

## Ijtihad Kontemporer terhadap Problematika Hukum Islam di Era Digital

**Abdul Rokhim**

Universitas Islam Negeri Kiai Haji Ahmad Shiddiq, Jember, Indonesia

Email: [abdulrokhim27@gmail.com](mailto:abdulrokhim27@gmail.com)

Received: November 22, 2025. Accepted: Desember 29, 2025. Published: January 10, 2026

### ABSTRACT

The digital era has fundamentally reconstructed the economic transaction landscape, creating a new paradigm that offers efficiency but also complexity of risk. In Indonesia, exponential digital economic growth has not been matched by an adequate normative and operational consumer protection framework. This research argues that Islamic law, with its universal principles and elasticity, offers substantive and ethical solutions that can fill this gap. Through a normative-qualitative research approach integrating classical-contemporary fiqh al-mu'amalat analysis, maqāṣid al-shari‘ah approach, and positive regulatory studies, this research concludes that basic principles such as ḥisq (honesty), amanah (trustworthiness), and tarāḍī (mutual consent) must be the ethical foundation for all digital platforms. This research specifically develops a "Smart Khiyār" model as an adaptation of the right of cancellation (khiyār) in the digital ecosystem, and emphasizes the platform's responsibility as a ẓāmin jāmi‘ (aggregate guarantor) based on the concept of ḍamān al-majlis. The main findings show that a maqāṣid-based approach—particularly the protection of property (ḥifż al-māl), intellect (ḥifż al-‘aql), and dignity (ḥifż al-‘ird) through personal data—can align business and consumer interests. The contribution of this study is an integrative framework that can be adopted by regulators, businesses, and society to build a fair, transparent, and God-conscious digital ecosystem.

Keywords: Digital Consumer Protection, Contemporary Fiqh Muamalah, Maqāṣid al-Shari‘ah, Digital Khiyār, Platform ḍamān.

### ABSTRAK

Era digital telah merekonstruksi lanskap transaksi ekonomi secara fundamental, menciptakan paradigma baru yang menawarkan efisiensi namun sekaligus kompleksitas risiko. Di Indonesia, pertumbuhan ekonomi digital yang eksponensial tidak diimbangi dengan kerangka perlindungan konsumen yang memadai secara normatif dan operasional. Penelitian ini berargumen bahwa hukum Islam, dengan prinsip universal dan elastisitasnya, menawarkan solusi substantif dan etis yang dapat mengisi kekosongan tersebut. Melalui pendekatan penelitian normatif-kualitatif yang mengintegrasikan analisis fikih muamalah klasik-kontemporer, pendekatan maqāṣid al-shari‘ah, dan kajian regulasi positif, penelitian ini menyimpulkan bahwa prinsip dasar seperti ḥisq (kejujuran), amanah (dapat dipercaya), dan tarāḍī (kerelaan) harus menjadi fondasi etis bagi semua platform digital. Penelitian ini secara spesifik mengembangkan model "Smart Khiyār" sebagai adaptasi hak pembatalan (khiyār) dalam ekosistem digital, serta menekankan tanggung jawab platform sebagai ẓāmin jāmi‘ (penjamin agregat) berdasarkan konsep ḍamān al-majlis. Temuan utama menunjukkan bahwa pendekatan berbasis maqāṣid—khususnya perlindungan harta (ḥifż al-māl), akal (ḥifż al-‘aql), dan kehormatan (ḥifż al-‘ird) melalui data pribadi—dapat menyelaraskan kepentingan bisnis dan konsumen. Kontribusi kajian ini adalah kerangka integratif yang dapat diadopsi oleh regulator, pelaku usaha, dan masyarakat untuk membangun ekosistem digital yang adil, transparan, dan berketuhanan.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen Digital, Fikih Muamalah Kontemporer, Maqāṣid al-Shari‘ah, Khiyār Digital, ḍamān Platform.

## INTRODUCTION

Revolution Industri 4.0 tidak sekadar menandai akselerasi teknologi, tetapi merepresentasikan pergeseran peradaban yang mendasar dalam praktik ekonomi. Transaksi yang sebelumnya berbasis fisik (ḥissi) kini bertransformasi menjadi digital (raqmī), ditopang oleh penetrasi internet yang masif dan adopsi

platform digital lintas sektor. Data Bank Indonesia (2023) menunjukkan bahwa nilai transaksi e-commerce Indonesia mencapai Rp 476,3 triliun pada tahun 2022 dengan pertumbuhan tahunan rata-rata di atas 30%. Tren ini sejalan dengan laporan APJII (2023) dan Datareportal (2023) yang mencatat tingkat penetrasi internet sebesar 78% serta lebih dari 212 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia. Angka-angka tersebut menegaskan bahwa ekosistem ekonomi digital telah menjadi arus utama dalam kehidupan masyarakat.

Namun, ekspansi ekonomi digital juga memunculkan spektrum risiko baru yang kompleks. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN, 2023) mencatat peningkatan laporan sengketa konsumen digital sebesar 65% pada periode yang sama, dengan kasus dominan meliputi penipuan daring, ketidaksesuaian barang, serta pelanggaran data pribadi. Risiko transaksi digital bersifat multidimensi, mencakup risiko kontraktual—seperti gharar akibat informasi produk yang tidak transparan atau manipulasi pilihan melalui *dark patterns*—risiko teknologi berupa kebocoran dan penyalahgunaan data, serta risiko hukum yang timbul dari ketidakjelasan yurisdiksi dalam transaksi lintas batas. Meskipun Indonesia telah memiliki perangkat hukum positif seperti UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan UU No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, implementasi regulasi tersebut masih menghadapi tantangan serius, terutama akibat kesenjangan antara kecepatan inovasi kejahanatan digital dan mekanisme penegakan hukum (legal gap).

