



eISSN [3090-6431](#) & pISSN [3090-644X](#)

SUJUD: JURNAL AGAMA, SOSIAL DAN BUDAYA

Vol. 2, No. 3, Tahun 2026

doi.org/10.63822/ws8nqx80

Hal. 2856-2864

Homepage <https://ojs.indopublishing.or.id/index.php/sujud>

Analisis Hukum Islam: Keabsahan *E-Commerce* dan Hak Perlindungan Konsumen

Wiji Fitri Yanti¹, Widya Sari², Misra³
Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang ^{1,2,3}

*Email wijifitriganti@gmail.com, widya.pirugaparabek@gmail.com, misra@uinib.ac.id

Diterima: 28-06-2026 | Disetujui: 05-07-2026 | Diterbitkan: 07-07-2026

ABSTRACT

A trade activity through internet media is called as electronic commerce (e-commerce). Consumers who transact through the internet tend to cause losses caused by business actors. The e-commerce transaction process starts from promotional and marketing issues to selling, payment and contract making issues. The purpose of this study is to examine the law of protection for consumers in e-commerce transactions according to the Islamic view. The research method used in this study is a qualitative method with the data collection technique used is a literature study, namely a literature study with data sources from several book references and internet media related to the specific problems of this study. The results of this study show that business transactions through e-commerce are a new alternative in doing business in today's era. The transaction process through e-commerce according to Islam is declared valid if aspects of consumer protection can be guaranteed and proven in accordance with the rules that have been determined by the syara' and as long as they are not prohibited by sharia or contrary to the postulates
Keywords: *Consumer Protection, e-Commerce, Transaction, Islam Law*

ABSTRAK

Aktivitas perdagangan melalui media internet disebut dengan electronic commerce (e-commerce). Konsumen yang bertransaksi melalui internet cenderung menimbulkan kerugian yang disebabkan oleh pelaku usaha. Proses transaksi e-commerce dimulai dari masalah promosi dan marketing sampai pada masalah selling, pembayaran dan pembuatan kontrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji hukum perlindungan bagi konsumen pada transaksi e-commerce menurut pandangan Islam. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan, yaitu kajian khazanah pustaka dengan sumber data dari beberapa referensi buku maupun media internet yang terkait dengan masalah khusus penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transaksi usaha melalui e-commerce merupakan suatu alternatif baru dalam berbisnis di era sekarang ini. Proses transaksi melalui e-commerce ini menurut Islam dinyatakan sah apabila aspek perlindungan konsumen dapat dijamin dan dibuktikan sesuai dengan kaidah-kaidah yang telah ditentukan oleh syara' dan selama tidak dilarang oleh syariah atau bertentangan dengan dalil.

Kata kunci: Perlindungan Konsumen, e-Commerce, Transaksi, Hukum Islam

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Yanti, W. F., Sari, W. ., & Misra, M. (2026). Analisis Hukum Islam: Keabsahan E-Commerce dan Hak Perlindungan Konsumen. *Sujud: Jurnal Agama, Sosial Dan Budaya*, 2(3), 2856-2864. <https://doi.org/10.63822/ws8nqx80>



PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian yang pesat telah menghasilkan beragam jenis dan variasi barang maupun jasa. Dengan dukungan teknologi dan informasi, perluasan ruang, gerak dan arus transaksi barang dan jasa telah melintasi batas-batas wilayah negara, konsumen pada akhirnya dihadapkan pada berbagai pilihan jenis barang dan jasa yang ditawarkan secara variatif. Di era globalisasi sekarang ini baik di Indonesia maupun di dunia, orang-orang lebih sering melakukan transaksi online dalam melakukan jual beli. Transaksi jual beli secara online adalah cara baru untuk masyarakat, organisasi, atau industri lokal, maupun pemerintahan dalam melakukan transaksi perdagangan menggunakan kemajuan teknologi (Widyastuti et al. 2022). Transaksi tersebut berkembang sangat cepat di kalangan masyarakat sebagai dampak utama perkembangan teknologi informasi yang semakin meningkat dengan banyaknya pengguna media jual beli online di Indonesia. Dewasa ini, aktivitas perdagangan melalui media internet ini populer disebut dengan electronic commerce (e-commerce) (Dasopang 2024a). E-commerce merupakan model perjanjian jual beli dengan karakteristik yang berbeda dengan model transaksi jual beli biasa, apalagi dengan daya jangkau yang tidak hanya lokal tapi juga bersifat global (Muttaqin 2011).

