El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Desember 2025
P-ISSN: 2615-241X & E-ISSN: 2686-0503
Halaman 1159-1166

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP JUAL BELI MELALUI MARKETPLACE FACEBOOK PERSPEKTIF *MAṢLAHAH MURSALAH*

Filla Raudhotul Jannah[1], Ratnasari Fajariya Abidin[2]
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga[1,2]
Email: fillaraudhotul25@gmail.com[1], ratnasupomo@yahoo.co.id[2]

Abstrak
Penelitian ini membahas perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui Facebook Marketplace ditinjau dari perspektif maslahah mursalah. Marketplace ini semakin diminati masyarakat karena kemudahan akses dan biaya yang relatif rendah. Namun, lemahnya sistem regulasi menimbulkan potensi kerugian konsumen, seperti penipuan, barang tidak sesuai, dan tidak adanya mekanisme penyelesaian sengketa yang memadai. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian normatif-yuridis dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa regulasi perlindungan konsumen di Indonesia, khususnya dalam transaksi online, masih belum optimal. Dalam perspektif *maslahah mursalah*, perlindungan konsumen merupakan kebutuhan *daruriyyah* untuk menjaga harta dan kemaslahatan masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang lebih jelas dan tegas terkait mekanisme perlindungan konsumen pada transaksi melalui platform digital seperti Facebook Marketplace.
Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Facebook Marketplace, Maṣlahah Mursalah.

Abstract
This study examines consumer protection in buying and selling transactions via Facebook Marketplace from the perspective of maslahah mursalah. This marketplace is increasingly popular due to its ease of access and relatively low costs. However, a weak regulatory system creates the potential for consumer losses, such as fraud, non-conforming goods, and the absence of adequate dispute resolution mechanisms. The research method used is normative-juridical research with a legislative and conceptual approach. The results indicate that consumer protection regulations in Indonesia, particularly in online transactions, are still suboptimal. From the perspective of maslahah mursalah, consumer protection is a daruriyyah (essential) requirement to safeguard property and the public interest. Therefore, clearer and more stringent regulations are needed regarding consumer protection mechanisms in transactions via digital platforms like Facebook Marketplace.
Keywords: *Consumer Protection, Facebook Marketplace, Maṣlahah Mursalah*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola transaksi masyarakat dari sistem konvensional menjadi berbasis daring. Salah satu platform yang semakin diminati adalah Facebook Marketplace, yang menyediakan ruang

bagi pelaku usaha untuk menawarkan barang secara langsung kepada konsumen tanpa pihak ketiga. Kehadiran fitur ini memudahkan proses jual beli, terutama dengan opsi pembayaran *cash on delivery* (COD) yang dianggap lebih aman oleh konsumen. Namun demikian, transaksi melalui Facebook Marketplace juga menyimpan berbagai resiko, seperti penipuan, barang tidak sesuai deskripsi, pembatalan sepihak, hingga ketiadaan mekanisme penyelesaian sengketa yang jelas.[1]

Di Indonesia, perlindungan hukum bagi konsumen telah diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.[2] Meskipun demikian, regulasi yang ada belum sepenuhnya mampu menjawab tantangan baru dalam praktik transaksi digital, khususnya di platform yang tidak memiliki sistem pengawasan internal seperti Facebook Marketplace. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana konsumen terlindungi ketika bertransaksi di platform tersebut.

Dalam perspektif hukum Islam, transaksi jual beli merupakan bagian dari muamalah yang dibolehkan sepanjang memenuhi rukun dan syarat akad serta tidak mengandung unsur *gharar* maupun penipuan.[3] Prinsip *maṣlahah mursalah* memberikan dasar bahwa setiap aktivitas ekonomi harus membawa manfaat nyata bagi masyarakat dan tidak bertentangan dengan *maqāṣid al-syarī'ah*.[4] Oleh karena itu, perlindungan konsumen dalam transaksi digital menjadi bagian penting dari upaya menjaga kemaslahatan, khususnya dalam melindungi harta dan hak-hak konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada dua hal pokok, yaitu: (1) implementasi perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui Facebook Marketplace; dan (2) analisis transaksi tersebut dalam perspektif maṣlahah mursalah. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur hukum perlindungan konsumen sekaligus memperkaya wacana penerapan prinsip-prinsip hukum Islam dalam konteks transaksi digital.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode yuridis-empiris, yaitu penelitian hukum yang melihat penerapan aturan perundang-undangan dalam praktik di lapangan. Pendekatan ini dipadukan dengan pendekatan perundang-undangan *statute approach* untuk mengkaji kesesuaian praktik transaksi di Facebook Marketplace dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi

[1] Rabiatul Awalia, *Facebook sebagai sarana Jual Beli Barang atau Jasa Online Berdasarkan Perspektif Maqashid Syari'ah*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2022), hlm. 22.

