatkan dalam Islam.

D. Analisis Penulis

Fenomena pembatalan sepihak oleh konsumen dalam transaksi jual beli online yang terjadi di Kota Langsa, khususnya melalui platform media sosial seperti Instagram dan Facebook, mencerminkan dinamika baru dalam interaksi muamalah kontemporer yang tidak bisa dilepaskan dari perubahan budaya konsumsi dan karakteristik transaksi digital. Dari berbagai temuan dan wawancara yang telah penulis lakukan, tampak jelas bahwa perilaku pembatalan pesanan tidak hanya

disebabkan oleh satu faktor, tetapi oleh berbagai kombinasi motif yang bersifat ekonomis, psikologis, maupun teknis. Di satu sisi, sebagian konsumen membatalkan karena adanya kebutuhan mendesak yang bersifat darurat atau kesalahan informasi dari penjual. Namun, tidak sedikit pula pembatalan yang didasarkan pada alasan yang lemah, seperti ketidakseriusan dalam berkomitmen, keinginan mencari harga lebih murah, atau sekadar berubah pikiran tanpa mempertimbangkan dampak bagi pihak penjual.

Dari sudut pandang fikih muamalah, tindakan pembatalan sepihak ini tidak bisa dipandang sebagai persoalan teknis semata, melainkan harus dikaji dalam bingkai nilai-nilai syariah yang menekankan prinsip keadilan (*'adl*), amanah, dan tanggung jawab sosial. Dalam Islam, akad jual beli merupakan perjanjian yang memiliki kekuatan hukum dan moral, sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Ma'idah ayat 1. Ketika konsumen telah memberikan persetujuan atas harga, model, ukuran, dan metode pembayaran terlebih lagi jika telah membayar uang muka (DP), maka pada dasarnya telah terbentuk suatu ikatan yang harus dijaga dan dipenuhi, sesuai prinsip *wafa' al-'aqd* (menepati perjanjian). Pembatalan sepihak yang dilakukan tanpa uzur syar'i tidak hanya melanggar akad, tetapi juga dapat dikategorikan sebagai *naqd al-'aqd* (pengingkaran akad) yang berkonsekuensi hukum dan moral.

Lebih lanjut, pembatalan yang dilakukan tanpa pertimbangan yang matang kerap menimbulkan kerugian nyata bagi pelaku usaha, terutama pelaku UMKM yang modalnya terbatas dan tidak memiliki tim operasional yang besar. Berdasarkan wawancara dengan para pelaku usaha online di Kota Langsa, dampak

dari pembatalan pesanan mencakup kerugian waktu, tenaga, kerugian materi karena barang yang sudah disiapkan menjadi menumpuk atau susah dijual kembali, serta tertundanya perputaran modal yang sangat penting bagi kelangsungan bisnis kecil. Dalam konteks ini, kaidah fikih *la dharar wa la dhirar* sangat relevan, bahwa tidak boleh membahayakan diri sendiri maupun orang lain. Konsumen yang membatalkan tanpa tanggung jawab telah mencederai prinsip ini dan pada akhirnya menimbulkan *dzulm* (kezaliman) terhadap hak pelaku usaha.

Dari sisi etika, Islam sangat menekankan adab dalam bermuamalah. Sikap tidak konsisten, mengingkari janji, dan tidak amanah merupakan ciri-ciri yang dikecam dalam Islam sebagaimana dijelaskan dalam hadis shahih riwayat Bukhari dan Muslim tentang tiga ciri orang munafik. Walaupun konteks hadis tersebut merujuk pada kemunafikan akidah, namun dalam tataran praktis, ulama menegaskan bahwa tindakan seperti ingkar janji dalam muamalah mencerminkan *nifaq 'amali*, yaitu perilaku munafik secara tindakan. Oleh karena itu, konsumen yang mudah membatalkan pesanan tanpa tanggung jawab, bahkan sampai merugikan pihak penjual, dapat dikategorikan sebagai pelaku muamalah yang tidak jujur dan tidak amanah.

