

Riwayat Artikel: Diterima: 15-05-2025, Disetujui: 18-06-2025, Diterbitkan: 25-06-2025

## Tinjauan Yuridis Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Syariah di Indonesia

Nova Puspita

Program Studi HES STAI Al-Fattah (STAIFA) Pacitan, Indonesia

Surel Korespondensi: [novapuspita@alfattah.ac.id](mailto:novapuspita@alfattah.ac.id)

### Abstrack

#### Keywords:

Consumer Protection;  
Sharia E-commerce;  
Islamic Economic Law;  
Positive Law.

*This study aims to analyze consumer protection in Sharia e-commerce transactions through a juridical study that integrates Indonesian positive law and Islamic legal principles. The development of Sharia-based digital commerce in Indonesia has not been accompanied by the presence of specific regulations governing transaction mechanisms, the validity of electronic contracts, or standards for protecting Muslim consumers. This normative legal research uses legislative, conceptual, and comparative approaches by examining the Consumer Protection Law, the Electronic Information and Transactions (ITE) Law, and the DSN-MUI Fatwa regarding e-commerce contracts. The results indicate that the positive legal framework is unable to provide comprehensive protection to consumers in Sharia e-commerce because it does not explicitly accommodate the characteristics of Islamic muamalah. Meanwhile, Sharia principles such as honesty (shidq), justice ('adl), and trustworthiness provide a strong normative foundation, but lack formal legally binding force. Thus, harmonization of positive law and Islamic law is an urgent need to create a fair, certain, and sharia-compliant consumer protection system in the digital ecosystem.*

### Abstrak

#### Kata Kunci:

Perlindungan Konsumen; E-commerce Syariah;  
Hukum Ekonomi Islam;  
Hukum Positif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce syariah melalui kajian yuridis yang mengintegrasikan hukum positif Indonesia dan prinsip-prinsip hukum Islam. Perkembangan perdagangan digital berbasis syariah di Indonesia tidak diikuti dengan hadirnya regulasi khusus yang mengatur mekanisme transaksi, keabsahan akad elektronik, maupun standar perlindungan konsumen muslim. Penelitian hukum normatif ini menggunakan pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan komparatif dengan mengkaji Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), serta Fatwa DSN-MUI terkait akad e-commerce. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kerangka hukum positif belum mampu memberikan perlindungan komprehensif kepada konsumen dalam e-commerce syariah karena tidak mengakomodasi karakteristik muamalah Islami secara eksplisit. Sementara itu, prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran (*shidq*), keadilan (*'adl*), dan amanah memberikan landasan normatif yang kuat, namun tidak memiliki kekuatan mengikat secara hukum formal. Dengan demikian, harmonisasi hukum positif dan hukum Islam menjadi kebutuhan mendesak untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang adil, pasti, dan sesuai nilai-nilai syariah dalam ekosistem digital.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era modern telah memberikan dampak signifikan terhadap perubahan pola interaksi sosial dan ekonomi masyarakat. Digitalisasi yang berlangsung cepat menciptakan inovasi dalam berbagai bidang, salah satunya sektor perdagangan. Pergeseran dari sistem transaksi konvensional menuju transaksi berbasis elektronik atau *electronic commerce (e-commerce)* kini menjadi fenomena global yang tidak dapat dihindari. Lestari (2021) menyebut bahwa “e-commerce telah menjadi bagian integral dalam dinamika perdagangan modern yang menawarkan efisiensi, kecepatan, dan efektivitas transaksi dibandingkan sistem konvensional”. Kondisi ini menjadikan e-commerce tidak hanya sebagai alternatif, tetapi telah menjadi arus utama (*mainstream*) dalam aktivitas perdagangan masyarakat Indonesia.

