

# EKSISTENSI HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PERDAGANGAN ELEKTRONIK DI INDONESIA

Nuryani, Yulianti  
Institut Agama Islam Darussalam Martapura  
[nuri93325@gmail.com](mailto:nuri93325@gmail.com)

## Abstrak

Dalam perdagangan elektronik terdapat berbagai permasalahan yang tidak lazim ditemukan dalam perdagangan pada umumnya seperti ketidaksesuaian antara barang yang diterima dengan barang yang ditawarkan. Hingga sekarang, permasalahan tersebut belum bisa teratasi dan merugikan banyak konsumen. Sebagai muslim sudah sepatunya mengikuti aturan Islam sekaligus bercermin dari cara Rasulullah Saw dalam berdagang dengan mengedepankan sifat jujur, amanah, cerdas, terampil, komunikasi dan pelayanan yang baik, membangun jaringan dan kemitraan serta keselarasan dalam bekerja dan beribadah. Dengan menerapkan cara berdagang tersebut, seharusnya konsumen muslim tidak perlu merasa khawatir, sebab hak-haknya sudah dilindungi dalam bertransaksi secara elektronik. Sementara, masyarakat Indonesia dikenal dengan keragaman agama maka perlu perlindungan hukum yang bersifat universal. Sehingga, semua kalangan masyarakat Indonesia dapat memperoleh hak yang sama ketika bertansaksi secara elektronik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui eksistensi hukum Islam dan hukum positif terhadap perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik di Indonesia. Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan konsep (*conceptual approach*) dan bahan hukum terdiri atas bahan hukum primer meliputi al-Qur'an, hadis dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan bahan hukum meliputi buku dan jurnal. Sementara, teknik pengumpulan bahan hukum melalui studi pustaka dengan mengumpulkan, membaca dan menelaah. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa eksistensi hukum Islam terhadap perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik di Indonesia meliputi khiyar, larangan gharar dan beberapa kaidah fiqhiyah seperti kemudharatan dihilangkan dan pada dasarnya akad adalah keridhaan kedua belah pihak yang mengadakan akad hasilnya apa yang saling di iltizamkan oleh perakadan itu. Sedangkan, eksistensi hukum positif terhadap perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik di Indonesia yaitu UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

**Kata kunci:** *Perlindungan Konsumen dan Perdagangan Elektronik*

## Abstract

*In electronic commerce there are various problems that are not commonly found in commerce in general, such as discrepancies between the goods received and the goods offered. Until now, this problem has not been resolved and is detrimental to many consumers. As a Muslim, it is appropriate to follow Islamic rules while at the same time reflecting on the way of Rasulullah SAW in trading by prioritizing honesty, trustworthiness, intelligence, skill, good communication and service, building networks and partnerships as well as harmony in work and worship. By implementing this method of trading, Muslim consumers should not need to worry, because their rights are already protected in electronic transactions. Meanwhile, Indonesian people are known for their diversity of religions, so they need universal legal protection. Thus, all levels of Indonesian society can obtain the same rights when transacting electronically. This study aims to determine the existence of Islamic law and positive law on consumer protection in electronic commerce in Indonesia. This type of research is normative legal research with a conceptual approach and legal materials consist of primary legal materials including the Koran, hadith and Law no. 8 of 1999 concerning Consumer Protection and*

legal materials including books and journals. Meanwhile, the technique of collecting legal materials is through literature study by collecting, reading and studying. The conclusion of this study shows that the existence of Islamic law on consumer protection in electronic commerce in Indonesia includes *khiyar*, the prohibition of *gharar* and several *fiqhiyah* rules such as harm being eliminated and basically the contract is the pleasure of both parties who enter into the contract. Meanwhile, the existence of positive law on consumer protection in electronic commerce in Indonesia, namely Law no. 8 of 1999 concerning Consumer Protection.

**Keywords: Consumer Protection and Electronic Commerce**

## PENDAHULUAN

Fitrah manusia sebagai subjek hukum tidak bisa lepas dari hubungan antar sesama manusia. Dalam hal ini, Islam datang memberikan dasar-dasar dan prinsip-prinsip yang mengatur secara baik dalam pergaulan hidup manusia yang mesti dilalui dalam kehidupan sosial mereka. Islam berisikan ajaran serta aturan dalam segala aspek kehidupan yakni akidah, ibadah, akhlak, maupun muamalah. Keempat bidang ajaran Islam tersebut meskipun sama-sama mewujudkan untuk menggapai kemaslahatan umat manusia, tetapi untuk bidang akidah, ibadah, dan akhlak, umat Islam tidak diberi kebebasan berkreasi sama sekali, karena Allah SWT yang lebih mengetahui kemaslahatan yang akan dicapai manusia dari ketiga bidang ini. Berbeda dengan persoalan muamalah, di satu sisi ajaran Islam bersifat konfirmasi terhadap berbagai kreasi yang dilakukan manusia. Di sisi lain, ajaran Islam melakukan perubahan terhadap jenis muamalah yang telah ada, adakalanya Islam membatalkan jenis muamalah tertentu dan yang terakhir, bagian besar Islam hanya memberikan prinsip dan kriteria dasar yang harus dipenuhi oleh setiap jenis muamalah (Harun, 2017).

