



Analisis Hukum Islam terhadap Praktik Jual Beli Online yang Melanggar UUPK

(Studi Kasus pada Mahasiswa PPKn UNIMED sebagai Konsumen)

Aina Mulia Rizky^{1*}, Amalia Apriliani², Devi Syalwa Syahfitri³, Joya Urmila Lubis⁴

¹⁻⁴ Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Universitas Negeri Medan

*Penulis Korespondensi: ainamuliaarizky24@gmail.com¹

Abstract. *The development of digital technology has fueled the rise of online buying and selling practices through marketplaces and social media, including among students. This convenience is not without legal and ethical issues, such as misdescribed goods, fraud, and the weakening of consumers' position compared to businesses. This research uses a normative method with a qualitative approach through literature review, regulatory analysis, and interviews with UNIMED Civics students to examine consumer protection from the perspective of positive law and Islamic law. Theoretical studies indicate that Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection (UUPK) affirms consumers' rights to security, comfort, accurate information, and opens up opportunities, although its implementation remains hampered by low legal awareness. Meanwhile, muamalah jurisprudence affirms the validity of a sale and purchase contract if it meets the pillars and conditions, and upholds the values of honesty (sidq), justice ('adl), trustworthiness, and the prohibition of gharar and tadlis. The results of the study indicate that violations of online transactions not only violate the UUPK but also undermine Islamic business ethics. Therefore, the integration of Islamic law and positive law is necessary to strengthen digital consumer protection in a fair and beneficial manner.*

Keywords: *Consumer Protection; Digital Transactions; Islamic Law; Online Marketplace; Positive Law.*

Abstrak. Perkembangan teknologi digital telah mendorong maraknya praktik jual beli online melalui marketplace dan media sosial, termasuk di kalangan mahasiswa. Kemudahan ini tidak terlepas dari persoalan hukum dan etika, seperti barang tidak sesuai deskripsi, penipuan, serta lemahnya kedudukan konsumen dibandingkan pelaku usaha. Penelitian ini menggunakan metode normatif dengan pendekatan kualitatif melalui studi literatur, analisis peraturan, dan wawancara terhadap mahasiswa PPKn UNIMED untuk mengkaji perlindungan konsumen dalam perspektif hukum positif dan hukum Islam. Kajian teori menunjukkan bahwa Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menegaskan hak konsumen atas keamanan, kenyamanan, informasi yang benar, serta kompensasi, meski implementasinya masih terkendala rendahnya kesadaran hukum. Sementara itu, fiqh muamalah menegaskan keabsahan akad jual beli apabila memenuhi rukun dan syarat, serta menjunjung nilai kejujuran (sidq), keadilan ('adl), amanah, dan larangan gharar maupun tadlis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggaran transaksi daring tidak hanya bertentangan dengan UUPK, tetapi juga merusak etika bisnis Islam. Oleh karena itu, integrasi hukum Islam dan hukum positif diperlukan untuk memperkuat perlindungan konsumen digital secara adil dan berorientasi pada kemaslahatan.

Kata kunci: Hukum Islam; Hukum Positif; Marketplace Daring Perlindungan Konsumen; Transaksi Digital.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi di era digital telah membawa perubahan signifikan dalam sistem perdagangan, salah satunya melalui praktik jual beli online (*e-commerce*). Transaksi jual beli yang dulunya dilakukan secara langsung kini dapat berlangsung secara virtual melalui berbagai *platform digital* seperti *marketplace* dan media sosial. Fenomena ini memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh barang maupun jasa, termasuk bagi kalangan mahasiswa. Namun, di balik kemudahan tersebut, muncul pula berbagai permasalahan hukum dan etika, terutama yang berkaitan dengan pelanggaran hak-hak konsumen.

Mahasiswa Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (PPKn) Universitas Negeri Medan (UNIMED), sebagai kelompok yang aktif dalam kegiatan akademik dan sosial, juga tidak terlepas dari aktivitas jual beli online. Dalam praktiknya, banyak di antara mereka yang mengalami berbagai bentuk kekecewaan atau kerugian, seperti barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, keterlambatan pengiriman, barang cacat, hingga penipuan oleh penjual.