Meningkatnya penetrasi internet dan perangkat digital mendorong masyarakat untuk lebih aktif dalam melakukan transaksi secara daring. Fenomena ini turut diikuti oleh masyarakat muslim yang menuntut agar aktivitas ekonomi yang dilakukan tetap berada dalam koridor syariah. Kesadaran tersebut mendorong lahirnya platform *e-commerce syariah*, yaitu model perdagangan digital yang mengintegrasikan teknologi dengan prinsip-prinsip muamalah Islam seperti kejujuran (*shidq*), keadilan (*‘adl*), keterbukaan (*tabligh*), dan amanah (Huda, 2018). Menurut Huda (2018:44), “setiap bentuk akad dan transaksi dalam Islam harus dipenuhi syarat dan rukunnya, serta terbebas dari unsur yang mengandung gharar, riba, dan tadlis”.

Meskipun idealnya e-commerce syariah mampu menawarkan transaksi yang lebih etis dan transparan, realitas empiris menunjukkan adanya berbagai masalah yang masih sering terjadi. Konsumen kerap menghadapi penipuan, ketidaksesuaian barang, ketidakjelasan akad, keterlambatan pengiriman, serta tidak adanya kepastian mengenai kehalalan produk yang ditawarkan. Rosyadi (2019) mengemukakan bahwa pelanggaran terhadap prinsip muamalah dalam perdagangan digital merupakan salah satu persoalan paling krusial karena “ketidakjelasan akad dan informasi sering kali menimbulkan praktik yang mendekati gharar dan tadlis”. Hal ini mengindikasikan bahwa keberadaan label “syariah” pada platform e-commerce belum sepenuhnya menjamin bahwa seluruh transaksi yang berlangsung telah memenuhi prinsip hukum Islam.

Dalam konteks hukum positif, Indonesia telah memiliki instrumen hukum yang mengatur perlindungan konsumen, yakni Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Undang-undang ini memberikan jaminan atas hak-hak dasar konsumen, seperti hak atas keamanan, kenyamanan, dan informasi yang benar mengenai suatu produk. Selain itu, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) beserta perubahannya mengatur lebih lanjut aktivitas transaksi digital. Nugroho (2020) menegaskan bahwa “UU ITE merupakan landasan yuridis utama bagi pelaku usaha dalam menyediakan informasi yang benar, lengkap, dan akurat terkait produk atau jasa yang ditawarkan secara elektronik.”

Namun demikian, kedua regulasi tersebut masih bersifat umum dan belum mengatur secara eksplisit mekanisme transaksi berbasis syariah. Tidak terdapat aturan

yang secara khusus mengakomodasi prinsip-prinsip syariah sebagai dasar perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik. Akibatnya, ketika terjadi sengketa antara pelaku usaha dan konsumen muslim, hukum positif tidak memberikan ruang pengaturan yang jelas mengenai penerapan prinsip-prinsip muamalah Islam. Kondisi ini sering kali menimbulkan *legal vacuum* atau kekosongan hukum dalam penyelesaian kasus yang berkaitan dengan transaksi e-commerce syariah (Hasibuan, 2017).

Pada sisi yang lain, hukum Islam memiliki seperangkat prinsip yang secara komprehensif mengatur hubungan sosial ekonomi untuk melindungi hak-hak konsumen. Islam melarang segala bentuk penipuan (*tadlis*), ketidakjelasan dalam objek akad (*gharar*), serta praktik perdagangan yang menimbulkan kerugian salah satu pihak. Huda (2018) menyatakan bahwa “perlindungan konsumen merupakan bagian dari tujuan syariah untuk menjaga harta (*hifdz al-mal*) agar terhindar dari praktik yang merugikan”. Dengan demikian, prinsip syariah sejatinya telah menyediakan kerangka normatif untuk memastikan transaksi yang adil, transparan, dan aman bagi konsumen.

Fatwa DSN-MUI No. 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad dalam Transaksi E-Commerce mempertegas pentingnya kejelasan akad, kehalalan objek transaksi, serta larangan praktik penipuan dalam transaksi digital. Namun fatwa tersebut belum memiliki kekuatan mengikat dalam sistem hukum positif karena tidak dijadikan rujukan formal dalam regulasi nasional. Padahal menurut Ma'sum (2016), “harmonisasi antara hukum nasional dan prinsip hukum Islam sangat diperlukan dalam membangun sistem ekonomi syariah yang kokoh dan berkeadilan”.