Salah satu kegiatan muamalah adalah jual beli (perdagangan) yaitu pertukaran harta atas dasar saling rela dan atas kesepakatan bersama (Shobirin, 2015). Dalam berdagang, seorang muslim bertujuan untuk mendapatkan kebutuhan hidupnya dan selanjutnya memberikan pelayanan kepada masyarakat melalui perdagangan tersebut (Gadis, 2020). Jual beli merupakan kegiatan yang banyak dilakukan oleh manusia, bahkan hampir tidak ada seorangpun yang terbebas dari kegiatan tersebut, baik sebagai penjual atau sebagai pembeli. Jual beli diperbolehkan, sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Q.S. al-Baqarah/2: 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

*“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya”.*

Berdasarkan dalil di atas, jual beli dapat dikerjakan karena hukumnya halal. Bahkan Rasulullah Saw dan para sahabat adalah pedagang-pedagang yang melakukan jual beli hingga lintas negara. Sesuatu yang diharamkan oleh Allah SWT dan Rasul-Nya,

pasti memiliki hikmah demikian juga dengan jual beli. Hikmah disyariatkannya jual beli adalah bahwa kebutuhan manusia adakalanya bergantung pada apa yang ada di tangan orang lain. Padahal, orang lain kadang tidak rela memberikan apa yang dimilikinya tanpa adanya imbalan. Melalui pertukaran jual beli, maka masing-masing bisa mendapatkan apa yang dibutuhkannya dengan cara yang adil dan tidak saling merugikan (Ardito, 2018).

Lumrahnya, jual beli dilakukan dengan menghadirkan penjual dan pembeli di suatu tempat yang disebut pasar tradisional atau pasar konvensional seperti minimarket, hypermarket dan sejenisnya. Pembeli dapat dengan mudah melakukan pembayaran dan adanya tawar-menawar seperti yang terjadi di pasar tradisional. Selain itu, pembeli juga dapat memerhatikan keadaan barang yang diinginkan secara langsung dengan melihat, memegang dan mencium aromanya. Namun, seiring berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi pola jual beli tersebut mengalami pergeseran, sehingga muncul jual beli *online* atau dikenal dengan istilah perdagangan elektronik dalam Bahasa Inggris disebut dengan elektronik commerce (*e-commerce*) yaitu pembelian, penjualan dan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik, seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet (Isa, 2020).

Dalam perdagangan elektronik terdapat berbagai permasalahan yang tidak lazim ditemukan dalam jual beli pada umumnya dan permasalahan-permasalahan tersebut hampir dialami oleh setiap konsumen yang melakukan pembelian secara elektronik. Hingga sekarang, permasalahan tersebut juga belum bisa teratasi. Seperti yang dialami oleh Y, saat beberapa kali melakukan pembelian secara elektronik ternyata barang yang diterima tidak sesuai dengan barang yang ditawarkan oleh penjual. Menurut Y, sebagian toko *online* juga tidak memberlakukan *return-refund* dan jika diberlakukan *return-refund* biaya ongkos kirim (ongkir) oleh sebagian toko *online* dibebankan kepada pembeli. Selain itu, pembeli juga harus mengantar barang yang akan *return-refund* kepada pihak ekspedisi dan menunggu beberapa hari agar barang dikirimkan kembali. Dengan proses seperti itu dan harga barang yang tidak terlalu mahal, pada akhirnya pembeli tidak melakukan *return-refund* dan dengan terpaksa menerima keadaan barang tersebut.

Dari berbagai media massa juga masih banyak ditemukan kasus-kasus penipuan perdagangan elektronik, seperti yang dialami oleh seorang wanita yang menggugat pengalamannya melalui Twitter, dengan menunjukkan sebuah kotak *handphone* yang berisi batu, kemudian pada keterangan foto tersebut disebutkan bahwa membeli *handphone* di marketplace, namun ketika paket diterima bukan sebuah *handphone* melainkan batu di dalam kotak tersebut (Dyah Mulyaningtyas, 2021).

Maraknya kasus-kasus penipuan dalam perdagangan elektronik yang merugikan konsumen dikarenakan kurangnya bekal ilmu yang dimiliki dalam kegiatan tersebut. Sebagai muslim sudah sepatutnya mengikuti aturan Islam sekaligus bercermin dari cara Rasulullah Saw dalam berdagang dengan mengedepankan sifat jujur, amanah, cerdas, terampil, komunikasi dan pelayanan yang baik, membangun jaringan dan kemitraan serta keselarasan dalam bekerja dan beribadah (Aqil, 2020).

Berdagang harus didasari dengan mengutamakan ketauhidan guna memperoleh keterpaduan antara agama, ekonomi, dan sosial. Hal ini bertujuan agar pelaku jual beli

terhindar dari sikap buruk dalam menjalankan kegiatan dagangnya seperti adanya diskriminasi, terlalu fokus pada keuntungan dari kehidupan dunia sehingga melupakannya dan melakukan penimbunan barang (Ghina, 2021).

