



The Aspect Of Legal Protection For Consumers In E-Commerce Transactions: A Civil Law Perspective

Aspek Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce: Perspektif Hukum Perdata

Achmad Arismunandar ¹⁾; Abustan ²⁾

^{1,2)} Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Jakarta

Email: ¹⁾ munandarachmadaris@gmail.com; ²⁾ cakbus.community@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [10 Agustus 2025]

Revised [06 Oktober 2025]

Accepted [09 Oktober 2025]

KEYWORDS

Legal Protection, Consumer, E-Commerce, Law, Islamic Law

ABSTRAK

Transaksi jual-beli online kini menjadi salah satu metode yang paling diminati karena menawarkan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan bagi konsumen. Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat berbagai potensi risiko yang dapat merugikan konsumen, seperti penipuan, barang tidak sesuai dengan deskripsi, atau layanan purna jual yang tidak memadai. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) sebagai salah satu sumber hukum tertulis di Indonesia memiliki peran penting dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen. Meskipun KUHPerdata tidak secara spesifik mengatur terkait dengan transaksi jual beli online, prinsip-prinsip umum yang terkandung di dalamnya tetap relevan dan dapat diterapkan untuk melindungi hak-hak konsumen. Misalnya, Pasal 1320 KUHPerdata yang mengatur tentang syarat sahnya perjanjian, dapat digunakan untuk menilai keabsahan transaksi jual-beli online. Selain itu, Pasal 1457 KUHPerdata yang mendefinisikan perjanjian jual-beli juga menjadi landasan dalam menilai hubungan hukum antara penjual dan pembeli. Jenis penelitian yang digunakan dalam studi hukum ini adalah penelitian hukum normatif, yang juga dikenal sebagai penelitian hukum doktrinal (*doctrinal legal research*). Penelitian jenis ini merupakan pendekatan penelitian hukum yang bertumpu pada kajian kepustakaan. Hasil dari penelitian ini ialah Pasal 49 ayat (1) PP PSTE menegaskan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik wajib menyampaikan informasi yang benar, jelas dan lengkap mengenai produk, produsen, serta syarat dan ketentuan kontrak. Informasi tersebut harus disampaikan sebelum konsumen melakukan transaksi, agar konsumen dapat membuat keputusan yang sadar dan tidak dirugikan karena adanya informasi yang menyesatkan atau tidak lengkap. Pada ayat (2) pasal yang sama, kewajiban pelaku usaha diperjelas kembali, yakni untuk memberikan kejelasan informasi yang berkaitan dengan penawaran kontrak secara transparan. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) merupakan salah satu bentuk tanggung jawab dan perhatian pemerintah terhadap perkembangan pesat dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan penyelenggaraan informasi serta transaksi dalam bentuk elektronik. Jual beli online merupakan bentuk muamalah kontemporer yang diperbolehkan dalam Islam, selama memenuhi prinsip-prinsip dasar akad yang sah menurut syariah. Penjual dan pembeli harus sama-sama menjaga etika, kejelasan informasi, dan keadilan dalam transaksi. Fatwa DSN-MUI menjadi rujukan penting agar kegiatan ekonomi digital tetap sejalan dengan nilai-nilai Islam.

ABSTRACT

Online buying and selling transactions have now become one of the most favored methods due to the convenience, speed, and comfort they offer consumers. However, behind this convenience lie various potential risks that may harm consumers, such as fraud, goods that do not match their descriptions, or inadequate after-sales service. The Indonesian Civil Code (Kitab Undang-Undang Hukum Perdata/KUHPerdata), as one of the sources of written law in Indonesia, plays a significant role in providing legal protection for consumers. Although the Civil Code does not specifically regulate online buying and selling transactions, the general principles contained within it remain relevant and can be applied to protect consumer rights. For example, Article 1320 of the Civil Code, which outlines the legal requirements of an agreement, can be used to assess the validity of online transactions. Additionally, Article 1457 of the Civil Code, which defines a sale and purchase agreement, serves as the foundation for evaluating the legal relationship between the seller and the buyer. The type of research used in this legal study is normative legal research, also known as doctrinal legal research. This type of research relies heavily on literature review. The findings of this research show that Article 49 paragraph (1) of Government Regulation on Electronic Systems and Transactions (PP PSTE) emphasizes that business actors offering products through electronic systems are required to provide true, clear, and complete information regarding the products, the producers, and the terms and conditions of the contract. This information must be disclosed before the consumer makes a transaction, so the consumer can make an informed decision and is not harmed by misleading or incomplete information. Paragraph (2) of the same article further clarifies the obligation of business actors to provide clear and transparent information related to the offer of the contract. The Electronic Information and Transactions Law (ITE Law) represents one form of the government's responsibility and concern regarding the rapid development in the field of information and communication technology, especially related to the provision of information and transactions in electronic form.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



