

ARTIKEL RISET

Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (Analisis UUPK dan Hukum Islam)

Eril¹⁾, Muhammad Azhar Nur²⁾, Takwa³⁾, Nasrullah⁴⁾ Syamsul Bachri⁵⁾

^{1,2} Program Pascasarjana Universitas Islam Ahmad Dahlan

^{3,4} Mahasiswa Magister Hukum Pidana Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan

⁵ Program Pascasarjana Universitas Indonesia Timur

Email korespondensi: erilcudding@gmail.com

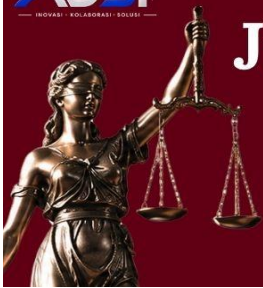
ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong peningkatan transaksi jual beli online yang memberikan kemudahan bagi masyarakat, namun di sisi lain juga menimbulkan berbagai permasalahan hukum, seperti penipuan, ketidaksesuaian barang, penyalahgunaan data pribadi, dan lemahnya posisi konsumen dalam transaksi elektronik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan perspektif Hukum Islam, serta mengkaji harmonisasi kedua sistem hukum tersebut dalam mewujudkan perlindungan konsumen di era digital. Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan komparatif. Data diperoleh melalui studi kepustakaan terhadap peraturan perundang-undangan, literatur ilmiah, dan sumber-sumber hukum Islam, kemudian dianalisis secara kualitatif dengan metode deskriptif-analitis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UUPK telah memberikan dasar perlindungan hukum melalui pengaturan hak dan kewajiban konsumen serta tanggung jawab pelaku usaha, meskipun masih menghadapi tantangan dalam penerapannya pada transaksi digital. Sementara itu, Hukum Islam memberikan perlindungan yang berlandaskan prinsip kejujuran (*sidq*), amanah, keadilan (*al-'adl*), larangan *gharar*, *tadlīs*, dan *riba*, serta didukung oleh konsep *khiyār*, *dhamān*, dan *maqāṣid al-syarī'ah*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa harmonisasi UUPK dan Hukum Islam dapat membentuk model perlindungan hukum yang lebih komprehensif dengan mengintegrasikan kepastian hukum dan nilai-nilai etika, sehingga mampu memberikan perlindungan yang optimal bagi konsumen dalam transaksi jual beli online di era transformasi digital.

Kata Kunci; Perlindungan Konsumen, Jual Beli Online, UUPK, Hukum Islam, Transaksi Elektronik.

ABSTRACT

The rapid advancement of information technology has significantly increased the use of online buying and selling transactions, offering convenience and efficiency while simultaneously creating various legal challenges, including online fraud, product misrepresentation, misuse of consumers' personal data, and the relatively weak bargaining position of consumers in electronic transactions. This study aims to analyze the legal protection afforded to consumers in online transactions based on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and the principles of Islamic law, as well as to examine the harmonization of these two legal systems in ensuring effective consumer protection in the digital era. This research employs a normative legal research method using statutory, conceptual, and comparative approaches. The data were collected through library research involving statutory regulations, academic literature, and Islamic legal sources, and were analyzed qualitatively using a descriptive-analytical method. The findings reveal that the Consumer Protection Law provides a legal framework for safeguarding consumers' rights by regulating consumers' rights and obligations, business actors' responsibilities, and dispute resolution mechanisms. However, its implementation still faces challenges



due to the rapid development of digital commerce. From the perspective of Islamic law, consumer protection is founded upon the principles of honesty (ṣidq), trustworthiness (amanah), justice (al-'adl), and the prohibition of gharar (uncertainty), tadhīr (fraudulent misrepresentation), and riba (usury), supported by the concepts of khiyār, dhamān, and maqāṣid al-sharī'ah. This study concludes that the harmonization of the Consumer Protection Law and Islamic law can establish a more comprehensive consumer protection model by integrating legal certainty with ethical and moral values, thereby providing optimal legal protection for consumers engaged in online buying and selling transactions in the digital transformation era.