Dengan menerapkan cara berdagang tersebut, seharusnya konsumen muslim tidak perlu merasa khawatir lagi, sebab hak-haknya sudah dilindungi dalam bertransaksi secara elektronik. Sementara, masyarakat Indonesia dikenal dengan keragaman agama maka perlu perlindungan hukum yang bersifat universal. Sehingga, semua kalangan masyarakat Indonesia dapat memperoleh hak yang sama ketika bertansaksi secara elektronik. Oleh karena itu, penulis merasa tertarik untuk meneliti secara mendalam yang kemudian penulis tuangkan dalam sebuah karya ilmiah berjudul **“Eksistensi Hukum Islam dan Hukum Positif Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Perdagangan Elektronik Di Indonesia”**.

### **FOKUS PENELITIAN**

Fokus penelitian ini adalah bagaimana eksistensi hukum Islam dan hukum positif terhadap perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik di Indonesia?

### **BAHAN DAN METODE**

Penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif adalah suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum untuk menjawab permasalahan hukum yang dihadapi. Penelitian hukum normatif dilakukan untuk menghasilkan argumentasi, teori atau konsep baru sebagai preskripsi dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi (Peter, 2005).

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan konsep (*conceptual approach*) yaitu beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum. Dengan mempelajari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin tersebut, akan ditemukan ide-ide yang melahirkan pengertian-pengertian hukum, konsep-konsep hukum, dan asas-asas hukum yang relevan dengan isu yang dihadapi serta dengan pendekatan konsep itu pula dapat membuat argumentasi hukum dalam menjawab permasalahan hukum yang diajukan (Peter, 2005).

Sementara, bahan hukum dalam penelitian ini dibagi menjadi 3 macam tingkatan, sebagai berikut:

1. Bahan hukum primer adalah yaitu bahan hukum yang memiliki kekuatan mengikat. Bahan hukum primer meliputi al-Qur'an, hadis dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Bahan hukum sekunder yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder meliputi buku/kitab dan jurnal ilmiah.

Dalam penelitian hukum normatif, teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan dengan studi pustaka terhadap bahan-bahan hukum, baik bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier (Mukti, 2010). Penelusuran bahan-bahan hukum penulis lakukan dengan mengumpulkan, membaca dan menelaah berbagai literatur.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Eksistensi Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Perdagangan Elektronik Di Indonesia

Eksistensi hukum Islam terhadap perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik adalah dengan diberlakukannya khiyar. Pada dasarnya, setiap akad yang sah itu bersifat lazim (mengikat) sejak terjadi akad dan tidak memiliki opsi khiyar. Oleh karena itu, dalam akad-akad yang lazim tersebut, seluruh akibat hukum akad, hak dan kewajiban pihak-pihak akad itu telah berlaku efektif sejak akad terjadi (disepakati). Setiap kontrak yang dilakukan dipersyaratkan adanya kerelaan para pihak, maka syariat Islam menetapkan khiyar yang fungsi utamanya untuk menjamin syarat kerelaan itu telah terpenuhi. Ketentuan ini berlaku untuk semua akad-akad lazim dan sebaliknya, ketentuan ini tidak berlaku pada akad-akad jaiz. Walaupun sifat akad itu lazim dan pihak akad tidak bisa membatalkan (mem-fasakh)nya, tetapi ada dua sebab yang memberikan hak kepada pihak akad untuk membatalkan akad (menghilangkan sifat lazim-nya), kedua sebab tersebut yaitu, hak khiyar yang timbul karena sebab syar'i (akad yang telah disepakati) dan hak khiyar yang timbul karena kesepakatan akad (Oni, 2016).

Khiyar menurut bahasa (Arab) merupakan isim mashdar dari kata الاختيار yang bermakna pilihan dan bersih. Menurut istilah berarti adanya hak bagi kedua belah pihak yang melakukan akad untuk memilih meneruskan atau membatalkan akad. Maksud dari definisi tersebut adalah hukum asal dalam akad setelah disetujuinya, yakni tercegahnya masing-masing pihak (penjual dan pembeli) membatalkannya, kecuali terdapat izin syara' kepada masing-masing pihak (hak) membatalkannya yaitu dengan cara khiyar (Enang, 2015). Khiyar telah ditetapkan oleh al-Qur'an, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. al-Baqarah/2: 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

*“Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.*

Ayat di atas menjelaskan bahwa jual beli (perdagangan) merupakan kata umum yang meliputi semua akad jual beli termasuk juga jual beli yang di dalamnya ada khiyar, dengan demikian khiyar dalam jual beli menjadi suatu muamalat yang mubah (boleh) dilakukan (Abdul, 2014).