Online buying and selling is a form of contemporary muamalah (commercial transaction) that is permissible in Islam, as long as it fulfills the fundamental principles of a valid contract under sharia. Both the seller and the buyer must uphold ethics, information transparency, and fairness in the transaction. The DSN-MUI fatwa serves as an important reference to ensure that digital economic activities remain aligned with Islamic values.

PENDAHULUAN

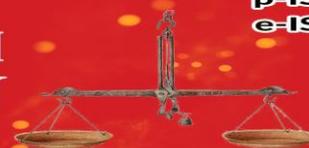
Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk cara masyarakat melakukan transaksi jual-beli. Transaksi jual-beli online kini menjadi salah satu metode yang paling diminati karena menawarkan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan bagi konsumen. Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat berbagai potensi risiko yang dapat merugikan konsumen, seperti penipuan, barang tidak sesuai dengan deskripsi, atau layanan purna jual yang tidak memadai. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual-beli online menjadi isu yang sangat penting untuk dibahas dan diatur dengan jelas dalam hukum positif Indonesia. Internet membawa perekonomian dunia memasuki babak baru yang lebih populer dengan istilah digital economic atau ekonomi digital. Keberadaannya ditandai dengan semakin maraknya kegiatan perekonomian yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi. Perdagangan misalnya, semakin banyak mengandalkan perdagangan elektronik atau electronic commerce (e-commerce) sebagai media transaksi.

Perdagangan yang berbasis teknologi canggih, e-commerce telah mereformasi perdagangan konvensional di mana interaksi antara konsumen dan perusahaan yang sebelumnya dilakukan secara langsung menjadi interaksi yang tidak langsung. E-commerce telah merubah paradigma bisnis klasik dengan menumbuhkan model - model interaksi antara produsen dan konsumen di dunia virtual. Sistem perdagangan yang dipakai dalam ecommerce dirancang untuk menandatangani secara elektronik. Penandatanganan elektronik ini dirancang mulai dari saat pembelian, pemeriksaan dan pengiriman (Abdul Halim, 2005).

Pengertian e-commerce sendiri adalah segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa dengan menggunakan media elektronik. Dampak dari adanya internet sebagai hasil dari kemajuan perkembangan teknologi informasi bagi konsumen di satu sisi telah mengubah perilaku konsumen menjadi semakin kritis dan selektif dalam menentukan produk yang akan dipilihnya. Begitu pula bagi produsen, kemajuan ini memberi dampak positif dalam memudahkan pemasaran produk sehingga dapat menghemat biaya dan waktu. Sebaliknya, karena kedua belah pihak secara fisik tidak bertemu maka kemungkinan lahirnya bentuk-bentuk kecurangan atau kekeliruan menjadi perhatian utama yang perlu penanganan lebih besar. Dampak negatif dari e-commerce itu sendiri cenderung merugikan konsumen. Diantaranya dalam hal yang berkaitan dengan produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Contoh kasus saat belanja barang secara online, tapi barang yang dibeli tidak sama dengan yang dilihat difoto pada iklan yang dipajang. Apakah itu termasuk pelanggaran hak konsumen? Apakah dapat menuntut penjual untuk mengembalikan uang atau mengganti barang yang telah dibeli tersebut. Maka dari itu, dalam tulisan ini akan dipaparkan mengenai bagaimana perlindungan hukum yang seharusnya bagi konsumen dalam menghadapi kenyataan peristiwa yang sedang kekinian dan terbaru di jaman saat ini yakni transaksi jual-beli secara E-Commerce berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang mana telah tertuang dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) (Presiden Republik Indonesia, 1999).

