



This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2025 by the author

Submitted: 25-01-2024 **Revised:** 24-06-2024 **Accepted:** 20-10-2025 **Published:** 01-12-2025

Penguatan Regulasi Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Berdasarkan Hukum Islam dan Hukum Nasional

Nasrudin Nasrudin¹, Clara Vidhia², Rian Maulana³

¹UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

²Fakultas Hukum Universitas Jayabaya Jakarta, Indonesia

³Program Studi Hukum Ekonomi Syariah STAI Siliwangi Bandung, Indonesia

*Correspondence: anazhaitami@uinsgd.ac.id

Abstrak: Perkembangan transaksi jual beli online melalui platform digital telah memberikan kemudahan bagi masyarakat, namun juga menghadirkan berbagai persoalan hukum, seperti ketidakseimbangan posisi antara pelaku usaha dan konsumen, ketidakjelasan informasi produk, serta lemahnya mekanisme perlindungan hak konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penguatan regulasi perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online berdasarkan perspektif hukum Islam dan hukum nasional di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan metode deskriptif-analitis. Data penelitian diperoleh melalui studi kepustakaan (library research) dengan mengkaji bahan hukum primer dan sekunder yang relevan. Selanjutnya, data dianalisis secara kualitatif melalui pendekatan konseptual dengan menggunakan prinsip-prinsip hukum Islam, khususnya *maqāṣid al-syarī'ah*, nilai keadilan, amanah, dan larangan praktik *gharar*, sebagai dasar analisis untuk memperkuat perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa regulasi perlindungan konsumen dalam transaksi digital telah memiliki dasar hukum melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan regulasi transaksi elektronik, namun masih membutuhkan penguatan dalam aspek tanggung jawab pelaku usaha, transparansi informasi, penyelesaian sengketa digital, serta kepatuhan terhadap prinsip etika bisnis Islam. Kebaruan penelitian ini terletak pada formulasi model penguatan regulasi perlindungan konsumen digital melalui harmonisasi prinsip hukum Islam dan hukum nasional yang berorientasi pada terciptanya transaksi elektronik yang berkeadilan dan bermaslahat. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan hukum ekonomi digital yang responsif terhadap perkembangan teknologi serta nilai-nilai syariah.

Kata Kunci: *perlindungan konsumen; jual beli online; hukum Islam; hukum nasional; maqāṣid al-syarī'ah.*

Abstract: The development of online buying and selling transactions through digital platforms has provided convenience for society; however, it has also generated various legal issues, including an imbalance in the position between business actors and consumers, unclear product information, and weak mechanisms for protecting consumer rights. This study aims to analyse the strengthening of consumer protection regulations in online buying and selling transactions from the perspectives of Islamic law and national law in Indonesia. This research employs a normative juridical approach with a

descriptive-analytical method. The research data were obtained through library research by examining relevant primary and secondary legal materials. The data were subsequently analysed qualitatively using a conceptual approach based on Islamic legal principles, particularly *maqāṣid al-sharī'ah*, the values of justice, amanah (trustworthiness), and the prohibition of *gharar* (uncertainty), as analytical foundations for strengthening consumer protection in online transactions. The results indicate that consumer protection regulations in digital transactions have been established through the Consumer Protection Law and electronic transaction regulations; however, they still require further strengthening in terms of business actors' responsibilities, information transparency, digital dispute resolution mechanisms, and compliance with Islamic business ethics. The novelty of this research lies in the formulation of a model for strengthening digital consumer protection regulations through the harmonisation of Islamic legal principles and national law, oriented toward creating fair and *maṣlaḥah*-based electronic transactions. This research contributes to the development of digital economic law that is responsive to technological advancement and Islamic values.

Keywords: *consumer protection; online buying and selling; Islamic law; national law; maqāṣid al-sharī'ah.*

Pendahuluan

Perkembangan e-commerce telah mendorong perubahan yang signifikan dalam pola perdagangan di Indonesia. Transaksi yang semula dilakukan secara langsung kini beralih ke platform digital yang menawarkan kemudahan, efisiensi, dan jangkauan pasar yang lebih luas.¹ Perubahan tersebut memberikan manfaat bagi pelaku usaha maupun konsumen, tetapi pada saat yang sama memunculkan berbagai persoalan hukum yang belum sepenuhnya dapat diantisipasi oleh sistem regulasi yang berlaku. Kompleksitas hubungan hukum dalam transaksi digital semakin meningkat karena melibatkan penyelenggara platform, penyedia layanan pembayaran, perusahaan logistik, serta pelaku usaha yang tidak selalu berada dalam yurisdiksi yang sama. Kerangka hukum perlindungan konsumen di Indonesia telah dibangun melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Regulasi tersebut mengatur hak dan kewajiban para pihak, tanggung jawab pelaku usaha, serta penyelenggaraan perdagangan melalui sistem elektronik. Meskipun demikian, efektivitas implementasi regulasi tersebut masih menghadapi berbagai kendala, antara lain keterbatasan pengawasan, lemahnya koordinasi antarlembaga, serta mekanisme penegakan hukum yang belum optimal terhadap pelanggaran dalam transaksi digital.

Persoalan lain yang menjadi tantangan adalah meningkatnya transaksi lintas negara (*cross-border e-commerce*). Model perdagangan ini memungkinkan konsumen Indonesia membeli barang dari pelaku usaha yang berkedudukan di luar negeri tanpa kehadiran fisik maupun kantor perwakilan di Indonesia. Kondisi tersebut menimbulkan kesulitan dalam menentukan yurisdiksi hukum, pelaksanaan putusan, maupun pertanggungjawaban pelaku usaha apabila terjadi sengketa. Maheswari menjelaskan bahwa karakter lintas batas dalam transaksi elektronik menyebabkan perlindungan konsumen sering kali menghadapi hambatan karena perbedaan sistem hukum dan keterbatasan kewenangan negara dalam menegakkan regulasi terhadap pelaku usaha asing.² Nilfatri dkk., juga menemukan bahwa

¹ Nina Nursari et al., "Praktik Pre-Order Di E-Commerce Perspektif Akad Salam," *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)* 10, no. 2 (June 24, 2025): 146–57, <https://doi.org/10.30736/jes.v10i2.1157>.

² Alya Anindita Maheswari, "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui E-Commerce Lintas Negara," *JURNAL EDUCATION AND DEVELOPMENT* 11, no. 2 (April 20, 2023): 162–73, <https://doi.org/10.37081/ed.v11i2.4714>.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen belum sepenuhnya adaptif terhadap perkembangan model bisnis digital yang terus berubah.³

Karakteristik transaksi digital turut memperbesar potensi terjadinya asimetri informasi atau ketimpangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen. Pelaku usaha memiliki akses yang lebih besar terhadap informasi mengenai kualitas produk, proses produksi, maupun risiko penggunaan barang, sedangkan konsumen hanya memperoleh informasi melalui deskripsi produk, foto, video, dan ulasan yang ditampilkan di platform digital. Ketidakseimbangan tersebut menyebabkan konsumen kesulitan memverifikasi kondisi barang sebelum transaksi dilakukan. Romdoni menjelaskan bahwa information asymmetry merupakan salah satu penyebab utama lemahnya posisi tawar konsumen dalam transaksi e-commerce, sehingga diperlukan penguatan regulasi, pemanfaatan teknologi, dan peningkatan literasi digital untuk menciptakan hubungan yang lebih seimbang antara konsumen dan pelaku usaha.⁴

Praktik manipulasi informasi menjadi bentuk pelanggaran yang paling sering ditemukan dalam perdagangan digital. Bentuk pelanggaran tersebut meliputi penggunaan foto produk yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya, penyampaian spesifikasi yang menyesatkan, manipulasi ulasan (fake review), hingga pemberian diskon semu (fake discount) yang bertujuan memengaruhi keputusan konsumen. Praktik demikian tidak hanya merugikan konsumen secara ekonomi, tetapi juga menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap ekosistem perdagangan digital. Penelitian Lathifan, Imaniyati, dan Abidin menunjukkan bahwa praktik diskon palsu merupakan bentuk pelanggaran terhadap hak konsumen atas informasi yang benar dan transparan serta bertentangan dengan prinsip itikad baik dalam kegiatan usaha.⁵