Dalam Islam khiyar disebutkan beberapa macam, yang masyhur seperti ru'yah, khiyar 'aib, khiyar syarat, khiyar ta'yin, dan khiyar majlis. Selain itu, juga ada khiyar wasf dan khiyar tadhlis yang semakna dengan khiyar 'aib, yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Khiyar ru'yah adalah hak pilih bagi pembeli untuk menyatakan berlaku atau batal jual beli yang dilakukan terhadap suatu obyek yang belum dilihat ketika akad berlangsung. Kemudian, jika pembeli melihat barang tersebut dan tidak berminat karena tidak sesuai dengan keinginannya, maka pembeli berhak menarik untuk membatalkan diri dari akad jual beli tersebut (Fetri, 2023).
2. Khiyar 'aib adalah suatu hak yang diberikan kepada pembeli dalam kontrak jual beli untuk membatalkan kontrak jika pembeli menemukan cacat dalam barang yang telah dibelinya sehingga menurunkan nilai barang itu (Dafiqa, 2019).
3. Khiyar syarat adalah suatu khiyar dimana seseorang membeli sesuatu dari pihak lain dengan ketentuan pembeli boleh melakukan khiyar pada masa atau waktu tertentu, walaupun waktu tersebut lama, apabila pembeli menghendaki maka pembeli bisa melangsungkan jual beli dan apabila pembeli mengendaki pembeli bisa membatalkannya (Muhammad, 2016)
4. Khiyar ta'yin adalah hak memilih barang apa yang akan dijadikan objek akad, berdasarkan apa yang telah disepakati. Hak ini diberikan kepada pembeli apabila identitas barang yang dibeli masih belum jelas. Ini bermakna jika pembeli telah memilih salah satu item sebagai pembelian mereka, objek kontrak diketahui (Intan, 2023).
5. Khiyar majlis merupakan hak pilih bagi pihak yang melakukan akad untuk melangsungkan atau membatalkan akad, selama keduanya belum berpisah (Zaennab, 2023).

Proses penerapan khiyar tersebut berbeda dalam perdagangan elektronik dan tidak semua khiyar tersebut berlaku, karena perdagangan elektronik prinsipnya berbeda dengan perdagangan konvensional. Dalam perdagangan elektronik, istilah yang digunakan juga bukan kata khiyar, melainkan *retur* dan *refund*. Dengan demikian, khiyar sebenarnya sudah berlaku dalam perdagangan elektronik. Penerapan khiyar dalam perdagangan elektronik harus melalui proses yang panjang dibandingkan perdagangan konvensional karena dilakukan melalui aplikasi dan situs. Pada aplikasi Shopee, jika ingin berkhiyar (*retur* atau *refund*) melalui aplikasi dan situs, maka diawali dengan memilih tab Saya dan pilih Dikirim, pilih pesanan lalu pilih Ajukan Pengembalian, pilih status pengajuan dan pilih produk yang diajukan pengembalian. Kemudian pilih Selanjutnya pilih Alasan dan pilih alasan yang sesuai dengan kondisi barang Anda, pilih Konfirmasi lalu bila diperlukan isi Deskripsi dan upload foto bukti pendukung lalu pilih Kirim. Proses seperti itu memerlukan waktu sehari-hari agar khiyar selesai. Sementara, khiyar yang terjadi dalam perdagangan konvensional lebih mudah karena penjual dan pembeli bertemu secara fisik dan tidak perlu waktu yang lama untuk menyelesaikannya.

Adapun, khiyar yang berlaku dalam perdagangan elektronik meliputi khiyar karena cacat pada barang, terdiri atas khiyar aib, khiyar wasf dan khiyar tadlis. Kedua, khiyar karena kesepakatan pihak akad (penjual dan pembeli) yaitu khiyar syarat. Kedua khiyar tersebut berlaku dalam perdagangan elektronik dengan memberlakukan *return-refund*. Ketiga, khiyar karena belum menyaksikan barang yaitu khiyar ru'yah dengan berlakunya sistem pembayaran dengan COD (*Cash On Delivery*). Sedangkan, khiyar majlis

dengan memaknai satu majlis (ittihadul majlis) adalah satu waktu dimana kedua belah pihak melakukan transaksi (perdagangan elektronik) tersebut.

Selain khiyar, juga ada larangan gharar sebagai bentuk perlindungan konsumen dalam Islam. Gharar berarti ketidakjelasan sifat sesuatu. Dalam konteks muamalah adalah ketidakjelasan objek transaksi atau transaksi itu sendiri yang berpotensi menimbulkan perselisihan para pihak yang bertransaksi (Imam, 2016). Dengan kata lain, gharar adalah jual beli dengan informasi yang tidak jelas (Irmawati, 2021). Seperti yang sering terjadi dalam perdagangan elektronik, dimana terdapat ketidaksesuaian antara barang yang diterima dengan barang yang ditawarkan. Sehingga, konsumen merasa tertipu dan dirugikan. Dalam Islam, penipuan tersebut dilarang sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. al-Baqarah/ 2: 188.

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدُلُّوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

*“Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui”*

Ada juga, beberapa kaidah fihiyyah yang bertujuan untuk melindungi konsumen, yaitu:

الضَّرَرُ يُزَالُ

*“Kemudaratan dihilangkan”.*

Dasar kaidah dari al-Qur’an, di antaranya:

QS. al-Baqarah/2: 60.