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) sebagai salah satu sumber hukum tertulis di Indonesia memiliki peran penting dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen. Meskipun KUHPerdata tidak secara spesifik mengatur terkait dengan transaksi jual beli online, prinsip-prinsip umum yang terkandung di dalamnya tetap relevan dan dapat diterapkan untuk melindungi hak-hak konsumen. Misalnya, Pasal 1320 KUHPerdata yang mengatur tentang syarat sahnya perjanjian, dapat digunakan untuk menilai keabsahan transaksi jual-beli online. Selain itu, Pasal 1457 KUHPerdata yang mendefinisikan perjanjian jual-beli juga menjadi landasan dalam menilai hubungan hukum antara penjual dan pembeli (Roberto Ranto, 2019).

Seiring dengan perkembangan transaksi jual-beli online, pemerintah Indonesia juga telah mengeluarkan berbagai regulasi untuk memberikan perlindungan hukum bagi konsumen. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen) adalah salah satu regulasi yang secara khusus mengatur hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha. Undang-Undang ini memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik-praktik bisnis yang merugikan, serta memberikan mekanisme penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha.



Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, misalnya, mengatur tentang hak-hak konsumen, termasuk hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa (Afida Ainur Rokfaa et al., 2022). Di samping itu, perkembangan transaksi jual-beli online juga mendorong lahirnya regulasi lain yang lebih spesifik, seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. UU ITE memberikan dasar hukum untuk transaksi elektronik, termasuk transaksi jual-beli online, dan mengatur tentang keabsahan dokumen dan tanda tangan elektronik, serta perlindungan data pribadi konsumen (A.A.N.D.H.Kesuma dkk, n.d.).

Dalam konteks ini, Pasal 26 UU ITE menegaskan bahwa penggunaan informasi melalui media elektronik harus dilakukan dengan persetujuan pihak terkait, yang dalam hal ini adalah konsumen. Selain UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE, terdapat pula peraturan pemerintah dan peraturan menteri yang mengatur lebih lanjut mengenai transaksi elektronik dan perlindungan konsumen. Misalnya, Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik yang mengatur tentang penyelenggaraan sistem elektronik, serta kewajiban penyelenggara sistem elektronik untuk menjaga keamanan dan kerahasiaan data konsumen (A.J.Satrio dkk, n.d.).

Meskipun telah ada berbagai regulasi yang mengatur tentang perlindungan konsumen dalam transaksi jual-beli online, implementasi dan penegakan hukum masih menjadi tantangan tersendiri. Kurangnya sosialisasi mengenai hak-hak konsumen, rendahnya kesadaran konsumen akan regulasi yang berlaku, serta lemahnya mekanisme pengawasan dan penegakan hukum menjadi hambatan utama dalam mewujudkan perlindungan konsumen yang efektif. Oleh karena itu, perlu adanya upaya yang lebih sistematis dan terpadu antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan konsumen serta memperkuat mekanisme pengawasan dan penegakan hukum (Fredrik J Pinakunary, n.d). Dalam transaksi jual-beli online, beberapa masalah utama yang sering dihadapi konsumen adalah ketidaksesuaian barang/jasa dengan deskripsi, penipuan dan iklan yang menyesatkan, pelanggaran privasi data konsumen, kesulitan dalam penyelesaian sengketa, serta lemahnya pengawasan terhadap platform online. Ketidaksesuaian barang/jasa dengan deskripsi seringkali membuat konsumen merasa dirugikan karena produk yang diterima tidak sesuai dengan yang diiklankan. Penipuan dan iklan menyesatkan juga menjadi ancaman serius, di mana konsumen sering kali tertipu oleh penjual yang tidak bertanggung jawab. Pelanggaran privasi data konsumen merupakan isu krusial lainnya (N.A.Utami Simatupang, 2022).

Dalam transaksi online, konsumen harus memberikan data pribadi mereka, yang jika disalahgunakan dapat menyebabkan kerugian besar. Kesulitan dalam penyelesaian sengketa juga menjadi tantangan, karena konsumen sering kali tidak mengetahui prosedur yang tepat untuk mengajukan keluhan atau mendapatkan ganti rugi. Lemahnya pengawasan terhadap platform online oleh otoritas terkait membuat masalah-masalah ini semakin sulit untuk diatasi. Oleh karena itu, penting bagi semua pihak untuk memahami dan mengkaji lebih dalam mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual-beli online (Jenisya Medina, 2023). Hal-hal yang diuraikan tersebut di mendorong penulis untuk mengambil judul dengan tema Aspek Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce*: Perspektif Hukum Perdata.