Dalam konteks ini, hukum Islam menawarkan perspektif normatif yang bersifat proaktif dan berbasis nilai. Transaksi ekonomi dalam Islam (muamalah māliyah) dipandang sebagai bagian dari ibadah sosial ('ibādah ijtīmā'iyyah) yang terikat pada prinsip etis dan tanggung jawab moral. Al-Qur'an secara eksplisit menegaskan larangan eksplorasi ekonomi dan meletakkan prinsip kerelaan sebagai fondasi transaksi yang sah:

يَأَيُّهَا الْذِينَ ءَامَنُوا لَا تُكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَطْلَلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرِيَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَفْتَلُوا أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

(QS. An-Nisā': 29).

Ayat ini menjadi *grand theory* bagi sistem perlindungan konsumen dalam Islam, karena konsep *attijārah 'an tarādi* mensyaratkan transparansi, kejujuran, serta ketiadaan unsur paksaan dan penipuan.

Namun, prinsip kerelaan (*tarādi*) dalam transaksi digital menghadapi tantangan struktural. Algoritma rekomendasi, arsitektur pilihan (*choice architecture*), dan asimetri informasi yang inheren dalam platform digital berpotensi melemahkan otonomi konsumen. Oleh karena itu, eksplorasi mendalam terhadap fikih muamalah dan pendekatan *maqāṣid al-sharī'ah* menjadi kebutuhan mendesak, bukan hanya untuk menilai keabsahan transaksi digital, tetapi juga untuk merumuskan kerangka perlindungan konsumen yang substantif, berkeadilan, dan berkelanjutan.

Sejauh ini, penelitian terkait perlindungan konsumen digital cenderung terfragmentasi. Kajian hukum positif lebih banyak berfokus pada efektivitas regulasi dan mekanisme penyelesaian sengketa daring (Erwinskyahbana, 2020; Susanti, 2021). Sementara itu, kajian fikih muamalah digital yang dikembangkan oleh ulama kontemporer (Al-Mushlih & Al-Ashqar, 2004; Al-Qaradaghi, 2012) umumnya berhenti pada aspek keabsahan jual beli online, tanpa pendalaman teknis terkait perlindungan konsumen, seperti akuntabilitas algoritma atau praktik monetisasi data. Kajian *maqāṣid al-sharī'ah* dalam ekonomi digital yang lebih mutakhir (Ismail, 2021; Abd Majid et al., 2022) juga masih berada pada level makro dan belum secara spesifik menurunkan prinsip *maqāṣid* ke dalam mekanisme perlindungan hak konsumen per transaksi.

Berangkat dari celah tersebut, penelitian ini bertujuan membangun kerangka perlindungan konsumen digital berbasis *maqāṣid al-sharī'ah* yang integratif dan operasional. Penelitian ini mengonstruksi prinsip-prinsip pokok hukum Islam—seperti keadilan ('adl), kejujuran (siddq), dan larangan merugikan (lā ḥarār)—sebagai fondasi teoretis perlindungan konsumen digital. Selain itu, instrumen klasik fikih muamalah seperti *khiyār*, larangan *gharar* dan *tadlīs*, serta konsep *ḍamān* direkonstruksi agar adaptif terhadap ekosistem platform digital melalui pendekatan *iḥlāq al-masa'il* bi

*naṣa'irihā*. Pada level praktis, penelitian ini juga menawarkan rekomendasi kebijakan kontekstual bagi Indonesia, termasuk penguatan regulasi perlindungan data, keamanan transaksi, dan keadilan algoritmik bagi konsumen Muslim.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya berkontribusi pada pengayaan khazanah hukum ekonomi syariah kontemporer, tetapi juga memberikan pijakan normatif dan aplikatif bagi pengembangan ekosistem ekonomi digital yang beretika, inklusif, dan berorientasi pada kemaslahatan publik.

## METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian normatif, yang dirancang dalam bentuk studi kepustakaan mendalam (*library research*) dan diperkaya melalui analisis kebijakan (*policy analysis*). Pendekatan ini dipilih untuk memungkinkan eksplorasi komprehensif terhadap prinsip-prinsip hukum Islam, khususnya fikih muamalah dan *maqāṣid al-sharī'ah*, serta relevansinya dalam merespons tantangan perlindungan konsumen pada ekosistem transaksi digital kontemporer.

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi data primer dan data sekunder. Data primer meliputi nash syar'i berupa Al-Qur'an dan Hadis saih, serta karya-karya fikih muamalah induk (*al-ummahāt*) yang menjadi rujukan otoritatif lintas mazhab, seperti *Al-Mughnī* karya Ibnu Qudāmah dan *Mughnī al-Muhtaj* karya Asy-Syirbīnī. Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan fatwa dan standar kontemporer yang dikeluarkan oleh lembaga otoritatif, antara lain Dewan Syariah Nasional–Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) dan Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions (AAOIFI), sebagai representasi ijtihad institusional dalam konteks modern.

Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber pendukung yang relevan, mencakup artikel jurnal ilmiah internasional bereputasi (terindeks Scopus dan Web of Science), buku monograf, peraturan perundang-undangan nasional dan internasional terkait perlindungan konsumen dan transaksi digital, serta laporan tahunan dan dokumen kebijakan dari lembaga terkait seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Penelitian ini juga memanfaatkan *white paper* industri teknologi serta putusan pengadilan atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang berkaitan dengan sengketa transaksi digital sebagai bahan analisis kontekstual.