وَإِذِ اسْتَسْقَىٰ مُوسَىٰ لِقَوْمِهِ فَقُلْنَا اضْرِبْ بِعَصَاكَ الْحَجَرَ فَانْفَجَرَتْ مِنْهُ اثْنَتَا عَشْرَةَ عَيْنًا قَدْ عَلِمَ كُلُّ أُنَاسٍ مَّشْرَبَهُمْ ۖ كُلُوا وَاشْرَبُوا مِن رِّزْقِ اللَّهِ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

*“dan (ingatlah) ketika Musa memohon air untuk kaumnya, lalu Kami berfirman: “Pukullah batu itu dengan tongkatmu”. lalu memancarlah daripadanya dua belas mata air. sungguh tiap-tiap suku telah mengetahui tempat minumnya (masing-masing). Makan dan minumlah rezki (yang diberikan) Allah, dan janganlah kamu berkeliaran di muka bumi dengan berbuat kerusakan”.*

QS. al-A’raf/7: 56.

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا ۚ إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

*“dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah Amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik”.*

QS. al-Qashash/28: 77.

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

*“dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”.*

Adapun, dasar kaidah dari hadis, yaitu

لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ

Hadis Rasulullah saw riwayat dari Ahmad bin Hanbal dari Ibnu Abbas:

*Tidak boleh membahayakan dan tidak boleh (pula) saling membahayakan (merugikan).*

Mudharat secara etimologi adalah berasal dari kalimat al-dharar yang berarti sesuatu yang turun tanpa ada yang dapat menahannya. Al-dharar (الضرر) adalah membahayakan orang lain secara mutlak, sedangkan al-dharrar (الضرار) adalah membahayakan orang lain dengan cara yang tidak disyariatkan. Dalam al-Qur'an ayat-ayat yang mengandung kata yang berakar dari ضرر. Ayat-ayat itu seluruhnya menyuruh mengusahakan kebaikan dan melarang tindakan merugikan. Sedangkan dharar secara terminologi adalah kesulitan yang sangat menentukan eksistensi manusia, karena jika ia tidak diselesaikan maka akan mengancam jiwa, nasab, harta, serta kehormatan manusia (Fathurrahman, 2015).

Dari kaidah tersebut dapat dijadikan sandaran hukum untuk melindungi konsumen dari mudharat yang kemungkinan terjadi saat melakukan transaksi elektronik, jika barang yang dibeli terdapat cacat atau terdapat sifat yang tidak sesuai dengan yang telah disepakati.

Selanjutnya, kaidah fihiyyah yang berbunyi:

أَلَا صَلُّ فِي الْعُقُودِ رِضَى الْمُتَعَاذِينَ وَنَتِيجَتُهُ هِيَ مَا الْتَزَمَاهُ بِالْتَعَاذِ

*"Pada dasarnya pada akad adalah keridhaan kedua belah pihak yang mengadakan akad hasilnya apa yang saling di iltizamkan oleh perakadan itu".*

Dasar kaidah yang berasal dari dalil al-Qur'an, yaitu:

QS. al-Ma'idah/5: 1.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

*"Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya".*

QS. al-Imran/3: 76.

بَلَى مَنْ أَوْفَى بِعَهْدِهِ وَاتَّقَى فَإِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَّقِينَ

*"(Bukan demikian), sebenarnya siapa yang menepati janji (yang dibuat) nya dan bertakwa, Maka Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertakwa".*

Hadis Rasulullah Saw yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah dari Abi Said al-Khudry ra:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ

*Dari Abi Said al-Khidr bahwa Rasulullah Saw bersabda: Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan dengan suka sama suka.*

Akad menurut etimologi memiliki arti yaitu al-Rabth berarti mengikat. Tetapi bisa pula al-Aqd berarti sambungan, dan bisa pula berarti al-'Ahd berarti janji. Akad menurut terminologi adalah perikatan ijab dan kabul yang dibernarkan syara' yang menetapkan keridhaan kedua belah pihak. Pengertian tersebut mengisyaratkan bahwa, *pertama*, akad merupakan keterikatan atau pertemuan ijab dan kabul yang berpengaruh terhadap munculnya akibat hukum baru. *Kedua*, akad merupakan tindakan hukum dari kedua belah pihak. *Ketiga*, dilihat dari tujuan dilangsungkannya akad, ia bertujuan untuk melahirkan akibat hukum baru (Fathurrahman, 2016).

Maksud diadakan ijab dan kabul, untuk menunjukkan adanya suka ridha timbal-balik terhadap perikatan yang dilakukan oleh dua pihak yang bersangkutan. Dapat disimpulkan bahwa akad terjadi di antara dua pihak dengan keridhaan dan menimbulkan

kewajiban atas masing-masing secara timbal-balik. Maka dari itu sudah jelas pihak yang menjalin ikatan perlu memperhatikan terpenuhinya hak dan kewajiban masing-masing pihak tanpa ada pihak yang terlanggar haknya (Fathurrahman, 2016).

Cacat dalam akad yang maksudnya tidak setiap akad mempunyai kekuatan hukum mengikat untuk dilaksanakan. Namun, ada akad-akad tertentu yang mungkin menerima pembatalan, hal ini karena disebabkan adanya beberapa cacat yang bisa menghilangkan keridhaan atau kehendak sebagian pihak. Salah satu faktor yang merusak keridhaan seseorang, yaitu kekeliruan atau kesalahan. Kekeliruan atau kesalahan yang dimaksud adalah kekeliruan pada obyek akad. Kekeliruan bisa terjadi pada dua hal: pertama, pada zat (jenis) obyek, seperti seseorang membeli cincin emas tetapi ternyata cincin itu terbuat dari tembaga dan kedua, pada sifat obyek akad, seperti seseorang membeli baju warna ungu, tetapi ternyata warna abu-abu (Fathurrahman, 2016).