Kepercayaan (trust) merupakan fondasi utama dalam transaksi elektronik karena hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen berlangsung tanpa pertemuan secara langsung. Tingkat kepercayaan konsumen dipengaruhi oleh transparansi informasi, reputasi pelaku usaha, keamanan sistem pembayaran, serta efektivitas mekanisme penyelesaian sengketa. Kegagalan pelaku usaha dalam memberikan informasi yang akurat akan meningkatkan biaya transaksi (transaction cost), memperbesar risiko sengketa, serta menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap perdagangan digital. Ariany, Aminullah, dan Fitriatun menegaskan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi online masih menghadapi kendala pada aspek pembuktian, pertanggungjawaban pelaku usaha, dan efektivitas penyelesaian sengketa.⁶

Perspektif hukum Islam memberikan pendekatan yang lebih komprehensif dalam memahami perlindungan konsumen dalam transaksi digital. Aktivitas perdagangan dalam Islam tidak hanya dipandang sebagai hubungan hukum yang melahirkan hak dan kewajiban, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab moral yang harus dilaksanakan berdasarkan prinsip kejujuran, amanah, keadilan, dan kemaslahatan. Seluruh aktivitas muamalah harus

³ Nilfatri Nilfatri, Ahmad Syukri, and Ramlah Ramlah, "Implementation of Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection in Online Buying and Selling Practices: A Maqashid Shariah Perspective," *Journal of Law, Politics and Humanities* 6, no. 1 (October 1, 2025): 8–18, <https://doi.org/10.38035/jlph.v6i1.2414>.

⁴ Indi Auliya Romdoni, "Legal Analysis of Consumer Protection in E-Commerce Transactions," *Justisia: Jurnal Ilmu Hukum* 2, no. 1 (May 23, 2024): 11–21, <https://doi.org/10.56457/jjih.v2i1.130>.

⁵ Williana Qatrunnada Lathifan, Neni Sri Imaniyati, and Ilman Abidin, "Perlindungan Konsumen Atas Tindakan Pelaku Usaha Yang Memberikan Diskon Palsu Dalam Praktik Jual Beli Produk Di E-Commerce," *Bandung Conference Series: Law Studies* 5, no. 2 (July 21, 2025), <https://doi.org/10.29313/bcsls.v5i2.18533>.

⁶ Farida Ariany, Aminullah Aminullah, and Erna Fitriatun, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Facebook Di Kota Mataram," *JIHAD: Jurnal Ilmu Hukum Dan Administrasi* 4, no. 2 (September 21, 2022), <https://doi.org/10.58258/jihad.v4i2.4403>.

diarahkan untuk menjaga keseimbangan kepentingan para pihak serta menghindari segala bentuk tindakan yang dapat menimbulkan kerugian. Orientasi tersebut sejalan dengan tujuan *maqāṣid al-syarī'ah* yang menempatkan perlindungan harta (*ḥifz al-māl*) sebagai salah satu tujuan utama syariat.

Larangan terhadap praktik *gharar* (ketidakjelasan) dan *tadlīs* (penipuan) menunjukkan bahwa hukum Islam telah mengembangkan mekanisme perlindungan konsumen yang bersifat preventif sejak proses pembentukan akad. Setiap informasi mengenai objek transaksi harus disampaikan secara benar, lengkap, dan tidak menyesatkan sehingga kerelaan (*tarāḍī*) para pihak benar-benar terbentuk atas dasar pengetahuan yang memadai. Hamdi, Aimi, dan Puad menegaskan bahwa integrasi prinsip *maqāṣid al-syarī'ah* ke dalam regulasi ekonomi digital dapat memperkuat sistem perlindungan konsumen melalui pengembangan nilai-nilai transparansi, akuntabilitas, dan keadilan dalam perdagangan elektronik.⁷ Rannu dan Mansyah menambahkan bahwa mitigasi terhadap praktik *gharar* dan *tadlīs* harus dilakukan melalui penguatan regulasi sekaligus internalisasi etika bisnis Islam bagi pelaku usaha digital.⁸ Temuan tersebut diperkuat oleh Maulida yang menyimpulkan bahwa berbagai persoalan dalam transaksi marketplace, terutama terkait ketidaksesuaian barang dan kredibilitas penjual, menunjukkan pentingnya penerapan prinsip syariah sebagai instrumen untuk meningkatkan perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik.⁹

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi digital terus berkembang seiring munculnya tantangan baru akibat disrupsi teknologi, perkembangan kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), serta kompleksitas perdagangan lintas negara. Febriyanti menjelaskan bahwa meskipun Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 telah memperkuat kerangka hukum transaksi elektronik, regulasi tersebut masih memerlukan pengaturan yang lebih spesifik (*sui generis*) mengenai tanggung jawab hukum dan perlindungan data pribadi dalam pemanfaatan AI di sektor e-commerce.¹⁰ Herlina menambahkan bahwa perubahan rezim hukum melalui Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 juga menghadirkan tantangan harmonisasi dalam penegakan hukum di ruang digital, terutama terkait keseimbangan antara perlindungan hak pengguna dan kepastian hukum.¹¹ Kajian Simanjuntak memperlihatkan bahwa transaksi cross-border e-commerce masih menghadapi persoalan yurisdiksi dan pilihan hukum (*choice of law*) yang berpotensi merugikan konsumen, sehingga diperlukan mekanisme Online Dispute Resolution (ODR) sebagai alternatif penyelesaian sengketa yang lebih efektif.¹² Dari perspektif hukum Islam, Ahmad, Kholid, dan Sumardi mengemukakan bahwa perlindungan terhadap data dan harta

⁷ Noor Aimi Mohamad Puad and Asep Saepul Hamdi, "Maqasid Shariah and Consumer Protection in E-Commerce: Strengthening Legal Safeguards in Indonesia's Digital Economy," *International Journal of Islamic Economics and Finance Research* 2, no. 1 (September 29, 2025): 64–75, <https://doi.org/10.53840/ijiefer222>.

⁸ Sumiati and Muh Sutri Mansyah, "Legal Protection for Victims of Fraud in Online Buying and Selling Transactions from the Perspective of Islamic Law," *Justice Law Review* 1, no. 1 (June 18, 2025): 37–65, <https://doi.org/10.64317/jlr.v1i1.14>.

⁹ Zikra Maulida, "Legal Protection for Consumers in Online Buying and Buying Transactions of Goods That Are Not in Accordance With Those Offered Through The Lazada Application Reviewed from An Islamic Legal Perspective," *Proceedings of Malikussaleh International Conference on Law, Legal Studies and Social Science (MICoLLS)* 3, no. 1 (December 30, 2023): 17, <https://doi.org/10.29103/micolls.v3i-.351>.

¹⁰ Rohmah Febriyanti, "Tantangan Penggunaan Artificial Intelligence (AI) Dalam E-Commerce," *Justitia et Pax* 41, no. 1 (June 30, 2025): 45–72, <https://doi.org/10.24002/jep.v41i1.9786>.

¹¹ Sri Herlina, "Criminal Defamation Through Social Media and Its Legal Implications in Indonesia," *International Journal of Law, Environment, and Natural Resources* 5, no. 2 (October 30, 2025): 110–25, <https://doi.org/10.51749/injurlens.v5i1.142>.

¹² Marcel Eka Surya Simanjuntak, "Perbandingan Perlindungan Hukum Konsumen Dan Penyelesaian Sengketa Cross Border E-Commerce Negara Indonesia Dengan Jepang," *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)* 7, no. 3 (July 4, 2023): 2033, <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i3.5144>.

digital merupakan bagian dari implementasi prinsip ḥifẓ al-māl dalam Maqāṣid al-Syarī'ah,¹³ sedangkan Martínez-Cárdenas dan Bozzo Hauri menunjukkan bahwa penggunaan algoritma pada platform digital berpotensi menimbulkan diskriminasi harga dan mengurangi kebebasan konsumen dalam mengambil keputusan,¹⁴ sedangkan Safitri dkk., menegaskan bahwa tanggung jawab hukum atas informasi yang menyesatkan (*misinformation*) yang dihasilkan oleh AI chatbot tetap melekat pada penyelenggara platform digital.¹⁵

Berbagai penelitian tersebut memperkaya kajian mengenai perlindungan konsumen dari aspek regulasi, kecerdasan buatan, transaksi lintas negara, penyelesaian sengketa, dan perspektif Maqāṣid al-Syarī'ah, namun belum mengkaji secara komprehensif model harmonisasi antara hukum Islam dan hukum nasional sebagai kerangka konseptual untuk memperkuat regulasi perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online di Indonesia. Kekosongan tersebut menjadi ruang kebaruan yang diisi oleh penelitian ini melalui perumusan model penguatan regulasi yang mengintegrasikan prinsip maqāṣid al-syarī'ah, kepastian hukum, transparansi, akuntabilitas platform digital, dan perlindungan konsumen dalam satu kerangka hukum yang adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital.