Untuk menjamin ketepatan analisis, penelitian ini mengintegrasikan beberapa pendekatan secara simultan. Pendekatan filosofis-normatif (*ushūlī*) digunakan untuk mengekstraksi prinsip-prinsip universal dari teks-teks syariah. Pendekatan analitis-konseptual (*fiqhī*) diterapkan untuk menguraikan, menginterpretasikan, dan mengadaptasi konsep-konsep fikih muamalah klasik agar relevan dengan karakteristik transaksi digital. Selanjutnya, pendekatan *maqāṣidī* digunakan sebagai kerangka evaluatif utama dalam menilai kesesuaian model perlindungan konsumen digital yang dikonstruksi, dengan fokus pada perlindungan harta (*hifz al-māl*), perlindungan akal dari informasi menyesatkan (*hifz al-'aqib*), serta perlindungan kehormatan dan jiwa melalui perlindungan privasi dan data pribadi (*hifz al-'ird wa al-nafs*). Selain itu, pendekatan komparatif (*muqāran*) digunakan untuk membandingkan solusi berbasis fikih dan *maqāṣid* dengan regulasi positif serta standar internasional, seperti *United Nations Guidelines for Consumer Protection*.

Teknik analisis data dilakukan melalui analisis isi mendalam (*deep content analysis*) yang dipadukan dengan analisis kritis diskursif (*critical discourse analysis*). Proses analisis dilakukan secara bertahap dan sistematis. Tahap pertama adalah eksplorasi, yaitu pengumpulan dan klasifikasi seluruh data berdasarkan tema dan isu yang relevan. Tahap kedua adalah interpretasi, dengan menafsirkan data primer menggunakan kaidah ushul fikih, kemudian mengomparasikannya dengan temuan dari data sekunder. Tahap ketiga adalah konstruksi, yaitu penyusunan argumentasi akademik dan perumusan model konseptual perlindungan konsumen digital berbasis *maqāṣid al-sharī'ah* melalui sintesis hasil interpretasi. Tahap akhir adalah verifikasi *maqāṣidī*, yaitu pengujian kesimpulan dan rekomendasi kebijakan dengan parameter *maqāṣid al-sharī'ah*, khususnya sejauh mana model yang dihasilkan mampu melindungi kebutuhan dasar (*al-darūriyyāt*), meminimalkan mafsadah, dan mewujudkan *maṣlahah* secara berkelanjutan.

## RESULTS AND DISCUSSION

### Konsep Perlindungan Konsumen dan Transaksi Digital: Dialogika Hukum Positif dan Normatif Islam

Hasil analisis menunjukkan bahwa konsep perlindungan konsumen dalam transaksi digital tidak dapat dipahami secara reduksionis hanya sebagai mekanisme kompensasi pascakejadian, melainkan harus ditempatkan dalam kerangka keadilan prosedural dan etika preventif. Dalam hukum positif Indonesia, khususnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen secara implisit diposisikan sebagai pihak yang lemah dan pasif, sehingga pendekatan perlindungannya cenderung paternalistik. Paradigma ini memang penting untuk menjamin perlindungan dasar, namun berpotensi mengabaikan kapasitas rasional dan kedaulatan moral konsumen sebagai subjek hukum yang otonom (Susanti, 2021; Erwinskyahbana, 2020).

Sebaliknya, hukum Islam menawarkan konstruksi yang lebih seimbang dan dialogis. Dalam fikih muamalah, konsumen dipahami sebagai al-musytafi atau al-mustahlik, yaitu subjek akad (“āqid) yang memiliki hak dan kewajiban timbal balik secara setara dengan pihak lain. Perlindungan dalam Islam tidak didasarkan pada asumsi ketidakberdayaan, tetapi pada prinsip penegakan hak (iqāmat al-ḥaqq) dan pencegahan kezaliman (man’ al-żulm) sejak awal transaksi (Kamali, 2008; Al-Zuhaylī, 2011). Prinsip ini ditegaskan dalam hadis Nabi SAW:

«الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمٍ لَا يَظْلِمُهُ وَلَا يُسْلِمُهُ»

“Seorang Muslim adalah saudara bagi Muslim lainnya; ia tidak boleh menzaliminya dan tidak boleh menyerahkannya (kepada kerugian).”  
(HR. al-Bukhārī No. 2442).

Hadis tersebut menegaskan dimensi tanggung jawab sosial (takāful ijtimā‘i) dalam muamalah, yang dalam konteks digital berarti pelaku usaha dan penyelenggara platform tidak boleh “menyerahkan” konsumen pada risiko sistemik akibat praktik bisnis yang tidak etis atau desain teknologi yang manipulatif (Hallaq, 2009).

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa transaksi digital tidak dapat direduksi sekadar sebagai “jual-beli online”, melainkan merupakan sebuah ekosistem multi-aktor yang kompleks. Di dalamnya terlibat konsumen, penjual (merchant), platform digital, penyedia jasa pembayaran, penyedia logistik, serta pengiklan. Karakter utama ekosistem ini mencakup sifat immaterial dan representasional—di mana barang dan jasa direpresentasikan melalui data visual dan tekstual—yang membuka ruang bagi gharar representasional (Al-Qaradaghi, 2012). Selain itu, intermediasi algoritmik melalui sistem rekomendasi dan kurasi konten menghadirkan persoalan opasitas (black box algorithms) yang berpotensi menimbulkan bias dan manipulasi pilihan (choice architecture) (Pasquale, 2020). Lebih jauh, data pribadi konsumen berfungsi sebagai nilai tukar tersembunyi (data as currency), sehingga isu perlindungan privasi menjadi bagian integral dari keadilan transaksi digital, terutama dalam perspektif *hifz al-‘ird* dan *hifz al-sirr* (Solove, 2021).

Dalam konteks akad, hasil analisis menunjukkan bahwa tanggung jawab hukum dalam platform digital bersifat jaringan (network liability), bukan linier. Platform digital tidak dapat sepenuhnya melepaskan tanggung jawab dengan dalih sebagai “perantara”. Dalam fikih muamalah, analogi dapat ditarik pada konsep *ṣāḥib al-sūq* (pengelola pasar) dalam tradisi pasar Islam klasik, yang bertanggung jawab menjaga keteraturan, kejujuran, dan mencegah penipuan (Ibn Taymiyyah, 1995). Nabi SAW secara tegas bersabda:

مَنْ عَשَّنَا فَلَيُسَيِّدَ مِنَّا

“Barang siapa menipu kami, maka ia bukan dari golongan kami.”  
(HR. Muslim No. 164).