Keywords; Consumer Protection, Online Buying and Selling, Consumer Protection Law, Islamic Law, Electronic Transactions.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk pada sektor perdagangan. Transformasi digital telah melahirkan sistem perdagangan elektronik (*electronic commerce* atau *e-commerce*) yang memungkinkan transaksi jual beli dilakukan tanpa batas ruang dan waktu. Melalui berbagai platform digital, seperti *marketplace*, media sosial, dan aplikasi perdagangan elektronik, masyarakat dapat dengan mudah memperoleh berbagai barang dan jasa hanya dengan memanfaatkan jaringan internet (Faisal & Fasa, 2025). Kemudahan tersebut mendorong peningkatan transaksi jual beli online yang semakin pesat, sekaligus menjadi salah satu pilar utama pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia.

Di balik berbagai kemudahan yang ditawarkan, transaksi jual beli online juga menghadirkan berbagai persoalan hukum yang berpotensi merugikan konsumen. Berbeda dengan transaksi konvensional, konsumen dalam transaksi elektronik tidak dapat melihat atau memeriksa barang secara langsung sebelum melakukan pembelian. Kondisi tersebut membuka peluang terjadinya berbagai bentuk pelanggaran, seperti barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi, penipuan identitas pelaku usaha, penyalahgunaan data pribadi konsumen, keterlambatan pengiriman, hingga kegagalan pelaku usaha dalam memenuhi kewajibannya. Bahkan, perkembangan teknologi digital juga melahirkan modus-modus baru kejahatan siber yang memanfaatkan transaksi elektronik sebagai sarana melakukan penipuan dan penggelapan (Alpiana dkk., 2025).

Data dari berbagai lembaga menunjukkan bahwa jumlah transaksi perdagangan elektronik di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Seiring dengan meningkatnya aktivitas perdagangan digital tersebut, jumlah pengaduan konsumen juga mengalami peningkatan, terutama terkait kualitas barang, ketidaksesuaian informasi produk, pembatalan transaksi secara sepihak, serta kesulitan memperoleh ganti rugi. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa perkembangan ekonomi digital belum sepenuhnya diimbangi oleh tingkat perlindungan hukum yang optimal bagi konsumen, sehingga diperlukan instrumen hukum yang mampu memberikan kepastian, keadilan, dan perlindungan terhadap hak-hak konsumen.

Perlindungan dalam Sistem hukum Indonesia terhadap konsumen diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang menjadi landasan utama dalam menjamin hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha (Eril & Arale, 2024). Selain itu, transaksi elektronik juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang

Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, yang memberikan pengaturan mengenai keabsahan transaksi elektronik, perlindungan data pribadi, serta tanggung jawab para penyelenggara sistem elektronik. Kehadiran berbagai regulasi tersebut menunjukkan komitmen negara dalam memberikan kepastian hukum terhadap aktivitas perdagangan digital. Namun demikian, dinamika perkembangan teknologi yang sangat cepat sering kali melahirkan persoalan-persoalan baru yang belum seluruhnya mampu diakomodasi oleh ketentuan hukum positif (Rahmanto, 2024).

Di sisi lain, Hukum Islam sebagai sistem hukum yang mengatur hubungan manusia dalam bidang muamalah memiliki prinsip-prinsip yang sangat relevan dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen. Islam menempatkan transaksi bisnis sebagai aktivitas yang harus dilandasi oleh nilai kejujuran (*ṣidq*), amanah, keterbukaan (*transparency*), keadilan (*al-'adl*), serta kerelaan para pihak (*an-tarāḍin minkum*). Al-Qur'an secara tegas melarang praktik-praktik yang mengandung unsur penipuan (*tadlīs*), ketidakjelasan (*gharar*), riba, manipulasi harga, maupun tindakan lain yang merugikan salah satu pihak dalam transaksi. Prinsip-prinsip tersebut menunjukkan bahwa perlindungan terhadap konsumen tidak hanya dipandang sebagai kewajiban hukum, tetapi juga sebagai kewajiban moral dan keagamaan yang bertujuan mewujudkan kemaslahatan bagi seluruh masyarakat (Avif & Julijanto, 2026).

Dalam perspektif maqāṣid al-syarī'ah, perlindungan konsumen merupakan bagian dari upaya menjaga harta (*hifẓ al-māl*), menjaga jiwa (*hifẓ al-naḥs*), dan menjaga akal (*hifẓ al-'aql*) dari berbagai bentuk kerugian akibat praktik perdagangan yang tidak jujur (Fatmasari & Jaelani, 2026). Oleh karena itu, transaksi jual beli online tidak hanya harus memenuhi aspek legalitas berdasarkan peraturan perundang-undangan, tetapi juga harus memenuhi prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang mengedepankan keadilan, tanggung jawab, dan kemanfaatan bersama. Pendekatan ini menjadi penting mengingat perkembangan perdagangan digital tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, tetapi juga menyangkut perlindungan terhadap hak-hak dasar manusia sebagai konsumen.

