

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi saat ini telah menjadi komponen integral dalam berbagai sektor kehidupan, khususnya dalam dunia bisnis. Peran teknologi dalam bisnis tidak dapat dikatakan hanya sebagai penunjang, melainkan telah menjadi elemen krusial yang mampu mendorong kesuksesan pelaku usaha di era modern yang serba digital.¹ Transformasi digital ini telah mengubah paradigma bisnis konvensional menjadi lebih dinamis, efisien, dan memiliki jangkauan yang lebih luas. Konsekuensinya, banyak ahli ekonomi dan bisnis yang berpendapat bahwa di era kontemporer ini, pelaku usaha akan menghadapi kendala signifikan dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis apabila tidak mengadopsi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

Perkembangan teknologi dan komunikasi yang semakin pesat di era digital ini telah membuka peluang bisnis baru yang sangat potensial, seperti fenomena jual beli *online* yang terus menunjukkan pertumbuhan eksponensial.² Transformasi ini tidak hanya terjadi di negara-negara maju, tetapi juga di negara berkembang seperti Indonesia, dimana penetrasi internet dan penggunaan perangkat *mobile* terus meningkat dari tahun ke

¹ H. Moch. Isnaeni, *Perjanjian Jual Beli*, Bandung: PT Refika Aditama, 2016, h.76

² Abrar Ana Nadya, *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta: LESFI, 2003, h.32

tahun. Kesadaran masyarakat akan potensi internet sebagai instrumen untuk meningkatkan taraf ekonomi telah mendorong pertumbuhan wirausaha digital dan menciptakan ekosistem ekonomi baru berbasis teknologi.

Dalam beberapa tahun terakhir, penjualan *online* telah mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan hingga menjadi salah satu pilar utama dalam struktur perekonomian global dan nasional. Revolusi teknologi informasi dan aksesibilitas internet yang semakin merata telah secara fundamental mengubah pola dan perilaku konsumen dalam berbelanja, memungkinkan mereka untuk membeli berbagai produk tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Perbedaan mendasar antara transaksi konvensional dan digital terletak pada mekanisme interaksi, dimana dalam jual-beli konvensional, penjual dan pembeli bertemu secara fisik, sementara dalam jual beli *online*, interaksi terjadi melalui medium digital seperti internet dan komunikasi telepon. Dalam konteks ini, kepercayaan (*trust*) menjadi modal fundamental yang menentukan keberlangsungan transaksi. Tanpa adanya kepercayaan dari kedua belah pihak, proses jual-beli *online* tidak akan dapat terfasilitasi dengan optimal.³

Fenomena penjualan *online* juga telah memberikan peluang ekspansi yang sangat signifikan bagi para pelaku bisnis di berbagai skala. Para penjual tidak lagi dibatasi oleh hambatan geografis yang selama ini

³ Abdul Halim Barkatullah, Teguh Prasetyo, *Bisnis E-commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Setia, 2006, h. 18

menjadi kendala dalam perdagangan konvensional, sehingga mereka dapat menawarkan dan memasarkan produk mereka ke seluruh penjuru dunia tanpa harus menginvestasikan sumber daya yang besar untuk memiliki toko fisik di setiap lokasi.⁴ Hal ini membuka peluang ekspansi bisnis yang sangat luas dan secara simultan mampu mereduksi biaya operasional dalam skala global. Seiring dengan akselerasi perkembangan teknologi digital, multiplisitas *Platform* untuk jual beli *online* semakin beragam, mulai dari blog, media sosial, hingga *website* yang didedikasikan secara khusus untuk *e-commerce*. Diversifikasi *Platform* ini telah memfasilitasi kemudahan dalam proses transaksi jual beli dan memperluas akses pasar bagi produsen maupun konsumen.

Dalam perspektif ekonomi Islam, fenomena mu'amalah dalam bidang ekonomi, termasuk transaksi jual beli menggunakan media *online*, memiliki dimensi spiritual dan etika yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas ekonomi. Di Indonesia, sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, pertumbuhan bisnis *online* yang berbasis syariah (bisnis yang berlandaskan prinsip-prinsip syariat Islam) menunjukkan tren yang positif. Kesadaran masyarakat Muslim akan pentingnya kepatuhan terhadap syariah dalam aktivitas ekonomi, termasuk aspek kesucian (*taharah*), kejujuran (*shidq*), dan keadilan (*'adalah*) dalam berbisnis, telah

⁴ M. Nur Rianto Al Arif, *Penjualan On-line Berbasis Media Social Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan, Ijtihad, Vol. 23, No.1, 2013, h. 34.

mendorong pertumbuhan ekosistem ekonomi digital yang selaras dengan nilai-nilai Islam.

Dalam perspektif fiqh mu'amalah, jual beli *online* pada prinsipnya diperbolehkan dalam Islam sesuai dengan kaidah fiqh yang fundamental, yaitu "*Al-ashl fi mu'amalah al-ibahah, illa idza ma dalla al-dalil ala khilafih*" (hukum asal dalam mu'amalah adalah kebolehan, kecuali ada dalil yang menunjukkan sebaliknya).⁵ Implikasinya, transaksi jual beli *online* menjadi sah dan diperbolehkan selama dalam prosesnya tidak terdapat unsur-unsur yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, seperti penipuan (*gharar*), ketidakjelasan objek transaksi (*jahalah*), dan praktik riba yang dilarang dalam Islam.⁶

Sejarah perlindungan konsumen dalam Islam sebenarnya telah dimulai jauh sebelum konsep ini dikenal dalam sistem ekonomi modern. Bahkan sebelum beliau diangkat menjadi Rasul, Muhammad SAW telah mempraktikkan prinsip-prinsip bisnis yang adil dan transparan ketika membawa barang dagangan Khadijah binti Khuwailid dengan sistem bagi hasil. Meskipun terminologi "konsumen" belum dikenal pada masa itu, namun nilai-nilai perlindungan terhadap hak-hak pembeli telah diimplementasikan dalam praktik bisnis Rasulullah SAW. Kejujuran, keadilan, dan integritas beliau dalam berbisnis telah membangun reputasi

⁵ Adiwarmar Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007, h. 5.

⁶ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat)*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, Hlm. 14

yang sangat baik di kalangan masyarakat Mekkah, sehingga meningkatkan kredibilitas dan efektivitas beliau dalam aktivitas perdagangan.

Setelah Muhammad SAW diangkat menjadi Rasul, aspek perlindungan konsumen mendapat perhatian yang sangat serius dalam ajaran Islam, baik dalam Al-Qur'an maupun Hadits.⁷ Prinsip fundamental dalam bisnis Islam adalah keadilan dan kejujuran, dimana aktivitas ekonomi tidak boleh mengandung unsur kezaliman, baik bagi penjual maupun pembeli. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 279:

"Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya."

Meskipun ayat tersebut secara eksplisit berbicara tentang larangan riba, namun secara implisit mengandung pesan-pesan perlindungan konsumen yang sangat substansial. Frasa "tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya" (*la tazlimuna wa la tuzlamun*) merupakan prinsip fundamental dalam transaksi ekonomi Islam, yang mengandung imperatif moral bahwa dalam konteks bisnis, produsen dan konsumen dilarang untuk saling menzalimi atau merugikan satu sama lain.⁸ Hal ini berkorelasi langsung dengan perlindungan hak-hak konsumen dan produsen dalam ekosistem ekonomi yang berkeadilan.

⁷ Mahdi Rizqullah Ahmad, Biografi Rasulullah, Sebuah studi Analisis Berdasarkan Sumber-sumber Autentik, Jakarta, Qisthi Press, 2009, Hlm. 152

⁸ Mukhtar Yahya dan Fatchurrahman, Dasar-dasar Pembinaan Hukum Fiqh Islam, Bandung, Alma'arif, 1986, Hlm. 58-59

Seiring dengan perkembangan teknologi dan kompleksitas transaksi ekonomi digital, berbagai permasalahan dalam konteks perlindungan konsumen *online* juga semakin beragam.⁹ Beberapa problematika yang sering muncul dalam transaksi *online* antara lain: pertama, persoalan kualitas barang yang dijual, dimana pembeli tidak dapat melihat dan menginspeksi secara langsung barang yang akan dibeli dan hanya mengandalkan deskripsi dan visualisasi gambar yang disediakan oleh penjual; kedua, potensi penipuan yang sangat tinggi, dimana setelah pembeli melakukan pembayaran, barang tidak kunjung dikirimkan oleh penjual; ketiga, risiko gagal bayar dari pembeli, dimana setelah penjual mengirimkan barang kepada pembeli, pembayaran tidak dilaksanakan sebagaimana mestinya

Pemberlakuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan manifestasi tanggung jawab negara dalam memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen, pelaku usaha, dan pihak-pihak terkait lainnya.¹⁰ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berlaku efektif sejak 20 April 2000 menjadi landasan hukum formal yang menjamin hak-hak konsumen dan mengatur kewajiban pelaku usaha dalam menyediakan produk berkualitas. Undang-undang ini berfungsi sebagai payung hukum (*umbrella act*) bagi peraturan perundang-undangan lain yang berkaitan dengan perlindungan konsumen,

⁹ Zulham, Hukum perlindungan konsumen, Jakarta, kencana, 2013, Hlm. 41

¹⁰ Celina Tri Siwi Kristiyanti, Hukum Perlindungan Konsumen, (Jakarta:Sinar Grafika, 2009)

dan sekaligus mengintegrasikannya untuk memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen.

Keberadaan nilai-nilai dan prinsip-prinsip perlindungan konsumen dalam Islam yang secara normatif harus diimplementasikan oleh umat Islam, bersamaan dengan berlakunya UUPK sebagai hukum positif yang mengatur perlindungan terhadap konsumen Indonesia, termasuk konsumen muslim, menimbulkan pertanyaan mengenai harmonisasi dan kompatibilitas antara kedua sistem hukum tersebut.¹¹

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk menuangkan dalam bentuk tulisan tesis yang berjudul: "**PERLINDUNGAN HUKUM PEMBELI DALAM TRANSAKSI DIGITAL DITINJAU DARI PRINSIP EKONOMI ISLAM DAN UNDANG UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaturan hukum transaksi digital dalam perspektif prinsip ekonomi Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana implementasi dan praktik transaksi digital ditinjau dari sudut pandang prinsip ekonomi Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen?

¹¹ Abdul Halim Barakatulah, Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran) ctk. Pertama, Penerbit Nusa Media, Bandung, 2008.

3. Bagaimana hambatan perlindungan hukum pembeli dalam transaksi digital menurut prinsip ekonomi islam dan undang-unang perlindungan konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaturan hukum transaksi digital dalam perspektif prinsip ekonomi Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk mengkaji implementasi dan praktik transaksi digital ditinjau dari sudut pandang prinsip ekonomi Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
3. Untuk mengetahui Bagaimana hambatan perlindungan hukum pembeli dalam transaksi digital menurut prinsip ekonomi islam dan undang-unang perlindungan konsumen

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini dapat dilihat dari segi teoritis dan praktis sebagai berikut:

- 1). Secara teoritis
 - a. Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan hukum, khususnya dalam bidang hukum bisnis dan perlindungan konsumen dalam transaksi digital, dengan mengintegrasikan perspektif ekonomi Islam dan regulasi formal.

- b. Memperkaya literatur akademis mengenai perlindungan hukum bagi pembeli dalam transaksi digital yang ditinjau dari dua dimensi: prinsip ekonomi Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

2). Secara praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini membantu peneliti memperdalam pemahaman tentang mekanisme perlindungan hukum bagi pembeli dalam transaksi digital berdasarkan prinsip ekonomi Islam dan ketentuan perundang-undangan yang berlaku

b. Bagi Masyarakat

Memberikan wawasan dan pengetahuan praktis bagi masyarakat dalam melakukan transaksi digital yang aman dan sesuai dengan prinsip ekonomi Islam serta dilindungi oleh hukum, sehingga meningkatkan kesadaran akan hak-hak mereka sebagai konsumen.

c. Bagi Pemerintah

Menyediakan analisis yang mendalam dapat menjadi pertimbangan dalam perumusan kebijakan dan penyempurnaan regulasi terkait perlindungan konsumen dalam transaksi digital yang memperhatikan nilai-nilai ekonomi Islam dan kebutuhan masyarakat Indonesia.

E. Kerangka Teori dan Kerangka Konsep

1. Kerangka Teori.

a. Teori Negara Hukum

Indonesia sebagai negara hukum yang dituangkan dalam Pasal 1 ayat (3) UUD 1945 amandemen ketiga memiliki tanggung jawab untuk memberikan perlindungan hukum kepada seluruh warga negaranya, termasuk dalam hal perlindungan konsumen dalam transaksi digital.¹² Konsep negara hukum yang dianut Indonesia mengadopsi prinsip *rechtsstaat* dan *rule of law* yang pada hakikatnya bertujuan membatasi kekuasaan penguasa agar tidak terjadi penyalahgunaan kekuasaan yang dapat merugikan rakyat.¹³ Sebagaimana dikemukakan oleh Sudargo Gautama, negara hukum berarti setiap tindakan hukum harus berdasarkan hukum dan perundang-undangan yang telah diadakan terlebih dahulu, sehingga perundang-undangan yang memuat asas-asas hukum dan peraturan-peraturan hukum harus ditaati, juga oleh pemerintah atau badan negara.

Dalam konteks perlindungan pembeli transaksi digital, negara hukum Indonesia berperan sebagai penjamin keadilan dan ketertiban dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Hal ini sejalan dengan pemikiran Mochtar Kusumaatmadja yang menyatakan bahwa negara hukum adalah kekuasaan yang tidak tanpa batas, artinya kekuasaan itu tunduk pada

¹² Selfianus Laritmas, et. al., Teori-teori Negara Hukum, Prenada Media, 2024, h.15.

¹³ M. H. Wijaya, Keberadaan Konsep Rule by Law (Negara Berdasarkan Hukum) Didalam Teori Negara Hukum The Rule of Law, *Jurnal Magister Hukum Udayana*, Vol. 2, No. 3, 2013, h. 44075.

hukum dan semua orang sama dihadapan hukum. Prinsip supremasi hukum menjadi landasan utama dalam memberikan perlindungan kepada pembeli dalam transaksi digital, dimana semua permasalahan yang timbul dalam transaksi digital harus diselesaikan dengan hukum sebagai pedoman tertinggi.¹⁴ Baik pelaku usaha maupun konsumen memiliki kedudukan yang sama di hadapan hukum dan tidak ada pihak yang kebal terhadap aturan yang berlaku.