Berdasarkan prinsip ini, platform digital yang memperoleh manfaat ekonomi melalui komisi, biaya layanan (ujrah), dan pengelolaan data memikul kewajiban preventif dan kuratif. Kelalaian dalam verifikasi penjual, pengawasan iklan, atau perlindungan data dapat dikualifikasikan sebagai *taqṣīr* yang melahirkan tanggung jawab *ḍamān* (Ibn Qudāmah, 1985; Athallah & Gunadi, 2025).

Hasil kajian juga memperlihatkan bahwa perlindungan konsumen dalam Islam terwujud melalui keseimbangan hak dan kewajiban seluruh pihak. Konsumen memiliki hak atas informasi yang jelas (*haqq al-bayyinah*), yang merupakan derivasi langsung dari larangan gharar dan tadlis. Dalam konteks digital, hak ini mencakup transparansi deskripsi produk, biaya total, estimasi pengiriman, serta syarat pengembalian (AAOIFI, 2021). Konsumen juga memiliki *haqq al-khiyār*, khususnya *khiyār al-ru'yah*, yang relevan untuk memastikan kerelaan (*tarādi*) setelah barang diterima. Praktik masa pengembalian barang dalam platform digital dapat dipahami sebagai implementasi kontemporer dari prinsip ini, meskipun memerlukan penegasan fikih lebih lanjut, terutama untuk membedakan antara barang fisik dan digital (Kamali, 2019).

Selain itu, konsumen memiliki *haqq al-sirriyyah wa al-khuṣūṣiyah*, yakni hak atas privasi dan kerahasiaan data. Data pribadi dalam Islam dipandang sebagai amanah (*amānah*) yang tidak boleh disalahgunakan. Penyalahgunaan data untuk manipulasi iklan ekstrem atau perdagangan data tanpa persetujuan dapat dikategorikan sebagai *ghaṣb ma'navī* (perampasan non-fisik) dan bertentangan dengan prinsip *hifz al-'ird* dan *hifz al-māl* (Imron, 2025). Konsumen juga berhak atas *haqq al-damān*, yakni jaminan dan kompensasi atas cacat, ketidaksesuaian, atau penipuan, berdasarkan kaidah *al-ghurm bi al-ghunm* (Ibn Qudāmah, 1985).

Namun demikian, hasil penelitian menegaskan bahwa konsumen juga memikul kewajiban moral dan hukum. Konsumen wajib memenuhi pembayaran secara benar (*wājib al-adā'* *al-muhaqqaq*), mengakui hak pihak lain, serta tidak menyalahgunakan mekanisme *khiyār*. Ulasan konsumen diposisikan sebagai bentuk kesaksian (*syahādah*) dalam ruang digital. Oleh karena itu, ulasan palsu termasuk dalam kategori *syahādah al-zūr* yang dilarang secara tegas (QS. al-Hajj: 30). Prinsip ini sejalan dengan sabda Nabi SAW:

الْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ

“Kaum Muslimin terikat dengan syarat-syarat (kesepakatan) mereka.”  
(HR. Abū Dāwūd No. 3594).

Bagi pelaku usaha, hak untuk menerima pembayaran (*haqq al-thaman*) dan mendapatkan prasangka baik (*husn al-żann*) harus diimbangi dengan kewajiban kejujuran dalam deskripsi dan iklan, penyerahan barang yang sesuai, serta jaminan atas cacat tersembunyi (*ḍamān al-‘aib*) (Al-Zuhaylī, 2011). Sementara itu, platform digital memiliki kewajiban yang lebih berat, mencakup verifikasi dan due diligence, desain antarmuka yang adil tanpa dark patterns, pencegahan risiko yang dapat diperkirakan, serta menjaga keseimbangan kepentingan seluruh pihak (Mathur et al., 2021; Pasquale, 2020).

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan ini menegaskan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi digital menurut hukum Islam bertumpu pada keseimbangan hak dan kewajiban yang adil (*'adl*). Keseimbangan ini merupakan prasyarat bagi terciptanya kepercayaan (*thiqqah*) dan keberlanjutan ekosistem digital. Tanpa integrasi nilai-nilai normatif Islam ke dalam desain sistem dan regulasi digital, perlindungan konsumen akan bersifat parsial dan reaktif, serta rentan terhadap krisis kepercayaan dan ketidakadilan struktural (Puad, 2025).

### **Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam: Dari Teori ke Operasionalisasi**

Hasil analisis normatif menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam hukum Islam bertumpu pada seperangkat prinsip filosofis yang tidak berhenti pada tataran etika abstrak, tetapi memiliki daya operasional yang kuat untuk merespons kompleksitas transaksi digital. Prinsip paling fundamental adalah keadilan (*al-'adl*), yang dalam muamalah Islam bersifat multidimensional, mencakup keadilan substantif, prosedural, dan restoratif. Al-Qur'an secara eksplisit menegaskan perintah keadilan sebagai nilai universal:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعُدْلِ وَالْإِحْسَانِ

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebaikan...” (QS. An-Nahl: 90).