LANDASAN TEORI

Teori Tujuan Hukum

Teori tujuan hukum yang dipergunakan sebagai landasan teori dalam penelitian ini adalah Teori Tujuan Hukum yang dikemukakan Gustav Radbruch yang juga dikenal dengan teori 3 (tiga) Nilai Dasar Hukum, yaitu tujuan hukum dari aspek filosofis yaitu keadilan, tujuan hukum dari aspek normatif yaitu kepastian hukum dan tujuan hukum dari aspek sosiologis yaitu kemanfaatan hukum. Dalam hubungannya dengan tujuan hukum yang disampaikan Gustav Radbruch, yaitu keadilan, kepastian hukum dan kemanfaatan, dalam praktiknya sering kali tidak dapat diwujudkan secara sekaligus karena sering ditemukan adanya kesulitan dalam mewujudkan nilai-nilai dasar tersebut secara bersamaan. Kalau dikatakan tujuan hukum sekaligus mewujudkan keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum, apakah hal itu mungkin. Dalam kenyataan sering antara tujuan yang satu dan yang lainnya terjadi benturan. Dicontohkannya, dalam satu kasus, jika hakim menginginkan putusannya “adil” menurut persepsinya, maka akibatnya sering merugikan kemanfaatan bagi masyarakat luas, demikian pula sebaliknya. Radbruch mengatakan, bahwa kita harus menggunakan asas prioritas dimana prioritas pertama selalu jatuh pada keadilan, baru kemanfaatan dan terakhir kepastian hukum (Lawrence M Friedman, 1990).

Muhammad Erwin mengemukakan bahwa diantara tiga nilai dasar hukum (tujuan hukum) yang disampaikan Gustav Radbruch, pada saat terjadi benturan, maka mesti ada yang dikorbankan. Untuk itu

asas prioritas yang digunakan Gustav Radbruch harus dilaksanakan dengan urutan, keadilan hukum, kemanfaatan hukum dan kepastian hukum (Muhammad Erwin, 2012).

Keadilan

John Rawls dalam bukunya *A Theory of Justice* menyebut, bahwa keadilan adalah kebajikan utama dalam institusi sosial sebagaimana kebenaran dalam sistem pemikiran. Suatu teori, bagaimanapun elegan dan ekonomisnya harus ditolak atau direvisi jika ia tidak benar, demikian juga hukum dan institusi, tidak peduli, berapapun efisien dan rapinya harus direformasi dan dihapuskan jika tidak adil (Uzair Fauzan Heru Prasetyo, n.d.).

Kepastian Hukum

Sebagaimana dikemukakan Gustav Radbruch bahwa kepastian hukum merupakan tujuan hukum dari aspek yuridis atau normatif, yang dalam penelitian ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen diberikan akses terhadap adanya kepastian hukum yang tidak saja dalam sistem penyelesaian sengketa, terutama dalam wujud keseimbangan kepentingan konsumen dengan pelaku usaha, melainkan dalam peraturan perundang-undangan secara normatif. Kepastian hukum (certainty) merupakan sesuatu hal yang prinsip dan mendasar yang menjadi harapan semua orang yang tidak kalah pentingnya dengan keadilan. Dengan adanya kepastian hukum, setiap anggota masyarakat dapat mengetahui hak dan kewajibannya menurut hukum, termasuk merupakan wujud perlindungan kepada konsumen karena konsumen dapat mengetahui hak dan kewajibannya, mengetahui kepastian haknya, khususnya dalam mekanisme dan sistem penyelesaian sengketa yang tidak hanya kepada konsumen tetapi juga kepada pelaku usaha dalam menjamin keseimbangan kepentingannya dengan konsumen.

Dalam kaitan ini, E. Utrecht mengemukakan "kepastian mempunyai arti bahwa dalam hal konkret kedua pihak berselisih dapat menentukan kedudukan mereka. Dalam pengertian ini bermakna keamanan hukum, yakni mengandung perlindungan bagi kedua belah pihak yang berselisih terhadap tindakan hakim yang sewenang-wenang, sedangkan kepastian oleh karena hukum dimaksudkan bahwa hukum menjamin kepastian pada pihak yang satu dengan pihak yang lain." (E. Utrecht, 1959).