Asas legalitas atau *due process of law* mengharuskan bahwa setiap tindakan dalam transaksi digital harus didasarkan pada peraturan perundang-undangan yang sah dan tertulis.¹⁵ Dalam konteks perlindungan pembeli transaksi digital, asas ini menuntut adanya aturan yang jelas mengenai hak dan kewajiban para pihak dalam transaksi elektronik. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi landasan hukum yang memberikan kepastian mengenai hak-hak pembeli dan kewajiban pelaku usaha dalam transaksi, termasuk transaksi yang dilakukan secara digital. Prinsip persamaan dalam hukum juga menjadi elemen penting dalam negara hukum, dimana setiap orang memiliki kedudukan yang sama dalam hukum dan pemerintahan, baik secara normatif maupun empirik.

¹⁴ B. Sugiono, A. Husni, Supremasi Hukum dan Demokrasi, *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, Vol. 7, No. 14, 2000, h. 71-82.

¹⁵ R. Rahaditya, S. P. Darmawan, Relevansi Asas Legalitas Dalam Hukum Pidana Dengan Digital Trust Dalam Penguatan Ekonomi Digital Indonesia, *Prosiding SENAPENMAS*, Vol. 2, No. 1, 2022, h. 1023-1029.

Negara hukum Indonesia juga menerapkan prinsip pembatasan kekuasaan melalui pemisahan kekuasaan secara horizontal yang berfungsi sebagai *checks and balances*.¹⁶ Dalam konteks perlindungan konsumen digital, pembatasan kekuasaan ini menghindarkan terjadinya monopoli atau dominasi yang berlebihan dari pelaku usaha digital terhadap konsumen. Prinsip pengakuan dan perlindungan terhadap hak asasi manusia juga menjadi bagian integral dari negara hukum, dimana hak-hak konsumen sebagai bagian dari hak asasi manusia harus diakui dan dilindungi sepenuhnya, termasuk dalam transaksi digital yang semakin berkembang pesat di era modern ini.

Dalam perspektif historis, perkembangan teori negara hukum telah mengalami evolusi dari konsep *rechtsstaat* yang bersifat formal dan terbatas pada abad ke-19, menuju konsep negara hukum material pada abad ke-20 yang lebih luas cakupannya. Konsep negara hukum material tidak hanya menekankan pada aspek keamanan dan ketertiban, tetapi juga mengarah pada penyelenggaraan kesejahteraan umum dalam arti yang seluas-luasnya dengan meningkatkan kesejahteraan sosial kehidupan warga negaranya. Transformasi ini sangat relevan dengan kondisi Indonesia sebagai negara berkembang yang menghadapi berbagai tantangan dalam era digital, termasuk perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik.

¹⁶ H. Hayat, Keadilan Sebagai Prinsip Negara Hukum: Tinjauan Teoritis dalam Konsep Demokrasi, *PADJADJARAN Jurnal Ilmu Hukum (Journal of Law)*, Vol. 2, No. 2, 2015, h. 5.

Implementasi teori negara hukum dalam konteks ekonomi digital Indonesia menghadapi tantangan yang unik karena sifat transaksi digital yang melampaui batas-batas geografis tradisional. Karakteristik transaksi digital yang tidak mengenal batas ruang dan waktu menuntut negara hukum untuk mengembangkan mekanisme perlindungan yang efektif dan responsif terhadap perkembangan teknologi. Hal ini sejalan dengan prinsip yang dikemukakan oleh F. Julius Sthal mengenai perlunya negara hukum untuk melindungi hak-hak asasi manusia melalui penyelenggaraan negara yang berdasarkan teori Trias Politica, serta perlunya pemerintah berdasarkan undang-undang dalam menjalankan tugasnya.

Konsep negara hukum Indonesia juga mengintegrasikan nilai-nilai Pancasila, khususnya sila Ketuhanan Yang Maha Esa, yang memberikan dimensi spiritual dalam penyelenggaraan negara.¹⁷ Dalam konteks perlindungan konsumen transaksi digital, nilai-nilai Pancasila ini memberikan landasan moral bahwa aktivitas ekonomi tidak boleh bertentangan dengan nilai-nilai luhur bangsa Indonesia. Prinsip musyawarah mufakat yang merupakan salah satu nilai Pancasila juga menjadi relevan dalam penyelesaian sengketa konsumen, dimana penyelesaian melalui mediasi dan negosiasi menjadi alternatif yang diutamakan sebelum menempuh jalur litigasi.

Peran negara hukum dalam memberikan perlindungan konsumen transaksi digital juga tidak dapat dipisahkan dari fungsi negara sebagai

¹⁷ T. Prasetyo, *Rule Of Law Dalam Dimensi Negara Hukum Indonesia*, 2010, h.82

regulator yang harus mampu mengimbangi kepentingan pelaku usaha dan konsumen. Negara hukum Indonesia melalui berbagai lembaga negara seperti legislatif, eksekutif, dan yudikatif memiliki tanggung jawab untuk menciptakan iklim usaha yang kondusif sekaligus memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen. Lembaga legislatif berperan dalam menciptakan peraturan perundang-undangan yang mengakomodasi perkembangan teknologi digital, lembaga eksekutif bertugas mengimplementasikan kebijakan perlindungan konsumen, dan lembaga yudikatif berfungsi sebagai penegak keadilan dalam menyelesaikan sengketa yang timbul.

Dalam konteks globalisasi dan revolusi industri 4.0, negara hukum Indonesia menghadapi tantangan untuk menyeimbangkan antara kepentingan nasional dan tuntutan harmonisasi hukum internasional. Transaksi digital seringkali melibatkan pelaku usaha dari berbagai negara, sehingga diperlukan koordinasi dan harmonisasi regulasi untuk memberikan perlindungan yang efektif bagi konsumen Indonesia. Prinsip kedaulatan hukum yang merupakan salah satu pilar negara hukum harus tetap dipertahankan sambil mengakomodasi standar internasional dalam perlindungan konsumen.

b. Teori Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum berfungsi untuk membela kepentingan manusia. Perlindungan hukum adalah perlindungan terhadap martabat dan penghormatan terhadap hak asasi manusia subjek hukum atas dasar

hukum positif.¹⁸ Teori perlindungan hukum menjadi sangat relevan dalam kajian transaksi digital karena semakin berkembangnya aktivitas perdagangan elektronik yang melibatkan pembeli dan penjual dalam ruang maya tanpa bertatap muka secara langsung.

Menurut Satjipto Raharjo, perlindungan hukum merupakan upaya untuk mengatur berbagai kepentingan dalam masyarakat agar tidak terjadi pertentangan antar kepentingan.¹⁹ Perlindungan hukum diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak yang diberikan oleh hukum dan memberikan perlindungan terhadap hak asasi manusia yang dilanggar oleh orang lain, dan mampu melaksanakan semua hak hukum.

Perlindungan hukum pembeli menjadi isu krusial mengingat posisi pembeli yang seringkali lebih lemah dibandingkan dengan penjual dalam hal akses informasi, penguasaan teknologi, dan kemampuan untuk mempertahankan haknya.

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, Perlindungan berasal dari kata lindung yang memiliki arti mengayomi, mencegah, mempertahankan, dan membentengi. Sedangkan Perlindungan berarti konservasi, pemeliharaan, penjagaan, asilun, dan bunker.²⁰ Secara umum, perlindungan berarti mengayomi sesuatu dari hal-hal yang berbahaya,

¹⁸ Kornelius Benuf, *Urgensi Kebijakan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Fintech Peer To Peer Lending Akibat Penyebaran Covid-19*, Jurnal Rechts Vinding, Vol. 9, No. 2, 2020, h. 212

¹⁹ Satjipto Raharjo, Ilmu Hukum, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000, hal 53

²⁰ Tim penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi kedua, cet. 1, (Jakarta: Balai Pustaka, 1991) Hal 595

sesuatu itu bisa saja berupa kepentingan maupun benda atau barang. Selain itu perlindungan juga mengandung makna pengayoman yang diberikan oleh seseorang terhadap orang yang lebih lemah.

Dalam penelitian ini, teori perlindungan hukum digunakan untuk menganalisis bagaimana hukum dapat memberikan perlindungan yang optimal bagi pembeli dalam transaksi digital dengan mempertimbangkan dua dimensi yaitu prinsip ekonomi Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen..

Menurut Setiono, perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia.²¹ Dalam transaksi digital, perlindungan hukum mencakup upaya untuk melindungi pembeli dari praktik-praktik perdagangan yang tidak adil, penipuan, manipulasi informasi, serta berbagai bentuk kecurangan yang mungkin terjadi dalam lingkungan digital yang seringkali sulit diawasi.

Menurut Muchsin, perlindungan hukum adalah kegiatan untuk melindungi individu dengan menyasrakan hubungan nilai-nilai atau kaidah-kaidah yang menjelma dalam sikap dan tindakan dalam menciptakan

²¹ Setiono. Rule of Law (Supremasi Hukum). Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, 2004.

adanya ketertiban dalam pergaulan hidup antara sesama manusia.²² Terkait dengan transaksi digital, teori ini menekankan pentingnya harmonisasi antara nilai-nilai ekonomi Islam yang menekankan kejujuran, keadilan dan keseimbangan, dengan ketentuan-ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang bertujuan melindungi hak-hak konsumen.

Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum selalu berkaitan dengan kekuasaan.²³ Ada dua kekuasaan pemerintah dan kekuasaan ekonomi. Dalam hubungan dengan kekuasaan pemerintah, permasalahan perlindungan hukum bagi rakyat (yang diperintah), terhadap pemerintah (yang memerintah). Dalam hubungan dengan kekuasaan ekonomi, permasalahan perlindungan hukum adalah perlindungan bagi si lemah (ekonomi) terhadap si kuat (ekonomi), misalnya perlindungan bagi pekerja terhadap pengusaha. Bila diterapkan dalam transaksi digital, teori ini sangat relevan karena posisi pembeli seringkali berada dalam posisi tawar yang lemah dibandingkan dengan penjual atau *Platform* digital yang memiliki kekuatan ekonomi lebih besar.

Philipus M. Hadjon menegaskan bahwa ada dua jenis perlindungan hukum, yaitu:²⁴

²² Muchsin. *Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia*. Surakarta. Universitas Sebelas Maret, 2003.

²³ Phillipus M. Hadjon. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Cet Pertama. Surabaya:PT. Bina Ilmu, 1987. Purwosutjipto. *Pengertian Pokok-pokok Dagang Indonesia: Hukum Pengangkutan*. Cet. Kedua. Jakarta : Penerbit Djambatan, 1997.

²⁴ Sayyid Muhammad Zein Alydrus, Suhadi, Ratna Lutfitasari, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen PT. PLN (Persero) Balikpapan Terkait Adanya Pemadaman Listrik*, *Jurnal Lex Suprema*, Vol. 2, No. 1, 2020, h. 365-366.

- a. Sumber Perlindungan Hukum Proaktif, dimana subjek hukum diberi kesempatan untuk mengajukan keberatan atau komentar sebelum keputusan pemerintah mengambil bentuk akhir. Tujuannya agar konflik tidak berkembang. Perlindungan hukum yang bersifat preventif mendorong pemerintah untuk berhati-hati dalam mengambil keputusan berdasarkan diskresi, sehingga perlindungan hukum yang bersifat preventif menjadi sangat penting bagi kegiatan pemerintahan yang berdasarkan pada kebebasan bertindak.
- b. Tindakan Perlindungan Hukum yang Membatasi atau represif berusaha untuk menyelesaikan konflik. Kedua jenis perlindungan hukum ini memiliki peran penting dalam melindungi pembeli dalam transaksi digital. Perlindungan preventif bertujuan mencegah terjadinya pelanggaran hak-hak pembeli melalui regulasi yang ketat dan pengawasan yang efektif terhadap aktivitas perdagangan digital, sementara perlindungan represif berfungsi untuk menyelesaikan sengketa yang timbul antara pembeli dan penjual serta memberikan sanksi bagi pelaku pelanggaran.

Menurut Fitzgerald sebagaimana dikutip Satjipto Raharjo, awal mula dari munculnya teori perlindungan hukum ini bersumber dari teori hukum alam atau aliran hukum alam. Aliran ini dipelopori oleh Plato, Aristoteles (murid Plato), dan Zeno (pendiri aliran Stoic). Menurut aliran hukum alam,

hukum itu bersumber dari Tuhan yang bersifat universal dan abadi, serta antara hukum dan moral tidak boleh dipisahkan. Para penganut aliran ini memandang bahwa hukum dan moral adalah cerminan dan aturan secara internal dan eksternal dari kehidupan manusia yang diwujudkan melalui hukum dan moral. Pemikiran ini sangat relevan dengan dimensi prinsip ekonomi Islam dalam penelitian ini, yang juga bersumber dari nilai-nilai ketuhanan dan moral universal yang menekankan pada konsep keadilan, keseimbangan, dan kemashlahatan dalam aktivitas ekonomi termasuk transaksi digital.

Fitzgerald menjelaskan teori perlindungan hukum Salmond bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu hanya dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan di lain pihak.²⁵ Dalam konteks transaksi digital, pembeli memiliki kepentingan untuk mendapatkan produk atau jasa yang sesuai dengan informasi yang diberikan, sementara penjual memiliki kepentingan untuk mendapatkan keuntungan. Hukum berperan untuk mengkoordinasikan kedua kepentingan ini agar tidak terjadi eksploitasi terhadap pembeli.

Dengan hadirnya hukum dalam kehidupan bermasyarakat, berguna untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan kepentingan-kepentingan yang biasa bertentangan antara satu sama lain. Maka dari itu, hukum harus

²⁵ FitzGerald Jerry, Andra F. FitzGerald, Warren D. Stallings, Jr. 1981.

bisa mengintegrasikannya sehingga benturan-benturan kepentingan itu dapat ditekan seminimal mungkin. Prinsip ini menjadi sangat relevan dalam menganalisis perlindungan hukum pembeli dalam transaksi digital, di mana sering terjadi benturan kepentingan antara pembeli yang menginginkan transparansi informasi dan kualitas produk yang baik dengan kepentingan penjual yang ingin memaksimalkan keuntungan dengan biaya operasional minimal.