[2] Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen; Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

[3] Sulaiman Rasyid, *Fiqh Islam*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2015), hlm. 279-282.

[4] Abdul Wahab Khallaf, *Ilmu Ushul Fiqh*, (Kairo: Dar al-Qalam, 1994), hlm. 98.

El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Desember 2025
P-ISSN: 2615-241X & E-ISSN: 2686-0503
Halaman 1159-1166

Elektronik.[5]

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif-analitis, dengan tujuan menggambarkan fenomena yang terjadi di masyarakat terkait praktik transaksi melalui Facebook Marketplace dan kemudian dianalisis menggunakan teori hukum perlindungan konsumen dan perspektif *maṣlahah mursalah*.[6]

Data yang digunakan terdiri dari:

1. Data primer, diperoleh melalui wawancara dengan konsumen yang pernah melakukan transaksi di Facebook Marketplace.
2. Data sekunder, berupa literatur, buku, jurnal, serta peraturan perundang-undangan yang relevan.[7]

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan menyajikan deskripsi mendalam mengenai praktik transaksi dan menghubungkannya dengan teori hukum positif serta prinsip maṣlahah mursalah.[8]

C. Hasil dan Pembahasan

1. Perlindungan Konsumen terhadap Jual Beli melalui Facebook Marketplace

Facebook Marketplace hadir sebagai salah satu sarana perdagangan daring yang populer di Indonesia. Kemudahan akses, harga yang relatif murah, serta opsi pembayaran *cash on delivery* (COD) menjadikan platform ini banyak diminati masyarakat.[9] Namun, dalam praktiknya masih ditemukan berbagai permasalahan yang merugikan konsumen, antara lain barang tidak sesuai dengan deskripsi, penipuan dalam transaksi, hingga pembatalan sepihak oleh salah satu pihak.[10] Fakta ini menunjukkan bahwa konsumen belum sepenuhnya terlindungi ketika bertransaksi melalui platform tersebut.

Secara normatif, perlindungan konsumen di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pasal 4 UUPK menegaskan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa, serta berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang.[11] Sementara itu, Pasal 7 UUPK mengatur

---

[5] Ani Purwati, *Metode Penelitian Hukum Teori dan Praktek*, (Jakarta: CV Jakad Media Publishing,2020), hlm. 3.

[6] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm.15.

[7] Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jkaarta: UI Press, 2014), hlm. 12.

[8] Mukhsin Nyak Umar, *Al-Mashlahah al- Mursalah: kajian atas Relevansinya dengan Pembaharuan Hukum Islam*, (Banda Aceh: Turats, 2017), hlm. 140.

[9] Rabiatul Awalia, *Facebook sebagai sarana Jual Beli Barang atau Jasa Online Berdasarkan Perspektif Maqashid Syari'ah*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2022), hlm. 22.

[10] Data Kementrian Komunikasi dan Informatika, "Kominfo Catatkan 1.730 Kasus Penipuan Online, Kerugian Ratusan Triliun," Katadata,2023, diakses 28 Agustus 2025, https://katadata.co.id/digital/teknologi/63f8a599de801/kominfo-catatkan-1730-kasus-penipuan-online-kerugian-ratusan-triliun.

[11] Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 dan Pasal 7.

El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Desember 2025
P-ISSN: 2615-241X & E-ISSN: 2686-0503
Halaman 1159-1166

kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jujur, dan jelas terkait barang yang diperdagangkan. Namun, dalam praktik transaksi di Facebook Marketplace, ketentuan ini sering dilanggar. Banyak pelaku usaha tidak memberikan informasi yang transparan mengenai barang, sehingga menimbulkan ketidaksesuaian dengan hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam undang-undang.