Bila kekeliruan pada jenis obyek, akad dipandang batal sejak awal atau batal demi hukum. Bila kekeliruan terjadi pada sifatnya akad dipandang sah. Akan tetapi pihak yang merasa dirugikan berhak mem-fasakh atau mengajukan pembatalan ke pengadilan. Kaidah ini juga dapat dijadikan dalil untuk melindungi konsumen dalam perdagangan elektronik dikarenakan terdapat cacat pada barang yang menyebabkan cacatnya keridhaan pihak pembeli.

## **2. Eksistensi Hukum Positif Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Perdagangan Elektronik Di Indonesia**

Eksistensi hukum positif terhadap perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik pada prinsipnya sama dengan perdagangan konvensional, meskipun terdapat perbedaan terhadap sarana perbuatannya. Sementara, peraturan perundang-undang di Indonesia saat ini yang dapat digunakan sebagai pedoman khususnya adalah Undang-Undang RI Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut UUPK.

Undang-undang ini diundangkan pada tanggal 20 April 1999 dan dinyatakan berlaku efektif pada tanggal 20 April 2000. UUPK bukanlah satu-satunya undang-undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen, tetapi sebagaimana disebutkan dalam penjelasan umumnya bahwa sebelum UUPK disahkan sebagai undang-undang perlindungan konsumen telah ada 20 undang-undang yang materinya membuat perlindungan konsumen. Sehingga, UUPK dijadikan sebagai payung hukum bagi peraturan perundang-undangan lain yang menyangkut konsumen dan sekaligus mengintegrasikannya sehingga dapat memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen. UUPK bukan merupakan awal dan akhir dari hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen, tetapi terbuka kemungkinan terbentuknya undang-undang baru yang pada dasarnya memuat ketentuan-ketentuan yang melindungi konsumen (Penjelasan Umum Undang-Undang RI Nomor 8 tentang Perlindungan Konsumen).

### **a. Perlindungan Konsumen**

Hak konsumen adalah hak yang harus dipatuhi oleh para produsen. Sedangkan, perlindungan konsumen adalah perangkat hukum yang diciptakan untuk melindungi dan terpenuhinya hak konsumen (Rosmawati, 2018). Berdasarkan pasal 1 ayat 1 UUPK,

mendefinisikan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang atau jasa tersebut. Cakupan perlindungan konsumen dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu:

- 1) Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
- 2) Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Keinginan yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidupnya (Rosmawati, 2018).

#### **b. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen**

Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional yang terdapat dalam pasal 2 ayat 2 UUPK:

#### **Pasal 2**

Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Pasal tersebut diuraikan sebagai berikut:

- 1) Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- 2) Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- 3) Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.
- 4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- 5) Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Kelima asas yang terdapat dalam pasal tersebut jika diperhatikan substansinya, dapat dibagi menjadi tiga asas, yaitu:

- 1) Asas kemanfaatan yang di dalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen.
- 2) Asas keadilan yang di dalamnya meliputi asas keseimbangan.

### 3) Asas kepastian hukum.

Dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum. Selanjutnya, apabila memerhatikan substansi pasal 2 UUPK beserta penjelasannya, tampak bahwa perumusannya mengacu pada filosofi pembangunan nasional, yaitu pembangunan manusia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah Negara Republik Indonesia (Rosmawati, 2018).

Sementara, yang menjadi tujuan dari perlindungan konsumen berdasarkan pasal 3 UUPK, yaitu:

#### **Pasal 3**

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Tujuan perlindungan konsumen adalah melindungi konsumen dari dampak negatif kekuatan pasar yang cenderung dapat merugikan konsumen serta untuk melindungi hak-hak konsumen (Dedi, 2010). Tujuan perlindungan konsumen mencakup aktivitas-aktivitas penciptaan dan penyelenggaraan sistem perlindungan konsumen. Tujuan perlindungan konsumen disusun secara bertahap, mulai dari penyadaran hingga pemberdayaan. Pencapaian tujuan perlindungan konsumen tidak harus melalui tahapan berdasarkan susunan tersebut, tetapi dengan melihat urgensinya. Misal, tujuan meningkatkan kualitas barang, pencapaiannya tidak harus menunggu tujuan pertama tercapai adalah meningkatkan kesadaran konsumen. Idealnya, pencapaian tujuan perlindungan konsumen dilakukan secara serempak.

#### **c. Hak dan Kewajiban Konsumen**

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris-Amerika) atau *consumenten/consument* (Belanda). Pengertian *consumer* dan *consument* ini hanya bergantung dimana posisi ia berada. Secara harfiah arti kata *consumer* itu adalah (lawan dari produsen), setiap orang yang menggunakan barang dan jasa. Konsumen umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan pada mereka, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi (Rosmawati, 2018).