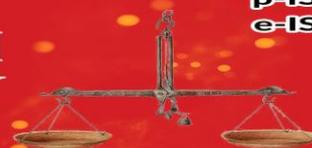
Kemanfaatan

Kemanfaatan hukum (utilitarianisme) merupakan tujuan hukum dari aspek sosiologis yang dikemukakan Gustav Radbruch. Kemanfaatan hukum adalah asas yang menyertai asas keadilan dan kepastian hukum. Nindyo Pramono dan Sularso mengemukakan bahwa jika masyarakat secara keseluruhan telah mencapai kesejahteraan sosial, sudah barang tentu kesejahteraan masing-masing individu dalam masyarakat tersebut telah terpenuhi. Ungkapan inilah yang ada dalam teori utilitarian. Utilitarian mengamati kebutuhan tiap manusia sebagai kebutuhan masyarakat, sehingga untuk memenuhi kebutuhan individu dalam masyarakat, caranya adalah dengan memenuhi kebutuhan masyarakat. Teori ini kadang memunculkan anggapan bahwa konsep keadilan bertumpu dan dikembangkan karena kemampuannya untuk memberikan manfaat yang lebih besar. Utilitarianisme memandang segala permasalahan dari segi utility (manfaat), semakin besar membawa manfaat maka itulah sesungguhnya adil (Nindyo Pramono dan Sularso, op.cit).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif, yang juga dikenal sebagai penelitian hukum doktrinal. Metode ini bertumpu pada kajian kepustakaan dan digunakan untuk menelaah serta menganalisis berbagai sumber hukum tertulis guna menemukan norma-norma hukum, asas-asas hukum, serta doktrin-doktrin hukum yang relevan. Pendekatan ini dianggap tepat karena permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini berkaitan erat dengan substansi hukum yang terkandung dalam peraturan perundang-undangan, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, khususnya ketentuan Pasal 26 ayat (1) yang menjadi fokus analisis.

Dalam pelaksanaannya, penelitian ini mengandalkan data sekunder sebagai sumber utama. Data sekunder tersebut mencakup bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, dan instrumen hukum resmi lainnya yang memiliki kekuatan mengikat. Sementara itu, bahan hukum sekunder berupa buku-buku teks, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, serta pendapat para ahli hukum yang menjelaskan dan menganalisis bahan hukum primer. Bahan hukum tersier, seperti kamus hukum dan



ensiklopedia hukum, digunakan untuk memperjelas dan memperkuat pemahaman terhadap bahan hukum primer dan sekunder.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan. Peneliti menelusuri, mengumpulkan, dan mengolah berbagai literatur hukum yang relevan dari sumber-sumber terpercaya seperti buku, artikel ilmiah, peraturan perundang-undangan, serta media cetak dan daring. Data yang diperoleh dari studi dokumentasi ini diklasifikasikan berdasarkan isu hukum yang dibahas, kemudian dianalisis secara mendalam melalui proses pembacaan kritis dan pembuatan kutipan-kutipan yang relevan.

Untuk memperkaya pemahaman dan mendukung keakuratan analisis terhadap bahan hukum yang dikaji, penelitian ini juga membuka kemungkinan dilakukannya wawancara kepada narasumber yang dianggap memiliki kompetensi, pengalaman, dan keahlian dalam bidang hukum. Wawancara ini bersifat melengkapi data sekunder dan bertujuan untuk memperoleh perspektif praktis yang dapat memperkuat interpretasi hukum dalam penelitian ini. Seluruh data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan metode analisis normatif, yaitu dengan menafsirkan dan mendiskusikan berbagai peraturan perundang-undangan, teori-teori hukum, serta doktrin para ahli. Analisis ini dilakukan untuk mengevaluasi kesesuaian norma hukum dengan permasalahan yang diteliti, serta membangun argumentasi hukum yang logis dan sistematis berdasarkan asas-asas hukum yang berlaku. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang utuh dan menyeluruh terhadap isu hukum yang diangkat, serta memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan ilmu hukum.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transaksi Jual Beli Produk melalui Media Elektronik dalam Perspektif Hukum Indonesia

Jual beli produk baik barang maupun jasa melalui internet merupakan aktivitas hukum yang sah di Indonesia karena tidak ada larangan eksplisit dalam sistem hukum nasional. Transaksi daring tersebut termasuk dalam kategori transaksi elektronik, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang telah diperbarui dengan UU Nomor 19 Tahun 2016. Dokumen dan kontrak elektronik diakui memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional selama memenuhi syarat sah perjanjian menurut Pasal 1320 KUHPerdara, yaitu adanya kesepakatan, kecakapan hukum, objek tertentu, dan causa yang halal.