Permasalahan-permasalahan tersebut secara jelas melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang menegaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang atau jasa yang ditawarkan. UUPK memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang atau jasa, serta melarang pelaku usaha untuk membuat pernyataan yang menyesatkan. Ketentuan ini sangat relevan dengan transaksi jual beli online, di mana pelanggaran seperti barang tidak sesuai deskripsi, penipuan, keterlambatan pengiriman, atau cacat tersembunyi sering kali terjadi.

Namun demikian terdapat tantangan terkait efektivitas UUPK dalam konteks transaksi digital. penelitian (Rosida & Sulistyowati, 2021) menunjukkan bahwa implementasi UUPK sering terhambat oleh kurangnya kesadaran hukum konsumen, lemahnya transparansi dari sisi pelaku usaha, dan kurangnya kepastian hukum dalam transaksi digital.

Berdasarkan perspektif Hukum Islam, khususnya dalam kajian *fiqh muamalah*, praktik jual beli semacam ini juga tidak dapat dibenarkan. Prinsip jual beli dalam Islam harus memenuhi unsur akad (ijab qabul), kejelasan objek (*ma'qud 'alaihi*), kerelaan kedua belah pihak (*taradhi*). Ketika salah satu pihak dengan sengaja menyembunyikan cacat barang, memberikan informasi yang menyesatkan, atau melakukan penipuan (*gharar* dan *tadlis*), maka transaksi tersebut dianggap *fasid* (rusak) atau bahkan *batil*, karena tidak sesuai dengan prinsip kejujuran dan keadilan yang menjadi dasar muamalah.

Menurut (Mubarok, 2022) transaksi e-commerce hanya dapat dikategorikan halal apabila memenuhi unsur akad yang jelas, kejujuran informasi, dan tidak mengandung unsur *gharar* maupun *riba*. Menurut (Suruji et al., 2020) pelanggaran etika dalam jual beli online mencerminkan lemahnya penerapan prinsip kejujuran dan tanggung jawab dalam bisnis digital menurut hukum Islam. Selain itu (Janati et al., 2023) menekankan bahwa perlindungan konsumen dalam perspektif hukum ekonomi Islam bertujuan untuk mewujudkan keadilan dan kemaslahatan (*maslahah*) bagi seluruh pihak yang terlibat dalam transaksi. Hal ini menunjukkan adanya titik temu antara UUPK dan *fiqh muamalah*, di mana keduanya menekankan pentingnya kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam transaksi ekonomi.

Keselarasan antara UUPK dan prinsip *fiqh muamalah* juga dijelaskan oleh (Yuniar et al., 2021) yang menegaskan bahwa hukum positif dan hukum Islam memiliki tujuan yang sama, yakni menciptakan transaksi yang adil, transparan, dan berorientasi pada kemaslahatan. Oleh karena itu, pelanggaran terhadap UUPK tidak hanya bermakna pelanggaran terhadap hukum negara, tetapi juga pelanggaran terhadap etika dan norma Islam yang menjunjung tinggi tanggung jawab moral dalam bermuamalah.

Dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk dikaji lebih dalam bagaimana praktik jual beli online yang melanggar ketentuan UUPK juga dapat dipandang sebagai pelanggaran terhadap hukum Islam, terutama dari sisi etika transaksi dan keabsahan akad. Studi kasus pada mahasiswa PPKn UNIMED sebagai konsumen akan memberikan gambaran konkret mengenai tingkat pemahaman dan kesadaran hukum mereka, baik terhadap regulasi positif yang berlaku di Indonesia maupun terhadap norma-norma syariah yang mengatur muamalah.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu hukum, khususnya analisis perbandingan antara hukum positif dan hukum Islam dalam konteks perlindungan konsumen digital, serta meningkatkan kesadaran mahasiswa sebagai konsumen Muslim agar lebih kritis, dan cerdas, dalam melakukan transaksi jual beli online.