Adaptasi secara langsung ketentuan jual beli biasa akan kurang tepat dan tidak sesuai dengan konteks e-commerce. Transaksi e-commerce menjadi tantangan yang positif sekaligus menjadi tantangan yang negatif. Dapat dikatakan positif dikarenakan oleh keadaan itu dapat memberi manfaat dimana konsumen memiliki kebebasan untuk menentukan jenis dan kualitas barang atau jasa sesuai dengan kebutuhannya. Namun dikatakan negatif karena kondisi tersebut menyebabkan posisi konsumen menjadi lebih lemah dari posisi pelaku usaha yang dapat mengakibatkan kekecewaan dan kerugian. Pelaksanaan jual beli secara online pada kenyataannya kerap kali menimbulkan berbagai macam permasalahan terhadap cara pengaturan transaksi perdagangan. Proses transaksi e-commerce dimulai dari masalah promosi dan marketing sampai pada masalah selling, pembayaran dan pembuatan kontrak. Seperti kerugian yang ditimbulkan oleh pelaku usaha terhadap konsumen yang disebabkan karena kesengajaan, ketidakjujuran, bisnis yang tidak benar, kesalahan manusia, atau kesalahan yang disebabkan oleh sistem elektronik, sehingga banyak di antaranya mengalami kerugian yang menyebabkan para konsumen takut untuk berbelanja online. Lemahnya kedudukan konsumen dengan pelaku usaha dalam melakukan transaksi online tentu sangat merugikan konsumen dan telah melanggar hak konsumen. Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri (Sihombing 2023). Perlindungan konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam hukum Islam.

Dalam Islam, hukum perlindungan konsumen mengacu kepada konsep halal dan haram. Perlindungan konsumen muslim sangat penting di Indonesia, karena mayoritas konsumen di Indonesia beragama Islam. Maka sudah selayaknya konsumen muslim tersebut mendapatkan perlindungan atas barang dan barang sesuai dengan syariat Islam. Pada sisi lain, pemerintah Indonesia juga dituntut untuk melakukan upaya aktif guna melindungi konsumen muslim yang merupakan hak warga negara yang beragama Islam di Indonesia. Pentingnya permasalahan hukum di bidang e-commerce yaitu memberikan perlindungan terhadap konsumen yang bertransaksi melalui internet apabila menimbulkan kerugian yang disebabkan oleh pelaku usaha, dimana telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut UUPK menerangkan bahwa perlindungan



konsumen merupakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

Di Indonesia transaksi jual beli e-commerce secara spesifik diatur didalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik selanjutnya disebut UU ITE(Cahyadi 2019). Pengaturan perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan ataupun melemahkan usaha dan aktivitas pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya, sebab perlindungan konsumen diharapkan mampu mendorong iklim dan persaingan usaha yang sehat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji hukum perlindungan bagi konsumen pada transaksi e-commerce menurut pandangan Islam. Kajian ini mampu berkontribusi terhadap pandangan masyarakat muslim dalam memahami e-commerce.

METODE

Agar suatu penelitian lebih terarah dan sistematis, tentunya diperlukan suatu metode yang jelas, begitu pula dengan penelitian ini. Tentunya ada metode yang penulis gunakan untuk memaparkan, mengkaji, serta menganalisis data-data yang ada untuk diteliti. Penelitian ini menjelaskan pandangan Islam terhadap perlindungan konsumen melalui transaksi e-commerce. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan normatif berdasar Undang-Undang perlindungan konsumen dan hukum Islam (Al-Qur'an dan Hadits).