Berbagai penelitian sebelumnya umumnya membahas perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik berdasarkan UUPK atau mengkajinya dari perspektif Hukum Islam secara terpisah. Kajian yang mengintegrasikan kedua sistem hukum tersebut dalam menganalisis perlindungan konsumen pada era ekonomi digital masih relatif terbatas, terutama dalam konteks penguatan perlindungan terhadap hak-hak konsumen di tengah perkembangan platform digital, kontrak elektronik, sistem pembayaran digital, dan pemanfaatan data pribadi. Kondisi ini

menunjukkan adanya ruang penelitian yang dapat memberikan kontribusi ilmiah melalui pendekatan yang lebih komprehensif.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam. Selain mengkaji kesesuaian prinsip-prinsip perlindungan konsumen dalam kedua sistem hukum tersebut, penelitian ini juga bertujuan merumuskan model perlindungan hukum yang bersifat integratif sehingga mampu memberikan kepastian hukum sekaligus mewujudkan keadilan, kemanfaatan, dan kemaslahatan bagi para pihak dalam transaksi elektronik di era transformasi digital.

2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif (*normative legal research*) yang bertujuan menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta prinsip-prinsip Hukum Islam. Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dan pendekatan komparatif (*comparative approach*) untuk membandingkan konsep perlindungan konsumen dalam hukum positif dan Hukum Islam (Reyriski dkk., 2026).

Bahan hukum yang digunakan terdiri atas bahan hukum primer, yaitu peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan transaksi elektronik, bahan hukum sekunder berupa buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian, dan pendapat para ahli, serta bahan hukum tersier seperti kamus hukum dan ensiklopedia. Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*), sedangkan analisis data menggunakan metode analisis kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis untuk menginterpretasikan norma hukum, membandingkan konsep perlindungan konsumen menurut UUPK dan Hukum Islam, serta merumuskan model perlindungan hukum yang relevan dengan perkembangan transaksi jual beli online di era digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN [huruf 12 pt Kapital, Tegak, Ditebalkan, Spasi 1,5]

3.1. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Perkembangan perdagangan berbasis elektronik telah mengubah pola hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam transaksi jual beli online, hubungan hukum tersebut tetap didasarkan pada perjanjian yang menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak. Meskipun dilakukan melalui media elektronik, konsumen tetap memperoleh perlindungan

hukum sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) (Fista dkk., 2023).

UUPK menempatkan konsumen sebagai subjek hukum yang memiliki hak atas keamanan, kenyamanan, keselamatan, informasi yang benar, kebebasan memilih barang atau jasa, serta hak memperoleh kompensasi apabila mengalami kerugian akibat penggunaan barang atau jasa yang diperdagangkan (Nasution & Harris, 2025). Sebaliknya, pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang jujur, menjamin kualitas barang atau jasa, beritikad baik dalam menjalankan usahanya, serta bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen.

Dalam praktik transaksi elektronik, berbagai bentuk pelanggaran masih sering terjadi, antara lain barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi, penggunaan foto produk yang menyesatkan, keterlambatan pengiriman, penolakan pengembalian dana (*refund*), penyalahgunaan data pribadi konsumen, hingga keberadaan klausula baku yang cenderung menghilangkan tanggung jawab pelaku usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa posisi konsumen dalam transaksi digital masih relatif lebih lemah dibandingkan pelaku usaha karena adanya ketimpangan informasi (*information asymmetry*) (Ibrahim, 2026).

Secara normatif, UUPK telah memberikan dasar perlindungan yang cukup komprehensif melalui pengaturan hak dan kewajiban para pihak, tanggung jawab pelaku usaha, larangan pencantuman klausula baku yang merugikan konsumen, serta mekanisme penyelesaian sengketa. Namun demikian, perkembangan teknologi digital yang berlangsung sangat cepat menimbulkan berbagai persoalan hukum baru yang memerlukan penguatan regulasi, khususnya terkait perlindungan data pribadi, tanggung jawab platform digital, penggunaan kecerdasan buatan dalam perdagangan elektronik, serta efektivitas penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang beroperasi lintas yurisdiksi (Sapriadi dkk., 2025).