Kebaruan artikel ini terletak pada formulasi model penguatan regulasi perlindungan konsumen digital melalui harmonisasi prinsip hukum Islam dan hukum nasional. Kajian sebelumnya lebih banyak menempatkan hukum perlindungan konsumen dan hukum ekonomi Islam dalam ruang analisis yang terpisah, sedangkan penelitian ini menawarkan pendekatan yang mengintegrasikan nilai maqāṣid al-syarī'ah dengan kerangka regulasi transaksi elektronik sebagai dasar pembentukan sistem perlindungan konsumen yang lebih komprehensif. Model yang ditawarkan tidak hanya berorientasi pada penyelesaian pelanggaran hukum setelah terjadi kerugian, tetapi juga menekankan aspek pencegahan melalui transparansi, tanggung jawab, dan etika bisnis digital. Perspektif tersebut menjadi kontribusi baru dalam pengembangan hukum ekonomi digital yang selaras dengan karakteristik masyarakat Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penguatan regulasi perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online berdasarkan perspektif hukum Islam dan hukum nasional Indonesia. Fokus kajian diarahkan pada identifikasi kelemahan regulasi yang berlaku, analisis relevansi prinsip-prinsip hukum Islam dalam perlindungan konsumen digital, serta perumusan konsep penguatan regulasi yang mampu menjawab perkembangan transaksi elektronik. Pendekatan tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu hukum ekonomi Islam sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi pembentuk kebijakan dalam membangun sistem perlindungan konsumen digital yang efektif.

Perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online merupakan bagian penting dari agenda pembaruan hukum ekonomi di era digital. Perkembangan teknologi harus diiringi dengan sistem hukum yang mampu memberikan kepastian, keadilan, dan perlindungan bagi

¹³ Dikri Abdul Jabar Ahmad, Muhamad Kholid, and Didi Sumardi, "Tindak Pidana Pencurian Data Melalui Wi-Fi Perspektif Pasal 30 Ayat (3) UU Nomor 11 Tahun 2008 Dan Hukum Pidana Islam," *As-Syarī: Jurnal Bimbingan & Konseling Keluarga: Jurnal Bimbingan & Konseling Keluarga* 7, no. 3 (July 22, 2025): 404–25, <https://doi.org/10.47467/as.v7i3.9220>.

¹⁴ Betty Martínez-Cárdenas and Sebastián Bozzo, "Consumidores En Riesgo: Análisis de La Influencia Del Uso de Algoritmos En Beneficio Del Proveedor," *Revista Chilena de Derecho y Tecnología* 13 (October 30, 2024), <https://doi.org/10.5354/0719-2584.2024.70418>.

¹⁵ Rahmad Safitri et al., "Legal Liability of Shopee for AI Chatbot Misinformation in Consumer Protection: A Normative Juridical Analysis," *Jurisprudensi: Jurnal Ilmu Syariah, Perundang-Undangan Dan Ekonomi Islam* 17, no. 2 (December 17, 2025): 398–414, <https://doi.org/10.32505/jurisprudensi.v17i2.10805>.

seluruh pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik. Harmonisasi antara prinsip hukum Islam dan hukum nasional menjadi salah satu pendekatan strategis dalam membangun regulasi digital yang tidak hanya responsif terhadap perubahan teknologi, tetapi juga berlandaskan nilai moral dan kemaslahatan masyarakat. Sistem perlindungan konsumen yang kuat pada akhirnya akan mendukung terciptanya ekosistem perdagangan digital yang aman, terpercaya, dan berkelanjutan.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan metode deskriptif-analitis untuk mengkaji secara mendalam norma hukum yang mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online berdasarkan perspektif hukum nasional dan hukum Islam. Pendekatan yuridis normatif digunakan karena penelitian ini berfokus pada analisis terhadap peraturan perundang-undangan, konsep-konsep hukum, serta prinsip-prinsip normatif yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik. Data penelitian diperoleh melalui studi kepustakaan (*library research*) dengan melakukan penelaahan terhadap bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan yang relevan, serta bahan hukum sekunder berupa literatur ilmiah, buku, jurnal, dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan objek kajian. Seluruh data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif melalui pendekatan konseptual (*conceptual approach*) dengan menggunakan prinsip-prinsip hukum Islam, khususnya maqāṣid al-syarī'ah, nilai keadilan (*al-'adl*), amanah, keseimbangan hak dan kewajiban para pihak, serta larangan praktik gharar, sebagai kerangka teoritis untuk menganalisis kelemahan dan kebutuhan penguatan regulasi perlindungan konsumen digital. Metode analisis tersebut digunakan untuk merumuskan konstruksi hukum yang mampu mengharmonisasikan nilai-nilai hukum Islam dengan sistem hukum nasional dalam rangka menciptakan mekanisme perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online yang berorientasi pada kepastian hukum, keadilan, dan kemaslahatan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pergeseran Paradigma Perlindungan Konsumen dalam Ekosistem Digital

Perkembangan perdagangan elektronik telah mengubah paradigma perlindungan konsumen dari pendekatan represif menjadi pendekatan preventif. Selama ini, perlindungan konsumen lebih banyak dilakukan setelah terjadi pelanggaran melalui mekanisme pengaduan, pemberian sanksi, atau penyelesaian sengketa. Model tersebut dinilai kurang efektif karena tidak mampu mengimbangi karakteristik transaksi digital yang berlangsung cepat, masif, dan melibatkan berbagai aktor dalam satu ekosistem. Wulandari dan Rismansyah¹⁶, Ersella dan Nurhayani¹⁷, serta Sitompoel dan Lie¹⁸ menjelaskan bahwa mekanisme notice-and-takedown yang selama ini diterapkan masih bersifat administratif dan reaktif, sehingga belum mampu memberikan perlindungan yang optimal bagi konsumen.

¹⁶ Yudha Sri Wulandari and Rismansyah, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Elektronik Di Indonesia: Tantangan Dalam Implementasi," *The Juris* 9, no. 2 (December 14, 2025): 527–35, <https://doi.org/10.56301/juris.v9i2.1888>.

¹⁷ Hilda Ersella and Nurhayani, "Tanggung Jawab Penyedia Platform (Marketplace) Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Yang Berbentuk User Generated Content," *Arus: Jurnal Sosial dan Humaniora* 5, no. 3 (December 30, 2025): 5696–5705, <https://doi.org/10.57250/ajsh.v5i3.2232>.

¹⁸ Yervant T. S Sitompoel and Gunardi Lie, "Analisis Yuridis Tanggung Jawab Marketplace Dalam Mengurai Batas Antara Peran Perantara Dan Kewajiban Hukum," *QISTINA: Jurnal Multidisiplin Indonesia* 4, no. 2 (December 2, 2025): 1199–1204, <https://doi.org/10.57235/qistina.v4i2.7195>.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perlindungan konsumen di era digital harus diarahkan pada upaya pencegahan melalui penguatan pengawasan, transparansi informasi, dan pengelolaan risiko sebelum konsumen mengalami kerugian.

Perubahan paradigma tersebut berimplikasi pada semakin luasnya tanggung jawab hukum penyelenggara platform e-commerce. Marketplace tidak lagi dapat diposisikan hanya sebagai perantara pasif (intermediary), melainkan sebagai pelaku usaha yang memiliki kontrol atas sistem transaksi, pengelolaan data, mekanisme pembayaran, algoritma pencarian, hingga proses verifikasi penjual. Posisi dominan tersebut menimbulkan konsekuensi bahwa platform memiliki kewajiban hukum untuk melakukan pengawasan aktif terhadap aktivitas perdagangan yang berlangsung di dalam sistemnya. Nugroho, Alief, dan Dyfa¹⁹ serta Suci dan Nugroho²⁰ berpendapat bahwa tanggung jawab platform seharusnya mencakup penerapan prinsip strict liability terhadap peredaran barang palsu maupun layanan ilegal. Sitompoel dan Lie²¹ juga menegaskan bahwa batas antara fungsi perantara dan tanggung jawab hukum semakin kabur seiring meningkatnya kendali platform terhadap keseluruhan proses transaksi digital.