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu suatu metode yang memanfaatkan data kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif yang diteliti pada suatu tema yang telah ditentukan, kemudian menganalisisnya dan menghubungkan secara cermat dan sistematis berbagai data dalam bentuk pernyataan-pernyataan dan pendapat-pendapat. Selanjutnya mengenai jenis penelitian yang berusaha menghimpun data khazanah literature dan menjadikan dunia teks sebagai objek utama. Sedangkan sumber datanya berasal dari bahan-bahan kepustakaan (library research) berupa buku-buku, karya ilmiah, jurnal dan lain-lain. Agar dapat memperoleh literature yang ada kaitannya dengan sumber kajian yang dapat menunjukkan fakta yang berhubungan secara logis, supaya menghasilkan kesimpulan yang bersifat kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian membuktikan E-Commerce merupakan suatu media untuk melakukan kegiatan jual beli produk secara elektronik oleh konsumen dari perusahaan ke perusahaan dengan menggunakan komputer yang memanfaatkan jaringan internet)(Dasopang 2024b). E-commerce ini mampu memberikan banyak perubahan dalam proses perdagangan. Proses transaksi jual beli secara konvensional mengharuskan penjual dan pembeli untuk bertemu, sedangkan e-commerce tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertemu, pembeli bisa melakukan pembelian barang tanpa harus datang ke tempat walaupun di luar kota(Wulandari 2018). Di dalam ekonomi Islam e-commerce memiliki kesamaan dengan bai' as-salamjika melihat dari pembayaran yang sifatnya disegerakan serta penyerahannya pun yang sifatnya ditangguhkan. Prinsip e-commerce diperbolehkan dalam hukum Islam asalkan transaksi ini jauh pada gharar, riba, dan maysir.(Mendoza et al. 2025). Proses transaksi dalam e-commerce yaitu setelah pembeli merasa barang yang dibutuhkan sesuai dengan kebutuhan, kemudian pembeli akan membayar sesuai dengan nominal yang



telah disepakati. Jika pembayaran sudah terbukti lunas, kemudian penjual mengemas barang dan mengirimkannya kepada pembeli baik itu diantarkan oleh penjual maupun diantarkan oleh jasa pengirim barang seperti Jne, Jnt, dan sebagainya. E-commerce seperti halnya transaksi secara langsung yaitu memiliki unsur-unsur terjadinya transaksi, terdapat 3 unsur yaitu pihak yang bertransaksi, barang atau jasa yang akan diperjualbelikan dan sighth transaksi (Kurniawati 2019). Dalam e-commerce kedua belah pihak melakukan transaksi jual beli melalui fasilitas internet. Penjual melakukan penawaran produknya dengan cara membuat katalog produk di website atau situs lainnya. Produk yang akan dijual biasanya lengkap dengan informasi spesifikasi produk tersebut, sehingga pembeli bisa memastikan apakah produk tersebut sesuai atau tidak. Penawaran produk sudah banyak diberbagai macam website seperti Shopee,co.id, Tokopedia.com dan lain sebagainya. Proses pembayaran dalam e-commerce ini bisa dilakukan melalui transfer bank, pembayaran melalui Indomart atau Alfamart, cash on delivery (COD), ataupun menggunakan kartu kredit. Namun dalam penggunaan kartu kredit mengandung unsur riba, sehingga penggunaan kartu kredit dalam Islam tidak disarankan. (Riswandi 2019)

Perjanjian merupakan suatu hubungan yang dilakukan baik itu dengan sengaja maupun tidak disengaja antar pihak-pihak yang terlibat dimana mereka mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih untuk melaksanakan suatu perjanjian. Dimana perjanjian tersebut bisa dilaksanakan secara tertulis maupun secara tidak tertulis.

Perjanjian elektronik atau kontrak elektronik (e-contract). E-contract bukan suatu kontak yang didigitalisasi secara di-scan. E-contract merupakan perjanjian/kontrak yang dibuat dengan cara elektronik dengan cara interaksi antara pihak yang terlibat dengan system elektronik. Sidat e-contract ini yang seolah-olah fait accomplice, dalam kondisi tertentu jenis kontrak/ perjanjian ini bisa dikatakan sebagai klausula baku, karena dalam kontrak ini seolah-olah pihak pengguna dihadapkan pada situasi take it, or leave it. Tetapi pihak penerima memiliki keluasaan untuk menolaknya. Dalam e-contract ini sering ditemui hubungan hukum antara konsumen dengan produsen, dibandingkan dengan transaksi lainnya kontrak elektronik ini tidak boleh bertentangan dengan KUH Perdata serta perlindungan Konsumen.