Berdasarkan pasal 1 ayat 2 UUPK, konsumen didefinisikan sebagai setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Sesuai pasal 4 UUPK, hak-hak konsumen yaitu:

#### **Pasal 4**

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
  - 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;
  - 6) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
  - 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
  - 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
  - 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.
- Adapun, hak-hak dasar konsumen yang dideklarasikan meliputi:

- 1) Hak untuk mendapat/memperoleh keamanan (*the right to safety*): konsumen memiliki hak untuk memperoleh perlindungan atas keamanan produk dan jasa. Misalnya, makanan dan minuman yang dikonsumsi harus aman bagi kesehatan konsumen dan masyarakat umumnya. Produk makanan yang aman berarti produk tersebut memiliki standar kesehatan, gizi dan sanitasi serta tidak mengandung unsur yang dapat membahayakan manusia baik dalam jangka pendek maupun panjang. Di Amerika Serikat hak ini merupakan hak pertama dan tertua serta paling tidak kontroversial karena hak ini didukung dan disetujui oleh kalangan bisnis dan konsumen atau yang dikenal sebagai pemangku kepentingan (*stakeholders*).
- 2) Hak untuk memilih (*the right to choose*): konsumen memiliki hak untuk mengakses dan memilih produk/jasa pada tingkat harga yang wajar. Konsumen tidak boleh ditekan atau dipaksa untuk melakukan pilihan tertentu yang akan merugikan dirinya. Jenis pasar yang dihadapi konsumen akan menentukan apakah konsumen bebas memilih atau tidak suka membeli produk atau jasa tertentu. Namun dalam struktur pasar monopoli, konsumen dan masyarakat umum digiring berada dalam posisi yang lemah dengan risiko mengalami kerugian bila tidak memilih atau membeli produk atau jasa dari kaum monopolis.

- 3) Hak untuk memperoleh informasi (*the right to be informed*): konsumen dan masyarakat memiliki hak untuk memperoleh informasi yang sejelas-jelasnya tentang suatu produk/jasa yang dibeli atau dikonsumsi. Informasi ini diperlukan konsumen atau masyarakat agar saat memutuskan membeli tidak terjebak dalam kondisi risiko yang buruk yang mungkin timbul. Artinya, konsumen memiliki hak untuk mengetahui ciri/atribut negatif dari suatu produk, misalnya efek samping dari mengonsumsi suatu produk dan adanya peringatan dalam label/kemasan produk.
- 4) Hak untuk didengarkan (*right to be heard*): konsumen memiliki hak untuk didengarkan kebutuhan dan klaim, karena hak ini terkait dengan hak untuk memperoleh informasi (Rosmawati, 2018).

Kewajiban konsumen yaitu:

#### **Pasal 5**

- 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 secara patut.

Berdasarkan uraian tersebut, terlihat adanya indikasi khiyar dalam UUPK yang dapat digunakan oleh konsumen sebagai pihak yang dirugikan menuntut haknya kepada penjual ketika terjadi pelanggaran dalam melakukan aktivitas perdagangan elektronik. Undang-Undang RI Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memang tidak secara jelas menyebutkan tentang khiyar. Namun, menurut Zulham terdapat beberapa persamaan antara khiyar 'aib dengan *the right to safety*, khiyar ta'yin dengan *the right to choose*, khiyar tadlis dan khiyar 'aib dengan *the right to be informed*, khiyar ru'yah dengan *the right to be heard*.

- 1) Khiyar 'aib dengan *the right to safety* dalam pasal 4 ayat 1

Pasal 4 ayat 1, yaitu hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Pasal ini mengindikasikan adanya khiyar 'aib yaitu hak membatalkan atau meneruskan akad apabila terdapat cacat pada barang. Dengan demikian, barang yang diterima pembeli harus bebas cacat, sehingga hak pembeli terpenuhi dalam menggunakan barang tersebut yaitu kenyamanan, keamanan dan keselamatan.

- 2) Khiyar tadlis dan khiyar 'aib dengan *the right to be informed* dilihat dalam pasal 4 ayat 3 dan 8.

Pasal 4 ayat 3, yaitu hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Pasal ini mengindikasikan adanya khiyar tadlis, dimana tujuan khiyar ini agar pembeli terhindar dari unsur penipuan yang sengaja dilakukan oleh penjual. Adapun, pasal 4 ayat 8, yaitu hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Pasal ini

menunjukkan adanya khiyar 'aib. Berlakunya pasal ini tentu dikarenakan adanya cacat atau ketidaksesuaian pada barang yang diterima pembeli.

3) Khiyar ru'yah dengan *the right to be heard* dilihat dalam pasal 4 ayat 4

Pasal 4 Ayat 4, yaitu hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. Pasal ini mengindikasikan adanya khiyar ru'yah, dimana pembeli tidak melihat barang secara fisik ketika akad berlangsung, sehingga ketika penjual atau kurir menyerahkan barang dan terdapat ketidaksesuaian, maka pembeli berhak untuk didengar keluhan dan pendapatnya atas barang tersebut. Sementara, khiyar syarat dapat dijadikan pengikat atas berbagai khiyar tersebut. Artinya, dalam memberlakukan khiyar tersebut dibatasi atau diberikan tenggang waktu tertentu.