Menurut R. La Porta dalam *Jurnal of Financial Economics*, bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh suatu negara memiliki dua sifat, yaitu bersifat pencegahan (*prohibited*) dan bersifat hukuman (*sanction*).²⁶ Bentuk perlindungan hukum yang paling nyata adalah adanya institusi-institusi penegak hukum seperti pengadilan, Kejaksaan, kepolisian, dan lembaga-lembaga penyelesaian sengketa diluar pengadilan (non-litigasi) lainnya. Perlindungan yang di maksud dengan bersifat pencegahan (*prohibited*) yaitu membuat peraturan, Sedangkan Perlindungan yang di maksud bersifat hukuman (*sanction*) yaitu menegakkan peraturan.

Dalam kajian perlindungan hukum pembeli dalam transaksi digital, kedua dimensi perlindungan tersebut menjadi sangat penting. Perlindungan yang bersifat pencegahan dilakukan melalui pembentukan regulasi yang mengatur transaksi digital dengan memperhatikan prinsip-prinsip ekonomi Islam dan ketentuan-ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan

²⁶ R. La Porta " Investor Protection and Corporate governance" *Jurnal Of financial Economics* 58 (1 January) 2000

Konsumen. Sementara itu, perlindungan yang bersifat hukuman diwujudkan dalam bentuk penegakan hukum terhadap pelanggaran-pelanggaran yang terjadi dalam transaksi digital, termasuk pemberian sanksi bagi pelaku pelanggaran.

Sarana Perlindungan Hukum Preventif, Pada perlindungan hukum preventif ini, subyek hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa. Perlindungan hukum preventif sangat besar artinya bagi tindak pemerintahan yang didasarkan pada kebebasan bertindak karena dengan adanya perlindungan hukum yang preventif pemerintah terdorong untuk bersifat hati-hati dalam mengambil keputusan yang didasarkan pada diskresi. Dalam konteks perlindungan hukum preventif dapat diwujudkan melalui regulasi yang mengatur persyaratan informasi yang harus diungkapkan oleh penjual, standar keamanan data pribadi, serta mekanisme verifikasi produk dan penjual.

Sarana Perlindungan Hukum Represif, Perlindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Peradilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini. Prinsip perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah bertumpu dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia. Dalam transaksi digital, perlindungan hukum represif dapat berupa

mekanisme penyelesaian sengketa antara pembeli dan penjual, baik melalui jalur litigasi maupun non-litigasi, serta pemberian sanksi bagi penjual yang melakukan pelanggaran terhadap hak-hak pembeli.

c. Teori Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan suatu istilah yang digunakan untuk menggambarkan suatu perlindungan hukum bagi konsumen dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri.²⁷ Dalam pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dijelaskan: "perlindungan konsumen ialah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk perlindungan kepada konsumen". Perlindungan konsumen memiliki ruang lingkup yang cukup luas mencakup perlindungan konsumen dalam memperoleh barang atau jasa, hal ini mulai dari tahap mendapatkan sampai dengan akibat yang ditimbulkan dari penggunaan barang/jasa tersebut.²⁸

Hukum perlindungan konsumen ialah sekumpulan undang-undang, baik undang-undang, peraturan perundang-undangan, maupun putusan hakim yang mengatur mengenai masalah perlindungan konsumen. Hukum perlindungan konsumen sudah sejak lama ditetapkan guna menaikkan derajat para konsumen ketika membeli suatu barang. Sering kali dijumpai

²⁷ Eli Wuria Dewi, Hukum Perlindungan Konsumen, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015, hlm. 4.

²⁸ Jannus Sibadolok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, (Bandung: PT Citra Aditya Bhakti, 2010), 7

di pasar maupun swalayan ketika konsumen sudah membeli barang, maka transaksi/akad sudah dianggap selesai. Sedangkan setelah akad tersebut selesai masih ada tanggung jawab dari penjual ketika barang yang sudah laku mengalami kerusakan.

Perlindungan konsumen sendiri sangat penting dalam transaksi jual beli. Terlebih dalam Islam juga menegaskan jika perlindungan konsumen bukan hanya sekedar masalah antara pembeli dan penjual saja, melainkan melibatkan masyarakat yang tertarik dengan produk tersebut namun tidak mengetahui jika pasar atau swalayan tersebut sama sekali tak menerima keluhan dari konsumen.²⁹ Ini sangat bersangkutan cakupan publik yang begitu luas, bukan sekedar antar individual saja. Pentingnya perlindungan konsumen untuk melindungi posisi konsumen yang begitu lemah dibandingkan produsen. Proses barang tersebut jatuh ke tangan konsumen juga sangat sedikit keterlibatannya.

Dalam penelitian ini Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan kerangka hukum positif yang melindungi hak-hak konsumen, sementara Prinsip Ekonomi Islam memberikan landasan moral dan etika dalam transaksi yang menekankan kejujuran, transparansi, dan keadilan. Keduanya memiliki peranan penting dalam membentuk perlindungan hukum yang komprehensif bagi pembeli dalam transaksi digital.

²⁹ Az Nasution, *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial Ekonomi dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 72.

Di dalam Pasal 4 UU Nomor 8 Tahun 1999 telah ditentukan mengenai hak-hak dari Konsumen yang sangat relevan dalam transaksi digital, diantaranya adalah hak untuk keselamatan dan kenyamanan dalam menggunakan barang dan jasa, hak memilih dan mendapatkan barang atau jasa yang setara dengan nilai tukar atau kondisi serta jaminan yang telah dijanjikan, hak mengenai informasi suatu kondisi serta jaminan barang dan jasa secara benar jelas dan jujur, hak didengarkan pendapat serta keluhannya mengenai barang dan jasa yang dipergunakan, berhak memperoleh advokasi perlindungan serta upaya untuk menyelesaikan permasalahan sengketa perlindungan konsumen secara patut, dan hak menerima kompensasi ganti rugi, jika barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau sebagaimana mestinya.

Sedangkan mengenai kewajiban konsumen yang harus diperhatikan dalam transaksi digital adalah membaca serta mengikuti prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan jasa demi keamanan dan keselamatan, memiliki itikad baik ketika melakukan transaksi pembelian barang atau jasa, melakukan pembayaran sesuai dengan nilai yang telah disepakati, dan mengikuti upaya penyelesaian sengketa hukum perlindungan konsumen secara patut.

Di sisi lain, pelaku usaha dalam transaksi digital juga memiliki hak dan kewajiban yang diatur dalam UU Perlindungan Konsumen. Hak pelaku usaha antara lain hak menerima pembayaran yang setara dengan nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan sesuai dengan kesepakatan,

hak memperoleh perlindungan hukum atas perbuatan konsumen yang memiliki itikad tidak baik, hak untuk membela diri sebagaimana seharusnya dalam penyelesaian sengketa hukum konsumen, dan hak untuk mendapatkan nama baiknya kembali apabila secara hukum telah terbukti bahwa kerugian yang dialami konsumen bukan merupakan akibat dari barang dan jasa yang diperdagangkannya.³⁰

Kewajiban dari pelaku usaha yang perlu diperhatikan dalam transaksi digital antara lain didalam melakukan kegiatan usahanya memiliki itikad baik, memberikan informasi yang sebenar-benarnya mengenai keadaan barang atau jasa serta memberikan penjelasan mengenai tata cara penggunaan, perbaikan serta pemeliharaan, memperlakukan konsumen dengan benar dan jujur serta tidak diskriminatif, adanya jaminan atas mutu barang atau jasa yang diperdagangkan yang sesuai dengan standar mutu barang atau jasa yang berlaku, memberikan jaminan atau garansi atas suatu barang serta konsumen diberikan kesempatan untuk menguji barang atau jasa tertentu yang diperdagangkan, dan memberikan kompensasi atau ganti atas kerugian yang diakibatkan dari penggunaan atau pemakaian barang yang diperdagangkan.³¹

Dalam perlindungan konsumen, terdapat beberapa prinsip yang menjadi dasar pertanggungjawaban pelaku usaha, yaitu:³²

³⁰ Abdul Halim Barkatullah, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Ecommerce Lintas Negara di Indonesia*, FH UII Press, Yogyakarta, 2009, hlm. 27.

³¹ Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

³² Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013), 83

1. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Kelalaian/Kesalahan (*negligence*), yaitu tanggung jawab yang bersifat subjektif, dimana tanggung jawab ditentukan oleh pelaku usaha. Kelalaian dari pelaku usaha yang mengakibatkan konsumen mengalami kerugian menjadi salah satu faktor penentu bagi konsumen untuk dapat mengajukan gugatan. Dalam transaksi digital, prinsip ini dapat diterapkan ketika pelaku usaha lalai dalam memberikan informasi yang benar dan lengkap mengenai produk yang dijual secara *online*.
2. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Wanprestasi (*Breach Of Warranty*), yang merupakan bagian dari tanggung jawab atas kontrak (*contractual liability*). Jika suatu produk mengalami kerusakan dan mengakibatkan konsumen mengalami kerugian, maka konsumen dapat melihat isi kontraknya baik tertulis maupun tidak. Dalam transaksi digital, prinsip ini sangat relevan ketika terjadi ketidaksesuaian antara produk yang ditampilkan di *Platform* digital dengan produk yang diterima konsumen.
3. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (*strict product liability*), yang umumnya menjerat pelaku usaha, khususnya produsen barang yang dapat merugikan konsumen atas barang yang dijualnya. Dalam transaksi digital, prinsip ini dapat diterapkan ketika produk yang dibeli secara *online* menyebabkan kerugian bagi konsumen tanpa memandang apakah ada unsur kesalahan pada pelaku usaha.

UU Perlindungan Konsumen juga mengatur perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Larangan-larangan tersebut mencakup memproduksi atau memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan standar, informasi yang menyesatkan, promosi yang tidak benar, penawaran dengan paksaan, dan sebagainya. Semua larangan ini berlaku pula dalam transaksi digital dan bahkan memiliki relevansi yang lebih tinggi mengingat karakteristik transaksi digital yang tidak memungkinkan konsumen untuk melihat atau menyentuh produk secara langsung sebelum melakukan pembelian.

Tanggung jawab pelaku usaha menurut Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 juga sangat relevan dalam transaksi digital. Pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk memberikan ganti atas kerugian yang menyebabkan kerusakan atau pencemaran akibat dari mengkonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Ganti rugi dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang atau jasa sejenis atau setara nilainya atau perawatan kesehatan dan memberikan santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pemberian ganti rugi harus dilakukan dalam tenggang waktu tujuh hari setelah tanggal transaksi.

Sanksi yang dapat dikenakan terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan UU Perlindungan Konsumen dalam transaksi digital meliputi sanksi administratif, sanksi pidana, dan sanksi perdata. Sanksi administratif dapat berupa denda hingga Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta

rupiah). Sanksi pidana dapat berupa kurungan penjara maksimal 5 (lima) tahun penjara, atau berupa denda maksimal 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah). Sementara sanksi perdata berupa ganti atas suatu kerugian, seperti pengembalian uang atau biaya perawatan kesehatan serta pemberian santunan.

Dalam menilai pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam transaksi digital, terdapat unsur-unsur yang harus dipenuhi, yaitu unsur objektif (bersifat melanggar hukum, kualitas dari si pelaku, dan kausalitas) dan unsur subjektif (kesengajaan maupun ketidaksengajaan, maksud, dan macam-macam maksud). Unsur-unsur ini menjadi dasar untuk menentukan apakah suatu tindakan pelaku usaha dalam transaksi digital dapat dikenakan sanksi atau tidak.

d. Teori Hukum Islam

Hukum Islam secara garis besar dibagi menjadi 2 macam, pertama sumber hukum naqliy dan sumber hukum aqliy. Naqliy merupakan sumber hukum yang berasal dari Al-Qur'an dan Sunnah, sedangkan aqliy adalah sumber hukum yang berasal dari beragam pemikiran dari beberapa ahli yang terdapat banyak metode.³³ Dalam penerapannya terhadap transaksi digital, kedua sumber hukum ini memberikan landasan komprehensif untuk melindungi hak-hak pembeli dari berbagai bentuk kecurangan dan praktik tidak adil yang mungkin terjadi dalam lingkungan digital.

³³ Abd. Shomad, *Hukum Islam: Penormaan Prinsip Syariah Dalam Hukum Indonesia*, Kencana, Jakarta, 2012, h. 2

Syariat menurut istilah berarti hukum-hukum yang diperintahkan Allah SWT untuk umat-Nya yang dibawa oleh seorang Nabi, baik yang berhubungan dengan kepercayaan (aqidah) maupun yang berhubungan dengan amaliyah. Syariat Islam menurut bahasa berarti jalan yang dilalui umat manusia untuk menuju kepada Allah Ta'ala. Dalam konteks transaksi digital, syariat Islam memberikan panduan etis dan moral bagi para pelaku usaha dan pembeli dalam melakukan transaksi yang adil, jujur, dan saling menguntungkan.³⁴

Sumber hukum Islam yang utama adalah Al-Qur'an, Al-Hadist, Ijma', dan Qiyas. Al-Qur'an sebagai kitab suci umat Muslim mengandung berbagai ketentuan dan prinsip yang mengatur hubungan antar manusia, termasuk dalam kegiatan ekonomi. Al-Hadist atau Sunnah Rasulullah SAW memberikan penjelasan dan perincian lebih lanjut tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam. Ijma' atau kesepakatan ulama dan Qiyas atau analogi terhadap kasus-kasus yang tidak secara eksplisit diatur dalam Al-Qur'an dan Hadist juga menjadi sumber penting dalam menentukan hukum terkait transaksi digital yang merupakan fenomena kontemporer.

Dalam konteks transaksi digital, hukum Islam memiliki beberapa prinsip penting yang melindungi hak-hak pembeli. Salah satunya adalah larangan terhadap "al-bakshu" yang berarti "mengurangi".³⁵ Maksud mengurangi di sini adalah menghilangkan cela yang ada di barang, serta

³⁴ Zainuddin Ali, 2008. Hukum Islam : Pengantar Hukum Islam di Indonesia. Penerbit Sinar Grafika : Jakarta

³⁵ Aulia Mathiah, *Perlindungan Konsumen Jual Beli Properti Dalam Perspektif Fiqih Jual Beli*, Journal of Islamic and Law Studies, Vol. 5, No. 1, 2021, h. 72

tak memperhatikan kecacatan barang dan menaikkan harga barang secara drastis yang jauh dari harga pasar. Dalam transaksi digital, hal ini dapat diterjemahkan sebagai larangan bagi penjual untuk menyembunyikan informasi penting tentang produk, memanipulasi gambar produk, atau menetapkan harga yang tidak wajar.