Kesenjangan antara hukum positif dan hukum Islam inilah yang menjadi persoalan sentral dalam perlindungan konsumen pada transaksi e-commerce syariah. Di satu sisi, konsumen membutuhkan kepastian hukum yang melindungi mereka dari praktik curang; sementara di sisi lain, pelaku usaha syariah memerlukan pedoman regulatif yang jelas dalam menjalankan usaha berbasis syariah. Kekosongan regulasi khusus mengenai e-commerce syariah dapat berpotensi melemahkan perlindungan konsumen muslim dan menghambat perkembangan ekonomi digital berbasis syariah di Indonesia.

Berdasarkan uraian tersebut, kajian yuridis terkait perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce syariah menjadi sangat penting. Kajian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi akademik dan praktis dalam bentuk analisis mendalam terhadap regulasi yang berlaku, identifikasi celah hukum, serta rumusan rekomendasi penguatan regulasi yang selaras dengan prinsip-prinsip syariah dan kebutuhan konsumen muslim. Dengan demikian, penelitian ini berupaya mengharmonisasikan hukum positif dan hukum Islam dalam rangka mewujudkan sistem perlindungan konsumen yang lebih komprehensif, adil, dan berkelanjutan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif atau doktrinal, yaitu penelitian yang berfokus pada kajian terhadap norma hukum yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan serta asas-asas hukum yang berkembang dalam doktrin dan literatur.

Penelitian hukum normatif digunakan karena tujuan kajian ini adalah menganalisis kesesuaian dan kecukupan regulasi positif terkait perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce syariah, serta membandingkannya dengan prinsip-prinsip muamalah dalam hukum Islam (Hasibuan, 2017; Ma'sum, 2016). Sebagaimana ditegaskan oleh Soerjono Soekanto (1986), penelitian hukum normatif dilakukan melalui pendekatan terhadap bahan hukum kepustakaan, sehingga relevan untuk mengkaji harmonisasi antara hukum positif dan hukum Islam.

Pendekatan penelitian yang digunakan meliputi tiga jenis pendekatan utama. Pertama, *Statute Approach* atau pendekatan perundang-undangan, yaitu kajian terhadap regulasi terkait perlindungan konsumen dan transaksi elektronik, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya, serta ketentuan turunannya. Pendekatan ini penting karena perlindungan konsumen e-commerce syariah tetap berlandaskan pada hukum positif sebagai kerangka regulatif nasional (Nugroho, 2020). Selain itu, fatwa DSN-MUI terkait muamalah dan transaksi digital, khususnya Fatwa No. 112/DSN-MUI/IX/2017, juga menjadi rujukan normatif karena memuat prinsip akad syariah dalam transaksi elektronik (Huda, 2018).

Kedua, *Conceptual Approach*, yaitu pendekatan yang digunakan untuk menganalisis konsep-konsep dasar perlindungan konsumen, prinsip-prinsip muamalah, serta nilai-nilai syariah seperti keadilan (*'adl*), kejujuran (*shidq*), keterbukaan (*tabligh*), dan amanah. Pendekatan ini diperlukan untuk mengidentifikasi relevansi teori muamalah dalam konteks transaksi digital modern dan untuk menilai bagaimana prinsip syariah dapat diintegrasikan ke dalam mekanisme perlindungan konsumen digital (Rosyadi, 2019).

Ketiga, *Comparative Approach*, yaitu pendekatan yang digunakan untuk membandingkan prinsip perlindungan konsumen dalam hukum positif Indonesia dengan prinsip perlindungan konsumen dalam hukum Islam. Pendekatan ini penting untuk menilai titik temu dan perbedaan antara kedua sistem hukum, sehingga dapat dirumuskan model perlindungan konsumen yang lebih komprehensif di bidang e-commerce syariah (Lestari, 2021).