Penguatan tanggung jawab platform perlu diwujudkan melalui penerapan prinsip shared liability, yaitu pembagian tanggung jawab antara pelaku usaha, penyelenggara platform, dan pihak lain yang terlibat dalam transaksi elektronik. Pendekatan ini menuntut platform untuk melakukan verifikasi identitas pelaku usaha, mengawasi aktivitas perdagangan secara berkelanjutan, memanfaatkan teknologi untuk mendeteksi pelanggaran secara otomatis, serta menerapkan sistem keamanan data yang dapat diaudit secara berkala. Pengembangan mekanisme Online Dispute Resolution (ODR) juga menjadi bagian penting dalam menciptakan penyelesaian sengketa yang lebih cepat, sederhana, dan efisien dibandingkan dengan mekanisme litigasi konvensional. Ersella dan Nurhayani²², Wulandari dan Rismansyah²³, serta Hermawan dan Pramana²⁴ menilai bahwa penguatan tanggung jawab platform harus diikuti dengan pengaturan yang lebih jelas mengenai batas tanggung jawab, safe harbors, dan mekanisme penyelesaian sengketa berbasis teknologi.

Efektivitas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik pada dasarnya telah memberikan landasan hukum bagi perlindungan konsumen dalam transaksi digital. Meskipun demikian, perkembangan teknologi menunjukkan adanya kesenjangan antara norma hukum dan praktik di lapangan. Salah satu persoalan utama adalah munculnya manipulasi informasi melalui *fake reviews*, pengaturan hasil pencarian berbasis algoritma, serta penyalahgunaan posisi dominan oleh platform digital yang dapat

¹⁹ Indah Meisyana Suci and Andriyanto Adhi Nugroho, "Legal Responsibility of Marketplaces in Distributing IQIYI Digital Services and Consumer Protection in Indonesia," *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam* 7, no. 2 (January 4, 2026): 325–40, <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v7i2.8658>.

²⁰ Suci and Nugroho.

²¹ Sitompoel and Lie, "Analisis Yuridis Tanggung Jawab Marketplace dalam Mengurai Batas Antara Peran Perantara dan Kewajiban Hukum."

²² Ersella and Nurhayani, "Tanggung Jawab Penyedia Platform (Marketplace) dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang Berbentuk User Generated Content."

²³ Wulandari and Rismansyah, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Elektronik di Indonesia: Tantangan dalam Implementasi."

²⁴ Anis Wahyu Hermawan and Yudha Pramana, "Secondary Liability and Safe Harbours for Platform Providers in Indonesian E-Commerce Law," *Scientium Law Review (SLR)* 1, no. 3 (December 30, 2022): 101–8, <https://doi.org/10.56282/slr.v1i3.335>.

memengaruhi keputusan konsumen. Jannah, Syanturi, dan Zunaidi,²⁵ serta Sutrisno²⁶ mengemukakan bahwa praktik tersebut menciptakan asimetri informasi yang merugikan konsumen karena informasi yang diterima tidak lagi mencerminkan kondisi produk secara objektif. Dewi dkk., juga menunjukkan bahwa dominasi platform digital dalam mengendalikan data dan algoritma belum diimbangi oleh pengaturan hukum yang secara tegas menetapkan tanggung jawab perdata penyelenggara platform.²⁷

Perlindungan konsumen dalam ekonomi digital juga tidak dapat dipisahkan dari aspek keamanan data pribadi. Data konsumen telah menjadi aset ekonomi yang bernilai tinggi sehingga sering dimanfaatkan tidak hanya untuk memfasilitasi transaksi, tetapi juga untuk membentuk preferensi dan perilaku konsumen melalui sistem algoritma. Penyalahgunaan data pribadi berpotensi menimbulkan kerugian ekonomi maupun pelanggaran terhadap hak privasi konsumen apabila tidak diimbangi dengan sistem pengawasan yang memadai. Wulandari dan Rismansyah²⁸ serta Dewi dkk.,²⁹ menegaskan bahwa perlindungan data pribadi harus menjadi bagian integral dari sistem perlindungan konsumen digital melalui sinkronisasi kebijakan antara regulator perdagangan elektronik, otoritas perlindungan data, dan lembaga perlindungan konsumen. Dengan demikian, perlindungan konsumen tidak hanya diarahkan pada penyelesaian sengketa setelah terjadi kerugian, tetapi juga mencakup pembangunan sistem tata kelola digital yang transparan, akuntabel, dan berorientasi pada pencegahan sebagai fondasi utama terciptanya perdagangan elektronik yang adil dan berkelanjutan.

Analisis Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Perspektif Hukum Islam

Perkembangan perdagangan elektronik telah mendorong transformasi praktik muamalah ke dalam ruang digital tanpa mengubah prinsip-prinsip dasar yang menjadi landasan hukum Islam. Transaksi jual beli melalui e-commerce pada dasarnya diperbolehkan selama memenuhi rukun dan syarat akad, yaitu adanya para pihak yang cakap hukum, objek transaksi yang jelas, serta kesepakatan yang dilakukan secara sukarela (an tarāḍin). Nst dan Imsar³⁰ serta Siliwangi³¹ menjelaskan bahwa hukum Islam bersifat adaptif terhadap perkembangan teknologi, sehingga penggunaan media digital sebagai sarana transaksi tidak mengubah keabsahan akad selama tidak mengandung unsur riba, gharar (ketidakjelasan), maysir (spekulasi), maupun praktik yang bertentangan dengan prinsip syariah. Meskipun demikian, perkembangan model bisnis digital juga memunculkan

²⁵ Irma Roudlotul Jannah, Helna Tri Syanturi, and Arif Zunaidi, "Legal Protection of Consumers in Transactions E-Commerce in Indonesia," *IJIEF: Indonesian Journal of Islamic Economics and Finance* 8, no. 2 (November 12, 2025): 72–80, <https://doi.org/10.35719/ijief.v8i2.2281>.

²⁶ Sutrisno, "Tinjauan Hukum Atas Penyalahgunaan Ulasan Konsumen (Fake Reviews) Dalam Platform Perdagangan Elektronik," *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* 3, no. 3 (June 25, 2025): 1740–49, <https://doi.org/10.61104/alz.v3i3.1519>.

²⁷ Ratna Dewi et al., "Penyalahgunaan Posisi Dominan Oleh Perusahaan Digital Marketplace Di Indonesia," *RIO LAW JURNAL* 6, no. 2 (November 11, 2025): 1168–81, <https://doi.org/10.36355/rj.v6i2.1896>.

²⁸ Wulandari and Rismansyah, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Elektronik di Indonesia: Tantangan dalam Implementasi."

²⁹ Dewi et al., "Penyalahgunaan Posisi Dominan oleh Perusahaan Digital Marketplace di Indonesia."

³⁰ Adil Alfari Nst dan Imsar Imsar, "Analisis Fiqih Muamalah Dalam Transaksi Jual Beli Online Menurut Perspektif Hukum Islam Dan Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak* 2, no. 3 (September 23, 2025): 191–201, <https://doi.org/10.61132/jieap.v2i3.1543>.

³¹ Siliwangi Siliwangi, "Transformasi Hukum Muamalah Di Era Digital: Analisis Akad Syariah Pada Platform E-Commerce," *JURNAL EKONOMI DAN BISNIS (EKOBIS-DA)* 6, no. 02 (August 13, 2025), <https://doi.org/10.58791/febi.v6i02.518>.

berbagai persoalan baru yang memerlukan penyesuaian konsep akad dalam hukum Islam. Praktik dropshipping, pre-order, maupun penjualan barang yang belum berada dalam penguasaan penjual berpotensi menimbulkan unsur gharar apabila tidak didasarkan pada akad yang sesuai. Oleh karena itu, Siliwangi berpendapat bahwa model transaksi tersebut perlu direkonstruksi melalui penggunaan akad wakālah bil ujah, salam, atau istisnā' agar memenuhi prinsip kepastian objek, kepemilikan, dan tanggung jawab para pihak sesuai dengan ketentuan fiqh muamalah.³² Pendekatan ini menunjukkan bahwa fleksibilitas hukum Islam bukan berarti mengabaikan prinsip syariah, melainkan menyesuaikan bentuk akad dengan perkembangan teknologi tanpa menghilangkan substansi keadilan dan kepastian hukum.