Dalam perjanjian jual beli pada umumnya merupakan perjanjian konsensual, dan ada lagi jenis perjanjian formil yaitu perjanjian yang dibutuhkan selain kata sepakat dan dibutuhkan formalitas saja yang telah sesuai dengan yang ditentukan oleh Undang-Undang.

Asas yang digunakan dalam transaksi jual beli yaitu asas konsensualisme. A. Qirom berpendapat bahwa asas konsensualisme adalah suatu perjanjian yang hanya cukup adanya kata sepakat dari mereka yang terlibat membuat perjanjian yang bersifat formil. Syarat sahnya perjanjian itu adalah ketika tercapainya kata sepakat mengenai perjanjian tersebut. Dalam UU disebutkan pada Pasal 1320 ayat 1 KUH Perdata yaitu kontrak atau perjanjian tidak sah jika dibuat tanpa adanya sepakat dari pihak yang membuat perjanjian. Berdasarkan asas konsensualisme juga dianut paham sumber kewajiban kontraktual yaitu bertemunya para pihak yang membuat perjanjian. Transaksi jual beli bisa dianggap sah jika kedua belah pihak sepakat atas barang serta harga, meskipun barang tersebut belum diserahkan maupun harganya. Transaksi dalam e-commerce tidak ada kegiatan tawar menawar seperti pada penjualan secara offline. jika pembeli tidak setuju atas barang atau harga yang ditawarkan maka pembeli boleh untuk tidak melanjutkan transaksinya.

Kesepakatan yang dihasilkan dalam transaksi ini jika pembeli menyetujui atas barang serta harga yang telah ditawarkan oleh penjual. Dalam transaksi e-commerce jika tidak terpenuhi salah satu unsur maka



transaksi tersebut dapat dibatalkan demi hukum. Suatu kesepakatan tidak hanya sebatas keuntungan tetapi segala kesepakatan yang dituntut berdasarkan keadilan dan UU. Syarat-syarat yang diperjanjikan diawal harus terpenuhi baik itu oleh pembeli maupun oleh penjual. Seorang penjual harus mengganti atas kerugian yang dialami oleh pembeli maupun itu sebaliknya, apabila tidak mampu untuk membuktikannya disebabkan oleh ada hal-hal yang di luar dugaan, meskipun tidak ada niat buruk kepadanya. UU Informasi Transaksi Elektronik yaitu Undang-Undang yang berkaitan dengan masalah kekuatan dalam pembuktian dari informasi, tanda tangan elektronik dan dokumen. Hal ini dituangkan pada pasal 5 ayat 1 dan 2 yang menyebutkan bahwa informasi elektronik dan dokumen elektronik hasil cetaknya adalah alat bukti yang sah yang dapat digunakan untuk pembuktian. Dalam pasal 5 ayat 2 “informasi elektronik dan dokumen elektronik atau hasil cetaknya sebagaimana yang dimaksud pada pasal 5 ayat 1 ialah perluasan alat bukti yang sah serta sesuai dengan hukum acara yang telah berlaku di Indonesia”.