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh melalui studi kepustakaan (*library research*). Bahan hukum primer terdiri atas peraturan perundang-undangan, fatwa DSN-MUI, serta kitab fikih kontemporer yang relevan dengan transaksi muamalah (Huda, 2018). Bahan hukum sekunder berupa literatur ilmiah seperti buku teks, jurnal hukum, artikel akademik, serta karya ilmiah yang membahas perlindungan konsumen dan transaksi elektronik (Hasibuan, 2017; Lestari, 2021). Adapun bahan hukum tersier meliputi kamus hukum, ensiklopedia hukum, serta dokumen pendukung lainnya.

Analisis data dilakukan melalui metode analisis deskriptif-kualitatif, yaitu dengan mengidentifikasi norma dalam hukum positif dan prinsip muamalah, mendeskripsikan penerapannya dalam transaksi e-commerce syariah, kemudian mengevaluasi kesesuaiannya. Tahapan analisis dilakukan secara sistematis melalui proses reduksi data, pengorganisasian bahan hukum, dan penarikan kesimpulan berbasis argumentasi hukum (Soekanto, 1986).

Analisis ini memungkinkan penulis untuk mengkaji kekuatan, kelemahan, serta kebutuhan harmonisasi regulasi e-commerce syariah dalam sistem hukum nasional. Karena penelitian ini bersifat normatif, maka tidak memerlukan lokasi penelitian secara fisik. Sumber data diperoleh dari perpustakaan universitas, repositori ilmiah daring, basis data jurnal hukum dan ekonomi Islam, serta dokumen resmi digital seperti MUI dan OJK. Waktu penelitian disesuaikan dengan kebutuhan proses penelusuran data dan penulisan artikel.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Positif Indonesia**

Perlindungan konsumen di Indonesia secara prinsip telah memperoleh landasan yuridis yang kuat melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Undang-undang ini menetapkan hak-hak dasar konsumen, termasuk hak atas keamanan, kenyamanan, keselamatan, serta hak memperoleh informasi yang benar dan bertanggung jawab (UU 8/1999, Pasal 4). Menurut Hasibuan (2017), keberadaan UUPK menjadi tonggak penting karena memberikan standar minimum kewajiban pelaku usaha untuk bertindak jujur, transparan, dan tidak merugikan konsumen.

Pada sektor transaksi digital, perlindungan konsumen diperkuat melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) beserta perubahannya dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. UU ITE mengatur kewajiban pelaku usaha untuk menyediakan informasi yang benar, lengkap, dan akurat mengenai barang dan jasa dalam transaksi berbasis sistem elektronik (UU ITE Pasal 9). Nugroho (2020) menegaskan bahwa transparansi merupakan elemen utama dalam transaksi elektronik guna mencegah terjadinya kecurangan atau penyebaran informasi menyesatkan.

Meskipun demikian, sistem hukum positif Indonesia belum mengatur secara spesifik mengenai praktik *e-commerce* berbasis syariah. Ketidadaan ketentuan khusus yang menjelaskan bagaimana prinsip syariah harus diterapkan dalam transaksi digital menimbulkan kekosongan hukum (*legal vacuum*). Hal ini membuat konsumen muslim mengalami kesulitan saat mencari perlindungan hukum apabila terjadi pelanggaran yang berkaitan dengan aspek kehalalan produk, keabsahan akad, ataupun mekanisme transaksi yang tidak sesuai dengan prinsip muamalah (Rosyadi, 2019).

Keterbatasan ini menjadi persoalan krusial mengingat meningkatnya penggunaan platform *e-commerce syariah* yang mengklaim beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Tanpa kerangka hukum yang jelas, konsumen berpotensi menjadi pihak yang paling dirugikan ketika terjadi sengketa karena tidak adanya standar khusus yang dapat dijadikan dasar penyelesaian hukum. Oleh karena itu, kerangka perlindungan hukum positif bagi konsumen e-commerce syariah masih perlu diperkuat dan disesuaikan dengan karakteristik transaksi berbasis nilai-nilai keislaman.