Prinsip "*khiyar*" atau hak pilih juga menjadi aspek penting dalam perlindungan pembeli menurut hukum Islam.³⁶ Menurut Wahbah al-Zuhaili, *khiyar* merupakan hak yang dimiliki pelaku untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi yang disepakati sesuai dengan kondisi kedua pihak. Dengan adanya *khiyar*, tidak ada salah satu pihak yang melakukan pemaksaan ketika sedang proses transaksi.

Tujuan sistem hukum Islam (*maqashid syariah*) yang berkaitan dengan perlindungan pembeli dalam transaksi digital meliputi:

1. Pemeliharaan atas harta (*hifdz al-mal*): Syariat Islam telah menetapkan sanksi atas kasus pencurian dengan potong tangan bagi pelakunya. Dalam konteks transaksi digital, prinsip ini dapat diterjemahkan sebagai perlindungan terhadap harta pembeli dari praktik penipuan, pemalsuan, atau penyalahgunaan informasi pembayaran oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.
2. Pemeliharaan atas kemuliaan (*hifdz al-'irdh*): Syariat Islam mengatur masalah tentang fitnah atau tuduhan dan melarang untuk

³⁶ Orin Oktasari, *Al-Khiyar dan Implementasinya Dalam Jual Beli Online*, Jurnal Aghiya STIESNU Bengkulu, Vol. 4 No. 1, 2021, h. 40

membicarakan orang lain. Dalam transaksi digital, prinsip ini dapat diterapkan dalam bentuk perlindungan data pribadi pembeli dan larangan penyebaran informasi pribadi tanpa izin.

3. Pemeliharaan atas akal (*hifdz al-'aql*): Hukum Islam mengharamkan segala sesuatu yang dapat memabukkan dan melemahkan ingatan. Dalam transaksi digital, prinsip ini dapat diimplementasikan dalam bentuk kewajiban penjual untuk memberikan informasi yang jelas, benar, dan tidak menyesatkan sehingga pembeli dapat membuat keputusan pembelian yang rasional dan terinformasi.

Salah satu tujuan hukum Islam adalah mengatur dan menjaga agar interaksi antara pelaku usaha dan konsumen berjalan sesuai tujuan demi kemaslahatan bersama. Sebagai umat Muslim sudah semestinya memegang teguh hukum Islam sebagai pedoman hidup.³⁷ Prinsip kemaslahatan (*maslahah*) ini menjadi pertimbangan utama dalam melindungi hak-hak pembeli dalam transaksi digital, di mana kemaslahatan bersama antara penjual dan pembeli harus selalu diutamakan.

Dalam ekonomi Islam, transaksi jual beli harus didasarkan pada prinsip-prinsip berikut yang sangat relevan dalam konteks transaksi digital:

1. Prinsip keadilan (*'adl*): Transaksi harus dilakukan secara adil dan tidak ada pihak yang dirugikan. Dalam transaksi digital, prinsip ini mengharuskan penjual untuk memberikan informasi yang benar dan

³⁷ Palmawati (ed.), *Hukum Islam*, Sinar Grafika, Jakarta, 2018, h. 5

lengkap tentang produk, menetapkan harga yang wajar, dan menepati janji pengiriman barang.

2. Prinsip kejujuran (*shidq*): Penjual dan pembeli harus jujur dalam melakukan transaksi. Dalam transaksi digital, prinsip ini mengharuskan penjual untuk menggambarkan produk dengan jujur, tidak menyembunyikan cacat produk, dan tidak menggunakan taktik penipuan untuk menarik pembeli.
3. Prinsip keridhaan (*taradhi*): Transaksi harus dilakukan atas dasar kerelaan kedua belah pihak. Dalam transaksi digital, prinsip ini mengharuskan adanya kesepakatan yang jelas antara penjual dan pembeli tentang harga, spesifikasi produk, metode pembayaran, dan waktu pengiriman.
4. Prinsip larangan riba (*gharar*): Islam melarang transaksi yang mengandung ketidakjelasan atau spekulasi yang berlebihan. Dalam transaksi digital, prinsip ini mengharuskan adanya kejelasan mengenai spesifikasi produk, harga, dan ketentuan lain yang berkaitan dengan transaksi.
5. Prinsip tanggung jawab (*amanah*): Penjual dan pembeli harus bertanggung jawab atas tindakan mereka dalam transaksi. Dalam transaksi digital, prinsip ini mengharuskan penjual untuk mengirimkan produk sesuai dengan deskripsi dan pembeli untuk melakukan pembayaran tepat waktu.

2. Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan bagian penelitian yang menyajikan konsep atau teori dalam bentuk kerangka konsep penelitian. Pembuatan kerangka konsep mengacu pada masalah-masalah yang akan diteliti atau berhubungan dengan penelitian.³⁸

Konsep merupakan suatu konstruksi mental yaitu sesuatu yang dihasilkan oleh suatu proses yang berjalan dalam pikiran penelitian untuk keperluan analitis.³⁹ Suatu konsep atau suatu kerangka konsepsionil pada hakekatnya merupakan suatu pengaruh atau pedoman yang lebih konkrit dari pada tingkat teoritis yang sering kali masih bersifat abstrak. Namun demikian kerangka konsepsionil masih juga kadang-kadang dirasakan abstrak sehingga diperlukan defenisi-defenisi operasional yang akan dapat dijadikan sebagai pegangan konkrit di dalam proses penelitian.

Menjawab permasalahan dalam penelitian ini perlu didefinisikan beberapa konsep dasar dalam rangka menyamakan persepsi agar secara operasional dapat dibatasi ruang lingkup variabel dan dapat diperoleh hasil penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditentukan, yakni sebagai berikut :

1. Perlindungan Hukum Pembeli atau Konsumen

Perlindungan hukum merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada

³⁸ Azis Hidayat, *Metode penelitian dan Teknik Analisis Data*, Salemba Baru, Jakarta, 2017, h. 41

³⁹Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2015, h. 7.

subjek hukum. Dalam konteks transaksi digital, perlindungan hukum menjadi esensial mengingat karakteristik transaksi yang dilakukan tanpa tatap muka langsung, rentan terhadap penipuan, dan seringkali lintas yurisdiksi.⁴⁰ Konsep perlindungan hukum dapat dibagi menjadi perlindungan hukum preventif dan represif. Perlindungan hukum preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, sedangkan perlindungan hukum represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa yang telah terjadi. Dalam transaksi digital, kedua bentuk perlindungan ini harus diimplementasikan secara komprehensif untuk memberikan rasa aman kepada pembeli.

Perlindungan Hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia.⁴¹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa pengertian konsumen (Pasal 1 angka 2) adalah "Setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan". Dalam tesis ini Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi

⁴⁰ Marzuki, Peter Mahmud. (2018). "Pengantar Ilmu Hukum," Kencana Prenada Media Group, Jakarta

⁴¹ Setiono, *Supremasi Hukum*, UNS, Surakarta, 2004, h. 3

perlindungan kepala konsumen. Konsumen merupakan 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.

2. Transaksi Digital

Transaksi digital merupakan sebuah ekosistem perdagangan yang berlangsung secara virtual dengan memanfaatkan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi berbasis internet sebagai sarana utamanya. Aktivitas ekonomi ini mencakup segala bentuk pertukaran barang dan jasa yang dilaksanakan melalui *Platform* elektronik, seperti *marketplace*, aplikasi mobile, website *e-commerce*, maupun media sosial yang telah dimodifikasi untuk kepentingan komersial. Transaksi digital memiliki karakteristik yang sangat distingtif dibandingkan dengan transaksi konvensional. Pertama, terdapat eliminasi kebutuhan interaksi fisik antara penjual dan pembeli, dimana keduanya dapat melakukan proses negosiasi, tawar-menawar, dan finalisasi transaksi tanpa harus bertatap muka secara langsung. Hal ini memungkinkan terjadinya transaksi lintas geografis bahkan lintas negara dengan sangat efisien. Kedua, seluruh proses transaksi dieksekusi melalui perangkat elektronik seperti komputer, tablet, smartphone, atau alat elektronik lainnya yang terkoneksi dengan jaringan internet, sehingga menghilangkan keterbatasan waktu dan tempat dalam bertransaksi.

Lebih jauh lagi, transaksi digital umumnya melibatkan pihak ketiga yang berperan sebagai intermediasor atau fasilitator, seperti *Platform e-*

commerce, payment gateway, atau lembaga keuangan digital. Pihak ketiga ini tidak hanya berperan sebagai penghubung antara penjual dan pembeli, tetapi juga menyediakan layanan tambahan seperti jaminan keamanan transaksi, verifikasi identitas, pemrosesan pembayaran, serta penyelesaian sengketa. Keterlibatan pihak ketiga ini menimbulkan implikasi hukum tersendiri dalam konteks hubungan kontraktual antara para pihak yang terlibat dalam transaksi digital.

Kompleksitas transaksi digital juga tercermin dari diversifikasi metode pembayaran yang kian beragam, mulai dari kartu kredit, *e-wallet*, transfer bank, hingga *cryptocurrency*. Masing-masing metode pembayaran ini memiliki mekanisme, tingkat keamanan, dan regulasi yang berbeda, sehingga menambah dimensi kompleksitas dalam perlindungan konsumen digital.⁴²

Transaksi digital atau adalah persetujuan saling mengikat antar penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual secara namun tidak dengan bertatap muka secara langsung, melainkan melalui layanan penyedia jual beli elektronik atau umum disebut dengan *online shopping*.⁴³

3. Ekonomi Islam

⁴² Ujang Sumarwan, et. al., Perilaku Konsumen dalam Era Revolusi Industri 4.0, *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, Vol. 12, No. 2, 2019, h. 121-134.

⁴³ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Edisi IV, PT. Gramedia Pustaka: Jakarta, 2015, h. 589

Ekonomi Islam merupakan sistem ekonomi yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah dengan tujuan mencapai *falah* (kesejahteraan dunia dan akhirat).⁴⁴ Prinsip-prinsip ekonomi Islam yang relevan dengan transaksi digital antara lain keadilan (*'adalah*), kejujuran (*shiddiq*), transparansi (*tabligh*), saling menguntungkan (*ta'awun*), dan larangan terhadap praktik *riba*, *gharar* (ketidakjelasan), dan *maysir* (spekulasi). Dalam konteks perlindungan konsumen, ekonomi Islam menekankan pada konsep *khiyar* (hak opsi) yang memberikan hak kepada pembeli untuk meneruskan atau membatalkan transaksi dalam jangka waktu tertentu. Kerangka etika bisnis Islam juga menekankan pada tanggung jawab sosial pelaku usaha (*amanah*) dan penyelesaian sengketa yang adil melalui mekanisme seperti *musyawarah* atau *tahkim* (arbitrase).

Sistem ekonomi yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariah atau hukum Islam.⁴⁵

4. Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan payung hukum utama perlindungan konsumen di Indonesia. UUPK mengatur hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha, perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, tanggung jawab pelaku usaha, dan mekanisme penyelesaian sengketa

⁴⁴ Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015, h. 34

⁴⁵ "Ekonomi Islam Masa Kini," diakses dari <https://feb.ub.ac.id/ekonomi-islam-masa-kini/32262/>, 3 April 2025

konsumen. Meskipun UUPK tidak secara spesifik mengatur transaksi digital, prinsip-prinsip yang terkandung di dalamnya dapat diterapkan dalam konteks digital.

F. Keaslian Penelitian

Berdasarkan informasi yang diketahui dan penelusuran kepustakaan yang dilakukan khususnya di lingkungan Fakultas Hukum Universitas Islam Sumatera Utara, penulisan tesis terkait dengan judul : **“Perlindungan Hukum Pembeli Dalam Transaksi Digital Ditinjau Dari Prinsip Ekonomi Islam Dan Undang Undang Perlindungan Konsumen”**

Adapun penelitian yang berkaitan dengan pemukiman yang pernah dilakukan adalah:

1. Dio Rahmanullah, dengan judul: Perlindungan konsumen Terhadap Jual Beli *Online (Shopee)* Hijab Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999. Permasalahan dalam tesis tersebut adalah:
 - a. Bagaimanakah bentuk perlindungan konsumen terhadap jual beli *online (shopee)* hijab berdasarkan Undang Undang No. 8 Tahun 1999?
 - b. Bagaimana kendala mendapatkan perlindungan konsumen terhadap jual beli *online (shopee)* hijab berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999?
2. Muhammad Rifqy Kurnia, dengan judul: PPerlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara *Online* Melalui Facebook. Adapun yang menjadi permasalahan adalah:

- a. Bagaimanakah perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jualbeli secara *online* melalui facebook?
 - b. Upaya hukum apa yang dapat dilakukan oleh konsumen yang mengalami kerugian akibat dari transaksi jual-beli secara *online* melalui facebook?
3. Megawati Nur Imamah, dengan judul: *Perlindungan Hukum Terhadap Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi Melalui Media E-commerce Dalam Perspektif Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah..* Adapun yang mejadi permasalahan adalah:
- a. Bagaimana wujud perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi melalui media *E-commerce* menurut perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?
 - b. Bagaimana wujud perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi melalui media *E-commerce* menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah?

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dikatakan bahwa tesis ini merupakan hasil karya yang asli dan bukan merupakan hasil jiplakan dari tesis orang lain. Tesis ini dibuat berdasarkan hasil pemikiran sendiri, refrensi dari buku-buku, undang-undang, makalah-makalah, serta media elektronik yaitu internet dan juga mendapat bantuan dari berbagai pihak. Berdasarkan asas-asas keilmuan yang rasional, jujur, dan terbuka, maka

penelitian dan penulisan tesis ini dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya secara ilmiah.

G. Metode Penelitian

1. Spesifikasi Penelitian.

Jenis metode penelitian yang dipilih adalah deskriptif analitis, adapun pengertian dari metode deskriptif analitis menurut Sugiono, adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.⁴⁶ Dengan kata lain penelitian deskriptif analitis mengambil masalah atau memusatkan perhatian kepada masalah-masalah sebagaimana adanya saat penelitian dilaksanakan, hasil penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya.