Dalam perspektif Islam, transaksi jual beli diperbolehkan sepanjang memenuhi syarat dan rukun akad, serta tidak mengandung unsur penipuan *gharar* maupun kebohongan. Hal ini sesuai dengan sabda Rasulullah SAW: "Penjual dan pembeli diberi pilihan selama mereka belum berpisah. Jika keduanya jujur dan menjelaskan kondisi barangnya, maka mereka diberkahi dalam jual belinya. Namun, jika mereka berdusta dan menyembunyikan aib barang, maka dihapuslah keberkahan jual beli itu."[12] Hadis ini menunjukkan bahwa kejujuran dan keterbukaan informasi menjadi dasar perlindungan konsumen dalam perspektif syariah.

Dengan demikian, kondisi ideal menurut hukum positif maupun syariat Islam adalah terciptanya transaksi yang transparan, adil, dan aman bagi konsumen. Namun kondisi faktual menunjukkan adanya kesenjangan perlindungan, khususnya di platform yang belum memiliki sistem verifikasi dan pengawasan internal. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi, baik berupa implementasi UUPK secara efektif maupun pembaruan kebijakan perlindungan konsumen yang relevan dengan perkembangan transaksi digital. Menurut teori hukum perlindungan konsumen, keberadaan regulasi bertujuan menjaga keseimbangan kedudukan antara pelaku usaha dan konsumen.[13] Namun, transaksi di Facebook Marketplace memperlihatkan keseimbangan karena konsumen berada pada posisi yang lebih lemah. Hal ini selaras dengan teori *caveat venditor let the seller beware,* yang menekankan bahwa pelaku usaha memiliki tanggung jawab utama untuk melindungi konsumen dengan memberikan informasi yang benar dan jujur.[14] Uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa kondisi perlindungan konsumen di Facebook Marketplace masih jauh ideal. Ketentuan UUPK dan prinsip syariat islam sama-sama menekankan pentingnya kejujuran, transparansi dan keamanan konsumen. Namun, praktik faktual masih memperlihatkan lemahnya implementasi regulasi dan dominasi penjual atas konsumen. Oleh karena itu, diperlukan mekanisme perlindungan tambahan, baik melalui regulasi e-commerce yang lebih tegas maupun kebijakan internal platform untuk memastikan keadilan dalam transaksi digital.

Kondisi faktual yang terjadi sebenarnya banyak konsumen yang mengalami kerugian ketika bertransaksi melalui Facebook Marketplace, antara lain barang tidak sesuai deskripsi, penipuan identitas penjual,

[12] HR. Al-Bukhari dan Muslim, Kitab Al-Buyu'

[13] Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), hlm. 23.

[14] Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia* (Surabaya: Bina Ilmu, 1987), hlm. 45.

El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Desember 2025
P-ISSN: 2615-241X & E-ISSN: 2686-0503
Halaman 1159-1166

barang cacat yang tidak diinformasikan, hingga pengiriman yang tidak dilakukan meskipun pembayaran telah diselesaikan. Hal ini disebabkan oleh karakteristik Facebook Marketplace yang berbeda dari marketplace resmi (seperti Tokopedia atau Shopee) karena Facebook hanya menyediakan ruang iklan tanpa mekanisme pembayaran resmi dan tanpa verifikasi identitas penjual.[15]

Telah melakukan wawancara dengan beberapa konsumen di Yogyakarta, mayoritas menyatakan lebih memilih sistem pembayaran *cash on delivery* (COD) untuk meminimalisir risiko penipuan.[16] Namun demikian, sistem COD tidak sepenuhnya aman karena sering ditemukan kasus barang tidak sesuai dan konsumen tidak memiliki jalur hukum yang jelas untuk menuntut haknya.

Analisis Menurut Hukum Positif

Perlindungan konsumen di Indonesia diatur melalui **Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)**. Pasal 4 UUPK memberikan hak kepada konsumen atas kenyamanan, keamanan, keselamatan, serta informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang.[17] Selain itu, Pasal 7 UUPK mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar serta bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen. Dalam konteks transaksi elektronik, perlindungan ini diperkuat dengan **Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)** serta **Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik**.[18] Regulasi tersebut mengharuskan pelaku usaha memberikan jaminan keaslian informasi, kepastian hukum, serta penyelesaian sengketa. Namun, dalam praktik di Facebook Marketplace, ketentuan tersebut sulit dilaksanakan. Hal ini karena platform tidak bertindak sebagai pelaku usaha yang mengawasi transaksi, melainkan hanya penyedia sarana pertemuan penjual dan pembeli. Akibatnya, konsumen tidak memiliki mekanisme formal untuk menuntut haknya bila terjadi pelanggaran, dan perlindungan normatif dari UUPK serta UU ITE tidak dapat diterapkan secara efektif.