Pelaksanaan transaksi elektronik harus dilakukan melalui sistem elektronik yang disepakati oleh para pihak sebagaimana diatur dalam Pasal 19 UU ITE, untuk menjamin keabsahan data dan bukti transaksi apabila terjadi sengketa. Dengan demikian, jual beli melalui media sosial, marketplace, atau situs e-commerce tetap sah secara hukum selama memenuhi prinsip kebebasan berkontrak dan tidak bertentangan dengan hukum, kesusilaan, maupun ketertiban umum. Namun, karena media sosial bersifat informal dan minim perlindungan konsumen, baik penjual maupun pembeli harus lebih berhati-hati serta memahami hak dan kewajiban masing-masing dalam setiap transaksi digital.

Keabsahan Transaksi Elektronik dan Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum

Transaksi jual beli melalui media elektronik merupakan bagian dari perkembangan hukum modern yang memanfaatkan teknologi informasi untuk kegiatan ekonomi dan diakui sebagai perbuatan hukum yang sah di Indonesia. Berdasarkan Pasal 5 ayat (4) UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sebagaimana telah diubah dengan UU Nomor 19 Tahun 2016, transaksi elektronik sah sepanjang tidak termasuk dalam jenis perjanjian yang diwajibkan oleh undang-undang untuk dibuat secara tertulis atau melalui akta otentik, seperti jual beli tanah yang harus dilakukan melalui PPAT.

Keabsahan kontrak elektronik mengikuti ketentuan Pasal 1320 KUH Perdata dan Pasal 47 PP Nomor 82 Tahun 2012, yang membedakan antara syarat subjektif (kesepakatan dan kecakapan hukum para pihak) dan syarat objektif (objek perjanjian yang jelas dan sebab yang halal). Apabila syarat subjektif tidak terpenuhi, kontrak dapat dibatalkan, sedangkan jika syarat objektif tidak terpenuhi, kontrak batal demi hukum.

Dalam praktik di media sosial, komunikasi antara penjual dan pembeli melalui pesan elektronik dapat dianggap sebagai pembentukan kontrak elektronik. Bukti digital seperti screenshot percakapan, email konfirmasi, atau bukti transfer memiliki kekuatan hukum sesuai Pasal 5 ayat (1) UU ITE yang mengakui informasi dan dokumen elektronik sebagai alat bukti sah.

Meskipun demikian, tantangan utama dalam transaksi elektronik adalah perlindungan konsumen, terutama terkait kasus wanprestasi oleh pelaku usaha seperti barang tidak sesuai atau tidak dikirim. Berdasarkan UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK), konsumen berhak atas keamanan, kenyamanan, dan kepastian hukum dalam bertransaksi. Oleh karena itu, diperlukan sinergi

antara pemerintah, platform digital, dan lembaga perlindungan konsumen untuk meningkatkan literasi digital masyarakat, menyediakan mekanisme pengaduan yang mudah diakses, serta menegakkan sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen.

Upaya Penyelesaian Pelanggaran Transaksi Jual Beli Secara Online

Perkembangan teknologi informasi telah memungkinkan terjadinya transaksi jual beli daring (online) melalui berbagai platform media sosial. Meskipun memberikan kemudahan dan efisiensi, transaksi ini juga berpotensi menimbulkan pelanggaran yang merugikan konsumen, sehingga diperlukan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif untuk menjamin kepastian hukum dan keadilan bagi semua pihak, terutama konsumen yang sering berada pada posisi lemah (Barkatullah, 2019; Febyani, 2021).

Transaksi online dilakukan melalui kontrak elektronik, yang sah apabila memenuhi unsur-unsur hukum perjanjian. Namun, dalam praktiknya sering muncul sengketa konsumen akibat pelaku usaha tidak memenuhi kewajibannya, seperti barang tidak sesuai atau tidak dikirim (Azizah, 2018). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK), konsumen memiliki hak untuk menggugat pelaku usaha yang menolak memberi ganti rugi, tidak menanggapi keluhan, atau mengabaikan tuntutan konsumen (Pasal 23). Penyelesaian sengketa dapat ditempuh melalui dua jalur utama yaitu Litigasi (melalui pengadilan) – mencakup gugatan perdata individu, class action oleh sekelompok konsumen yang dirugikan, dan legal standing oleh Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Meskipun sah secara hukum, jalur ini umumnya memakan waktu dan biaya besar. Non-Litigasi (melalui BPSK – Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) – menjadi alternatif yang lebih cepat, murah, dan sederhana. BPSK berwenang menyelesaikan sengketa dalam waktu maksimal 21 hari kerja, dengan prosedur ringan dan biaya rendah. Putusan BPSK bersifat final dan dapat digunakan sebagai bukti awal apabila ada unsur pidana.