3.2. Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam

Dalam Hukum Islam, aktivitas jual beli merupakan bagian dari muamalah yang pada dasarnya diperbolehkan sepanjang memenuhi rukun, syarat, dan prinsip-prinsip syariah. Transaksi bisnis tidak hanya dipandang sebagai hubungan ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk ibadah yang harus dilaksanakan secara jujur, adil, dan bertanggung jawab (Eril & Arale, 2024).

Prinsip utama perlindungan konsumen dalam Islam tercermin dalam nilai kejujuran (*ṣidq*), amanah, keadilan (*al-'adl*), transparansi, serta kerelaan para pihak (*an-tarāḍin minkum*). Al-Qur'an dan hadis melarang segala bentuk transaksi yang mengandung unsur penipuan

(*tadlīs*), ketidakjelasan objek transaksi (*gharar*), riba, manipulasi, maupun praktik bisnis yang merugikan salah satu pihak (Eril, 2026).

Dalam konteks transaksi jual beli online, prinsip-prinsip tersebut memiliki relevansi yang sangat kuat. Pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang benar mengenai spesifikasi barang, harga, kualitas, serta kondisi produk. Penyampaian informasi yang tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya merupakan bentuk *tadlīs* yang dilarang dalam Islam karena bertentangan dengan prinsip kejujuran dan amanah. Demikian pula, transaksi yang objeknya tidak jelas atau mengandung ketidakpastian yang berlebihan termasuk dalam kategori *gharar*, yang dapat menyebabkan batal atau cacatnya suatu akad (Mursidah, 2025).

Hukum Islam juga mengenal mekanisme perlindungan konsumen melalui konsep *khiyār*, yaitu hak bagi pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi apabila ditemukan cacat barang, ketidaksesuaian spesifikasi, atau adanya unsur penipuan. Selain itu, konsep *dhamān* menegaskan bahwa pihak yang menyebabkan kerugian wajib memberikan ganti rugi kepada pihak yang dirugikan. Dengan demikian, perlindungan konsumen dalam Islam tidak hanya berorientasi pada kepastian hukum, tetapi juga pada terwujudnya keadilan dan kemaslahatan (Sofyan & Arifin, 2026).

Perspektif *maqāsid al-syar'ah* semakin memperkuat perlindungan tersebut. Perlindungan terhadap harta (*hifz al-māl*), akal (*hifz al-'aql*), jiwa (*hifz al-nafs*), dan kehormatan manusia menjadi landasan moral dalam setiap transaksi ekonomi. Oleh karena itu, transaksi digital harus mampu menjamin keamanan, kejujuran, dan perlindungan terhadap hak-hak konsumen sebagai bagian dari upaya mewujudkan kemaslahatan umum (Darliana dkk., 2026).

3.3. Analisis Harmonisasi UUPK dan Hukum Islam dalam Perlindungan Konsumen Transaksi Online

Hasil analisis menunjukkan bahwa UUPK dan Hukum Islam memiliki tujuan yang sama, yaitu memberikan perlindungan terhadap konsumen dari berbagai bentuk kerugian yang ditimbulkan oleh praktik perdagangan yang tidak bertanggung jawab. Keduanya sama-sama menempatkan kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan perlindungan terhadap hak-hak konsumen sebagai prinsip dasar dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen.

Perbedaannya terletak pada pendekatan yang digunakan. UUPK lebih menitikberatkan pada aspek normatif dan yuridis melalui pengaturan hak, kewajiban, larangan, serta sanksi hukum terhadap pelaku usaha. Sebaliknya, Hukum Islam tidak hanya mengatur aspek hukum, tetapi juga memberikan dimensi etik dan spiritual yang mendorong pelaku usaha untuk

menjalankan aktivitas bisnis sebagai bentuk tanggung jawab kepada Allah SWT dan masyarakat (Farhan dkk., 2025).

Integrasi kedua sistem hukum tersebut menghasilkan model perlindungan konsumen yang lebih komprehensif. UUPK memberikan kepastian hukum melalui perangkat regulasi dan mekanisme penegakan hukum, sedangkan Hukum Islam memperkuatnya dengan nilai-nilai moral berupa kejujuran, amanah, keadilan, dan kemaslahatan. Harmonisasi ini menjadi penting dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital yang semakin kompleks, di mana perlindungan konsumen tidak cukup hanya mengandalkan sanksi hukum, tetapi juga memerlukan penguatan etika bisnis.