Analisis Menurut Perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, perlindungan konsumen merupakan bagian dari prinsip keadilan dan larangan penipuan (*gharar*). Rasulullah SAW bersabda: *"Penjual dan pembeli diberi pilihan selama mereka belum berpisah. Jika keduanya jujur dan menjelaskan kondisi barangnya, maka mereka diberkahi dalam jual belinya. Namun, jika mereka berdusta dan menyembunyikan aib barang, maka dihapuslah keberkahan jual beli itu."*

---

[15] Rabiatul Awalia, *Facebook sebagai Sarana Jual Beli Barang atau Jasa Online Berdasarkan Perspektif Maqashid Syari'ah* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2022), hlm. 22.

[16] Data Wawancara Konsumen Facebook Marketplace, Yogyakarta, Juni 2023.

[17] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4.

[18] Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik; Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Pasal 7.

El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Desember 2025
P-ISSN: 2615-241X & E-ISSN: 2686-0503
Halaman 1159-1166

(HR. al-Bukhari dan Muslim).[19] Selain itu, Al-Qur'an menegaskan dalam QS. an-Nisā' [4]:29: "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu."[20] Ayat ini menekankan bahwa akad jual beli yang sah harus dilandasi kerelaan dan kejujuran. Dalam praktik Facebook Marketplace, banyak transaksi yang justru menyalahi prinsip ini karena adanya penipuan dan ketiadaan transparansi.

2. Analisis Transaksi Jual Beli di Facebook Marketplace dalam Perspektif *Maṣlahah Mursalah*

Pembahasan pertama telah menunjukkan bahwa perlindungan konsumen di Facebook Marketplace masih lemah, baik karena tidak adanya pengawasan platform maupun kurangnya implementasi UUPK secara optimal. Kondisi ini menimbulkan kerugian nyata bagi konsumen berupa penipuan, ketidaksesuaian barang, hingga hilangnya kepercayaan terhadap sistem transaksi daring. Situasi tersebut perlu dianalisis dalam perspektif hukum Islam, khususnya dengan pendekatan *maṣlahah mursalah*.

Konsep *maṣlahah mursalah* dalam hukum Islam dipahami sebagai kemaslahatan yang tidak secara eksplisit ditetapkan dalam nash, tetapi keberadaannya sangat penting untuk menjaga tujuan syariat *maqāṣid al-syarī'ah*. Menurut al-Ghazali, *maṣlahah* adalah sesuatu yang membawa manfaat atau menolak kerusakan, yang sejalan dengan tujuan syariat, yaitu menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.[21] Dalam konteks transaksi, perlindungan konsumen termasuk dalam kategori menjaga harta *hifẓ al-māl* sehingga menjadi bagian dari *ḍarūriyyāt al-khamsah* yang wajib dijaga.[22]

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Facebook Marketplace memilih metode pembayaran COD karena faktor keamanan dan untuk meminimalisir risiko penipuan.[23] Hal ini menunjukkan adanya upaya masyarakat untuk menjaga kemaslahatan dalam transaksi, meskipun mekanisme perlindungan formal masih terbatas. Namun, dari sudut pandang maṣlahah mursalah, kondisi tersebut belum ideal karena masih banyak konsumen yang dirugikan akibat tidak adanya sistem jaminan dari pihak platform.

Dalam kerangka hukum positif, UUPK memberikan perlindungan normatif bagi konsumen, tetapi implementasinya dalam transaksi melalui Facebook Marketplace masih lemah. Hal ini sejalan dengan pandangan

[19] HR. al-Bukhari dan Muslim, *Kitab al-Buyu'*.

[20] Al-Qur'an, an-Nisā' [4]:29.

[21] Al-Ghazali, *Al-Mustashfa Min 'ilm al-Ushul*, Juz I (Beirut: Dar Al-Kutub Al-'Ilmiyyah, 1993), hlm. 286.

[22] Jasser Auda, *Maqasid al-shariah as philosophy of Islamic law*, (London: IIIT, 2008), hlm. 20.

[23] Data Wawancara Konsumen Facebook Marketplace, Yogyakarta, Juni 2023.