2. KAJIAN TEORITIS

Jual beli secara online dalam Islam dapat diartikan sebagai transaksi yang dilakukan melalui media digital, seperti marketplace atau media sosial, tanpa adanya pertemuan langsung antara pembeli dan penjual. (Huda, 2018) Bahwa transaksi daring tetap dianggap sah menurut hukum Islam selama memenuhi rukun dan syarat jual beli, yaitu adanya penjual dan pembeli, objek transaksi yang jelas, harga yang disepakati, serta ijab qabul. Islam menekankan transparansi dan kejujuran agar terhindar dari *gharar* (ketidakjelasan) dan *tadlis* (penipuan). Oleh karena itu, bentuk transaksi modern seperti *e-commerce* dapat dibenarkan sepanjang sesuai dengan prinsip dasar *fiqh muamalah*.

Dalam hukum positif, perlindungan konsumen sangat penting untuk memastikan kepastian hukum, keamanan, serta keadilan. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) mengatur hak-hak konsumen, seperti memperoleh informasi yang benar, barang sesuai dengan deskripsi, serta hak atas kompensasi apabila mengalami kerugian. (Rosida & Sulistyowati, 2021) menegaskan bahwa rendahnya kesadaran hukum konsumen, kurangnya transparansi dari pelaku usaha, serta keterbatasan mekanisme penyelesaian sengketa digital sering menjadi penyebab pelanggaran dalam transaksi daring. Sejalan dengan itu, (Rahmawati et al., 2025) menyatakan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya melindungi

kepentingan individu, tetapi juga menjaga keseimbangan hubungan antara pelaku usaha dan konsumen.

Kajian terbaru menegaskan hal serupa, (Nst Alfarizi & Imsar, 2025) menyatakan bahwa *fiqh muamalah* berfungsi sebagai pedoman agar transaksi digital tetap sah sepanjang memenuhi prinsip syariah, seperti keadilan, keterbukaan informasi, kejelasan barang, dan tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, maupun *riba*. Akad online yang dilakukan melalui klik setuju atau pembayaran transfer tetap dianggap sah selama ada kerelaan dan objek transaksi jelas. Namun, persoalan seperti barang tidak sesuai deskripsi, penipuan, atau wanprestasi masih sering terjadi, sehingga menegaskan perlunya penerapan prinsip amanah dan kejujuran dalam jual beli daring.

Dalam perspektif *fiqh muamalah*, transaksi jual beli (*al-bai'*) dinyatakan sah jika memenuhi rukun dan syarat yang ditetapkan. (Suruji et al., 2020) menegaskan bahwa pelanggaran etika dalam transaksi daring mencerminkan lemahnya penerapan prinsip kejujuran (*sidq*) dan keadilan (*'adl*). Kasus barang cacat tersembunyi, barang tidak sesuai deskripsi, hingga penipuan dapat menjadikan akad tidak sempurna atau bahkan batal (*fasid*). Menurut (Janati et al., 2023), perlindungan konsumen dalam hukum Islam tidak hanya menjaga kepentingan individu, tetapi juga bertujuan mencapai kemaslahatan (*maslahah*) dan mencegah kerugian (*mafsadah*).

Etika bisnis Islam berperan penting dalam memperkuat aturan muamalah karena menekankan nilai kejujuran, keadilan, amanah, dan tanggung jawab (*mas'uliyah*). (Janati et al., 2023)(Nurhayati, 2021) menekankan bahwa pelanggaran etika, seperti menyembunyikan cacat barang atau pemberian informasi palsu, melanggar UUPK sekaligus prinsip syariah. Hal ini diperkuat oleh (Purwanti & Pujawati, 2021), yang menemukan bahwa penjual online, khususnya di media sosial Instagram, belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam. Masih ada pedagang yang mengunggah foto produk tidak asli atau menyembunyikan kecacatan barang. Padahal prinsip etika bisnis Islam meliputi kesatuan (*tauhid*), keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kejujuran; jika diterapkan dengan baik, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta keberlangsungan usaha.