Perspektif hukum Islam juga memberikan perhatian besar terhadap perlindungan konsumen melalui larangan terhadap setiap bentuk penipuan dan ketidakjelasan dalam transaksi. Praktik manipulasi informasi, penyampaian spesifikasi produk yang tidak sesuai, penggunaan ulasan atau testimoni palsu (fake reviews), serta promosi yang berlebihan (overclaim) merupakan bentuk tadlīs dan gharar yang bertentangan dengan prinsip šidq (kejujuran), amanah, dan bayān (kejelasan informasi). Efendi dkk.,³³ Rizky dkk.,³⁴ Rannu dan Mansyah,³⁵ serta Mappangara dkk.,³⁶ menegaskan bahwa praktik-praktik tersebut tidak hanya melanggar etika bisnis Islam, tetapi juga merugikan konsumen karena menghilangkan hak untuk memperoleh informasi yang benar dan objektif sebelum melakukan transaksi. Perlindungan konsumen dalam hukum Islam bersifat preventif, yaitu dimulai sejak proses pembentukan akad dengan mewajibkan keterbukaan informasi dan melarang segala bentuk manipulasi yang dapat memengaruhi kehendak para pihak.

Landasan filosofis perlindungan konsumen dalam hukum Islam tidak terlepas dari tujuan maqāsid al-syarī'ah, khususnya ḥifz al-māl (perlindungan harta), yang bertujuan menjaga kepentingan ekonomi masyarakat dari segala bentuk kerugian, penipuan, dan penyalahgunaan hak. Afrelian, Putri, dan Robe'nur menjelaskan bahwa setiap akad dalam transaksi digital harus mampu memberikan kepastian hukum, keadilan, dan kemanfaatan bagi seluruh pihak.³⁷ Sejalan dengan itu, Irawan dkk., menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi, seperti blockchain, dapat mendukung terwujudnya prinsip ḥifz al-māl melalui peningkatan transparansi, keamanan transaksi, dan akuntabilitas kepemilikan aset digital.³⁸ Meskipun demikian, efektivitas teknologi tetap bergantung pada tata kelola dan regulasi yang

³² Siliwangi.

³³ Sumardi Efendi et al., "Consumer Protection in E-Commerce Transactions From the Perspective of Fiqh Jinayah," *AT-TASYRI': JURNAL ILMIAH PRODI MUAMALAH* 17, no. 2 (December 27, 2025): 159–73, <https://doi.org/10.47498/47kc6n88>.

³⁴ Aina Mulia Rizky et al., "Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Online Yang Melanggar UUPK," *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan Dan Sosial Humaniora* 2, no. 6 (October 15, 2025): 47–57, <https://doi.org/10.62383/aliansi.v2i6.1295>.

³⁵ Sumiati and Muh Sutri Mansyah, "Legal Protection for Victims of Fraud in Online Buying and Selling Transactions from the Perspective of Islamic Law."

³⁶ Andi Rezky Nur Aziza Mappangara, Nurlisa Safitri, and Muhammad Fakhri Amir, "Mengungkap Tabir Kejahatan Promosi Digital Produk Kesehatan Dan Kecantikan Dalam Perspektif Ekonomi Syariah," *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (December 5, 2025): 211–26, <https://doi.org/10.51339/iqtis.v7i2.4233>.

³⁷ Muhamad Ibnu Afrelian, Chamdini Putri, and Khufyah Robe'nur, "Analisis Kontrak Syariah Dalam E-Commerce: Studi Terhadap Akad Murabahah Dan Salam Di Era Digital," *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam* 8, no. 2 (December 31, 2024): 204–12, https://doi.org/10.22236/alurban_vol8.i2/18107.

³⁸ Agus Wahyu Irawan et al., "Blockchain Technology as A Means of Wealth Protection (Hifz Al-Māl) in Digital Cryptocurrency Assets: A Maqāsid-Oriented Analytical Framework," *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies* 21, no. 2 (December 26, 2025): 359–70, <https://doi.org/10.18196/afkaruna.v21i2.26972>.

memastikan bahwa penggunaannya tidak menimbulkan unsur gharar maupun risiko yang merugikan konsumen.

Perkembangan teknologi digital juga menghadirkan tantangan baru berupa penggunaan algoritma dan kecerdasan buatan (artificial intelligence) yang berpotensi memengaruhi perilaku konsumen secara tidak proporsional. Desain aplikasi yang memanfaatkan dark patterns, rekomendasi berbasis algoritma, maupun teknik pemasaran yang mendorong perilaku konsumtif dapat mengurangi kebebasan konsumen dalam mengambil keputusan secara rasional. Aloufi, Khan, dan Hussain menegaskan bahwa kondisi tersebut harus direspons melalui penguatan etika digital yang berlandaskan nilai amanah, 'adl (keadilan), dan maqāṣid al-syarī'ah, termasuk penerapan audit terhadap sistem algoritma yang digunakan oleh platform digital.³⁹ Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa perlindungan konsumen pada era digital tidak lagi hanya berorientasi pada penyelesaian sengketa setelah terjadi kerugian, tetapi juga pada pembangunan sistem regulasi yang mampu mencegah terjadinya pelanggaran melalui pengawasan terhadap teknologi yang digunakan dalam perdagangan elektronik.

Hukum Islam menempatkan perlindungan konsumen sebagai bagian dari upaya mewujudkan keadilan, menjaga harta, menegakkan kejujuran, dan menciptakan kemaslahatan dalam aktivitas ekonomi digital. Oleh karena itu, penguatan regulasi nasional tidak cukup hanya bertumpu pada pendekatan administratif dan penegakan hukum setelah terjadi pelanggaran, tetapi perlu mengintegrasikan nilai-nilai maqāṣid al-syarī'ah sebagai dasar etik dan normatif dalam membangun sistem perlindungan konsumen yang transparan, akuntabel, adaptif terhadap perkembangan teknologi, dan berorientasi pada kemaslahatan masyarakat.

Harmonisasi Hukum Islam dan Hukum Nasional dalam Penguatan Regulasi Perlindungan Konsumen Digital

Perkembangan ekonomi digital menuntut adanya sistem perlindungan konsumen yang tidak hanya memberikan kepastian hukum, tetapi juga mampu menjamin keadilan dan kemaslahatan dalam setiap transaksi elektronik. Kerangka hukum nasional melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah memberikan dasar perlindungan terhadap hak-hak konsumen, namun pengaturannya belum sepenuhnya mampu mengakomodasi karakteristik transaksi digital yang berkembang sangat cepat. Berbagai persoalan, seperti tanggung jawab platform digital, perlindungan data pribadi, transparansi informasi, serta penyelesaian sengketa secara elektronik, menunjukkan perlunya memperkuat regulasi melalui pendekatan yang lebih komprehensif. Dalam konteks tersebut, harmonisasi antara fiqh muamalah dan hukum nasional menjadi langkah strategis untuk mengisi kekosongan norma sekaligus meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen di era digital.