Model perlindungan hukum yang integratif dapat diwujudkan melalui beberapa langkah, yaitu: (1) penguatan regulasi transaksi elektronik yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital; (2) penerapan prinsip-prinsip syariah dalam praktik perdagangan elektronik, terutama terkait transparansi informasi, larangan penipuan, dan tanggung jawab pelaku usaha; (3) peningkatan literasi hukum dan literasi digital bagi masyarakat; (4) penguatan mekanisme penyelesaian sengketa secara cepat, efektif, dan berbiaya ringan; serta (5) optimalisasi pengawasan terhadap platform digital agar mampu menjamin keamanan transaksi dan perlindungan data pribadi konsumen.

Dengan demikian, perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online tidak hanya berorientasi pada kepastian hukum sebagaimana diatur dalam UUPK, tetapi juga harus menginternalisasikan nilai-nilai Hukum Islam yang berlandaskan *maqāṣid al-syarī'ah*. Pendekatan integratif tersebut diharapkan mampu menciptakan sistem perdagangan elektronik yang lebih adil, aman, transparan, dan berorientasi pada kemaslahatan seluruh pihak. Adapun analisis lebih jelas dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Table 1: Analisis Hukum

Aspek	Temuan/Argumentasi	Implikasi Hukum
Kedudukan Konsumen dalam Transaksi Online	Konsumen berada pada posisi yang lebih lemah dibandingkan pelaku usaha karena tidak dapat memeriksa barang secara langsung dan hanya bergantung pada informasi digital yang diberikan penjual.	Negara berkewajiban memberikan perlindungan hukum melalui penguatan hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam UUPK serta menjamin akses terhadap penyelesaian sengketa yang efektif.
Hak atas Informasi	Banyak pelaku usaha memberikan informasi yang tidak lengkap atau menyesatkan mengenai spesifikasi, kualitas, maupun kondisi barang. Dalam Hukum Islam, tindakan tersebut termasuk <i>tadlīs</i> (penipuan).	Pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban berdasarkan UUPK, sedangkan menurut Hukum Islam transaksi yang mengandung unsur penipuan bertentangan dengan prinsip kejujuran (<i>ṣidq</i>) dan amanah

Aspek	Temuan/Argumentasi	Implikasi Hukum
		sehingga dapat menjadi dasar pembatalan akad.
Ketidaksesuaian Barang dengan Deskripsi	Barang yang diterima konsumen sering kali berbeda dengan deskripsi atau gambar yang ditampilkan pada platform digital.	Konsumen berhak memperoleh penggantian barang, pengembalian uang, atau ganti rugi. Dalam Hukum Islam, konsumen memiliki hak <i>khiyār</i> untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi.
Perlindungan Data Pribadi	Transaksi elektronik melibatkan pengumpulan dan pemrosesan data pribadi yang berpotensi disalahgunakan tanpa persetujuan konsumen.	Pelaku usaha wajib menjaga kerahasiaan data pribadi sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Dalam Hukum Islam, perlindungan privasi merupakan bagian dari perlindungan terhadap hak individu dan kemaslahatan.
Tanggung Jawab Pelaku Usaha	Sebagian pelaku usaha mencantumkan klausula yang membatasi atau menghilangkan tanggung jawab apabila terjadi kerugian konsumen.	Klausula yang merugikan konsumen dapat dinyatakan batal menurut UUPK. Dalam Hukum Islam, setiap kerugian yang ditimbulkan harus dipertanggungjawabkan melalui konsep <i>dhamān</i> (ganti rugi).
Penyelesaian Sengketa	Penyelesaian sengketa transaksi online masih menghadapi kendala, terutama karena lokasi para pihak berbeda dan pembuktian dilakukan secara elektronik.	Diperlukan optimalisasi penyelesaian sengketa secara elektronik (<i>Online Dispute Resolution/ODR</i>), mediasi, arbitrase, maupun litigasi. Dalam Hukum Islam, penyelesaian melalui <i>ṣulḥ</i> (perdamaian) menjadi alternatif yang mengedepankan keadilan dan kemaslahatan.
Prinsip Keadilan dalam Transaksi	UUPK dan Hukum Islam sama-sama menghendaki adanya keseimbangan hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha.	Perlindungan hukum tidak hanya berorientasi pada kepastian hukum, tetapi juga pada keadilan substantif dan perlindungan terhadap pihak yang lemah.
Etika Bisnis Digital	Hukum Islam menekankan nilai kejujuran, amanah, transparansi, dan tanggung jawab dalam setiap transaksi elektronik.	Nilai-nilai etika bisnis Islam dapat menjadi dasar penguatan regulasi perdagangan elektronik sehingga kepatuhan pelaku usaha tidak hanya bersifat yuridis, tetapi juga moral.
Harmonisasi UUPK dan Hukum Islam	Kedua sistem hukum memiliki tujuan yang sama, yaitu melindungi konsumen dari praktik perdagangan yang merugikan. Perbedaannya terletak pada pendekatan: UUPK berorientasi pada norma hukum, sedangkan Hukum Islam	Harmonisasi kedua sistem hukum menghasilkan model perlindungan konsumen yang lebih komprehensif dengan mengintegrasikan kepastian hukum, keadilan, dan kemaslahatan sebagai dasar penyelenggaraan perdagangan elektronik.