Dalam konteks transaksi digital, keadilan tidak hanya dimaknai sebagai keseimbangan hasil akhir, tetapi juga keadilan dalam proses dan desain sistem. Hal ini mencakup keadilan algoritmik (algorithmic justice), yaitu kewajiban platform untuk memastikan bahwa algoritma rekomendasi, peringkat produk,

dan penentuan harga dinamis (dynamic pricing) tidak mengandung bias diskriminatif yang merugikan kelompok tertentu (Zuboff, 2019; Pasquale, 2020). Selain itu, keadilan kontraktual menuntut agar syarat dan ketentuan (Terms of Service) disusun secara jelas, tidak eksploratif, dan bebas dari klausul abusif (*ghabn fāḥīḥ*), serta memberikan beban yang proporsional kepada semua pihak (Hallaq, 2009). Keadilan akses juga menjadi implikasi penting, di mana platform tidak boleh menciptakan hambatan struktural (*man’ al-ḥajr*) yang menutup peluang pelaku usaha kecil dan menengah untuk berpartisipasi secara adil dalam ekosistem digital (Puad, 2025).

Prinsip keadilan tersebut terikat erat dengan kejujuran (*aṣ-ṣidq*) dan transparansi (*al-ifṣāḥ*) sebagai fondasi kepercayaan (*amānah*) dalam transaksi. Rasulullah SAW menempatkan kejujuran sebagai nilai sentral dalam perdagangan, sebagaimana sabdanya:

النَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّنَ وَالصِّدِيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

“Pedagang yang jujur dan terpercaya (kelak akan bersama) para Nabi, orang-orang yang jujur, dan para syuhada.”

(HR. at-Tirmizi No. 1130).

Dalam transaksi digital, transparansi merupakan manifestasi praktis dari kejujuran. Setiap informasi yang berpotensi memengaruhi keputusan konsumen—mulai dari spesifikasi produk, harga total, biaya tambahan, hingga risiko penggunaan—wajib diungkapkan secara jelas. Konsep bayyinah (keterangan yang terang) dalam hukum Islam menjadi dasar normatif bagi prinsip full disclosure di era digital (Ibn Qudāmah, 1985; Al-Zuhaylī, 2011). Ketertutupan informasi yang disengaja tidak hanya melanggar etika bisnis, tetapi juga berpotensi membantalkan kerelaan (*tarāḍī*) dalam akad (Kamali, 2008).

Kerelaan (*at-tarāḍī*) sendiri merupakan syarat esensial sahnya akad. Kerelaan harus bersifat bebas dan sadar, terbebas dari paksaan (*ikrāh*), penipuan (*tadlīs*), dan ketidaktahuan ekstrem (*jahālah mughallizhah*). Dalam praktik digital, hasil analisis menunjukkan bahwa kerelaan konsumen sering terdistorsi oleh desain antarmuka manipulatif (dark patterns), informasi asimetris yang disengaja—seperti penyembunyian biaya hingga tahap akhir—serta klausul baku yang panjang dan kompleks sehingga konsumen menyentujui tanpa memahami (Mathur et al., 2021). Islam menolak bentuk persetujuan semu semacam ini, sebagaimana kaidah fikih menegaskan:

لَا يَنْعَدُ الْإِكْرَاهُ

“Akad tidak terikat (sah) karena paksaan.”

Dengan demikian, persetujuan digital (digital consent) yang sah menurut hukum Islam menuntut desain sistem yang adil, informatif, dan tidak menyesatkan (Kamali, 2019).

Prinsip fundamental lainnya adalah larangan merugikan (*lā ḍarar wa lā ḍirār*), yang menjadi poros *maqāṣid al-shari‘ah* dalam perlindungan konsumen. Nabi SAW bersabda:

لَا ضَرَرٌ وَلَا ضَرَارٌ

“Tidak boleh membahayakan diri sendiri dan tidak boleh membahayakan orang lain.”

(HR. Ibnu Mājah No. 2340).

Dalam ekosistem digital, konsep *ḍarar* mencakup kerugian ekonomi langsung akibat penipuan, kerugian immateriil seperti stres psikologis dan rusaknya reputasi, serta kerugian prospektif akibat penyalahgunaan data pribadi yang berdampak jangka panjang (Solove, 2021). Prinsip ini membebankan kewajiban *due care* yang tinggi kepada penjual dan platform untuk mencegah segala bentuk kemudharatan yang dapat diprediksi secara rasional (Athallah & Gunadi, 2025).

Hasil kajian juga mengklasifikasikan praktik-praktik yang dilarang dalam muamalah digital, terutama *gharar*, *tadlīs*, *riba*, dan *jahālah*. *Gharar* dipahami sebagai ketidakpastian berlebihan yang berpotensi menimbulkan sengketa, seperti penjualan barang dropship lintas negara tanpa pelacakan yang jelas, produk digital pra-rilis dengan spesifikasi samar, atau iklan yang sangat abstrak dan tidak terverifikasi (Al-Qaradaghi, 2012). Praktik semacam ini dapat dikategorikan sebagai *gharar fāḥīḥ* yang membantalkan akad. *Tadlīs* mencakup penipuan melalui deskripsi (*tadlīs bi al-qawl*) maupun perbuatan (*tadlīs bi al-fi‘l*),

termasuk penggunaan foto yang dimanipulasi secara ekstrem atau ulasan palsu. Dalam kasus ini, konsumen memiliki hak khiyār al-tadlīs untuk membatalkan akad atau menuntut kompensasi, yang dalam praktik digital diwujudkan melalui mekanisme refund dan return (Ibn Qudāmah, 1985).

Larangan riba juga relevan dalam transaksi konsumen digital, terutama pada skema pembiayaan seperti Buy Now Pay Later (BNPL) yang mengandung bunga tersembunyi atau penalti keterlambatan yang eksploratif. Kaidah fikih menegaskan:

كُلُّ قَرْضٍ جَرَّ نَفْعًا فَهُوَ رِبًا

“Setiap pinjaman yang menarik manfaat (tambahan) adalah riba.”