El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Desember 2025
P-ISSN: 2615-241X & E-ISSN: 2686-0503
Halaman 1159-1166

Abdul Wahab Khallaf yang mensyaratkan bahwa suatu maṣlahah dapat dijadikan dasar hukum apabila memenuhi tiga kriteria: (1) manfaatnya bersifat nyata dan faktual, (2) bersifat umum, bukan hanya untuk individu tertentu, dan (3) tidak bertentangan dengan prinsip syariat.[24] Perlindungan konsumen melalui regulasi khusus e-commerce dapat dikategorikan sebagai *maṣlahah mursalah* karena membawa manfaat bagi masyarakat luas dan mencegah kerugian besar akibat penipuan online.

Dengan demikian, analisis perspektif *maṣlahah mursalah* menegaskan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi daring, termasuk di Facebook Marketplace, merupakan kebutuhan mendesak yang harus dipenuhi. Idealnya, pemerintah bersama penyedia platform menghadirkan regulasi dan mekanisme perlindungan yang lebih jelas, seperti sistem *escrow*, verifikasi penjual, atau penyelesaian sengketa online. Upaya ini selaras dengan *maqāṣid al-syarī'ah* untuk menjaga harta sekaligus mendukung terciptanya transaksi yang aman, adil, dan membawa keberkahan bagi seluruh pihak.

D. Penutup.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui Facebook Marketplace masih belum optimal. Hal ini ditunjukkan oleh maraknya kasus penipuan, ketidaksesuaian barang, serta ketiadaan mekanisme penyelesaian sengketa yang jelas. Secara normatif, ketentuan **UUPK**, **UU ITE**, dan **PP 80/2019** telah memberikan dasar perlindungan, namun implementasinya sulit diterapkan karena Facebook hanya berfungsi sebagai penyedia platform, bukan pelaku usaha.

Dalam perspektif Islam, praktik transaksi di Facebook Marketplace yang menimbulkan kerugian bagi konsumen bertentangan dengan prinsip syariah, khususnya larangan *gharar* dan kewajiban keterbukaan informasi sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur'an dan Hadis. Analisis menggunakan konsep *maṣlahah mursalah* menunjukkan bahwa perlindungan konsumen merupakan kebutuhan mendesak *ḍarūriyyah* untuk menjaga harta *ḥifẓ al-māl* dan mencegah kerugian dalam transaksi digital.

[24] Abdul Wahab Khallaf, *Ilmu Ushul Fiqh,* (Kairo: Dar Al-Qalam, 1994), hlm. 98.

El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Desember 2025
P-ISSN: 2615-241X & E-ISSN: 2686-0503
Halaman 1159-1166

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Auda, Jasser. *Maqasid al-Shariah as Philosophy of Islamic Law*. London: IIIT, 2008.
- Ghazali, al-. *Al-Mustashfa min 'Ilm al-Ushul*. Juz I. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1993.
- Hadjon, Philipus M. *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu, 1987.
- Khallaf, Abdul Wahab. *Ilmu Ushul Fiqh*. Kairo: Dar al-Qalam, 1994.
- Nyak Umar, Mukhsin. *Al-Mashlahah al-Mursalah: Kajian atas Relevansinya dengan Pembaharuan Hukum Islam*. Banda Aceh: Turats, 2017.
- Purwati, Ani. *Metode Penelitian Hukum Teori dan Praktek*. Jakarta: CV Jakad Media Publishing, 2020.
- Rasyid, Sulaiman. *Fiqh Islam*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2015.
- Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Zulham. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Group, 2013.

Skripsi/Tesis

- Awalia, Rabiatul. *Facebook sebagai Sarana Jual Beli Barang atau Jasa Online Berdasarkan Perspektif Maqashid Syari'ah*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2022.

Peraturan Perundang-undangan

- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Al-Qur'an dan Hadis

- Al-Qur'an, an-Nisā' [4]:29.
- HR. al-Bukhari dan Muslim, *Kitab al-Buyu'*.

Artikel/Jurnal/Media Online

- Kementerian Komunikasi dan Informatika. "Kominfo Catatkan 1.730 Kasus Penipuan Online, Kerugian Ratusan Triliun." *Katadata*, 2023. Diakses 28 Agustus 2025. https://katadata.co.id/digital/teknologi/63f8a599de801/kominfo-catatkan-1730-kasus-penipuan-online-kerugian-ratusan-triliun.

Data Lapangan

- Data Wawancara Konsumen Facebook Marketplace, Yogyakarta, Juni 2023.