Pada umumnya bahwa informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik atau hasil cetaknya ialah alat bukti yang sah yang sesuai dengan ketentuan Hukum Acara di Indonesia. Tanda tangan elektronik di akui oleh hukum, kedudukannya pun jauh lebih aman. Tanda tangan elektronik telah diatur oleh Undang-Undang ITE dalam pasal 11 ayat(Sulistyo and Ardjayeng 2020). Dalam pembuatan tanda tangan elektronik agar dapat tersertifikasi harus memenuhi berbagai syarat yang di telah diatur dalam Undang-Undang. Tanda tangan elektronik bertujuan untuk memverifikasi serta autentikasi atas identitas pihak yang terkait sekaligus untuk menjamin data tersebut asli dan dapat dipertanggungjawabkan di hadapan hukum. dalam pasal 11 ayat 1 UU ITE disebutkan bahwa tanda tangan elektronik harus memenuhi syarat-syarat agar dapat dianggap sah: (1) data pembuatan tanda tangan elektronik terkait hanya untuk penandatanganan; (2) data dalam pembuatan tanda tangan elektronik pada saat penandatanganan hanya berada dalam kuasa penandatanganan; (3) segala perubahan yang terjadi terhadap tanda tangan elektronik setelah waktu penandatanganan dapat diketahui; (4) segala perubahan atas informasi elektronik tersebut setelah waktu penandatanganan dapat diketahui; (5) ada beberapa cara tertentu yang dapat dipakai untuk mengidentifikasi siapa penanda tangannya; dan (6) ada beberapa cara tertentu yang bisa digunakan untuk menunjukkan bahwa penandatanganan telah memberikan persetujuan terhadap informasi elektronik terkait. Seiring dengan perkembangan zaman juga teknologi, berbagai macam media pun hadir untuk berbelanja memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli. Dalam penggunaannya tidak selamanya memberikan manfaat yang sangat besar, namun dibalik itu semua terdapat kekurangan atau dampak negatif. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui E-Commerce Dalam Perspektif Islam*

Perlindungan Konsumen di dalam hukum Islam biasanya meliputi harta, hak dan kepemilikan baik itu yang dilakukan dengan adanya transaksi terlebih dahulu maupun tidak.(Fista et al. 2023) .Untuk melindungi konsumen menurut Syariah tercermin dalam prinsip-prinsip mu’amalah yaitu terhindar dari gharar sehingga barang yang kita beli jauh dari kecurangan penjual, dalam transaksi yang dilakukan juga sebisa mungkin harus bisa terhindar dari unsur perjudian, riba, dan paksaan.(Habibullah 2018). Konsumen menurut UU Nomor 8 Tahun 1999 pasal 1 ayat (2) tentang Hukum Perlindungan Konsumen yaitu setiap orang yang memakai barang dan/atau jasa yang ada didalam masyarakat, baik itu untuk kepentingan dirinya sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lainnya yang tidak diperdagangkan(Indonesia 1999).



Perlindungan konsumen merupakan perlindungan yang diberikan kepada konsumen yang sesuai dengan aturan hukum baik itu yang bersifat preventif maupun yang bersifat represif, baik secara tertulis maupun secara lisan dalam rangka untuk menggerakkan hukum. Menurut pandangan Islam negara memiliki kekuasaan untuk turut campur dalam segala kegiatan ekonomi, baik itu dalam mengatur serta melaksanakan kegiatan ekonomi yang tidak bisa dilakukan oleh sendiri dan mengawasi kegiatan pasar.

Dasar hukum mengenai campur tangan negara dalam ekonomi Islam yaitu: QS. An Nisa ayat 59 Sarana perlindungan hukum bagi rakyat meliputi dua hal yaitu perlindungan hukum yang bersifat preventif merupakan memberikan subyek hukum untuk mengajukan pendapatnya atau keberatannya kepada hakim sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitive. Perlindungan hukum yang bersifat preventif ini untuk mencegah adanya sengketa. Kedua perlindungan hukum bersifat represif yaitu yang bertujuan guna menyelesaikan permasalahan yang terjadi. Perlindungan hukum yang diberikan kepada rakyat di Indonesia merupakan penerapan atas prinsip pengakuan dan perlindungan terhadap harkat dan martabatnya yang bersumber pada Pancasila dan Undang-Undang. Sebagaimana yang telah kita ketahui bahwa transaksi e-commerce sudah digunakan oleh berbagai kalangan baik itu oleh muslim maupun non-muslim, transaksi dalam e-commerce ini memberikan manfaat untuk pembeli dan penjual yang harus mengacu pada hukum yang sudah ada. Bagi seorang muslim, hukum Islam ialah seperangkat aturan yang digunakan untuk melindungi kepentingan manusia dalam berbagai aspek kehidupan termasuk transaksi e-commerce yang berlandaskan pada Al-Quran dan As-Sunnah. Sedangkan peraturan perlindungan konsumen di Indonesia diatur dalam UU Nomor 8 tahun 1999. Informasi yang diberikan kepada konsumen guna untuk mengetahui apakah informasi yang diberikan mengenai produk tersebut telah sesuai atau belum.