Gugatan dapat diajukan oleh konsumen yang dirugikan, ahli warisnya, kelompok konsumen (class action), LPKSM, atau pemerintah jika kerugian berdampak luas. Pengaduan diajukan ke sekretariat BPSK setempat, baik secara tertulis maupun lisan, disertai data pendukung seperti identitas konsumen, kronologi transaksi, bukti pembayaran, dokumentasi produk, dan tuntutan ganti rugi.

Dengan demikian, keberadaan BPSK berperan penting dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen di era transaksi digital. Mekanisme ini tidak hanya meningkatkan efisiensi penyelesaian sengketa, tetapi juga memberikan efek jera bagi pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen (Yusri, 2011; Kristiyanti, 2022).

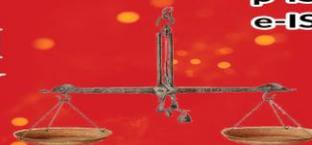
Metode Penyelesaian Sengketa Konsumen di BPSK

Penyelesaian sengketa konsumen di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu konsiliasi, mediasi, dan arbitrase (Lubis, 2022). Pada konsiliasi, BPSK berperan pasif hanya sebagai fasilitator komunikasi antar pihak yang bersengketa tanpa memberikan saran penyelesaian. Pada mediasi, peran majelis lebih aktif dengan memberikan opsi dan rekomendasi agar tercapai kesepakatan damai. Sedangkan arbitrase memberikan kewenangan penuh kepada majelis BPSK untuk mengeluarkan putusan final dan mengikat secara hukum, sehingga berfungsi layaknya pengadilan alternatif.

Selain mekanisme di BPSK, penyelesaian sengketa secara damai juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK). Penyelesaian ini dilakukan langsung antara konsumen dan pelaku usaha tanpa melalui pengadilan atau BPSK. Prosesnya mengedepankan musyawarah, kompromi, dan itikad baik guna mencapai kesepakatan ganti rugi yang adil serta menjaga hubungan baik antara kedua pihak.

UU PK tidak hanya mengatur hak dan kewajiban konsumen, tetapi juga secara eksplisit menetapkan hak dan kewajiban pelaku usaha (Prastya et al., 2021). Hak pelaku usaha antara lain: menerima pembayaran sesuai kesepakatan, memperoleh perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang tidak beritikad baik, melakukan pembelaan secara proporsional, dan mendapatkan rehabilitasi nama baik jika terbukti tidak bersalah. Adapun kewajibannya meliputi: beritikad baik dalam berusaha, memberikan informasi produk secara jujur dan jelas, memperlakukan konsumen secara adil dan tidak diskriminatif, menjamin mutu produk sesuai standar, serta memberikan kompensasi atau ganti rugi apabila terjadi kerugian akibat produk atau jasa yang diperdagangkan.

Namun dalam praktiknya, banyak konsumen yang masih mengalami kerugian dalam transaksi elektronik, terutama karena lemahnya sistem verifikasi identitas pelaku usaha dan keterbatasan akses terhadap mekanisme pengaduan (Yaurwarin, 2020; Mahmudah & Rahayu, 2020). Dalam banyak kasus, pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab mudah menghilang setelah menerima pembayaran, menghapus akun, atau memblokir konsumen. Hal ini menunjukkan perlunya penguatan perlindungan



hukum melalui peningkatan pengawasan, literasi digital, dan sistem verifikasi pelaku usaha yang lebih ketat (Mulyadi et al., 2024).

Sebagai landasan hukum transaksi digital, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) beserta perubahannya (UU No. 19 Tahun 2016) memberikan kepastian hukum dan perlindungan bagi seluruh pelaku transaksi elektronik (Perdana, 2021). UU ini menegaskan bahwa transaksi elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik maupun privat, asalkan memenuhi unsur keabsahan hukum (Rajab, 2018). Pasal 17 UU ITE menekankan pentingnya itikad baik antar pihak dan tanggung jawab atas informasi serta dokumen elektronik yang dipertukarkan, sementara ketentuan teknisnya diatur lebih lanjut melalui Peraturan Pemerintah agar tetap adaptif terhadap perkembangan teknologi (Triasih et al., 2021).