### **Prinsip-Prinsip Syariah dalam Melindungi Konsumen E-Commerce**

Pada perspektif hukum Islam, perlindungan konsumen merupakan bagian integral dari etika muamalah yang bertujuan menciptakan keadilan (*'adl*), transparansi (*tabligh*),

serta kejujuran (*shidq*) dalam transaksi. Huda (2018) menekankan bahwa hukum Islam sangat menolak praktik ketidakjelasan (*gharar*), penipuan (*tadlis*), dan pengambilan keuntungan yang tidak proporsional. Oleh karena itu, transaksi digital dalam konteks syariah harus mampu meminimalkan risiko ketidakpastian, manipulasi informasi, dan eksploitasi konsumen.

Beberapa prinsip penting yang menjadi dasar perlindungan konsumen syariah adalah:

1. *Shidq* (Kejujuran)

Pelaku usaha wajib memberi informasi yang benar tentang kualitas, kuantitas, harga, dan kondisi barang. Penipuan informasi merupakan pelanggaran syariah dan melanggar UUPK.

2. *'Adl* (Keadilan)

Transaksi harus dilakukan tanpa merugikan salah satu pihak. Keadilan mencakup kesetaraan hak dan kewajiban pelaku dan konsumen.

3. Amanah (Tanggung Jawab)

Pelaku usaha bertanggung jawab jika produk tidak sesuai deskripsi. Prinsip amanah mengharuskan pemenuhan janji (misalnya pengiriman tepat waktu).

4. Larangan *Gharar* dan *Tadlis*

Ketidakjelasan objek, harga, ataupun status produk haram dilarang. Ma'sum (2016) menyatakan bahwa *gharar* dan *tadlis* menjadi penyebab utama ketidakadilan ekonomi.

Fatwa DSN-MUI No. 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad dalam Transaksi *E-Commerce* memberikan pedoman penting mengenai keabsahan akad elektronik, khususnya terkait kejelasan objek, harga, serta syarat-syarat transaksi yang harus dipenuhi dalam perspektif syariah. Fatwa ini menegaskan bahwa setiap transaksi digital wajib memenuhi rukun dan syarat akad yang sah, termasuk adanya *ijab qabul*, transparansi informasi, serta larangan terhadap unsur *gharar* dan *tadlis*. Meskipun demikian, fatwa tersebut belum memiliki kekuatan mengikat secara yuridis dalam sistem hukum positif Indonesia. Ketidakadanya kekuatan regulatif ini menyebabkan implementasinya sangat bergantung pada kesadaran pelaku usaha dan belum dapat dijadikan standar operasional yang wajib dipatuhi seluruh platform *e-commerce* syariah.

Dengan demikian, prinsip-prinsip muamalah Islam sebenarnya telah menyediakan kerangka etik dan normatif yang kuat untuk melindungi konsumen dalam transaksi digital. Nilai-nilai seperti *shidq* (kejujuran), *'adl* (keadilan), *amanah* (tanggung jawab), serta transparansi informasi memberikan landasan moral untuk menciptakan transaksi yang adil dan bebas dari praktik merugikan. Namun, tanpa integrasi formal dengan hukum positif, perlindungan konsumen berbasis syariah masih bersifat konseptual dan belum dapat diterapkan secara optimal dalam industri *e-commerce* syariah. Oleh karena itu, diperlukan harmonisasi antara fatwa syariah dan regulasi nasional agar perlindungan konsumen dapat berjalan efektif, memiliki kepastian hukum, dan mampu menjawab kompleksitas transaksi digital masa kini.

## **Integrasi Hukum Positif dan Hukum Islam dalam E-Commerce Syariah**

Tantangan terbesar dalam mewujudkan e-commerce syariah yang menyeimbangkan nilai-nilai Islam dan hukum nasional adalah belum adanya regulasi khusus yang mengintegrasikan kedua sistem hukum tersebut. Rosyadi (2019) mengungkapkan bahwa tumpang tindih antara hukum positif dan syariah menyebabkan ketidakpastian bagi konsumen, khususnya ketika sengketa terjadi pada aspek yang terkait kehalalan produk, prosedur akad, atau pembiayaan syariah.