(Amalia, 2014) menambahkan bahwa integritas dalam etika bisnis Islam merupakan fondasi kepercayaan konsumen, dan hilangnya integritas akan merusak ekosistem perdagangan digital. Dengan demikian, etika bisnis Islam bukan sekadar pedoman moral, tetapi juga instrumen hukum syariah yang menghubungkan hukum positif dan hukum Islam. Kedua sistem hukum tersebut sama-sama menekankan perlindungan konsumen, kejujuran, serta keadilan dalam praktik transaksi modern.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan metode penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Kristiyanti, 2022). Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak dipandu oleh teori tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan. Oleh karena itu analisis data yang dilakukan bersifat induktif. Berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan dan kemudian dapat dikonstruksikan menjadi hipotesis atau teori (Abdussamad, 2022).

Dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang terbagi atas dua jenis yaitu data primer dan sekunder. Menurut (Sugiyono, 2013) yang menyatakan bahwa data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Adapun data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan melakukan wawancara secara langsung kepada mahasiswa PPKn Universitas Negeri Medan sebagai informan untuk menggali pengalaman dan pemahaman mereka mengenai praktik jual beli online yang melanggar UUPK dan prinsip fiqh muamalah. Selain data primer melalui wawancara, penelitian ini juga menggunakan data sekunder berupa literatur dari jurnal ilmiah dan peraturan perundang-undangan guna memperkuat analisis. Data Sekunder menurut (Sugiyono, 2013) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumentasi. Data jenis ini diperoleh penulis dari dokumen-dokumen usaha dan buku-buku literature yang memberikan informasi tentang masalah yang menyangkut dengan penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum

Berdasarkan hasil wawancara terhadap lima narasumber mahasiswa PPKn UNIMED, ditemukan bahwa praktik jual beli online masih sering menimbulkan pelanggaran terhadap hak-hak konsumen. Platform yang paling sering disebut antara lain Shopee, Tokopedia, Lazada, TikTok Shop, dan Instagram Shop, dengan jenis produk yang rawan meliputi *fashion*, elektronik, kosmetik, dan makanan.

Bentuk pelanggaran yang dialami mahasiswa antara lain barang tidak sesuai deskripsi, kualitas buruk, barang rusak, produk palsu, penjual tidak responsif, hingga barang tidak dikirim setelah pembayaran. Fenomena ini menggambarkan masih rendahnya kesadaran pelaku usaha terhadap tanggung jawab hukum sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

Dari sisi pengetahuan hukum, sebagian besar mahasiswa mengaku mengetahui keberadaan UUPK, namun pemahaman mereka masih bersifat umum dan belum mendalam. Mahasiswa lebih banyak menyelesaikan permasalahan melalui fitur pengaduan di *platform e-commerce*, dan jarang yang melanjutkan ke lembaga hukum formal seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau Pengadilan Negeri. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran hukum formal di kalangan mahasiswa masih perlu ditingkatkan.

Sementara itu, dari sudut pandang nilai-nilai Islam, seluruh narasumber menekankan bahwa ajaran Islam memiliki peranan penting dalam membentuk sikap konsumen yang bijak dan beretika. Nilai-nilai seperti kejujuran (*sidq*), amanah (dapat dipercaya), keadilan (*‘adl*), dan larangan penipuan (*gharar*) menjadi dasar bagi seseorang untuk bertransaksi dengan penuh tanggung jawab. Nilai-nilai ini mengingatkan mahasiswa agar tidak tergiur harga murah yang tidak masuk akal, serta bersikap hati-hati dalam memilih penjual maupun produk yang ditawarkan.

Jika ditinjau secara konseptual, hukum Islam dan hukum Indonesia (UUPK) memiliki tujuan yang sama, yakni melindungi hak-hak konsumen dan menciptakan transaksi yang adil dan berimbang. Namun, keduanya memiliki landasan dan pendekatan yang berbeda.

Dalam hukum Islam, prinsip transaksi didasarkan pada sumber hukum utama, yaitu Al-Qur'an, Hadis, *ijma'*, dan *qiyas*, dengan tujuan untuk mewujudkan maslahah (kebaikan umum) dan menghindari mafsadah (kerugian atau kezaliman). Islam menekankan bahwa jual beli harus dilakukan atas dasar kerelaan kedua belah pihak (*an-taradin*) sebagaimana tercantum dalam QS. An-Nisa ayat 29, serta menolak segala bentuk penipuan (*tadlis*) dan ketidakjelasan (*gharar*). Penjual dalam hukum Islam berkewajiban memberikan informasi yang jujur dan bertanggung jawab atas cacat atau kerusakan barang. Jika terjadi pelanggaran, penjual wajib mengganti rugi atau menerima pengembalian barang melalui prinsip *khiyar al-‘aib* (hak pembeli untuk mengembalikan barang cacat).