2. Metode Pendekatan.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum empiris yang bertujuan untuk menganalisis implementasi hukum dalam praktik nyata di masyarakat, khususnya dalam konteks perlindungan hukum pembeli dalam transaksi digital. Penelitian hukum empiris dipilih karena penelitian ini tidak

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung, 2009, h. 29

hanya mengkaji aspek normatif dari peraturan perundang-undangan, tetapi juga menganalisis bagaimana penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam praktik transaksi digital yang berkembang di masyarakat.

Dalam pelaksanaannya, penelitian ini menggunakan pendekatan masalah yang didasarkan pada peraturan perundang-undangan, teori-teori dan konsep-konsep yang berhubungan langsung dengan penelitian ini. Penulis menggunakan dua pendekatan utama, yaitu pendekatan peraturan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konsep (*conceptual approach*).

Pendekatan peraturan-undangan (*Statute Approach*) dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani.⁴⁷ Pendekatan ini sangat penting dalam penelitian normatif karena yang diteliti adalah berbagai aturan hukum yang menjadi fokus sekaligus tema sentral penelitian, khususnya yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi digital dan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Sementara itu, pendekatan konseptual (*conceptual approach*) merupakan pendekatan yang beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum.⁴⁸ Pendekatan ini

⁴⁷ Salim HS dan Erlies Septiana Nurbani, *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis Dan Desertasi*, PT. Raja GrafindoPersada, Jakarta, 2013, h.13

⁴⁸ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (edisi Revisi), Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2013, h. 133

bertujuan untuk menemukan ide-ide yang melahirkan pengertian, konsep, dan asas hukum yang relevan sebagai sandaran dalam membangun suatu argumentasi hukum untuk memecahkan isu hukum yang dihadapi, terutama dalam mengharmonisasikan prinsip ekonomi Islam dengan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam konteks transaksi digital modern.

3. Alat Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu tahapan dalam proses penelitian yang sifatnya mutlak untuk dilakukan karena data merupakan sumber yang akan diteliti. Pengumpulan data difokuskan pada pokok permasalahan yang ada, sehingga dalam penelitian tidak terjadi penyimpangan dan kekaburan dalam pembahasannya.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*). Studi kepustakaan bertujuan untuk memperoleh konsep-konsep, teori-teori, pendapat-pendapat (doktrin-doktrin para ahli) yang berhubungan erat dengan pokok permasalahan. Menghimpun data sekunder berupa bahan hukum primer, bahan skunder, dan bahan hukum tersier. Studi pustaka dilakukan terhadap bahan-bahan hukum tertulis yang relevan, baik terhadap bahan hukum primer, skunder, tersier, maupun non hukum.

4. Prosedur Pengambilan dan Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu tahapan dalam proses penelitian yang sifatnya mutlak untuk dilakukan karena data merupakan sumber yang akan diteliti. Pengumpulan data difokuskan pada pokok

permasalahan yang ada, sehingga dalam penelitian tidak terjadi penyimpangan dan kekaburan dalam pembahasannya. Pengumpulan data dalam penelitian ini mempergunakan data primer dan data sekunder.

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara studi dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian ini di perpustakaan dan melakukan identifikasi data. Data yang diperoleh melalui penelitian perpustakaan tersebut selanjutnya akan dipilah-pilah guna memperoleh pasal-pasal yang berisi kaedah-kaedah hukum yang kemudian dihubungkan dengan permasalahan yang sedang dihadapi dan disistematisasikan sehingga menghasilkan klasifikasi yang selaras dengan permasalahan penelitian ini. Selanjutnya data yang diperoleh tersebut akan dianalisis secara induktif kualitatif untuk sampai pada kesimpulan, sehingga pokok permasalahan yang ditelaah dalam penelitian ini akan dapat dijawab.

Bahan hukum merupakan sarana dari suatu penulisan yang digunakan untuk memecahkan permasalahan yang ada sekaligus memberikan preskripsi mengenai apa yang seharusnya. Adapun sumber bahan hukum yang digunakan dalam penulisan tesis ini adalah:

- a. Bahan Hukum Primer Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat autoritatif artinya mempunyai otoritas. Bahan hukum primer terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan.⁴⁹

⁴⁹ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media, Jakarta, 2008, h. 141

- b. Bahan Hukum Sekunder Sumber bahan hukum sekunder adalah hukum yang diperoleh dari semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi. Publikasi tentang hukum tersebut meliputi literature-literatur ilmiah, buku-buku, kamus hukum, jurnal hukum, serta komentar-komentar atas putusan pengadilan yang bertujuan untuk mempelajari isu pokok permasalahan yang dibahas.⁵⁰
- c. Bahan Non Hukum Bahan non hukum sebagai penunjang dari sumber bahan hukum primer dan sekunder, bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun meberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder. Bahan-bahan non hukum dimaksudkan untuk memperkaya dan memperluas wawasan penelitian. Bahan-bahan non hukum dapat berupa laporan penelitian non hukum atau jurnal non hukum sepanjang mempunyai relevansi dengan tema penelitian ini.⁵¹

5. Analisis Data

Analisis data adalah menguraikan data dalam bentuk kalimat yang tersusun secara sistematis, jelas dan terperinci yang kemudian di interpretasikan untuk memperoleh suatu kesimpulan.⁵² Analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan penarikan kesimpulan dilakukan dengan metode induktif, yaitu menguraikan hal-hal yang bersifat khusus lalu menarik kesimpulan yang bersifat umum sesuai dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian.⁵³

⁵⁰ *Ibid*, h. 155

⁵¹ *Ibid*

⁵² Sugiono, *Loc.cit*, h.333.

⁵³ *Ibid*, h. 12

Proses analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu:

- a. mengidentifikasi fakta hukum dan mengeliminir hal-hal yang tidak relevan untuk menetapkan isu hukum yang hendak dipecahkan;
- b. pengumpulan bahan-bahan hukum yang sekiranya dipandang mempunyai relevansi juga bahan-bahan non hukum;
- c. melakukan telaah atas permasalahan yang akan dibahas yang diajukan berdasarkan bahan-bahan yang telah dikumpulkan;
- d. menarik kesimpulan dalam bentuk argumentasi dalam menjawab permasalahan yang ada;
- e. memberikan preskripsi berdasarkan argumentasi yang telah dibangun di dalam kesimpulan.

BAB II

**PENGATURAN HUKUM TRANSAKSI DIGITAL DALAM PERSPEKTIF
PRINSIP EKONOMI ISLAM DAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN**

A. Konsep Umum tentang Transaksi Digital dan Perlindungan Pembeli

1. Pengertian Transaksi Digital

Transaksi digital merupakan bentuk aktivitas perdagangan yang dilakukan melalui media elektronik atau digital, dimana interaksi antara penjual dan pembeli tidak terjadi secara fisik melainkan melalui perantara teknologi informasi dan komunikasi. Transformasi fundamental ini telah mengubah paradigma perdagangan tradisional yang selama berabad-abad mengandalkan pertemuan fisik antara para pihak. Era digital saat ini telah mengikis batasan geografis dan waktu yang selama ini membatasi aktivitas perdagangan, membuka peluang bisnis yang tidak terbatas bagi pelaku usaha dari berbagai skala.⁵⁴

Definisi transaksi digital tidak dapat dipisahkan dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang telah merevolusi cara manusia berinteraksi dan bertransaksi.⁵⁵ Media elektronik yang digunakan mencakup berbagai Platform dan aplikasi, mulai dari situs *e-commerce* sederhana hingga aplikasi telepon pintar yang canggih dengan berbagai

⁵⁴ A. D. Sidauruk, et. al., Analisis Hukum atas Perjanjian Bisnis dalam Era Digital, *Innovative: Journal Of Social Science Research*, Vol. 4, No. 3, 2024, h. 16608-16616..

⁵⁵ M. K. Hassan, et. al., E-commerce via Mobile Banking: Contemporary Shariah Issues and Ways to Address Them, *International Journal of Professional Business Review*, 2023, h. 16

fitur pendukung seperti teknologi realitas tertambah untuk melihat produk, kecerdasan buatan untuk rekomendasi pribadi, dan sistem pembayaran yang terintegrasi dengan berbagai metode keuangan digital.⁵⁶

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik memberikan landasan hukum yang jelas mengenai transaksi elektronik. Definisi yang diberikan mencakup perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Ruang lingkup definisi ini sangat luas dan mencakup berbagai bentuk aktivitas perdagangan modern, mulai dari transaksi antar perusahaan hingga transaksi antar konsumen yang difasilitasi oleh *Platform* digital.

Perkembangan transaksi digital juga mencerminkan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kemudahan akses internet dan penetrasi perangkat digital telah mendorong masyarakat untuk beralih dari pola belanja konvensional ke pola belanja digital.⁵⁷ Pergeseran ini tidak hanya terjadi pada kelompok usia muda yang umumnya lebih adaptif terhadap teknologi, tetapi juga mulai merambah ke berbagai segmen usia dan latar belakang sosial ekonomi.

⁵⁶ T. Bernada, Upaya Perlindungan Hukum Pada Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital Di Indonesia, 2017, h. 11

⁵⁷ M. Danuri, Perkembangan dan Transformasi Teknologi Digital, *Jurnal Ilmiah Infokam*, Vol. 15, No. 2, 2019

Keberadaan transaksi digital juga menciptakan ekosistem ekonomi baru yang melibatkan berbagai pihak, tidak hanya penjual dan pembeli tradisional, tetapi juga Platform digital sebagai fasilitator, penyedia jasa pembayaran elektronik, kurir atau jasa pengiriman, dan berbagai pihak pendukung lainnya.⁵⁸ Ekosistem ini menciptakan rantai nilai yang lebih panjang namun juga menimbulkan tantangan baru dalam hal pengaturan dan perlindungan hukum bagi setiap pihak yang terlibat.

Aspek hukum transaksi digital menjadi semakin penting mengingat sifatnya yang lintas batas dan melibatkan berbagai yurisdiksi hukum. Ketika seorang pembeli di Indonesia melakukan transaksi dengan penjual di luar negeri melalui Platform digital, maka timbul pertanyaan mengenai hukum mana yang berlaku, forum mana yang berwenang menyelesaikan sengketa, dan bagaimana perlindungan hukum dapat diberikan secara efektif kepada para pihak yang terlibat.

Transaksi digital juga menghadirkan tantangan baru dalam hal pembuktian dan dokumentasi. Berbeda dengan transaksi konvensional yang menghasilkan bukti fisik seperti tanda terima, kwitansi, atau dokumen tertulis lainnya, transaksi digital menghasilkan jejak digital yang memerlukan pemahaman teknis untuk interpretasi dan validasinya.⁵⁹ Kekuatan pembuktian dokumen elektronik sebagai alat bukti dalam

⁵⁸ E. S. Widyastuti, T. R. Kamila, P. A. Agus Saputra, Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-commerce: Suatu Perspektif Hukum Islam, *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 2, 2022, h. 43–50.

⁵⁹ J. Tarantang, et. al., Perkembangan Sistem Pembayaran Digital pada Era Revolusi Industri 4.0 di Indonesia, *Jurnal Al-Qardh*, Vol. 4, No. 1, 2019, h. 60-75.

persidangan telah diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan, namun implementasinya masih menghadapi berbagai kendala teknis dan non-teknis.

Menurut literatur bahasa Arab, jual beli online disebut "as-Salam" yang secara bahasa berarti menyegerakan dan mendahulukan uang pembayaran (modal). Secara bahasa, "salam" juga disebut "salaf", hanya saja kata "salam" adalah bahasa ahli Hijaz dan "salaf" bahasa ahli Iraq. Salam adalah pembayaran di muka dan penyerahan barang di kemudian hari, yang didefinisikan oleh para fuqaha sebagai "akad jual beli atas sesuatu yang disebutkan kriterianya dalam akad dan yang dijanjikan akan diserahkan pada waktunya yang ditentukan nanti kepada pembeli, dengan pembayaran yang diserahkan pada saat transaksi itu".⁶⁰ Hal ini menunjukkan bahwa transaksi digital memiliki landasan historis yang kuat dalam hukum Islam, dimana prinsip-prinsip jual beli sudah mengakomodasi mekanisme pembayaran di muka dan penyerahan barang di kemudian hari.

Ekonomi syariah merupakan usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh orang per orang, kelompok orang, badan usaha yang berbadan hukum atau tidak berbadan hukum dalam rangka memenuhi kebutuhan yang bersifat komersial dan tidak komersial menurut prinsip syariah.⁶¹ Kehadiran ekonomi syariah tidak berlatarkan apologetic, dalam artian bahwa sistem ini

⁶⁰ Fathurrahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian Dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2012,

⁶¹ A. N. Fikrianihayah, *Tinjauan Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-commerce Melalui Aplikasi Shopee*, 2021, Skripsi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

pernah memegang peranan penting dalam perekonomian dunia yang diklaim sekarang sebagai suatu yang baik secara *taken for granted*. Kehadiran ekonomi syariah juga tidak disebabkan karena sistem ekonomi kapitalis mengandung banyak kelemahan dan ketidakadilan. Ekonomi Islam datang karena tuntunan dari kesempurnaan Islam itu sendiri. Prinsip-prinsip ekonomi Islam ini memberikan landasan yang kokoh untuk mengatur transaksi digital yang berkembang pesat saat ini.

2. Karakteristik dan Mekanisme Transaksi Digital

Transaksi digital memiliki karakteristik yang membedakannya secara signifikan dengan transaksi konvensional. Karakteristik utama adalah sifat tanpa kertas, dimana seluruh proses transaksi dilakukan tanpa menggunakan dokumen fisik. Dokumentasi transaksi tersimpan dalam bentuk digital yang memiliki kekuatan hukum yang sama dengan dokumen fisik, sepanjang memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan. Pergeseran dari dokumentasi fisik ke digital ini memberikan efisiensi yang luar biasa dalam hal penyimpanan, pencarian, dan pengelolaan data transaksi, namun juga menimbulkan kebutuhan akan sistem keamanan siber yang handal.