Selain itu, ketidakjelasan (jahālah) terkait objek, harga, atau waktu penyerahan juga dapat membatalkan akad. Oleh karena itu, transaksi e-commerce menuntut kejelasan penuh mengenai SKU, varian produk, harga satuan, total biaya, serta estimasi pengiriman (AAOIFI, 2021).

Instrumen perlindungan aktif dalam hukum Islam, khususnya khiyār dan ḥamān, terbukti memiliki relevansi operasional yang tinggi dalam transaksi digital. Khiyār al-majlis dapat dianalogikan dengan fitur pembatalan pesanan dalam waktu singkat sebelum barang diproses, sementara khiyār al-ru'yah terejawantah dalam masa cooling-off pasca-penerimaan barang. Khiyār al-'aib menjadi dasar normatif bagi klaim cacat produk. Adapun ḥamān merepresentasikan tanggung jawab penjual dan platform atas kerugian konsumen. Sistem escrow, di mana dana ditahan hingga barang diterima sesuai kesepakatan, merupakan bentuk modern dari ḥamān al-wadī'ah yang sejalan dengan prinsip syariah (Athallah & Gunadi, 2025).

Terakhir, hasil analisis menegaskan bahwa perlindungan data dan privasi konsumen merupakan bagian integral dari maṣlaḥah, karena berkaitan langsung dengan ḥifẓ al-'ird dan ḥifẓ al-māl. Pengumpulan dan pemrosesan data harus didasarkan pada izin yang jelas (ridhā), dilakukan secara proporsional (tanāsub), dan dijamin keamanannya (amān). Penyalahgunaan data pribadi bukan hanya pelanggaran hukum positif, tetapi juga pengkhianatan amanah yang dalam perspektif fikih dapat dikenai sanksi ta'zīr (Imron, 2025).

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan ini menunjukkan bahwa hukum Islam menyediakan kerangka perlindungan konsumen yang komprehensif, mulai dari prinsip filosofis hingga instrumen operasional. Ketika prinsip-prinsip tersebut diterjemahkan secara tepat ke dalam desain sistem dan kebijakan platform digital, perlindungan konsumen tidak hanya bersifat reaktif, tetapi juga preventif dan berorientasi pada keadilan berkelanjutan.

### **Analisis Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Digital: Studi Kasus Dan Model Implementasi**

Analisis pada tingkat implementasi menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi digital tidak dapat dipahami sebagai relasi sederhana antara penjual dan pembeli, melainkan sebagai sistem relasi jaringan (networked transactions) yang melibatkan platform digital, penyedia pembayaran, logistik, dan mekanisme penyelesaian sengketa. Dalam konteks ini, platform tidak dapat sepenuhnya diposisikan sebagai perantara pasif, karena secara faktual ia memperoleh manfaat ekonomi melalui komisi dan biaya layanan, sekaligus memiliki kendali atas desain sistem transaksi, alur pembayaran, dan mekanisme komplain. Temuan penelitian mutakhir menunjukkan bahwa marketplace besar di Indonesia telah menerapkan mekanisme buyer protection, escrow, dan layanan pengaduan daring sebagai instrumen mitigasi risiko sengketa transaksi (Athallah & Gunadi, 2025).

Dalam perspektif fikih muamalah, praktik perlindungan konsumen pada marketplace tersebut dapat dibaca sebagai bentuk modern dari ḥamān, khususnya yang mendekati konsep ḥamān al-'aib (penjaminan atas cacat atau ketidaksesuaian barang). Mekanisme “tanggung produk” yang memungkinkan pengembalian barang atau dana ketika terjadi ketidaksesuaian secara substansial selaras dengan tujuan ḥifẓ al-māl (perlindungan harta) dalam maqāṣid al-shari'ah. Studi-studi kontemporer menegaskan bahwa penguatan perlindungan konsumen digital melalui integrasi prinsip syariah dan perangkat hukum positif merupakan prasyarat bagi terciptanya keadilan (“adl”) dan amanah dalam ekonomi digital Indonesia (Puad, 2025). Namun demikian, kritik muncul pada aspek prosedural, terutama ketika proses klaim bersifat berbelit dan memerlukan pembuktian yang kompleks. Dalam fikih, penyelesaian sengketa idealnya dilakukan secara sederhana, cepat, dan tidak menyulitkan pihak yang dirugikan. Oleh

karena itu, pengembangan mekanisme *taḥkīm raqmī* (arbitrase digital) berbasis bukti elektronik dan rekam jejak sistem dapat menjadi alternatif operasional yang lebih selaras dengan prinsip keadilan prosedural (Athallah & Gunadi, 2025).

Praktik Cash on Delivery (COD) memberikan ilustrasi lain mengenai operasionalisasi prinsip perlindungan konsumen dalam transaksi digital. Skema ini secara substansial dapat dipahami sebagai penguatan *khiyār al-ru'yah*, karena konsumen diberikan hak untuk memeriksa barang secara fisik sebelum menyelesaikan pembayaran. Dengan demikian, tingkat *gharar* berkurang secara signifikan dan kerelaan (*tarāḍī*) konsumen dapat terealisasi secara lebih nyata. Penelitian empiris terbaru menunjukkan bahwa fleksibilitas retur dan keberadaan COD berpengaruh positif terhadap niat beli dan tingkat kepercayaan konsumen (Jaya & Abror, 2025). Namun, dari sisi penjual, skema COD menyimpan risiko pembatalan sepihak yang dapat menimbulkan kerugian finansial dan operasional. Kajian hukum positif juga menunjukkan bahwa perlindungan terhadap penjual dalam praktik COD di Indonesia masih relatif lemah dan belum sepenuhnya proporsional (Sadjijono et al., 2024). Dalam perspektif fikih, keseimbangan hak (*tawāzun al-ḥuqūq*) dapat dijaga melalui penerapan ‘*arbūn* moderat atau biaya pembatalan yang proporsional dan hanya diberlakukan ketika pembatalan dilakukan tanpa alasan sah (*'udhr syar'i*), sehingga perlindungan konsumen tidak berubah menjadi sumber ketidakadilan baru bagi penjual.