Hukum Islam maupun hukum secara Undang-Undang sama-sama untuk mengatur hal ini karena informasi merupakan kunci utama untuk membatalkan atau meneruskan transaksi jual beli. Dalam hukum Islam harus jelas mengenai spesifikasi mengenai produk yang ditawarkan seperti kualitasnya warna, manfaat, ukuran, jenis bahan yang digunakan, dan lain sebagainya. Informasi tersebut untuk menghindari adanya gharar (penipuan) dalam transaksi jual beli. Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen merupakan untuk landasan hukum yang kuat untuk pemerintah dan Lembaga perlindungan konsumen melalui Pendidikan dan pembinaan konsumen. Dalam transaksi jual beli melalui e-commerce informasi yang diberikan oleh pelaku usaha melalui iklan hal ini menjadi tanggung jawab pelaku usaha/penjual untuk melindungi hak-hak bagi konsumen.

- 1) Dalam pasal 3 Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen yaitu: 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- 2) 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian dan/atau jasa.
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen untuk memilih, menentukan, serta menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum serta keterbukaan atas informasi serta akses untuk mendapatkannya informasi.

Perlindungan konsumen dapat dilakukan pada sebelum melakukan transaksi jual beli dan/atau setelah terjadinya transaksi. Pada dasarnya perlindungan hukum itu timbul karena adanya hak dan



kewajiban yang harus dipenuhi oleh pihak yang terlibat. Dimana konsumen seharusnya mengetahui apa saja hak-hak yang berhak mereka dapatkan.

Hak-hak konsumen disebutkan dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
2. 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Konsumen memiliki berbagai kewajiban yang harus dipenuhi, kewajiban-kewajiban tersebut dituangkan dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut.

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen. (Indonesia 1999)

Kewajiban konsumen dalam bertransaksi yang telah diatur dalam UU Pasal 5 tidak dijelaskan secara rinci dalam hukum Islam, tetapi jika kita melihat tujuannya yaitu untuk kemaslahatan konsumen dan penjual, dengan demikian pengaturan tersebut sesuai dengan hukum Islam serta maqashid al-syariah, yaitu untuk mewujudkan kemaslahatan di dunia dan akhirat. Dalam hukum Islam hak dan kewajiban diatur dalam kaidah hukum Islam, hal ini untuk menghindari bentrokan berbagai kepentingan dari masyarakat itu sendiri. Misalnya ada produk yang memiliki cacat atau tidak sesuai dengan informasi yang diberikan oleh penjual maka pembeli memiliki hak untuk mengembalikannya serta khiyar.

Khiyar itu sendiri adalah hak yang dimiliki oleh seseorang yang melakukan transaksi jual beli untuk menentukan pilihannya apakah akan meneruskan kontraknya atau akan membatalkannya. Perlindungan konsumen mengenai kerugian yang dialami oleh para konsumen misalnya produk yang mereka terima tidak sesuai dengan yang mereka beli atau mengalami cacat bahkan penjual tidak mengirimkan pesannya.

Maka di dalam hukum Islam adanya hak khiyar, hal ini untuk menghindari adanya kerugian di kedua belah pihak. Apabila salah satu diantara mereka merugikan, maka orang tersebut harus mempertanggungjawabkan atas perbuatannya, hal ini telah diatur dalam pasal 4 Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen mengenai hak-hak konsumen. Demi kemaslahatan konsumen, dapat dilihat dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dengan memberikan sanksi administratif terhadap penjual/ pelaku usaha jika ia melakukan perbuatan tertentu yang tidak sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang telah diatur dalam UU. Pidana yang dapat diberikan kepada pelaku usaha yang melanggar aturan yaitu pidana penjara dan dengan denda maksimal Rp.2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah). Dalam hukum Islam pemerintah bertanggung jawab untuk melindungi konsumen diberikan pada



Lembaga Alhisbah. Semua peraturan telah disebutkan untuk perlindungan konsumen. Namun karena undang-undang ini sebagai pelindung dalam skala nasional, maka perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli secara online sesungguhnya belum terakomodasi secara keseluruhan.