Pada praktiknya, beberapa platform e-commerce syariah telah menerapkan akad murabahah, salam, atau ijarah, serta menggunakan kanal pembayaran syariah. Namun, tanpa standar nasional yang mengikat, penerapan ini bersifat sukarela dan tidak memiliki kekuatan hukum. Lestari (2021) menekankan bahwa standar operasional industri halal harus ditopang regulasi formal agar dapat melindungi konsumen secara merata.

Integrasi hukum dapat dilakukan melalui:

1. **Pembentukan Peraturan Khusus E-Commerce Syariah**  
Peraturan ini harus memuat ketentuan mengenai akad, transaksi, pengawasan syariah, serta mekanisme penyelesaian sengketa berbasis syariah.
2. **Penguatan Lembaga Pengawas Syariah Digital**  
MUI dan OJK Syariah dapat diberi kewenangan khusus dalam mengawasi dan mensertifikasi platform e-commerce syariah.
3. **Penyelarasan UUPK dan UITE dengan Prinsip Syariah**  
Penyesuaian dilakukan terutama pada aspek kejelasan akad, transparansi produk halal, dan larangan gharar.
4. **Penyelesaian Sengketa Berbasis Syariah**  
Lembaga arbitrase syariah harus diberi akses hukum yang setara dengan BPSK dan peradilan umum.

Dengan demikian, harmonisasi antara hukum Islam dan hukum positif merupakan langkah strategis untuk membangun sistem perlindungan konsumen *e-commerce* syariah yang komprehensif, adil, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Integrasi ini diperlukan karena prinsip-prinsip syariah seperti *shidq*, *'adl*, *amanah*, dan larangan *gharar* hanya dapat memberikan perlindungan efektif apabila diterjemahkan ke dalam norma-norma hukum yang bersifat mengikat secara negara. Dalam konteks praktik, keberadaan regulasi nasional yang secara eksplisit mengakomodasi prinsip-prinsip muamalah tidak hanya akan memperkuat kepastian hukum bagi konsumen, tetapi juga memberikan pedoman operasional yang jelas bagi pelaku usaha syariah dalam menjalankan transaksi digital. Lebih jauh, harmonisasi ini akan memperkuat mekanisme pengawasan, penyelesaian sengketa, serta standarisasi akad syariah dalam ranah *online marketplace*, sehingga tercipta ekosistem perdagangan digital yang tidak hanya halal secara substansi, tetapi juga tertib dan akuntabel secara hukum negara. Dengan kerangka hukum yang demikian, perlindungan konsumen dapat terlaksana secara menyeluruh, baik dari aspek keagamaan maupun legal-formal, sehingga meningkatkan kepercayaan publik terhadap praktik *e-commerce* syariah di Indonesia.



## Contoh Kasus dan Relevansi dengan Sistem Perlindungan Konsumen

Sejumlah kasus di Indonesia menunjukkan bahwa lemahnya regulasi terkait *e-commerce syariah* memiliki dampak langsung terhadap keamanan dan kepastian hukum bagi konsumen. Beberapa platform yang mengklaim sebagai “marketplace halal” ternyata menjual produk tanpa sertifikasi halal, bahkan menjalankan model pemasaran seperti sistem *dropship* tanpa kejelasan akad. Ketidakjelasan tersebut bukan hanya melanggar prinsip transparansi, tetapi juga mengandung potensi *gharar* dan *tadlis*, sebagaimana dijelaskan Muhtarom (2018), yang menegaskan bahwa setiap transaksi yang mengandung unsur penipuan atau ketidakjelasan dapat membatalkan keabsahan akad dalam perspektif fikih muamalah.

Fenomena ini menunjukkan bahwa regulasi *e-commerce syariah* di Indonesia masih belum memadai untuk menjamin perlindungan konsumen muslim. Ketidadaan aturan khusus yang mengatur standar operasional berbasis syariah menyebabkan konsumen mengalami kesulitan untuk menuntut hak mereka ketika terjadi pelanggaran akad atau ketidaksesuaian produk. Di sisi lain, pelaku usaha yang beroperasi di sektor *e-commerce syariah* juga tidak memiliki pedoman teknis yang baku, sehingga implementasi prinsip syariah dalam transaksi digital menjadi beragam dan tidak terstandar.