Aspek hukum Islam dan hukum positif terhadap Perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik pada prinsipnya sama dengan perdagangan konvensional, meskipun terdapat perbedaan terhadap sarana perbuatannya tetapi memiliki persamaan tujuan yaitu melindungi konsumen (dengan tidak merugikan penjual) dan sebelum undang-undang tentang perlindungan konsumen tertulis, Islam telah bersikap preventif akan hal tersebut. Oleh karena itu, para pelaku transaksi elektronik harus mulai sadar hukum untuk mengetahui dan memahami hak dan kewajiban masing-masing, sehingga meminimalisir ataupun menghilangkan kerugian yang seringkali muncul dalam melakukan aktivitas perdagangan elektronik.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **KESIMPULAN**

Eksistensi hukum Islam terhadap perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik di Indonesia meliputi khiyar, larangan gharar dan beberapa kaidah fiqhiyah seperti kemudharatan dihilangkan dan pada dasarnya akad adalah keridhaan kedua belah pihak yang mengadakan akad hasilnya apa yang saling di iktizamkan oleh perakadanan itu. Sedangkan, eksistensi hukum positif terhadap perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik di Indonesia yaitu UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

### **SARAN**

Perlunya meningkatkan kesadaran dan pengetahuan bagi konsumen tentang berbagai aturan hukum yang mengatur tentang hak-haknya sebagai pembeli dalam bertransaksi secara elektronik. Sehingga rasa keadilan dalam melakukan transaksi tersebut dapat terpenuhi dan meminimalisir adanya penipuan.

### **UCAPAN TERIMAKASIH**

Puji Syukur kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan karunia dan berkah-Nya, sehingga penulis mampu merampungkan jurnal ilmiah ini dan diucapkan terimakasih

juga kepada Pengelola Jurnal Ilmiah Institut Agama Islam Darussalam Martapura dan semua pihak yang terkait.

## **DAFTAR RUJUKAN**

### **Jurnal**

Amiruddin, Muhammad Majdy.(2016). Khiyar (Hak Untuk Memilih) Dalam Transaksi Online: Studi Komparasi antara Lazada, Zalora dan Blibli. *Falah Jurnal Ekonomi Syariah* 1 (1). 47-62.

Apriliani, Intan Nur, Nadya Salsabila dan Putri Regina Wijaya. (2023). Problematika Implementasi Khiyar Dalam Jual Beli Online. *Shar-E: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah* 9 (1). 33-42.

Athar, Gadis Arniyati. (2020). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Di Kota Binjai Sumatera Utara. *Jurnal Wahana Inovasi* 9 (1). 125-134.

Fatorina, Fetri, Masdar dan Chamid Sutikno. (2023). Khiyar 'Aib Terhadap Praktik Jual Beli Online Motor Antik CB 100. *el-Uqud Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah* 1 (1). 61-69.

Finia, Zaennab dan Mariya Ulpah. (2023). Transaksi Jual Beli Sistem Inden Di PT. Global Mar Interindo Dalam Perspektif Hukum Islam. *e-Journal Syar'ir* 6 (1). 84-93.

Hasanah, Dafiqa, Mulyad Qosin dan Suyud Arif. (2019). Konsep Khiyar Pada Jual Beli Pre Order Online Shop Dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Iqtishoduna* 8 (2). 249-260.

Irmawati. (2021). Transaksi Jual Beli Online Perspektif Hukum Islam. *Jurnal al-Syakhshiyah Hukum Keluarga Islam dan Kemanusiaan* 3 (1). 78-90.

Shobirin. (2015). Jual Beli Dalam Pandangan Islam. *Jurnal Bisnis* 3 (2). 240-261.

Wahyuningsih, Ghina. (2021). Berbisnis Berdasarkan Perilaku Rasulullah Saw. *Jurnal Mahasiswa FIAI-UII, at-Thullab* 2 (!). 314-324.

Yahya, Aqil Barqi. (2020). Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah Muhammad Saw Sebagai Pedoman Berwirausaha. *Jurnal Masharif al-Syariah* 5 (1). 91-100.

### **Buku**

Azhari, Fathurrahman. (2015). *Qawaid Fiqhiyyah Muamalah*. Lembaga Pemberdayaan Kualitas Ummat. Banjarmasin.

Bhinadi, Ardito. (2018). *Muammalah Syar'iyah: Hidup Berkah*. CV Budi Utama. Jogjakarta.

hanif, Isa Faqihuddin, dkk. (2020). *Modul Pembelajaran E-Commerce*. CV. Media Sains Indonesia. Bandung.

- Harianto, Dedi. (2010). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan yang Menyesatkan*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Harun. (2017). *Fiqh Muamalah*. Muhammadiyah University Press. Surakarta.
- Hidayat, Enang. (2015). *Fiqh Jual Beli*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Mustofa, Imam. (2016). *Fiqh Mu'amalah Kontemporer*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Rosmawati. (2018). *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Kencana. Depok.
- Sahroni, Oni dan M. Hasanuddin. (2016). *Fikih Muamalah: Dinamika Teori Akad dan Implementasinya dalam Ekonomi Syariah*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Zulham. (2013). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Kharisma Putra Utama. Jakarta.