Aspek	Temuan/Argumentasi	Implikasi Hukum
	menambahkan dimensi etik dan spiritual.	
Model Perlindungan Hukum Ideal	Perlindungan konsumen di era digital memerlukan sinergi antara regulasi, pengawasan, literasi digital, dan penerapan prinsip-prinsip syariah dalam praktik perdagangan elektronik.	Pembentukan kebijakan hukum ke depan perlu mengadopsi pendekatan integratif yang memperkuat perlindungan hak konsumen sekaligus membangun budaya bisnis digital yang beretika, transparan, dan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Perkembangan transaksi jual beli online sebagai bagian dari transformasi digital telah memberikan berbagai kemudahan bagi masyarakat, namun di sisi lain juga meningkatkan potensi terjadinya pelanggaran terhadap hak-hak konsumen. Penelitian ini menunjukkan bahwa Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah menyediakan landasan hukum yang memadai melalui pengaturan mengenai hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha, tanggung jawab pelaku usaha, serta mekanisme penyelesaian sengketa. Meskipun demikian, perkembangan teknologi digital yang sangat cepat menghadirkan tantangan baru, seperti penyalahgunaan data pribadi, ketidaksesuaian informasi produk, klausula baku yang merugikan, dan transaksi lintas yurisdiksi yang memerlukan penguatan regulasi serta penegakan hukum yang lebih adaptif.

Dalam perspektif Hukum Islam, perlindungan konsumen merupakan bagian dari implementasi prinsip-prinsip muamalah yang berlandaskan kejujuran (*ṣidq*), amanah, keadilan (*al-'adl*), transparansi, serta larangan terhadap praktik *gharar*, *tadlīs*, dan *riba*. Konsep *khiyār*, *dhamān*, dan *maqāṣid al-syari'ah*, khususnya perlindungan terhadap harta (*ḥifẓ al-māl*), memberikan dasar normatif dan etis dalam menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen. Dengan demikian, Hukum Islam tidak hanya menekankan aspek legalitas transaksi, tetapi juga membangun tanggung jawab moral pelaku usaha untuk mewujudkan kemaslahatan dan keadilan dalam setiap aktivitas perdagangan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa UUPK dan Hukum Islam memiliki titik temu yang kuat dalam memberikan perlindungan kepada konsumen. UUPK memberikan kepastian hukum melalui pengaturan normatif dan mekanisme penegakan hukum, sedangkan Hukum Islam memperkuat perlindungan tersebut melalui nilai-nilai etika bisnis yang berorientasi pada kemaslahatan. Oleh karena itu, model perlindungan hukum yang mengintegrasikan ketentuan UUPK dengan prinsip-prinsip Hukum Islam menjadi pendekatan yang lebih komprehensif dalam menghadapi dinamika perdagangan digital. Integrasi tersebut diharapkan mampu

menciptakan ekosistem transaksi elektronik yang aman, adil, transparan, dan memberikan perlindungan yang optimal terhadap hak-hak konsumen di era ekonomi digital.