Karakteristik tanpa batas geografis merupakan salah satu keunggulan utama transaksi digital. Pembeli di Indonesia dapat dengan mudah melakukan transaksi dengan penjual yang berada di negara lain tanpa

harus melakukan perjalanan fisik.⁶² Karakteristik ini memberikan keuntungan berupa akses pasar yang lebih luas bagi konsumen dan jangkauan pasar yang tidak terbatas bagi penjual, namun sekaligus menimbulkan tantangan dalam hal yurisdiksi hukum dan penegakan hukum ketika terjadi sengketa. Perbedaan sistem hukum, mata uang, bahasa, dan budaya bisnis antar negara menjadi faktor yang harus dipertimbangkan dalam merancang mekanisme perlindungan konsumen yang efektif.

Karakteristik waktu nyata memungkinkan proses transaksi berlangsung dalam waktu yang sangat singkat. Pemesanan, pembayaran, dan konfirmasi dapat terjadi dalam hitungan detik atau menit. Kecepatan ini memberikan efisiensi yang tinggi dan memungkinkan volume transaksi yang jauh lebih besar dibandingkan dengan sistem konvensional. Namun, kecepatan ini juga menuntut sistem keamanan dan perlindungan konsumen yang lebih responsif untuk mengantisipasi berbagai risiko yang mungkin timbul, seperti penipuan, kesalahan pemrosesan, atau penyalahgunaan data.

Mekanisme transaksi digital umumnya dimulai dengan pencarian produk atau layanan melalui Platform digital, yang diikuti dengan proses pemilihan dan pemesanan. Tahap pencarian ini telah dipermudah dengan adanya mesin pencari yang canggih, sistem rekomendasi berbasis algoritma, dan fitur perbandingan produk yang memungkinkan konsumen

⁶² E. Purike, et. al., Transaksi Digital dan Perkembangan E-Tourism di Indonesia, *NAWASENA: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, Vol. 1, No. 2, 2022, h. 12-19.

membuat keputusan pembelian yang lebih informasi. Platform digital juga menyediakan berbagai filter dan kategori yang memudahkan konsumen menemukan produk sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.

Setelah produk dipilih, konsumen memasuki tahap pemesanan yang melibatkan penentuan kuantitas, varian produk, alamat pengiriman, dan pilihan metode pengiriman. Tahap ini seringkali dilengkapi dengan kalkulator biaya pengiriman otomatis, estimasi waktu tiba, dan berbagai pilihan layanan tambahan. Transparansi informasi pada tahap ini sangat penting untuk memberikan kepastian kepada konsumen mengenai total biaya yang harus dibayar dan ekspektasi layanan yang akan diterima.

Tahap pembayaran dalam transaksi digital telah mengalami evolusi yang sangat pesat dengan munculnya berbagai metode pembayaran elektronik.⁶³ Transfer bank online, kartu kredit dan debit, dompet digital, pembayaran pascabayar melalui operator telekomunikasi, hingga mata uang digital merupakan pilihan yang tersedia bagi konsumen. Setiap metode pembayaran memiliki karakteristik keamanan, kecepatan, dan biaya yang berbeda, sehingga konsumen dapat memilih sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka.

Sistem keamanan pembayaran dalam transaksi digital melibatkan berbagai lapisan proteksi, mulai dari enkripsi data, otentikasi berlapis, hingga sistem deteksi penipuan yang menggunakan kecerdasan buatan.

⁶³ Marlina, A. Mundzir, H. Pratama, Cashless dan Cardless sebagai Perilaku Transaksi Di Era Digital: Suatu Tinjauan Teoretis dan Empiris, *Jurnal Co Management*, Vol. 3, No. 2, 2020, h. 533-542.

Standar keamanan internasional seperti protokol enkripsi SSL/TLS dan standar keamanan industri kartu pembayaran menjadi acuan minimum yang harus dipenuhi oleh Platform digital dan penyedia layanan pembayaran.

Setelah pembayaran dikonfirmasi, penjual melakukan pengiriman barang atau penyediaan layanan sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. Tahap ini melibatkan koordinasi dengan berbagai pihak, termasuk jasa logistik dan kurir. Sistem pelacakan pengiriman secara waktu nyata telah menjadi standar dalam transaksi digital, memberikan transparansi kepada konsumen mengenai status dan lokasi barang mereka.

Tahap pasca-transaksi mencakup konfirmasi penerimaan barang, penilaian kualitas produk dan layanan, serta penanganan keluhan atau klaim garansi jika diperlukan. Platform digital umumnya menyediakan sistem rating dan review yang memungkinkan konsumen berbagi pengalaman mereka, yang pada gilirannya membantu konsumen lain dalam membuat keputusan pembelian dan memberikan umpan balik kepada penjual untuk perbaikan layanan.

3. Konsep Perlindungan Hukum Pembeli dalam Transaksi Digital

Perlindungan hukum pembeli dalam transaksi digital merupakan serangkaian upaya hukum yang bertujuan memberikan jaminan kepastian, keamanan, dan keadilan bagi konsumen dalam melakukan aktivitas

perdagangan elektronik.⁶⁴ Perlindungan ini mencakup aspek pencegahan dan pemulihan, dimana aspek pencegahan berupa pengaturan standar minimum pelayanan, kewajiban transparansi informasi, dan mekanisme verifikasi penjual, sedangkan aspek pemulihan berupa penyelesaian sengketa dan pemulihan hak konsumen yang telah dirugikan.

Kebutuhan akan perlindungan hukum pembeli dalam transaksi digital muncul dari karakteristik unik transaksi digital yang menciptakan kerentanan baru bagi konsumen. Ketidakmampuan untuk memeriksa barang secara fisik sebelum pembelian menciptakan informasi yang tidak seimbang antara penjual dan pembeli. Penjual memiliki akses langsung terhadap barang atau layanan yang ditawarkan, sementara pembeli hanya mengandalkan informasi yang disediakan oleh penjual melalui Platform digital.

Risiko penipuan dalam transaksi digital juga lebih tinggi dibandingkan dengan transaksi konvensional. Kemudahan membuat identitas palsu, mendirikan toko online fiktif, dan menghilang setelah menerima pembayaran menjadi modus operandi yang sering digunakan oleh pelaku yang tidak bertanggung jawab. Anonimitas yang relatif tinggi dalam dunia digital memudahkan pelaku penipuan untuk menghindari pertanggungjawaban hukum.

⁶⁴ T. G. M. Tumbel, Perlindungan Konsumen Jual Beli Online dalam Era Digital 4.0, *Lex Et Societatis*, Vol. 8, No. 3, 2020,

Perlindungan hukum pembeli dalam transaksi digital juga harus mengakomodasi perkembangan teknologi yang sangat dinamis. Munculnya teknologi blockchain, kecerdasan buatan, *Internet of Things*, dan berbagai inovasi teknologi lainnya terus mengubah lanskap transaksi digital.⁶⁵ Setiap inovasi teknologi membawa peluang baru untuk meningkatkan kualitas layanan, namun juga menimbulkan risiko dan tantangan baru yang memerlukan adaptasi kerangka perlindungan hukum.

Dimensi lintas negara dalam transaksi digital menimbulkan tantangan yurisdiksi yang unik. Ketika terjadi sengketa antara pembeli di Indonesia dengan penjual di luar negeri, pertanyaan mengenai hukum mana yang berlaku, pengadilan mana yang berwenang, dan bagaimana putusan dapat dieksekusi menjadi rumit. Hal ini memerlukan kerjasama internasional dan harmonisasi hukum antar negara untuk memberikan perlindungan yang efektif.

Perlindungan data pribadi menjadi aspek yang sangat penting dalam transaksi digital. Setiap transaksi digital meninggalkan jejak data yang mencakup informasi pribadi konsumen, riwayat pembelian, preferensi, dan pola perilaku. Data ini memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan dapat disalahgunakan jika tidak dilindungi dengan baik. Kerangka perlindungan hukum harus memastikan bahwa data konsumen dikumpulkan, diproses,

⁶⁵ B. H. Mantri, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-commerce*, 2007, Disertasi, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro,

dan disimpan dengan prinsip keamanan, transparansi, dan persetujuan yang terinformasi.

Aspek teknologi keuangan dalam transaksi digital juga memerlukan perhatian khusus dalam kerangka perlindungan hukum. Berbagai inovasi dalam sistem pembayaran digital, pinjaman online, investasi digital, dan layanan keuangan lainnya menciptakan risiko baru yang memerlukan pengaturan dan pengawasan yang memadai. Perlindungan terhadap konsumen layanan keuangan digital harus mempertimbangkan risiko sistemik dan dampak yang dapat ditimbulkan terhadap stabilitas sistem keuangan secara keseluruhan.

Edukasi konsumen menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari perlindungan hukum dalam transaksi digital. Konsumen perlu memiliki pemahaman yang memadai mengenai hak dan kewajiban mereka, cara menggunakan Platform digital dengan aman, cara mengenali tanda-tanda penipuan, dan cara mengakses mekanisme perlindungan yang tersedia. Tanpa edukasi yang memadai, berbagai instrumen perlindungan hukum yang telah disediakan tidak akan efektif dalam memberikan perlindungan kepada konsumen.

Di Indonesia, transaksi perdagangan melalui media elektronik sering disebut dengan istilah *Electronic Commerce* atau *E-commerce* yang artinya sebagai perdagangan dengan menggunakan fasilitas elektronik dimana bentuk transaksi perdagangan baik membeli maupun menjual dilakukan

melalui media elektronik pada jaringan internet.⁶⁶ UU ITE telah ada guna mengatur mengenai hal-hal yang berkaitan dengan transaksi-transaksi elektronik termasuk didalamnya jual beli online. Akan tetapi faktanya masih banyak terjadi tindak pidana penipuan pada transaksi ini. Hal ini mungkin dikarenakan faktor penegakan hukumnya yang belum cukup tegas dan tidak jarang aparat penegak hukum belum dapat melakukan penerapan dengan cukup baik aturan hukum tentang transaksi elektronik.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat diterapkan dalam kegiatan transaksi digital. Perlindungan konsumen identik dengan perlindungan yang diberikan oleh hukum terhadap hak-hak konsumen. Secara umum dikenal empat hak dasar konsumen, yaitu: hak untuk mendapatkan keamanan (*The Right to Safety*); hak untuk mendapatkan informasi (*The Right to be Informed*); hak untuk memilih (*The Right to Choose*); dan hak untuk didengar (*The Right to be Heard*).⁶⁷ Hak-hak dasar ini menjadi fondasi dalam pengembangan sistem perlindungan konsumen yang efektif dalam era digital.

B. Pengaturan Transaksi Digital dalam Perspektif Prinsip Ekonomi Islam

1. Prinsip-Prinsip Mu'amalah dalam Islam

Mu'amalah dalam Islam merupakan bidang hukum yang mengatur hubungan antar manusia dalam aspek keduniaan, termasuk aktivitas

⁶⁶ Kenneth Laudon, Carol Guercio Traver, *E-commerce*, Pearson Educación, 2009

⁶⁷ W. S. Tampubolon, Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang Undang Perlindungan Konsumen, *Jurnal Ilmiah Advokasi*, Vol. 4, No. 1, 2016, h. 53-61.

ekonomi dan perdagangan. Bidang hukum ini memiliki keunikan tersendiri karena tidak hanya mengatur aspek teknis dan prosedural transaksi, tetapi juga menekankan dimensi etika, moral, dan spiritual yang harus melandasi setiap aktivitas ekonomi. Prinsip-prinsip mu'amalah memberikan landasan yang kokoh untuk menciptakan sistem ekonomi yang berkeadilan, berkelanjutan, dan memberikan kemaslahatan bagi seluruh umat manusia. Islam memandang aktivitas ekonomi sebagai bagian integral dari ibadah kepada Allah SWT, sehingga setiap transaksi ekonomi tidak boleh dipisahkan dari nilai-nilai ketauhidan dan akhlak mulia. Pandangan holistik ini membedakan sistem ekonomi Islam dari sistem ekonomi konvensional yang umumnya hanya fokus pada pencapaian keuntungan material semata. Dalam ekonomi Islam, kesuksesan tidak hanya diukur dari seberapa besar keuntungan yang diperoleh, tetapi juga dari sejauh mana aktivitas ekonomi tersebut memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan.⁶⁸

Prinsip kebebasan berkontrak dalam Islam memberikan ruang yang luas bagi individu untuk mengembangkan kreativitas dan inovasi dalam aktivitas ekonomi. Kebebasan ini mencakup kebebasan memilih mitra dagang, menentukan jenis barang atau jasa yang akan diperdagangkan, menetapkan harga sesuai dengan mekanisme pasar, dan memilih cara atau metode transaksi yang paling sesuai dengan kebutuhan. Namun,

⁶⁸ M. H. Zuhdi, Prinsip-Prinsip Akad Dalam Transaksi Ekonomi Islam, *IQTISHADUNA: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, Vol. 8, No. 1, 2017, h. 78-115.

kebebasan ini tidak bersifat absolut dan harus dibatasi oleh prinsip-prinsip syariah yang melarang praktik-praktik yang merugikan salah satu pihak atau bertentangan dengan kemaslahatan umum.

Batasan terhadap kebebasan berkontrak dalam Islam dimaksudkan untuk melindungi kepentingan semua pihak dan menjaga keseimbangan dalam hubungan ekonomi. Larangan terhadap praktik monopoli, penimbunan barang, dan manipulasi harga merupakan manifestasi dari batasan ini. Islam juga melarang transaksi yang mengandung unsur spekulasi berlebihan, perjudian, dan praktik-praktik yang dapat menimbulkan ketidakstabilan ekonomi.

Prinsip kerelaan atau rida merupakan landasan fundamental dalam setiap transaksi ekonomi Islam. Kerelaan bukan hanya sekedar persetujuan formal, tetapi harus muncul dari pemahaman yang mendalam terhadap objek transaksi dan konsekuensi yang akan ditimbulkan. Allah SWT menegaskan dalam Al-Quran bahwa perdagangan harus berlangsung atas dasar suka sama suka, yang mengindikasikan pentingnya persetujuan yang tulus dan tidak ada unsur paksaan dari pihak manapun.⁶⁹

Implementasi prinsip kerelaan dalam era digital menuntut adanya transparansi informasi yang lengkap dan akurat. Konsumen harus memiliki akses terhadap semua informasi yang relevan untuk membuat keputusan yang tepat. Informasi yang tidak lengkap atau menyesatkan dapat

⁶⁹ M. A. Maksun, *Egalitarianisme Fiqh Mu'amalah dalam Sistem Ekonomi Islam, Islamica: Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 7, No. 1, 2012, h. 232-247.

menghilangkan unsur kerelaan karena konsumen tidak dapat membuat keputusan berdasarkan pemahaman yang benar tentang apa yang mereka beli.