SIMPULAN

Transaksi e-commerce merupakan satu rangkaian yang dinamis pada teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Transaksi melalui internet memberikan kemudahan, kenyamanan, dan kecepatan dalam setiap transaksi yang dilakukan, sehingga hal inilah yang mendorong pesatnya pertumbuhan e-commerce di Indonesia. Dalam transaksi e-commerce harus memperhatikan nilai-nilai keadilan serta harus menghindari hal-hal yang dapat merugikan pihak lain, karena jual beli yang mengandung cacat bisa menyebabkan kerugian konsumen, dan harus bisa dipertanggungjawabkan. Bagaimanapun mekanisme penjualan e-commerce adalah halal, selama tidak ada unsur kezaliman, keterpaksaan dan penipuan didalamnya.

Kegiatan e-commerce harus sesuai syariah dengan cara menghindari penyimpangan-penyimpangan secara teknis. Dalam hal ini, perlindungan hukum terhadap konsumen bisa diartikan sebagai perlindungan terhadap hak-hak konsumen pengguna transaksi e-commerce. Perlindungan terhadap konsumen ini didasari pada apabila pelaku usaha dalam hal ini menimbulkan kerugian terhadap konsumen pengguna transaksi e-commerce, maka pelaku usaha bertanggungjawab atas kerugian tersebut sesuai dengan ketentuan. Hasil penelitian ini berimplikasi praktik terhadap penegakan hukum perlindungan konsumen dan hukum Islam ialah seperangkat aturan yang digunakan untuk melindungi kepentingan manusia dalam berbagai aspek kehidupan termasuk transaksi e-commerce yang berlandaskan pada Al-Quran dan As-Sunnah.

DAFTAR RUJUKAN

- Cahyadi, Antonius Dwicki. 2019. "Yurisdiksi Transaksi Elektronik Internasional Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik." *Jurnal Wawasan Yuridika* 3 (1): 23–40.
- Dasopang, Nursania. 2024a. "E-Commerce Bisnis Dan Internet." *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah* 3 (1): 8–14.
- Fista, Yanci Libria, Aris Machmud, And Suartini Suartini. 2023. "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau Dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *Binamulia Hukum* 12 (1): 177–89.
- Habibullah, Eka Sakti. 2018. "Prinsip-Prinsip Muamalah Dalam Islam." *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2 (01): 25–48.
- Indonesia, Republik. 1999a. "Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Lembaran Negara Ri Tahun 8*: 36–37.
- Indonesia, Republik. 1999b. "Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Lembaran Negara Ri Tahun 8*: 36–37.



- Kurniawati, Annisa Dwi. 2019. "Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Islam." *El-Barka Journal Of Islamic Economics And Business* 2 (1): 90–113.
- Mendoza, Muhammad Dominique, Rosma Siregar, Aida Khairina, Et Al. 2025. "Konsep, Prinsip, Dan Aplikasi Ecommerce." *Tangguh Denara Jaya Publisher*. <https://Repository.Tdjpublisher.Com/Index.Php/Katalogtdj/Article/View/468>.
- Muttaqin, Azhar. 2011. "Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Jual Beli Islam." *Ulumuddin Journal Of Islamic Legal Studies* 7 (1). <https://Ejournal.Umm.Ac.Id/Index.Php/Ulum/Article/View/1304>.
- Riswandi, Dedi. 2019. "Transaksi On-Line (E-Commerce): Peluang Dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Econetica: Jurnal Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis* 1 (1): 1–13.
- Sihombing, Agustinus. 2023. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Cv. Azka Pustaka.
- Widyastuti, Elisa Siti, Tiya Rissa Kamila, And Panji Adam Agus Saputra. 2022. "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce: Suatu Perspektif Hukum Islam." *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 1 (2): 43–50.
- Wulandari, Yudha Sri. 2018. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce." *Ajudikasi: Jurnal Ilmu Hukum* 2 (2): 199–210.