Terkait status hukum DP (uang muka) yang hangus akibat pembatalan, mayoritas ulama memang berpandangan bahwa sistem *'urbun* (DP yang hangus jika pembatalan dilakukan oleh pembeli) tidak diperbolehkan karena dianggap mengandung unsur ketidakpastian (*gharar*) dan memakan harta orang lain secara batil. Namun demikian, ulama Hanabilah dan sebagian ulama kontemporer membolehkannya dalam kondisi tertentu, asalkan sebelumnya telah ada

kesepakatan antara kedua belah pihak dan tidak terdapat unsur penipuan atau pemaksaan. Dalam praktik UMKM online di Kota Langsa, penulis menemukan bahwa sebagian besar pelaku usaha memberlakukan sistem DP hangus sebagai bentuk perlindungan dari kerugian akibat pembatalan sepihak. Oleh karena itu, perlu adanya regulasi kejelasan akad di awal, serta edukasi kepada konsumen agar memahami konsekuensi dari pembatalan, demi menjaga keadilan bagi semua pihak.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa

1. Pembatalan pesanan secara sepihak oleh konsumen dalam transaksi jual beli online melalui Instagram dan Facebook di Kota Langsa terjadi dalam berbagai bentuk. Bentuk pembatalan yang umum terjadi meliputi pembatalan setelah konfirmasi pesanan, setelah barang diproses atau dikemas, bahkan setelah uang muka (DP) disetorkan. Sementara itu, penyebabnya sangat beragam, mulai dari alasan teknis seperti keterlambatan pengiriman, ketidaksesuaian ekspektasi barang, hingga alasan non-teknis seperti perubahan keputusan mendadak, ketidakseriusan dalam bertransaksi, dan kondisi keuangan konsumen yang tidak stabil.
2. Dalam tinjauan fikih muamalah, tindakan ini bertentangan dengan prinsip *wafa' al-'aqd* (menepati akad), kaidah *la dharar wa la dhirar* (larangan merugikan orang lain), serta melanggar etika muamalah seperti amanah dan tanggung jawab. Dalam konteks hukum terhadap DP (uang muka), meskipun mayoritas ulama tidak memperbolehkan praktik uang hangus, sebagian ulama membolehkan dengan syarat seperti DP dikembalikan sebagian sesuai dengan beban biaya yang telah dikeluarkan penjual (misalnya biaya *packing* atau transfer).

B. Saran

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak terkait, yaitu:

1. Bagi pelaku usaha online

   Disarankan untuk menetapkan sistem transaksi yang lebih profesional, seperti pemberlakuan uang muka (DP) dengan ketentuan yang jelas, penyusunan kebijakan pembatalan yang tegas, serta peningkatan komunikasi yang transparan dengan konsumen guna meminimalisir risiko pembatalan sepihak. Selain itu, pelaku usaha juga perlu membekali diri dengan pengetahuan fikih muamalah agar mampu menjalankan usahanya sesuai prinsip syariah.

2. Bagi konsumen

   Diharapkan untuk lebih berhati-hati dan bertanggung jawab dalam melakukan transaksi, serta menjunjung tinggi etika muamalah Islam seperti amanah, menepati janji, dan tidak merugikan pihak lain. Pembatalan pesanan secara sepihak tanpa alasan yang kuat tidak hanya merugikan secara materiil, tetapi juga mencerminkan lemahnya integritas dalam bermuamalah.

3. Bagi penelitian berikutnya

   Diharapkan dapat melanjutkan kajian ini dengan pendekatan yang lebih luas, baik dari segi geografis, metodologis, maupun pengembangan konsep akad yang lebih kontekstual dengan praktik jual beli online masa kini. Dengan sinergi dari berbagai pihak tersebut, diharapkan praktik jual beli online di Kota Langsa dapat berlangsung lebih adil, transparan, dan sesuai dengan nilai-nilai fikih muamalah.