Prinsip keadilan dalam mu'amalah Islam bukan hanya keadilan dalam arti formal atau prosedural, tetapi keadilan yang substantif yang mempertimbangkan kondisi dan kemampuan masing-masing pihak. Keadilan ini mencakup keadilan distributif yang memastikan setiap pihak mendapatkan bagian yang sesuai dengan kontribusinya, dan keadilan korektif yang memberikan kompensasi ketika terjadi ketidakadilan atau kerugian.

Konsep keadilan dalam Islam juga mencakup dimensi sosial yang lebih luas, dimana aktivitas ekonomi individual harus mempertimbangkan dampaknya terhadap masyarakat secara keseluruhan. Transaksi yang secara hukum sah namun merugikan kepentingan umum dapat dikategorikan sebagai tidak adil menurut perspektif Islam. Hal ini menuntut pelaku ekonomi untuk tidak hanya mempertimbangkan keuntungan pribadi, tetapi juga kemaslahatan sosial.

Prinsip larangan gharar atau ketidakpastian berlebihan dalam transaksi merupakan salah satu karakteristik unik ekonomi Islam. Gharar dapat muncul dalam berbagai bentuk, mulai dari ketidakjelasan objek transaksi, ketidakpastian waktu penyerahan, hingga ketidakjelasan spesifikasi barang atau jasa yang diperjualbelikan. Larangan ini dimaksudkan untuk

melindungi semua pihak dari risiko yang tidak perlu dan menciptakan kepastian hukum dalam transaksi.

2. Konsep Jual Beli dalam Fiqih Mu'amalah dan Relevansinya dengan Transaksi Digital

Jual beli dalam perspektif fiqih mu'amalah merupakan akad pertukaran harta dengan harta lainnya yang dilakukan dengan cara tertentu dan memenuhi rukun serta syarat yang telah ditetapkan oleh syariah. Definisi ini mencakup dua elemen penting, yaitu pertukaran yang bersifat sukarela dan adanya nilai ekonomi pada objek yang dipertukarkan.⁷⁰ Konsep jual beli dalam Islam sangat fleksibel dan dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman, termasuk era digital saat ini, selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar syariah.

Fleksibilitas konsep jual beli dalam Islam terlihat dari kemampuannya mengakomodasi berbagai bentuk transaksi yang muncul seiring dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat. Dari transaksi barter sederhana pada masa awal Islam hingga transaksi digital yang canggih pada era modern, semua dapat diatur dengan menggunakan kerangka hukum Islam yang komprehensif. Prinsip dasar yang tidak berubah adalah keharusan memenuhi rukun dan syarat yang telah ditetapkan, sementara bentuk dan cara pelaksanaannya dapat disesuaikan dengan perkembangan zaman.

⁷⁰ Isnawati Pane, et. al., *Fiqh Mu'amalah Kontemporer*, Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022

Rukun jual beli yang terdiri dari penjual, pembeli, barang yang dijual, harga, dan ijab qabul memiliki makna yang mendalam dan relevansi yang tinggi dengan transaksi digital.⁷¹ Setiap rukun memiliki syarat-syarat khusus yang harus dipenuhi untuk menjamin keabsahan transaksi menurut hukum Islam. Pemahaman yang mendalam terhadap setiap rukun dan syaratnya menjadi kunci untuk dapat menerapkan konsep jual beli Islam dalam era digital.

Penjual dalam transaksi digital harus memenuhi syarat kecakapan hukum, yang mencakup baligh, berakal sehat, dan tidak berada dalam pengampuan. Dalam era digital, verifikasi terhadap kecakapan hukum penjual menjadi tantangan tersendiri mengingat interaksi yang terbatas dan tidak langsung. *Platform* digital memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan mekanisme verifikasi yang dapat memastikan bahwa penjual memiliki kecakapan hukum yang dipersyaratkan.

Kepemilikan sah terhadap barang yang dijual merupakan syarat fundamental yang harus dipenuhi oleh penjual. Dalam transaksi digital, hal ini berarti penjual harus dapat membuktikan bahwa mereka memiliki hak penuh terhadap barang yang dijual, baik sebagai pemilik langsung maupun sebagai perwakilan yang sah dari pemilik. Sistem verifikasi kepemilikan dalam *Platform* digital harus mampu mengidentifikasi dan mencegah

⁷¹ S. U. Rahayu, S. Sahrudin, S. M. Ritonga, Analisis Jual Beli dalam Perspektif Islam, *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 4, No. 2, 2024, h. 1171-1179.

penjualan barang curian, barang tiruan, atau barang yang tidak dimiliki secara sah oleh penjual.

Pembeli dalam transaksi digital juga harus memenuhi syarat kecakapan hukum yang sama dengan penjual. Selain itu, pembeli harus memiliki kemampuan finansial untuk melakukan pembayaran sesuai dengan kesepakatan. Sistem pembayaran digital yang terintegrasi memungkinkan verifikasi kemampuan finansial pembeli secara otomatis, sehingga dapat mengurangi risiko gagal bayar.

Barang yang menjadi objek transaksi dalam jual beli digital harus memenuhi beberapa syarat penting. Barang harus halal dan tidak dilarang oleh syariah, seperti minuman beralkohol, daging babi, atau barang-barang yang berkaitan dengan praktik syirik. Barang juga harus bermanfaat dan memiliki nilai ekonomi, sehingga transaksi tersebut memberikan manfaat nyata bagi para pihak yang terlibat.

Kejelasan spesifikasi barang menjadi sangat penting dalam transaksi digital mengingat pembeli tidak dapat memeriksa barang secara langsung sebelum pembelian. Penjual berkewajiban memberikan deskripsi yang lengkap, akurat, dan tidak menyesatkan tentang barang yang dijual. Deskripsi ini harus mencakup semua aspek yang material dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian, seperti ukuran, berat, warna, kualitas, kondisi, dan fungsi barang.

Kemampuan penyerahan barang merupakan syarat yang harus dipenuhi pada saat transaksi dilakukan. Dalam transaksi digital, hal ini

berarti penjual harus memiliki barang dalam keadaan siap kirim atau memiliki kepastian untuk memperoleh barang tersebut dalam waktu yang wajar.⁷² Praktik pre-order atau penjualan barang yang belum ada dapat diperbolehkan dalam Islam dengan syarat-syarat tertentu, seperti kejelasan waktu penyerahan dan spesifikasi barang yang detail.

Harga dalam transaksi digital harus dinyatakan dengan jelas dan tidak menimbulkan keraguan. Transparansi harga mencakup tidak hanya harga barang itu sendiri, tetapi juga semua biaya tambahan seperti biaya pengiriman, pajak, asuransi, dan biaya administrasi lainnya. Praktik menyembunyikan biaya tambahan atau menggunakan harga yang menyesatkan bertentangan dengan prinsip transparansi dan kejujuran dalam Islam.⁷³

Ijab qabul dalam transaksi digital mengalami adaptasi bentuk namun tetap mempertahankan esensi sebagai ekspresi kehendak para pihak untuk melakukan transaksi. Klik tombol "beli sekarang", konfirmasi pemesanan melalui aplikasi, atau bentuk persetujuan elektronik lainnya dapat dianggap sebagai ijab qabul yang sah selama memenuhi syarat-syarat tertentu. Syarat utama adalah adanya kejelasan kehendak, kesesuaian antara ijab

⁷² A. Zurohman, E. Rahayu, Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam, *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 5, No. 1, 2019

⁷³ F. Khamillah, Transaksi Jual Beli Online (E-commerce) dalam Perspektif Hukum Islam, 2019

dan qabul, dan tidak adanya jeda waktu yang terlalu lama antara ijab dan qabul.⁷⁴

3. Prinsip Keadilan, Kejujuran, dan Transparansi dalam Transaksi Digital

Prinsip keadilan dalam transaksi digital memiliki dimensi yang lebih luas dibandingkan dengan transaksi konvensional karena melibatkan berbagai pihak dan sistem yang saling terkait. Keadilan bukan hanya tentang keseimbangan hak dan kewajiban antara penjual dan pembeli, tetapi juga mencakup keadilan dalam akses informasi, keadilan dalam perlakuan oleh *Platform* digital, dan keadilan dalam penyelesaian sengketa yang mungkin timbul.

Implementasi keadilan dalam penentuan harga menuntut adanya transparansi dalam mekanisme penetapan harga dan tidak adanya manipulasi yang merugikan konsumen. Praktik *dynamic pricing* yang banyak digunakan dalam *Platform* digital harus dilakukan dengan cara yang adil dan tidak diskriminatif. Konsumen harus diberikan informasi yang cukup tentang faktor-faktor yang mempengaruhi harga sehingga mereka dapat memahami alasan di balik variasi harga yang terjadi.

Keadilan dalam layanan *Platform* digital mencakup perlakuan yang sama terhadap semua pengguna tanpa memandang latar belakang, lokasi geografis, atau status ekonomi. *Platform* tidak boleh memberikan *privilege*

⁷⁴ M. Mahmudhassan, M. Muthoifin, Transactions Without Ijab Qabul in the 5.0 Era: An Analysis of Opportunities, Challenges, and Laws in the Modern Market, *Maktabah Reviews on Sustainable Development Goals*, Vol. 1, No. 01, 2024, h. 11-24

khusus kepada penjual tertentu yang dapat merugikan penjual lain atau konsumen. Algoritma yang digunakan untuk menampilkan produk atau menentukan ranking juga harus dirancang dengan prinsip keadilan dan tidak bias.

Prinsip kejujuran dalam transaksi digital menuntut semua pihak untuk menyampaikan informasi yang benar, lengkap, dan tidak menyesatkan. Bagi penjual, kejujuran tercermin dalam deskripsi produk yang akurat, foto yang sesuai dengan kondisi sebenarnya, dan informasi layanan yang dapat dipercaya. Manipulasi foto, deskripsi yang berlebihan, atau penyembunyian cacat produk merupakan bentuk ketidakjujuran yang dilarang dalam Islam.

Kejujuran juga mencakup aspek kuantitatif seperti takaran, timbangan, dan ukuran. Dalam transaksi digital, hal ini berarti penjual harus memastikan bahwa barang yang dikirimkan sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan, baik dalam hal kuantitas maupun kualitas. Sistem quality control yang ketat dan komitmen terhadap standar kualitas merupakan manifestasi dari prinsip kejujuran dalam bisnis digital.

Pembeli juga memiliki kewajiban untuk bersikap jujur dalam memberikan informasi yang diperlukan untuk transaksi. Memberikan alamat pengiriman yang salah, informasi pembayaran yang tidak valid, atau melakukan klaim palsu terhadap produk yang telah diterima merupakan bentuk ketidakjujuran yang dapat merugikan penjual dan mengganggu ekosistem perdagangan digital secara keseluruhan.

Transparansi dalam transaksi digital memiliki makna yang sangat luas dan mencakup berbagai aspek informasi yang relevan dengan transaksi. Transparansi produk meliputi informasi lengkap tentang spesifikasi, asal-usul, cara produksi, kandungan, dan segala hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Konsumen memiliki hak untuk mengetahui semua informasi yang material sebelum membuat keputusan pembelian.

Transparansi harga tidak hanya mencakup harga barang itu sendiri, tetapi juga semua komponen biaya yang harus dibayar oleh konsumen. Biaya pengiriman, pajak, asuransi, biaya administrasi, dan biaya lainnya harus dijelaskan secara rinci sejak awal proses pembelian. Praktik menampilkan harga yang menarik namun menyembunyikan biaya tambahan hingga tahap akhir checkout bertentangan dengan prinsip transparansi.

Transparansi kebijakan mencakup syarat dan ketentuan, kebijakan pengembalian, garansi, layanan purna jual, dan mekanisme penyelesaian sengketa. Informasi ini harus mudah diakses, ditulis dalam bahasa yang dapat dipahami, dan tidak mengandung klausul yang merugikan konsumen secara tidak wajar. *Platform* digital memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa semua kebijakan yang berlaku dapat dipahami dengan jelas oleh pengguna.

Transparansi proses mencakup informasi tentang tahapan transaksi, status pemrosesan pesanan, jadwal pengiriman, dan berbagai milestone

penting dalam siklus transaksi. Sistem tracking yang real-time dan notifikasi yang informatif merupakan bentuk transparansi proses yang sangat dihargai oleh konsumen dan dapat meningkatkan kepercayaan terhadap *Platform* digital.

Pengaturan transaksi digital menurut hukum Islam bersumber pada Al-Quran dan Hadits yang memberikan pedoman dasar tentang jual beli. Dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 275 Allah SWT berfirman:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

"Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba."

Ayat ini menjadi landasan utama bahwa transaksi jual beli, termasuk yang dilakukan secara digital, pada dasarnya diperbolehkan selama tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang seperti riba, gharar, dan maysir. Rasulullah SAW juga memberikan pedoman tentang kejujuran dalam berdagang melalui sabdanya yang diriwayatkan oleh Imam Muslim: "Penjual dan pembeli boleh melakukan khiyar (pilihan untuk membatalkan jual beli) selama keduanya belum berpisah". Meskipun hadits ini berbicara tentang transaksi tatap muka, para ulama kontemporer seperti Yusuf Qardhawi berpendapat bahwa prinsip khiyar tetap berlaku dalam jual beli online dengan penyesuaian bahwa "berpisah" diartikan sebagai selesainya sesi transaksi digital atau konfirmasi pemesanan.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah mengeluarkan Fatwa Nomor 24/DSN-MUI/III/2017 tentang Jual Beli Online yang memberikan kejelasan hukum Islam terhadap transaksi digital. Fatwa ini menyebutkan bahwa jual

beli online diperbolehkan dengan syarat objek jual beli harus jelas, tidak mengandung gharar, dan ada kesepakatan antara penjual dan pembeli. Fatwa MUI juga mengatur bahwa penjual wajib menyampaikan informasi yang benar tentang barang yang dijual, termasuk kondisi, kualitas, dan spesifikasi barang. Hal ini sejalan dengan prinsip shiddiq (jujur) dalam ekonomi Islam yang mengharuskan pelaku usaha memberikan keterangan yang sebenarnya tentang produk yang ditawarkan.