Harmonisasi bertujuan menyelaraskan prinsip-prinsip Maqāṣid al-Syarī'ah, seperti keadilan ('adl), kemaslahatan (maṣlaḥah), amanah, dan perlindungan harta (ḥifẓ al-māl), dengan sistem hukum positif di Indonesia. Integrasi tersebut tidak dimaksudkan untuk menggantikan ketentuan hukum nasional, melainkan untuk memperkuat substansi regulasi melalui nilai-nilai universal yang telah lama berkembang dalam hukum Islam. Hamdi, Aimi,

³⁹ Abdulrahman Aloufi et al., "Legal Gaps, Islamic Ethics, and Digital Trust: Building a Regulatory Framework for Saudi E-Commerce Under Vision 2030," *Journal of Cultural Analysis and Social Change* 10, no. 4 (December 26, 2025): 2860–80, <https://doi.org/10.64753/jcasc.v10i4.3678>.

dan Puad menegaskan bahwa penguatan perlindungan konsumen digital memerlukan integrasi prinsip syariah agar regulasi tidak hanya berorientasi pada aspek prosedural, tetapi juga mampu menjamin etika bisnis, akuntabilitas platform, dan perlindungan terhadap hak-hak konsumen.⁴⁰ Temuan tersebut diperkuat oleh Nilfatri, Syukri, dan Ramlah yang menunjukkan bahwa prinsip-prinsip dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada dasarnya sejalan dengan tujuan Maqāṣid al-Syarī'ah, meskipun masih memerlukan rekonstruksi agar lebih adaptif terhadap dinamika transaksi elektronik.⁴¹

Implementasi harmonisasi dapat diwujudkan melalui beberapa aspek penting dalam penyelenggaraan perdagangan digital, sebagai berikut:

Pertama: Transparansi Digital Berbasis Prinsip Amanah. Transparansi informasi menjadi fondasi utama dalam membangun kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi e-commerce. Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang benar, lengkap, dan mudah dipahami mengenai produk yang ditawarkan, meliputi kualitas barang, harga, spesifikasi, risiko penggunaan, serta mekanisme pengembalian barang. Dalam perspektif fiqh muamalah, kewajiban tersebut merupakan implementasi prinsip amanah dan kejujuran (ṣidq) yang bertujuan mencegah terjadinya gharar (ketidakjelasan) dan tadhīr (penipuan). Wahdan et al., menjelaskan bahwa kejelasan informasi produk merupakan syarat penting untuk menjaga validitas akad digital karena konsumen mengambil keputusan berdasarkan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha.⁴² Sejalan dengan itu, Ika Atikah et al., menegaskan bahwa integritas informasi merupakan aspek penting untuk mencegah manipulasi data dalam transaksi elektronik.⁴³ Prinsip amanah dalam Maqāṣid al-Syarī'ah juga menempatkan transparansi sebagai instrumen perlindungan terhadap harta konsumen (ḥifẓ al-māl), sebagaimana dikemukakan oleh Hamdi et al.⁴⁴

Kedua: Akuntabilitas Platform Digital sebagai Subjek Hukum. Perkembangan e-commerce menunjukkan bahwa platform digital tidak lagi dapat diposisikan hanya sebagai penyedia ruang transaksi yang bersifat pasif. Marketplace memiliki peran strategis dalam mengatur mekanisme transaksi, menyediakan sistem pembayaran, mengelola data pengguna, serta menetapkan standar interaksi antara penjual dan pembeli. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya perluasan konsep tanggung jawab hukum (platform liability) agar platform memiliki kewajiban untuk menjaga keamanan dan keadilan dalam ekosistem digital. Aloufi et al., menekankan pentingnya kewajiban verifikasi identitas dan kredibilitas penjual melalui sistem digital yang lebih terstruktur.⁴⁵ Hamdi et al., juga mendorong peningkatan fungsi pengawasan platform agar tidak hanya berorientasi pada kepentingan komersial, tetapi juga menjamin perlindungan konsumen.⁴⁶ Mekanisme seperti sistem peringkat,

⁴⁰ Mohamad Puad and Asep Saepul Hamdi, "Maqasid Shariah and Consumer Protection in E-Commerce: Strengthening Legal Safeguards in Indonesia's Digital Economy."

⁴¹ Nilfatri, Syukri, and Ramlah, "Implementation of Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection in Online Buying and Selling Practices: A Maqashid Shariah Perspective."

⁴² Wahdan et al., "E-Commerce Transactions under Islamic Economic Law: Ensuring Shariah Compliance in Indonesian Digital Marketplaces," *Journal of Multidisciplinary Research* 4, no. 1 (April 25, 2025): 51–63, <https://doi.org/10.56943/jmr.v4i1.822>.

⁴³ Ika Atikah, Hadiat Hadiat, and Dian Febriyani, "Data Forgery in Indonesian E-Commerce: Harmonizing Sharia Principles and Positive Law for Consumer Protection," *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* 10, no. 2 (November 24, 2025): 490, <https://doi.org/10.24235/jm.v10i2.22089>.

⁴⁴ Mohamad Puad and Asep Saepul Hamdi, "Maqasid Shariah and Consumer Protection in E-Commerce: Strengthening Legal Safeguards in Indonesia's Digital Economy."

⁴⁵ Aloufi et al., "Legal Gaps, Islamic Ethics, and Digital Trust: Building a Regulatory Framework for Saudi E-Commerce Under Vision 2030."

⁴⁶ Mohamad Puad and Asep Saepul Hamdi, "Maqasid Shariah and Consumer Protection in E-Commerce: Strengthening Legal Safeguards in Indonesia's Digital Economy."

sertifikasi penjual, pemantauan transaksi, dan pengawasan terhadap konten yang menyesatkan dapat menjadi instrumen untuk meningkatkan akuntabilitas marketplace.

Ketiga: Perlindungan Preventif Berbasis Etika Bisnis Islam. Perlindungan konsumen digital perlu diarahkan pada pendekatan preventif dengan membangun budaya transaksi yang berlandaskan nilai-nilai etika. Hukum Islam memberikan kerangka moral melalui prinsip larangan merugikan pihak lain (*lā ḍarar wa lā ḍirār*), kewajiban memenuhi akad, serta larangan memperoleh keuntungan dengan cara yang tidak dibenarkan. Perlindungan preventif tersebut dapat diwujudkan melalui peningkatan literasi digital masyarakat, sertifikasi kepatuhan pelaku usaha, serta penerapan standar etika bisnis pada platform perdagangan elektronik. Janati et al., menjelaskan bahwa efektivitas perlindungan konsumen tidak hanya bergantung pada keberadaan regulasi, tetapi juga pada tingkat pemahaman masyarakat terhadap hak dan kewajibannya dalam transaksi digital.⁴⁷ Pendekatan berbasis risiko sebagaimana dikemukakan Aloufi et al., dapat diterapkan melalui pemanfaatan teknologi seperti kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) dan sistem verifikasi digital untuk mendeteksi potensi pelanggaran sebelum menimbulkan kerugian bagi konsumen.⁴⁸

Keempat: Penguatan Mekanisme Penyelesaian Sengketa Digital. Karakteristik transaksi online yang berlangsung cepat dan lintas wilayah membutuhkan mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih adaptif dibandingkan dengan mekanisme konvensional. Sistem penyelesaian sengketa digital melalui Online Dispute Resolution (ODR) dapat menjadi alternatif yang efektif karena memungkinkan penyelesaian perkara secara cepat, sederhana, dan berbasis teknologi. Perspektif hukum Islam mendukung mekanisme tersebut melalui konsep *ṣulḥ* (perdamaian) dan prinsip keadilan dalam penyelesaian konflik muamalah. Hamdi et al., menegaskan bahwa transaksi digital lintas batas membutuhkan mekanisme penyelesaian sengketa yang mampu memberikan kepastian hukum bagi konsumen.⁴⁹ Nilfatri et al., juga menunjukkan bahwa lembaga penyelesaian sengketa konsumen perlu diperkuat agar mampu menangani bukti elektronik dan karakteristik transaksi digital. Konsep perlindungan konsumen dalam Islam melalui hak *khiyār* (hak memilih), pengembalian barang, dan mekanisme penggantian kerugian dapat menjadi dasar normatif dalam membangun sistem penyelesaian sengketa yang berkeadilan.⁵⁰

Kelima: Integrasi Maqāṣid al-Syarī'ah dalam Kebijakan Ekonomi Digital. Maqāṣid al-Syarī'ah, khususnya prinsip *ḥifz al-māl* (perlindungan harta), dapat menjadi dasar filosofis dalam penyusunan kebijakan perlindungan konsumen digital. Prinsip tersebut menempatkan keamanan transaksi, perlindungan data, dan pencegahan kerugian ekonomi sebagai tujuan utama dalam aktivitas perdagangan. Integrasi nilai maqāṣid tidak berarti menggantikan sistem hukum nasional dengan hukum agama, melainkan memperkuat substansi regulasi melalui nilai-nilai universal seperti keadilan, kemanfaatan, dan perlindungan bagi pihak-pihak rentan. Nilfatri et al., menunjukkan bahwa terdapat kesesuaian antara tujuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dengan prinsip *ḥifz al-māl*, meskipun regulasi nasional

⁴⁷ Nurlaili Janati, Delima Afriyanti, and Ficha Melina, "Perlindungan Konsumen Pada Platform Belanja Online Perspektif Hukum Ekonomi Islam," *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (June 30, 2023): 134–47, [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).13839](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).13839).