(Khatimah, 2022) Sementara itu, dalam hukum Indonesia, perlindungan terhadap konsumen diatur secara eksplisit dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). UUPK menegaskan bahwa konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan jasa, serta berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian. Pelaku usaha dilarang menipu, memberikan informasi yang salah, atau menyembunyikan cacat produk.

Perbedaan utama antara kedua sistem ini terletak pada sifat hukumnya. Hukum Islam lebih bersifat moral dan etis, menekankan tanggung jawab spiritual dan sosial dalam setiap transaksi. Pelanggaran terhadap konsumen dalam Islam dianggap tidak hanya merugikan manusia tetapi juga berdampak pada pertanggungjawaban di hadapan Allah SWT. Sebaliknya, UUPK bersifat positif dan formal, dengan mekanisme hukum yang jelas dan dapat ditegakkan secara administratif maupun pidana melalui lembaga negara. Namun, keduanya memiliki titik temu yang kuat, yaitu menolak segala bentuk penipuan, mengedepankan kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam aktivitas ekonomi. Hukum Islam dan UUPK sama-sama menuntut agar pelaku usaha bersikap transparan, tidak menzalimi konsumen, serta memberikan ganti rugi apabila terjadi kerugian. Dengan demikian, hukum Islam memberikan dimensi moral, sedangkan UUPK memberikan dimensi legal-formal dalam upaya perlindungan konsumen. Keduanya saling melengkapi dalam membentuk sistem perlindungan konsumen yang ideal.

Perbandingan Prosedur Penyelesaian Sengketa

(Christiana et al., 2024) Secara hukum Indonesia, transaksi jual beli online diakui sah menurut Pasal 1458 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), yang menyatakan bahwa jual beli dianggap terjadi apabila penjual dan pembeli telah sepakat mengenai barang dan harga. Walaupun demikian, sengketa atau perselisihan sering terjadi akibat wanprestasi atau pelanggaran perjanjian oleh salah satu pihak. Oleh karena itu, berbagai peraturan perundang-undangan hadir untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen. KUHPerdata menjadi dasar hukum utama dengan mengatur syarat sahnya perjanjian dalam Pasal 1313 dan 1320, yaitu adanya kesepakatan, kecakapan, objek tertentu, dan sebab yang halal. Kemudian, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan menegaskan kewajiban pelaku usaha dalam perdagangan elektronik untuk memberikan informasi yang benar serta larangan penggunaan data atau keterangan palsu. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) memperkuat perlindungan dengan menjamin hak-hak konsumen seperti hak atas keamanan, kenyamanan, informasi yang jujur, serta kompensasi jika barang atau jasa tidak sesuai dengan perjanjian. Sementara itu, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) memberikan perlindungan bersifat represif dengan sanksi pidana terhadap pelaku usaha yang menyalahgunakan informasi elektronik atau melakukan penipuan digital.

Dalam hal konsumen mengalami kerugian atau menjadi korban penipuan dalam transaksi online, terdapat beberapa tata cara pelaporan yang dapat ditempuh. Pertama, konsumen dapat menghubungi pelaku usaha atau *platform e-commerce* tempat transaksi dilakukan melalui fitur

pengaduan resmi yang disediakan untuk mediasi awal. Jika tidak ada penyelesaian, konsumen dapat melapor ke Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) di daerah masing-masing untuk penyelesaian sengketa di luar pengadilan. Selain itu, apabila terdapat unsur tindak pidana seperti penipuan atau penyalahgunaan data pribadi, laporan dapat diajukan ke Kepolisian Republik Indonesia (*unit siber/ cyber crime*) atau melalui situs patrolisiber.id milik Bareskrim Polri. Konsumen juga dapat menyampaikan aduan ke Kementerian Perdagangan melalui Direktorat Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga di situs simpktn.kemendag.go.id. Dengan adanya aturan dan mekanisme pelaporan tersebut, konsumen memiliki perlindungan hukum yang jelas serta sarana penyelesaian sengketa yang terstruktur. Peraturan perundang-undangan seperti KUHPdata, UUPK, UU Perdagangan, UU ITE, dan peraturan pemerintah terkait *e-commerce* memberikan dasar hukum yang kuat agar kegiatan jual beli online dapat berjalan dengan aman, adil, dan dapat dipertanggungjawabkan oleh semua pihak yang terlibat.