Prinsip transparansi juga berlaku bagi *Platform* digital dalam menjelaskan cara kerja algoritma, kebijakan moderasi konten, dan mekanisme penentuan ranking produk. Meskipun detail teknis tidak perlu diungkapkan secara lengkap, prinsip-prinsip dasar dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan oleh sistem harus dapat dipahami oleh pengguna.

C. Dasar Hukum Pengaturan Transaksi Digital dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen

1. Landasan Yuridis Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan landasan yuridis utama dalam memberikan perlindungan kepada konsumen Indonesia, termasuk dalam transaksi digital. Keberadaan undang-undang ini tidak dapat dipisahkan dari dinamika perkembangan ekonomi Indonesia yang semakin terbuka dan berkembang pesat sejak era reformasi. Undang-undang ini lahir dari kesadaran bahwa dalam hubungan ekonomi, konsumen umumnya berada dalam posisi yang

lebih lemah dibandingkan dengan pelaku usaha, baik dari segi informasi, daya tawar, maupun sumber daya yang dimiliki.

Landasan konstitusional UUPK dapat ditelusuri dari amanat Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27 ayat (1), dan Pasal 33 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Pasal-pasal tersebut memberikan landasan bahwa negara memiliki kewajiban untuk melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, termasuk melindungi konsumen dari praktik bisnis yang merugikan. Selain itu, Pasal 28D ayat (1) UUD 1945 yang menjamin setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil juga menjadi dasar pentingnya perlindungan konsumen.

Filosofi dasar UUPK berlandaskan pada prinsip keseimbangan antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha. Undang-undang ini mengakui bahwa pasar bebas yang sehat memerlukan perlindungan terhadap pihak yang lebih lemah untuk mencegah terjadinya eksploitasi dan praktik bisnis yang tidak *fair*. Namun, perlindungan ini tidak dimaksudkan untuk merugikan pelaku usaha atau menghambat pertumbuhan ekonomi, melainkan justru untuk menciptakan iklim usaha yang sehat dan berkelanjutan.

Ruang lingkup UUPK sangat luas dan mencakup semua sektor ekonomi, baik barang maupun jasa, yang diperjualbelikan kepada konsumen. Dalam perkembangannya, ruang lingkup ini juga mencakup transaksi digital yang pada saat penyusunan undang-undang ini belum

berkembang seperti saat ini. Kemampuan UUPK untuk mengakomodasi perkembangan teknologi ini menunjukkan bahwa prinsip-prinsip yang terkandung dalam undang-undang ini bersifat universal dan dapat diterapkan pada berbagai bentuk transaksi.

Asas-asas yang terkandung dalam UUPK memberikan panduan fundamental dalam implementasinya. Asas manfaat mengharuskan bahwa segala upaya perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Dalam transaksi digital, asas ini berarti bahwa regulasi dan kebijakan yang dibuat harus mendorong inovasi dan efisiensi sambil tetap melindungi hak-hak konsumen.

Asas keadilan menuntut adanya kesempatan yang sama bagi konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan menjalankan kewajibannya secara adil. Implementasi asas keadilan dalam transaksi digital mencakup akses yang sama terhadap informasi, kesempatan yang sama untuk menggunakan mekanisme penyelesaian sengketa, dan perlakuan yang tidak diskriminatif dalam pemberian layanan.

Asas keseimbangan memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil maupun spiritual. Dalam era digital, keseimbangan ini menjadi semakin penting mengingat kompleksitas hubungan antar para pihak yang melibatkan teknologi tinggi dan sistem yang saling tergantung.

Asas keamanan dan keselamatan konsumen memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Dalam transaksi digital, asas ini mencakup keamanan data pribadi, keamanan sistem pembayaran, dan keamanan produk yang diperjualbelikan.

Asas kepastian hukum memberikan jaminan bahwa baik konsumen maupun pelaku usaha mematuhi hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum. Kepastian hukum dalam transaksi digital menjadi sangat penting mengingat sifatnya yang lintas batas dan melibatkan berbagai yurisdiksi.

Harmonisasi UUPK dengan peraturan perundang-undangan lainnya merupakan tantangan yang terus berkembang. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi, peraturan Bank Indonesia tentang sistem pembayaran, dan berbagai peraturan sektoral lainnya harus diharmonisasikan untuk memberikan perlindungan yang optimal kepada konsumen digital.

2. Hak dan Kewajiban Konsumen dalam Transaksi Digital

Hak konsumen yang diatur dalam UUPK memiliki relevansi yang sangat tinggi dalam transaksi digital, bahkan dengan urgensi yang lebih besar mengingat karakteristik transaksi digital yang rentan terhadap berbagai risiko. Hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur

mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa menjadi fondasi utama dalam transaksi digital karena konsumen tidak memiliki kesempatan untuk memeriksa barang secara fisik sebelum pembelian.

Implementasi hak informasi dalam transaksi digital menuntut penjual untuk memberikan deskripsi produk yang lengkap dan akurat. Informasi ini harus mencakup spesifikasi teknis, komposisi bahan, cara penggunaan, masa berlaku, kondisi penyimpanan, dan segala hal yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Foto produk harus mencerminkan kondisi sebenarnya tanpa manipulasi yang dapat menyesatkan konsumen.

Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan dalam transaksi digital didukung oleh berbagai fitur *Platform* digital seperti filter pencarian, perbandingan produk, dan sistem rekomendasi. Namun, hak ini juga menuntut adanya diversitas pilihan yang cukup dan tidak adanya praktik monopoli atau kartel yang dapat membatasi pilihan konsumen.

Platform digital memiliki peran penting dalam memfasilitasi hak konsumen untuk memilih dengan menyediakan informasi yang lengkap tentang berbagai alternatif produk, perbandingan harga, dan review dari konsumen lain. Algoritma rekomendasi yang digunakan harus dirancang untuk memberikan pilihan yang objektif dan tidak bias terhadap produk tertentu berdasarkan pertimbangan komersial semata.

Hak konsumen untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan dalam transaksi digital memerlukan mekanisme komunikasi yang efektif dan responsif. *Platform* digital harus menyediakan saluran komunikasi yang mudah diakses, seperti chat online, email, telepon, atau forum diskusi. Response time yang wajar dan solusi yang memuaskan menjadi indikator keberhasilan implementasi hak ini.

Sistem *rating* dan *review* yang tersedia di *Platform* digital merupakan manifestasi dari hak konsumen untuk menyampaikan pendapat. Namun, sistem ini harus dijaga integritasnya dari manipulasi *review* palsu atau pembatasan *review* negatif yang dapat menyesatkan konsumen lain. Transparansi dalam pengelolaan *review* dan adanya mekanisme verifikasi menjadi penting untuk menjaga kredibilitas sistem ini.

Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut dalam transaksi digital memerlukan adaptasi dengan karakteristik sengketa digital. Mekanisme penyelesaian sengketa online atau alternative dispute resolution menjadi pilihan yang efektif mengingat jarak geografis yang mungkin memisahkan para pihak.

Platform digital dapat berperan sebagai mediator dalam penyelesaian sengketa ringan antara penjual dan pembeli. Namun, untuk sengketa yang lebih besar atau tidak dapat diselesaikan melalui mediasi, konsumen harus memiliki akses terhadap mekanisme penyelesaian sengketa formal melalui lembaga yang berwenang.

Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya dalam transaksi digital memerlukan mekanisme yang jelas dan dapat diandalkan. Kebijakan pengembalian barang, pengembalian uang, atau penggantian produk harus dinyatakan dengan jelas dan mudah dipahami konsumen.

Implementasi hak kompensasi dalam transaksi digital juga harus mempertimbangkan biaya-biaya tambahan yang mungkin ditanggung konsumen, seperti biaya pengiriman untuk pengembalian barang. Alokasi risiko dan biaya ini harus adil dan tidak memberatkan konsumen secara berlebihan.

Kewajiban konsumen dalam transaksi digital mencakup membaca dan mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan. Dalam era digital, hal ini berarti konsumen berkewajiban memahami *terms of service*, *privacy policy*, dan berbagai ketentuan yang berlaku di *Platform* digital yang digunakan.

Pemahaman terhadap *terms of service* menjadi sangat penting karena dokumen ini mengatur hak dan kewajiban para pihak, mekanisme penyelesaian sengketa, dan berbagai ketentuan teknis penggunaan platform. Konsumen juga berkewajiban memahami *privacy policy* untuk mengetahui bagaimana data pribadi mereka dikumpulkan, diproses, dan digunakan oleh platform.

Kewajiban konsumen untuk beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa dalam transaksi digital mencakup memberikan informasi yang akurat tentang identitas, alamat pengiriman, dan metode pembayaran. Konsumen juga berkewajiban tidak menyalahgunakan fitur-fitur yang disediakan *platform*, seperti sistem review, komplain, atau pengembalian barang.

3. Kewajiban Pelaku Usaha dalam Transaksi Digital

Kewajiban pelaku usaha yang diatur dalam UUPK mengalami dimensi baru dan tantangan tambahan dalam era transaksi digital. Kewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan menjadi lebih menantang karena harus disampaikan melalui media digital yang memiliki keterbatasan dalam hal interaksi langsung.

Implementasi kewajiban informasi dalam transaksi digital menuntut pelaku usaha untuk menggunakan berbagai media dan format penyampaian informasi yang efektif. Deskripsi tekstual harus dilengkapi dengan foto atau video berkualitas tinggi yang dapat memberikan gambaran akurat tentang produk. Infografis, diagram, atau visualisasi lainnya dapat digunakan untuk menjelaskan spesifikasi teknis yang kompleks.

Pelaku usaha juga berkewajiban menyediakan informasi dalam format yang dapat diakses oleh konsumen dengan berbagai keterbatasan, seperti

konsumen dengan gangguan penglihatan atau pendengaran. Prinsip aksesibilitas digital harus diterapkan dalam penyediaan informasi produk untuk memastikan bahwa semua konsumen dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan.

Kewajiban untuk memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif dalam transaksi digital mencakup aspek yang lebih luas dibandingkan dengan transaksi konvensional. Pelaku usaha tidak boleh memberikan perlakuan yang berbeda kepada konsumen berdasarkan lokasi geografis, latar belakang sosial ekonomi, atau karakteristik demografis lainnya, kecuali ada justifikasi teknis atau hukum yang dapat diterima.

Sistem *customer service* yang responsif dan profesional menjadi manifestasi penting dari kewajiban pelayanan yang baik. Pelaku usaha harus menyediakan berbagai saluran komunikasi yang mudah diakses dan memberikan respons yang cepat dan memuaskan terhadap pertanyaan atau keluhan konsumen. Standar waktu respons dan kualitas penyelesaian masalah harus ditetapkan dan dikomunikasikan dengan jelas kepada konsumen.

Kewajiban untuk menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku dalam transaksi digital memerlukan sistem *quality control* yang lebih ketat. Ketidakmampuan konsumen untuk

memeriksa barang sebelum pembelian membuat jaminan mutu menjadi sangat krusial untuk menjaga kepercayaan konsumen.

Implementasi jaminan mutu dalam transaksi digital dapat dilakukan melalui sistem sertifikasi, standarisasi proses produksi, dan audit berkala. Pelaku usaha juga dapat bekerja sama dengan *Platform* digital untuk mengembangkan sistem verifikasi mutu yang dapat memberikan kepastian kepada konsumen tentang kualitas produk yang dijual.

Kewajiban untuk memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan dalam transaksi digital memerlukan adaptasi kreatif. Meskipun konsumen tidak dapat mencoba barang secara fisik sebelum pembelian, pelaku usaha dapat menyediakan alternatif seperti *sample gratis*, *trial period*, atau kebijakan pengembalian yang fleksibel.

Virtual try-on, *augmented reality*, atau teknologi simulasi lainnya dapat digunakan untuk memberikan pengalaman "mencoba" produk secara digital. Untuk produk *software* atau layanan digital, *free trial* atau *freemium* model dapat memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengevaluasi produk sebelum melakukan pembelian penuh.

Kebijakan garansi dan jaminan dalam transaksi digital harus dinyatakan dengan jelas dan mudah dipahami. Cakupan garansi, durasi, prosedur klaim, dan pihak yang bertanggung jawab harus dijelaskan secara detail. Sistem tracking garansi digital dapat memudahkan konsumen untuk

memantau status garansi produk mereka dan mengajukan klaim jika diperlukan.

Kewajiban untuk memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dipasarkan dalam transaksi digital memerlukan mekanisme yang cepat dan adil. Proses klaim harus sederhana dan tidak memberatkan konsumen, dengan dokumentasi yang minimal namun cukup untuk verifikasi.

Platform digital dapat memfasilitasi proses kompensasi dengan menyediakan sistem *escrow* atau *insurance* yang melindungi konsumen dari risiko kerugian. Mekanisme refund otomatis untuk kasus-kasus tertentu dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mengurangi beban administratif bagi pelaku usaha.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur secara tegas hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha dalam transaksi. Pasal 4 huruf a UU Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Hak ini berlaku juga untuk konsumen yang berbelanja secara online, dimana mereka berhak mendapatkan jaminan bahwa sistem pembayaran yang digunakan aman dan data pribadi mereka terlindungi. Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen mengatur kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya dan memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur

mengenai kondisi dan jaminan barang yang dijualnya. Kewajiban ini berarti penjual online tidak boleh menampilkan foto produk yang menyesatkan atau memberikan deskripsi yang tidak sesuai dengan kondisi barang sebenarnya.

UU Perlindungan Konsumen juga memberikan perlindungan melalui Pasal 19 yang mengatur tentang tanggung jawab pelaku usaha. Pasal ini menyatakan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan atau diperdagangkan. Ganti rugi dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan pemberian santunan. Pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi dalam tenggang waktu 7 hari setelah tanggal transaksi. Ketentuan ini sangat penting untuk melindungi pembeli online yang menerima barang rusak atau tidak sesuai pesanan. Sebagai pelengkap, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) juga memberikan perlindungan khusus untuk transaksi digital. Pasal 9 UU ITE mengatur bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar, termasuk identitas dan alamat pelaku usaha. Pelanggaran terhadap ketentuan ini dapat dikenakan sanksi sesuai Pasal 49 UU ITE berupa pidana penjara paling lama 6 tahun dan denda paling banyak 1 miliar rupiah.