⁴⁸ Aloufi et al., "Legal Gaps, Islamic Ethics, and Digital Trust: Building a Regulatory Framework for Saudi E-Commerce Under Vision 2030."

⁴⁹ Mohamad Puad and Asep Saepul Hamdi, "Maqasid Shariah and Consumer Protection in E-Commerce: Strengthening Legal Safeguards in Indonesia's Digital Economy."

⁵⁰ Nilfatri, Syukri, and Ramlah, "Implementation of Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection in Online Buying and Selling Practices: A Maqashid Shariah Perspective."

masih memerlukan penyesuaian terhadap perkembangan ekonomi digital.⁵¹ Putri menambahkan bahwa penerapan prinsip maqāṣid dalam sistem pembayaran digital dapat diwujudkan melalui keamanan teknologi, transparansi akad, serta perlindungan data pribadi.⁵² Model ini menunjukkan bahwa harmonisasi fiqh muamalah dan hukum nasional dapat menjadi pendekatan strategis untuk membangun tata kelola e-commerce yang tidak hanya memberikan kepastian hukum, tetapi juga menghadirkan keadilan dan kemaslahatan bagi semua pihak.

Harmonisasi hukum Islam dan hukum nasional tersebut menunjukkan bahwa penguatan perlindungan konsumen digital memerlukan pendekatan yang multidimensional. Kepastian hukum yang diberikan oleh regulasi nasional perlu diperkuat dengan nilai etika dan moral yang bersumber dari prinsip-prinsip hukum Islam. Menurut pandangan penulis, integrasi kedua perspektif tersebut dapat menghasilkan model perlindungan konsumen yang lebih responsif terhadap perkembangan teknologi, karena tidak hanya mampu memberikan perlindungan ketika terjadi sengketa, tetapi juga membangun sistem transaksi digital yang berbasis pada kepercayaan, tanggung jawab, dan kemaslahatan. Model ini menjadi kontribusi konseptual dalam pengembangan hukum ekonomi digital Indonesia yang berorientasi pada keadilan substantif.

Simpulan

Perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan seiring dengan perkembangan ekonomi digital yang semakin kompleks, meskipun secara normatif telah memiliki dasar hukum melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan regulasi perdagangan melalui sistem elektronik. Persoalan utama tidak hanya terletak pada keberadaan regulasi, tetapi juga pada efektivitas implementasi, keterbatasan pengawasan, serta belum optimalnya tanggung jawab seluruh aktor dalam ekosistem digital, khususnya pada platform perdagangan elektronik. Perspektif hukum Islam memberikan penguatan substantif melalui prinsip maqāṣid al-syarī'ah, keadilan, amanah, transparansi, serta larangan praktik gharar dan tadlis yang menekankan perlindungan konsumen sejak tahap pembentukan akad hingga pelaksanaan transaksi. Harmonisasi antara hukum Islam dan hukum nasional dapat menjadi pendekatan strategis dalam membangun model perlindungan konsumen digital yang lebih komprehensif melalui penguatan transparansi informasi, akuntabilitas platform digital, penerapan etika bisnis, penyelesaian sengketa berbasis teknologi, serta orientasi kebijakan pada kemaslahatan masyarakat. Model tersebut menunjukkan bahwa pengembangan regulasi perlindungan konsumen digital tidak cukup hanya berorientasi pada aspek kepastian hukum formal, tetapi juga membutuhkan nilai moral dan etika untuk menciptakan transaksi elektronik yang adil, aman, terpercaya, dan berkelanjutan.

Referensi

Adil Alfarizi Nst, and Imsar Imsar. "Analisis Fiqih Muamalah dalam Transaksi Jual Beli Online Menurut Perspektif Hukum Islam dan Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, dan Pajak* 2, no. 3 (September 23, 2025): 191–201.

⁵¹ Nilfatri, Syukri, and Ramlah.

⁵² Adinda Putri and Juliana Putri, "Implementasi Prinsip Maqashid Syariah Dalam Sistem Pembayaran Digital Pada Platform E-Commerce Di Indonesia," *Journal of Management, Accounting, and Administration* 2, no. 2 (December 18, 2025): 105–14, <https://doi.org/10.52620/jomaa.v2i2.205>.

- <https://doi.org/10.61132/jieap.v2i3.1543>.
- Agus Wahyu Irawan, Muhammad Lathoif Ghazali, Sadiq Ibrahim Mijinyawa, and Nurlaili Adkhi Rizfa Faiza. "Blockchain Technology as A Means of Wealth Protection (Ḥifẓ Al-Māl) in Digital Cryptocurrency Assets: A Maqāṣid-Oriented Analytical Framework." *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies* 21, no. 2 (December 26, 2025): 359–70. <https://doi.org/10.18196/afkaruna.v21i2.26972>.
- Aina Mulia Rizky, Amalia Apriliani, Devi Syalwa Syahfitri, and Joya Urmila Lubis. "Analisis Hukum Islam terhadap Praktik Jual Beli Online yang Melanggar UUPK." *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Sosial Humaniora* 2, no. 6 (October 15, 2025): 47–57. <https://doi.org/10.62383/aliansi.v2i6.1295>.
- Aloufi, Abdulrahman, Muhammad Akbar Khan, Muhammad Akbar Khan, and Bilal Hussain. "Legal Gaps, Islamic Ethics, and Digital Trust: Building a Regulatory Framework for Saudi E-Commerce Under Vision 2030." *Journal of Cultural Analysis and Social Change* 10, no. 4 (December 26, 2025): 2860–80. <https://doi.org/10.64753/jcasc.v10i4.3678>.
- Ariany, Farida, Aminullah Aminullah, and Erna Fitriatun. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Facebook Di Kota Mataram." *JIHAD: Jurnal Ilmu Hukum dan Administrasi* 4, no. 2 (September 21, 2022). <https://doi.org/10.58258/jihad.v4i2.4403>.
- Atikah, Ika, Hadiat Hadiat, and Dian Febriyani. "Data Forgery in Indonesian E-Commerce: Harmonizing Sharia Principles and Positive Law for Consumer Protection." *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* 10, no. 2 (November 24, 2025): 490. <https://doi.org/10.24235/jm.v10i2.22089>.
- Dewi, Ratna, Rendita Andriani, Joflin Gunawan, Siti Nuri Salamatuddaroen, and Jeany Indriarti. "Penyalahgunaan Posisi Dominan Oleh Perusahaan Digital Marketplace Di Indonesia." *RIO LAW JURNAL* 6, no. 2 (November 11, 2025): 1168–81. <https://doi.org/10.36355/rlj.v6i2.1896>.
- Dikri Abdul Jabar Ahmad, Muhamad Kholid, and Didi Sumardi. "Tindak Pidana Pencurian Data Melalui Wi-Fi Perspektif Pasal 30 Ayat (3) UU Nomor 11 Tahun 2008 dan Hukum Pidana Islam." *As-Syar'i: Jurnal Bimbingan & Konseling Keluarga: Jurnal Bimbingan & Konseling Keluarga* 7, no. 3 (July 22, 2025): 404–25. <https://doi.org/10.47467/as.v7i3.9220>.
- Efendi, Sumardi, Aulil Amri, Sufrizal Sufrizal, and Tabsyir Masykar. "Consumer Protection in E-Commerce Transactions From the Perspective of Fiqh Jinayah." *AT-TASYRI': JURNAL ILMIAH PRODI MUAMALAH* 17, no. 2 (December 27, 2025): 159–73. <https://doi.org/10.47498/47kc6n88>.
- Ersella, Hilda, and Nurhayani. "Tanggung Jawab Penyedia Platform (Marketplace) Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Yang Berbentuk User Generated Content." *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora* 5, no. 3 (December 30, 2025): 5696–5705. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v5i3.2232>.
- Herlina, Sri. "Criminal Defamation Through Social Media and Its Legal Implications in Indonesia." *International Journal of Law, Environment, and Natural Resources* 5, no. 2 (October 30, 2025): 110–25. <https://doi.org/10.51749/injurlens.v5i1.142>.
- Hermawan, Anis Wahyu, and Yudha Pramana. "Secondary Liability and Safe Harbours for Platform Providers in Indonesian E-Commerce Law." *Scientium Law Review (SLR)* 1, no. 3 (December 30, 2022): 101–8. <https://doi.org/10.56282/slr.v1i3.335>.