(Hidayaturohmah et al., 2023) Sementara itu, dalam hukum Islam (*fiqih muamalah*), penyelesaian sengketa jual beli menekankan pendekatan yang lebih damai dan bermoral. Langkah pertama adalah musyawarah antara penjual dan pembeli untuk mencapai kesepakatan (*islah*). Jika musyawarah tidak berhasil, maka pihak yang bersengketa dapat menunjuk hakam (penengah atau mediator) untuk melakukan tahkim (*arbitrase syariah*). Dalam konteks modern, tahkim dapat dilakukan melalui Lembaga Arbitrase Syariah Nasional (BASYARNAS) di bawah Majelis Ulama Indonesia (MUI). Apabila kasusnya melibatkan akad atau transaksi yang berbasis prinsip syariah, maka penyelesaian dapat dilanjutkan ke Pengadilan Agama.

Dengan demikian, prosedur dalam hukum Islam lebih mengutamakan perdamaian dan penyelesaian secara kekeluargaan, sedangkan hukum Indonesia menekankan kepastian hukum dan penyelesaian formal melalui lembaga negara. Meskipun berbeda pendekatan, keduanya sama-sama bertujuan untuk memulihkan keadilan dan melindungi hak-hak konsumen.

Analisis Umum

Hasil wawancara menunjukkan bahwa mahasiswa PPKn UNIMED telah memiliki kesadaran awal tentang pentingnya hak-hak konsumen dan nilai-nilai Islam dalam bertransaksi, namun belum sepenuhnya memahami prosedur hukum yang berlaku. Oleh karena itu, perlu adanya edukasi hukum konsumen dan penguatan nilai etika Islam agar mahasiswa tidak hanya memahami aspek hukum positif, tetapi juga aspek moral dan tanggung jawab sosial.

Integrasi antara hukum Islam dan hukum nasional menjadi penting untuk membentuk konsumen yang cerdas secara hukum, bijak secara moral, dan beretika dalam bermuamalah. Dengan mengaitkan keduanya, perlindungan konsumen dapat berjalan secara menyeluruh dan tidak hanya memberikan kepastian hukum, tetapi juga menumbuhkan kesadaran moral dalam setiap transaksi ekonomi digital.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik jual beli online yang tidak sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) berpotensi merugikan konsumen sekaligus melanggar prinsip-prinsip hukum Islam. Dalam hukum positif, pelanggaran tersebut tampak pada tindakan pelaku usaha yang memberikan informasi tidak benar, menipu, atau mengabaikan kewajiban terhadap hak-hak konsumen. Sementara dalam perspektif fiqh muamalah, tindakan demikian tergolong dalam unsur gharar (ketidakjelasan) dan tadlis (penipuan), yang dapat menyebabkan akad jual beli menjadi cacat atau batal. Berdasarkan temuan di lapangan, mahasiswa PPKn UNIMED masih memiliki pemahaman yang terbatas terhadap aspek hukum perlindungan konsumen, baik dari sisi regulasi nasional maupun nilai-nilai muamalah Islam. Oleh sebab itu, sinergi antara hukum Islam dan hukum positif perlu diperkuat untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang berkeadilan, bermoral, dan berorientasi pada kemaslahatan masyarakat.