Dalam ranah fintech syariah, perlindungan konsumen tidak hanya berkaitan dengan larangan riba, tetapi juga menyentuh aspek kejelasan akad, keamanan dana, dan perlindungan privasi transaksi keuangan. Literatur lima tahun terakhir menekankan bahwa perlindungan privasi dalam aplikasi keuangan syariah digital harus dipahami sebagai bagian dari implementasi *maqāṣid*, khususnya *hifz al-'ird* dan *hifz al-māl*, bukan sekadar kepatuhan administratif terhadap regulasi data (Imron, 2025). Ketidakjelasan akad—misalnya apakah top up diposisikan sebagai *qard* atau *wadī'ah*—berpotensi melahirkan jahālah yang melemahkan legitimasi transaksi. Selain itu, keamanan dana menuntut pemisahan yang tegas antara dana pengguna dan aset perusahaan sebagai perwujudan amanah. Dalam konteks hukum positif, Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi Indonesia dipandang selaras secara desain dengan standar global seperti GDPR, meskipun tantangan implementasi dan aturan turunan masih terus berkembang (ABNR, 2025). Standar internasional seperti yang dikembangkan oleh AAOIFI juga memberikan rujukan penting dalam penguatan tata kelola syariah berbasis keadilan, amanah, dan kerahasiaan data (AAOIFI, n.d.).

Analisis kasus pelanggaran konkret memperjelas bagaimana fikih menyediakan perangkat penyelesaian sengketa yang operasional. Dalam ilustrasi kasus konsumen yang membeli smartphone “baru” tetapi menerima barang bekas (*tadlīs*), konsumen memiliki hak *khiyār al-tadlīs* untuk membatalkan akad atau mempertahankan barang dengan kompensasi selisih nilai, sebagaimana dijelaskan dalam literatur fikih klasik (Ibn Qudāmah, 1985). Pada titik ini, platform tidak dapat bersikap netral pasif, karena peran aktifnya dalam mengelola sistem transaksi dan memperoleh manfaat ekonomi menempatkannya pada posisi tanggung jawab. Apabila platform mengetahui adanya pola penipuan berulang oleh penjual namun tidak mengambil tindakan, maka ia dapat dipandang turut menanggung tanggung jawab berdasarkan prinsip *ḍamān al-mudīr bi al-taṣahhub* akibat kelalaian (*taqsīr*) (Athallah & Gunadi, 2025; Rondo, 2025). Oleh karena itu, model implementasi ideal menuntut kehadiran *hīsbah raqmī* (pengawasan digital) yang proaktif, melalui audit pola keluhan, deteksi ulasan palsu, dan penegakan berbasis risiko.

Seluruh praktik dan model implementasi tersebut menemukan legitimasi evaluatifnya melalui pendekatan *maqāṣid al-shari'ah*. Lima tujuan syariah (*al-ḍarūriyyāt al-khams*) berfungsi sebagai instrumen uji kebijakan platform dan regulasi negara. *Hifz al-dīn* menuntut pembatasan distribusi barang dan jasa haram; *hifz al-nafs* menegaskan pencegahan peredaran produk yang membahayakan keselamatan; *hifz al-'aql* mengharuskan transparansi informasi dan larangan manipulasi iklan; *hifz al-nasl* menekankan perlindungan data keluarga dan anak-anak dari eksploitasi digital; dan *hifz al-māl* menjadi inti perlindungan konsumen digital melalui penguatan escrow, refund, verifikasi penjual, serta mekanisme sengketa yang cepat dan adil. Pendekatan ini sejalan dengan standar internasional perlindungan konsumen yang menekankan pencegahan praktik tidak adil dan penguatan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif (UNCTAD, 2016).

Dengan demikian, analisis ini menegaskan bahwa perlindungan konsumen berbasis hukum Islam dapat dioperasionalkan secara nyata melalui fitur dan kebijakan platform, selama seluruh mekanisme tersebut diuji secara konsisten dengan parameter *maqāṣid al-sharī‘ah*. Pertanyaan evaluatif utamanya adalah apakah kebijakan dan desain sistem digital tersebut benar-benar menjaga *al-ḍarūriyyāt*, mengurangi mafsaadah, dan menghadirkan *mashāḥah*. Apabila terpenuhi, maka perlindungan konsumen digital tersebut tidak hanya sah secara legal, tetapi juga adil dan legitim secara normatif Islam.

## CONCLUSION

Penelitian ini menyimpulkan bahwa hukum Islam menyediakan kerangka perlindungan konsumen yang komprehensif, adaptif, dan relevan dalam merespons kompleksitas transaksi digital. Prinsip-prinsip universal muamalah—keadilan (*al-‘adl*), kejujuran (*as-ṣidq*), kerelaan (*at-tarādi*), dan larangan merugikan (*lā ḍarar wa lā ḍirār*)—terbukti tidak bersifat normatif-abstrak semata, melainkan memiliki daya operasional yang kuat untuk menjawab problem kontemporer seperti gharar informasi, *tadlīs* digital, ketidakadilan algoritmik, serta eksplorasi data pribadi konsumen. Hasil analisis menunjukkan bahwa instrumen fikih klasik, khususnya *khiyār* dan *ḍamān*, dapat direkonstruksi dan diimplementasikan secara kontekstual dalam ekosistem digital melalui mekanisme modern seperti cooling-off period, sistem escrow, jaminan pengembalian dana, dan perlindungan produk. Adaptasi ini menegaskan fleksibilitas fikih muamalah dalam menghadapi perubahan teknologi tanpa kehilangan integritas nilai dasarnya.