- Jannah, Irma Roudlotul, Helna Tri Syanturi, and Arif Zunaidi. "Legal Protection of Consumers in Transactions E-Commerce in Indonesia." *IJIEF: Indonesian Journal of Islamic Economics and Finance* 8, no. 2 (November 12, 2025): 72–80. <https://doi.org/10.35719/ijief.v8i2.2281>.
- Maheswari, Alya Anindita. "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui E-Commerce Lintas Negara." *JURNAL EDUCATION AND DEVELOPMENT* 11, no. 2 (April 20, 2023): 162–73. <https://doi.org/10.37081/ed.v11i2.4714>.
- Mappangara, Andi Rezky Nur Aziza, Nurlisa Safitri, and Muhammad Fakhri Amir. "Mengungkap Tabir Kejahatan Promosi Digital Produk Kesehatan Dan Kecantikan Dalam Perspektif Ekonomi Syariah." *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (December 5, 2025): 211–26. <https://doi.org/10.51339/iqtis.v7i2.4233>.
- Martinez-Cárdenas, Betty, and Sebastián Bozzo. "Consumidores en riesgo: análisis de la influencia del uso de algoritmos en beneficio del proveedor." *Revista Chilena de Derecho y Tecnología* 13 (October 30, 2024). <https://doi.org/10.5354/0719-2584.2024.70418>.
- Maulida, Zikra. "Legal Protection for Consumers in Online Buying and Buying Transactions of Goods That Are Not in Accordance With Those Offered Through The Lazada Application Reviewed from An Islamic Legal Perspective." *Proceedings of Malikussaleh International Conference on Law, Legal Studies and Social Science (MICoLLS)* 3, no. 1 (December 30, 2023): 17. <https://doi.org/10.29103/micolls.v3i-.351>.
- Mohamad Puad, Noor Aimi, and Asep Saepul Hamdi. "Maqasid Shariah and Consumer Protection in E-Commerce: Strengthening Legal Safeguards in Indonesia's Digital Economy." *International Journal of Islamic Economics and Finance Research* 2, no. 1 (September 29, 2025): 64–75. <https://doi.org/10.53840/ijiefer222>.
- Muhamad Ibnu Afrelian, Chamdini Putri, and Khufyah Robe'nur. "Analisis Kontrak Syariah Dalam E-Commerce: Studi Terhadap Akad Murabahah Dan Salam Di Era Digital." *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam* 8, no. 2 (December 31, 2024): 204–12. https://doi.org/10.22236/alurban_vol8.i2/18107.
- Nilfatri, Nilfatri, Ahmad Syukri, and Ramlah Ramlah. "Implementation of Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection in Online Buying and Selling Practices: A Maqashid Shariah Perspective." *Journal of Law, Politic and Humanities* 6, no. 1 (October 1, 2025): 8–18. <https://doi.org/10.38035/jlph.v6i1.2414>.
- Nurlaili Janati, Delima Afriyanti, and Ficha Melina. "Perlindungan Konsumen Pada Platform Belanja Online Perspektif Hukum Ekonomi Islam." *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (June 30, 2023): 134–47. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).13839](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).13839).
- Nursari, Nina, Nasrudin Nasrudin, Dedah Jubaedah, and Mustofa Mustofa. "Praktik Pre-Order Di E-Commerce Perspektif Akad Salam." *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)* 10, no. 2 (June 24, 2025): 146–57. <https://doi.org/10.30736/jes.v10i2.1157>.
- Putri, Adinda, and Juliana Putri. "Implementasi Prinsip Maqashid Syariah Dalam Sistem Pembayaran Digital Pada Platform E-Commerce Di Indonesia." *Journal of Management, Accounting, and Administration* 2, no. 2 (December 18, 2025): 105–14. <https://doi.org/10.52620/jomaa.v2i2.205>.
- Rohmah Febriyanti. "Tantangan Penggunaan Artificial Intelligence (AI) Dalam E-Commerce." *Justitia et Pax* 41, no. 1 (June 30, 2025): 45–72. <https://doi.org/10.24002/jep.v41i1.9786>.

- Romdoni, Indi Auliya. "Legal Analysis of Consumer Protection in E-Commerce Transactions." *Justisia: Jurnal Ilmu Hukum* 2, no. 1 (May 23, 2024): 11–21. <https://doi.org/10.56457/jjih.v2i1.130>.
- Safitri, Rahmad, Hanita Azrica, Zainal Muttaqin, and Afla Hayani. "Legal Liability of Shopee for AI Chatbot Misinformation in Consumer Protection: A Normative Juridical Analysis." *Jurisprudensi: Jurnal Ilmu Syariah, Perundang-Undangan Dan Ekonomi Islam* 17, no. 2 (December 17, 2025): 398–414. <https://doi.org/10.32505/jurisprudensi.v17i2.10805>.
- Siliwangi, Siliwangi. "Transformasi Hukum Muamalah Di Era Digital: Analisis Akad Syariah Pada Platform E-Commerce." *JURNAL EKONOMI DAN BISNIS (EKOBIS-DA)* 6, no. 02 (August 13, 2025). <https://doi.org/10.58791/febi.v6i02.518>.
- Simanjuntak, Marcel Eka Surya. "Perbandingan Perlindungan Hukum Konsumen Dan Penyelesaian Sengketa Cross-Border E-Commerce Di Indonesia Dan Jepang." *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)* 7, no. 3 (July 4, 2023): 2033. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i3.5144>.
- Sitompoe, Yervant T. S, and Gunardi Lie. "Analisis Yuridis Tanggung Jawab Marketplace Dalam Mengurai Batas Antara Peran Perantara Dan Kewajiban Hukum." *QISTINA: Jurnal Multidisiplin Indonesia* 4, no. 2 (December 2, 2025): 1199–1204. <https://doi.org/10.57235/qistina.v4i2.7195>.
- Suci, Indah Meisyana, and Andriyanto Adhi Nugroho. "Legal Responsibility of Marketplaces in Distributing IQIYI Digital Services and Consumer Protection in Indonesia." *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam* 7, no. 2 (January 4, 2026): 325–40. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v7i2.8658>.
- Sumiati, and Muh Sutri Mansyah. "Legal Protection for Victims of Fraud in Online Buying and Selling Transactions from the Perspective of Islamic Law." *Justice Law Review* 1, no. 1 (June 18, 2025): 37–65. <https://doi.org/10.64317/jlr.v1i1.14>.
- Sutrisno. "Tinjauan Hukum Atas Penyalahgunaan Ulasan Konsumen (Fake Reviews) Dalam Platform Perdagangan Elektronik." *Al-Zayn : Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* 3, no. 3 (June 25, 2025): 1740–49. <https://doi.org/10.61104/alz.v3i3.1519>.
- Wahdan, Tri Widodo, Warmin, Siti Muinah, and Midiawati. "E-Commerce Transactions under Islamic Economic Law: Ensuring Shariah Compliance in Indonesian Digital Marketplaces." *Journal of Multidisciplinary Research* 4, no. 1 (April 25, 2025): 51–63. <https://doi.org/10.56943/jmr.v4i1.822>.
- Williana Qatrunnada Lathifan, Neni Sri Imaniyati, and Ilman Abidin. "Perlindungan Konsumen Atas Tindakan Pelaku Usaha Yang Memberikan Diskon Palsu Dalam Praktik Jual Beli Produk Di E-Commerce." *Bandung Conference Series: Law Studies* 5, no. 2 (July 21, 2025). <https://doi.org/10.29313/bcsls.v5i2.18533>.
- Wulandari, Yudha Sri, and Rismansyah. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Elektronik Di Indonesia: Tantangan Dalam Implementasi." *The Juris* 9, no. 2 (December 14, 2025): 527–35. <https://doi.org/10.56301/juris.v9i2.1888>.