Diperlukan peningkatan literasi hukum dan kesadaran etika bertransaksi bagi mahasiswa serta masyarakat umum agar lebih bijak dalam melakukan kegiatan jual beli online. Pemerintah bersama lembaga pendidikan perlu memperluas sosialisasi mengenai hak dan kewajiban konsumen, termasuk mekanisme penyelesaian sengketa baik melalui jalur hukum formal maupun lembaga non-litigasi seperti BPSK. Selain itu, pelaku usaha hendaknya menginternalisasi nilai-nilai etika bisnis Islam seperti kejujuran, amanah, tanggung jawab, dan keadilan dalam setiap transaksi digital. Integrasi antara prinsip hukum Islam dan ketentuan hukum nasional diharapkan mampu membentuk ekosistem perdagangan elektronik yang transparan, aman, serta memberikan perlindungan menyeluruh bagi seluruh pihak yang terlibat.

DAFTAR REFERENSI

- Abdussamad, Z. (2022). *Buku Metode Penelitian Kualitatif*. OSF. <https://doi.org/10.31219/osf.io/juwxn>
- Amalia, F. (2014). *Etika bisnis Islam: Konsep dan implementasi pada pelaku usaha kecil*. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 6(1). <https://doi.org/10.15408/aiq.v6i1.1373>
- Christiana, C., Fitri, W., & Silviani, N. Z. (2024). Studi komparasi hukum perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online antara Indonesia dengan Malaysia. *PAMALI: Pattimura Magister Law Review*, 4(3), 279–296. <https://doi.org/10.47268/pamali.v4i3.2311>
- Hidayaturohmah, L., Putri, M. E., Putri, T. R., & Sulistyowati. (2023). Penyelesaian sengketa dalam pasar modal syariah. *Iqtishodiah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(2), 46–62. <https://doi.org/10.62490/iqtishodiah.v5i2.480>
- Huda, M. (2018). *Transaksi jual beli online dalam perspektif fiqh muamalah*. *Jurnal Hukum Islam*.
- Janati, N., Afriyanti, D., & Melina, F. (2023). Perlindungan konsumen pada platform belanja online perspektif hukum ekonomi Islam. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 134–147. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).13839](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).13839)
- Khatimah, H. (2022, November). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online di aplikasi Lazada dan Shopee. *Lex Lata*, 4(3). <https://doi.org/10.28946/lexl.v4i3.1757>
- Kristiyanti, M. (2022). *Metode penelitian*. Penerbit Unimar-Amni. <https://penerbit.unimar-amni.ac.id/product/metode-penelitian/>
- Mubarok, M. M. (2022). E-commerce dalam perspektif hukum ekonomi syariah. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(8), 2493–2500. <https://doi.org/10.47492/jip.v2i8.1127>
- Nst Alfarizi, A., & Imsar, I. (2025). Analisis fiqh muamalah dalam transaksi jual beli online menurut perspektif hukum Islam dan syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, dan Pajak*. <https://ejournal.areai.or.id/index.php/JIEAP/article/view/1543>
- Nurhayati, S. (2021). *Etika bisnis Islam dalam praktik e-commerce*. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi Manajemen*.
- Purwanti, N., & Pujawati, A. (2021). Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi e-commerce. *Al-Mujaddid: Jurnal Ilmu-Ilmu Agama*, 3(1), 62–78. <https://doi.org/10.51482/al mujaddid.v3i1.45>
- Rahmawati, N., Amelia, A. P., Vanessa, A., Qabil, A. F., Septiani, N., Yonanda, I., Syifa, M., & Safitri, F. C. (2025). Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli online: Tinjauan implementasi Undang-Undang No. 1 Tahun 2024. *Jurnal Mediasi*, 4(1), 1–10.
- Rosida, I. I., & Sulistyowati, H. (2021). Implementasi perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli online berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Justicia Journal*, 10(2), 71–77.

- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suruji, R. S., Nisrina, D. N., Nurwahida, & Muh. Rifai. (2020). Perlindungan konsumen terhadap jual beli online: Suatu kajian UUPK, etika bisnis Islam, dan hukum Islam. *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(2), 98–109. <https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v5i2.452>
- Yuniar, A., Misbahuddin, M., Azizah, N., & Sari, N. N. (2021). Asas keadilan berekonomi dalam transaksi jual beli online. *Jurnal Iqtisaduna*, 7(2), 127–139. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v7i2.22152>