Selain itu, mekanisme pengawasan syariah yang diterapkan dalam berbagai platform digital masih bersifat normatif dan belum memiliki kekuatan mengikat secara hukum. Meskipun Fatwa DSN-MUI telah memberikan panduan mengenai akad dalam transaksi digital, pedoman tersebut belum dijadikan dasar dalam regulasi negara, sehingga tidak dapat digunakan secara efektif sebagai alat penegakan hukum. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan antara kebutuhan konsumen untuk mendapatkan transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah dan instrumen hukum yang tersedia di tingkat nasional.

Dengan demikian, kasus-kasus tersebut menegaskan urgensi integrasi regulasi syariah dengan hukum positif sebagai langkah strategis untuk memperkuat perlindungan konsumen dalam ekosistem digital berbasis syariah. Harmonisasi regulasi diperlukan agar konsumen mendapatkan kepastian hukum, pelaku usaha memiliki standar operasional yang jelas, dan sistem pengawasan syariah dapat dilaksanakan secara efektif. Upaya ini penting untuk memastikan bahwa perkembangan *e-commerce syariah* tidak hanya maju secara teknologi, tetapi juga selaras dengan prinsip-prinsip syariah dan kebutuhan hukum masyarakat muslim Indonesia.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian yuridis dan analisis terhadap regulasi yang berlaku, penelitian ini menyimpulkan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce syariah* di Indonesia belum terlaksana secara optimal. Secara normatif, hukum positif telah menyediakan landasan melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Namun, kedua regulasi tersebut masih bersifat umum dan belum secara spesifik mengatur karakteristik transaksi digital berbasis prinsip syariah. Akibatnya,



konsumen muslim menghadapi ketidakpastian hukum, terutama ketika terjadi persoalan terkait kehalalan produk, kejelasan akad, dan mekanisme transaksi yang sesuai syariah.

Hukum Islam telah menawarkan kerangka perlindungan konsumen yang kuat melalui prinsip *shidq*, *'adl*, *amanah*, serta larangan *gharar* dan *tadlis*. Fatwa DSN-MUI No. 112/DSN-MUI/IX/2017 juga memberikan pedoman penting terkait keabsahan akad dalam transaksi elektronik. Namun, ketiadaan kekuatan mengikat dari fatwa tersebut dalam sistem hukum nasional membuat penerapannya bergantung pada kesadaran dan komitmen pelaku usaha, sehingga tidak mampu menjamin perlindungan yang seragam bagi konsumen.

Harmonisasi antara hukum positif dan hukum Islam merupakan kebutuhan mendesak untuk mewujudkan sistem perlindungan konsumen *e-commerce syariah* yang komprehensif, adil, terstandar, dan sesuai dengan karakteristik masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim. Integrasi tersebut perlu diwujudkan melalui penyusunan regulasi khusus, penguatan peran lembaga fatwa dan otoritas pengawasan, serta peningkatan literasi hukum syariah bagi pelaku usaha dan konsumen. Upaya ini diharapkan dapat menghasilkan sistem transaksi digital yang tidak hanya aman dan transparan, tetapi juga selaras dengan prinsip muamalah Islam.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). (2017). *Fatwa DSN-MUI No. 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad dalam Transaksi E-Commerce*. Jakarta: MUI.
- DSN-MUI. (2017). *Fatwa No. 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad dalam Transaksi E-Commerce*. Jakarta: Dewan Syariah Nasional MUI.
- Hasibuan, Muslim. (2017). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Huda, Nurul. (2018). *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Lestari, Sri. (2021). *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Era Digital*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ma'sum, Zezen Zaenal. (2016). *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*. Bandung: Refika Aditama.
- Nugroho, R. (2020). *Hukum Transaksi Elektronik: Perlindungan Konsumen dalam Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Rosyadi, Slamet. (2019). *Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam dan Hukum Nasional*. Malang: UIN Maliki Press.
- Soekanto, Soerjono. (1986). *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press.