Penelitian ini juga menegaskan bahwa platform digital dalam perspektif fikih tidak dapat diposisikan sebagai perantara pasif. Sebagai mudīr *al-sūq al-raqmīyyah* (pengelola pasar digital), platform memikul tanggung jawab pengawasan (*hisbah*), penjaminan (*ḍamān*), dan penegakan keadilan (*iqāmat al-‘adl*) di dalam ekosistemnya. Klausula pembatasan tanggung jawab tidak dapat membebaskan platform dari kewajiban tersebut apabila terbukti terdapat kelalaian sistemik (*taqṣīr*). Lebih jauh, pendekatan *maqāṣid al-sharī‘ah* memberikan landasan filosofis yang integratif dan holistik bagi perlindungan konsumen digital. Perlindungan ini pada hakikatnya merupakan upaya simultan untuk menjaga harta (*hifż al-māl*), melindungi akal dari informasi menyesatkan (*hifż al-‘aql*), dan menjaga kehormatan serta privasi konsumen (*hifż al-‘ird*). Dengan demikian, perlindungan konsumen digital dalam perspektif hukum Islam tidak hanya berorientasi pada kepatuhan formal, tetapi diarahkan pada pencapaian keadilan substantif dan kemaslahatan berkelanjutan dalam ekonomi digital.

## BIBLIOGRAPHY

- AAOIFI. (2021). *Shari’ah standards*. Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions.
- Abd Majid, M. S., Meera, A. K. M., & Omar, M. A. (2022). *Maqāṣid al-sharī‘ah and the digital economy: Ethical foundations for sustainable Islamic finance*. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(4), 560–578. <https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2021-0089>
- Al-Mushlih, A., & Al-Ashqar, M. S. (2004). *Al-mu‘āmalāt al-māliyyah al-mu‘aşirah fi mīzān al-fiqh al-islāmī*. Amman: Dār al-Nafā’is.
- Al-Qaradaghi, A. M. (2012). *Fiqh al-mu‘āmalāt al-māliyyah al-mu‘aşirah*. Beirut: Dār al-Bashā’ir.
- Al-Zuhaylī, W. (2011). *Al-fiqh al-islāmī wa adillatuh* (Vols. 4–5). Damascus: Dār al-Fikr.
- APJII. (2023). *Survei penetrasi dan perilaku internet Indonesia 2023*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://apjii.or.id>
- Athallah, R. M., & Gunadi, A. (2025). Marketplace liability for consumer losses in e-commerce transactions. *Jurnal Kertha Semaya*, 13(9), 2120–2133. <https://doi.org/10.24843/KS.2025.v13.i09.p17>
- Badan Perlindungan Konsumen Nasional. (2023). *Laporan tahunan pengaduan konsumen sektor digital*. Jakarta: BPKN RI.
- Bank Indonesia. (2023). *Statistik sistem pembayaran dan e-commerce Indonesia 2022*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id>

- DataReportal. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. We Are Social & Meltwater. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Erwinsyahbana. (2020). Perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik di Indonesia. *Jurnal Hukum IUS QUILA IUSTUM*, 27(2), 245–262. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol27.iss2.art6>
- Hallaq, W. B. (2009). *An introduction to Islamic law*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ibn Qudāmah, ‘Abd Allāh ibn Aḥmad. (1985). *Al-Muğhnī* (Vol. 4). Beirut: Dār al-Fikr.
- Ibn Taymiyyah, Taqī al-Dīn. (1995). *Al-ḥisbah fī al-Islām*. Cairo: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah.
- Imron, A. (2025). Consumer data protection in Islamic digital finance: A maqāṣid-based analysis. *Journal of Islamic Financial Studies*, 11(1), 45–62.
- Ismail, A. G. (2021). Digital economy and maqāṣid al-shari‘ah: Rethinking Islamic economic governance. *Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics*, 34(2), 3–20. <https://doi.org/10.4197/Islec.34-2.1>
- Jaya, M. P., & Abror, A. (2025). The effect of cash on delivery (COD), return policy leniency, and trust on purchase intention. In F. Firman et al. (Eds.), *Proceedings of the 10th Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-10 2022). Advances in Economics, Business and Management Research*, 345. [https://doi.org/10.2991/978-94-6463-839-4\\_136](https://doi.org/10.2991/978-94-6463-839-4_136)
- Kamali, M. H. (2008). *Shari‘ah law: An introduction*. Oxford: Oneworld Publications.
- Kamali, M. H. (2019). *Maqāṣid al-shari‘ah made simple*. Herndon, VA: International Institute of Islamic Thought (IIIT).
- Mathur, A., Acar, G., Friedman, M. J., Lucherini, E., Mayer, J., Narayanan, A., & Chetty, M. (2021). Dark patterns at scale: Findings from a crawl of 11K shopping websites. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5(CSCW1), 1–32. <https://doi.org/10.1145/3449183>
- Pasquale, F. (2020). *New laws of robotics: Defending human expertise in the age of AI*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Puad, M. N. (2025). Maqasid shariah and consumer protection in Indonesia’s digital economy. *International Journal of Islamic Economics and Finance Research*, 8(2), 101–118.
- Republik Indonesia. (1999). *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42.
- Republik Indonesia. (2022). *Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 196.
- Sadjijono, Darmoko, M., Prasetyo, D. I., & Mafiro. (2024). Legal protection for sellers in e-commerce with cash on delivery payment method at PT Shopee International Indonesia. *Kosice Security Revue*, 14(2), 73–84.
- Solove, D. J. (2021). *Understanding privacy* (2nd ed.). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Susanti. (2021). Perlindungan konsumen dalam e-commerce menurut hukum positif Indonesia. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 18(3), 321–338.
- UNCTAD. (2016). *United Nations guidelines for consumer protection (2015)*. United Nations Conference on Trade and Development.
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. New York, NY: PublicAffairs.