Berdasarkan hasil penelitian ini, pemerintah perlu memperkuat regulasi dan pengawasan terhadap penyelenggaraan perdagangan elektronik, termasuk optimalisasi perlindungan data pribadi dan penyelesaian sengketa konsumen berbasis digital. Pelaku usaha diharapkan menjalankan kegiatan usahanya dengan berlandaskan prinsip itikad baik, transparansi, dan tanggung jawab sebagaimana diamanatkan oleh UUPK dan Hukum Islam. Selain itu, diperlukan peningkatan literasi hukum dan literasi digital masyarakat agar konsumen semakin memahami hak dan kewajibannya dalam melakukan transaksi elektronik. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan kajian mengenai perlindungan konsumen pada perdagangan digital berbasis kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*), *cross-border e-commerce*, dan sistem pembayaran digital syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alpiana, D. A., Astutik, S., Ayuningtyas, F., & Aribawa, M. Y. (2025). Tanggungjawab Pelaku Usaha dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Perlindungan Konsumen. *Lex Journal: Kajian Hukum dan Keadilan*, 9(2), 473–492.
- Avif, R. A. R., & Julijanto, M. J. M. (2026). Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Syariah: Kajian Pustaka Prinsip ‘Adl, Sidq dan Larangan Gharar serta Riba. *JSE: Jurnal Sharia Economica*, 5(1), 324–336.
- BN, A. M. T., & Arale, F. A. (2024). Standarisasi Produk sebagai Wujud Perlindungan Konsumen serta Keterkaitan Hukum antara Pelaku Usaha. *Al-Qawānīn: Jurnal Ilmu Hukum, Syariah, dan Pengkajian Islam*, 1(1), 55–77.
- Darlina, D., Arhan, H., Sapriadi, S., & Eril, E. (2026). *Fiqh Siyasah (Hukum Politik Islam)*. <https://repository.ganeshakreasisemesta.com/publications/661656/fiqh-siyasah-hukum-politik-islam>
- Faisal, M. T., & Fasa, M. I. (2025). Transformasi digital: Peran e-commerce dalam pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(4). <https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/1764>
- Farhan, M., Rahma, N. P., Nurmansyah, A., & Novita, Y. (2025). Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Dalam Praktik Kewirausahaan Berbasis Syari’ah. *Journal Education, Sociology and Law*, 1(1), 739–749.
- Fatmasari, D., & Jaelani, A. (2026). Integrasi Maqāṣid al-Syarī ‘ah dalam Pengembangan Industri Halal: Kerangka Perlindungan Konsumen dan Kesejahteraan Umat. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(1), 63–75.
- Fista, Y. L., Machmud, A., & Suartini, S. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Binamulia Hukum*, 12(1), 177–189.
- Ibrahim, I. (2026). *Akibat Hukum Penolakan Barang Dalam Praktik Jual Beli Online Melalui Media Sosial Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Di Kota Parepare* [Phd Thesis, Iain Pare Pare]. <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/12328/>

- Mursidah, M. (2025). Etika Bisnis Islam Dalam Hubungan Produsen Dan Konsumen: Kajian Terhadap Prinsip Kejujuran Dan Transparansi. *The Journal Of Islamic Economics And Business (Joebis)*, 1(1), 69–84.
- Nasution, H. R., & Harris, A. (2025). Kedudukan Konsumen dalam Hubungan Hukum dengan Pelaku Usaha di Indonesia. *Locus Journal of Academic Literature Review*, 4(6), 470–484.
- Rahmanto, E. S. (2024). *Rekonstruksi Regulasi Penggunaan Uang Digital Dalam Transaksi Jual Beli Berbasis Nilai Keadilan* [PhD Thesis, Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia)].
<https://search.proquest.com/openview/19d1da695f92fbc87c90328893c96c4/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>
- Reyriski, N., Novita, T. R., Nasution, A., & Purba, N. (2026). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Positif (UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Transaksi Dan Informasi Elektronik). *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 4(4), 1149–1155.
- Sapriadi, S., Darliana, D., Mudjrimin, J., Alauddin, A., & Eril, E. (2025). Perkembangan Ijtihad Pada Masa Modern Di Indonesia (Tantangan Para Mujtahid Dalam Melakukan Istimbat Hukum). *Jurnal Al-Ahkam: Jurnal Hukum Pidana Islam*, 7(1), 124–135.
- Sofyan, N. B., & Arifin, A. G. (2026). Implementasi Konsep Khiyar dalam Hadis terhadap Perlindungan Konsumen E-Commerce di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam (JIMEKI)*, 40–56.