Dengan demikian, kombinasi antara UU PK dan UU ITE menjadi dasar penting bagi perlindungan konsumen di era digital. Keduanya saling melengkapi dalam mewujudkan ekosistem perdagangan elektronik yang adil, aman, transparan, dan berkeadilan hukum, sekaligus memastikan bahwa inovasi teknologi tetap diiringi oleh tanggung jawab sosial dan moral semua pihak yang terlibat.

Kontrak Elektronik dan Pilihan Hukum (Pasal 18)

Pasal 18 mengatur aspek penting terkait kekuatan hukum kontrak elektronik serta otonomi para pihak dalam menetapkan hukum dan forum penyelesaian sengketa. Ketentuan ini sangat krusial dalam konteks globalisasi dan transaksi lintas negara. Ketentuan-ketentuan tersebut antara lain: Kontrak elektronik bersifat mengikat secara hukum bagi para pihak sebagaimana halnya kontrak konvensional, Para pihak dapat memilih hukum yang berlaku dalam transaksi elektronik internasional yang mereka lakukan, Jika tidak ada pilihan hukum, maka transaksi tunduk pada asas Hukum Perdata Internasional, yang mempertimbangkan berbagai faktor seperti tempat kedudukan para pihak atau lokasi pelaksanaan kontrak, Penetapan forum penyelesaian sengketa juga menjadi hak para pihak, baik melalui pengadilan, arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya, Bila tidak ada forum yang ditentukan, maka penetapan kewenangan akan didasarkan pada Hukum Perdata Internasional, sebagaimana lazim berlaku dalam hukum kontrak internasional.

Pasal 19 dan Pasal 20 UU ITE memberikan kejelasan hukum tentang kapan transaksi elektronik dianggap sah dan sistem elektronik seperti apa yang dapat digunakan. Inti ketentuan ini adalah: Transaksi elektronik wajib dilakukan melalui sistem elektronik yang disepakati bersama, guna menjamin integritas, otentikasi, dan keamanan data yang dipertukarkan, Transaksi dianggap terjadi ketika penawaran telah diterima dan disetujui oleh pihak penerima, kecuali ditentukan lain oleh para pihak dalam kontrak, Persetujuan transaksi dilakukan dalam bentuk pernyataan penerimaan elektronik, seperti klik persetujuan, tanda tangan digital, atau bentuk otorisasi lainnya yang diakui secara hukum.

Sengketa merupakan hal yang tidak diharapkan dalam setiap kegiatan hukum, termasuk dalam aktivitas perdagangan. Namun demikian, sengketa dalam transaksi elektronik sering kali tidak dapat dihindari, terutama ketika terjadi pelanggaran hak konsumen, ingkar janji, penyalahgunaan data, atau perbedaan kepentingan antara pelaku usaha dan konsumen. Menurut Shidarta, sengketa konsumen adalah sengketa yang timbul karena adanya pelanggaran terhadap hak-hak konsumen, yang mencakup aspek hukum perdata, pidana, dan tata usaha negara, istilah “sengketa konsumen” dianggap lebih tepat dibandingkan “sengketa transaksi konsumen”, karena yang terakhir membatasi ruang lingkup hanya pada persoalan kontraktual atau perdata semata. Dalam era digital, sengketa konsumen cenderung lebih kompleks karena: Identitas pelaku usaha kerap tidak jelas atau mudah berubah, Konsumen kesulitan mengakses informasi yang akurat, Tidak semua konsumen memiliki pemahaman hukum atau akses terhadap mekanisme penyelesaian sengketa yang layak.

Urgensi Perlindungan Konsumen Digital

Melihat kondisi tersebut, perlindungan hukum terhadap konsumen digital perlu diperkuat. Hal ini dapat dilakukan melalui: Penyusunan regulasi turunan yang menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dan pola penipuan digital, Peningkatan literasi digital masyarakat agar konsumen lebih waspada dan cerdas dalam bertransaksi online, Penguatan lembaga penyelesaian sengketa yang lebih mudah diakses, cepat, dan mampu menangani sengketa konsumen digital secara efektif. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan hubungan antara pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi elektronik dapat berlangsung lebih adil, aman, dan setara, serta mampu memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi digital nasional (Rizkia, A. A., Rahmawati, S., 2021).

Perlindungan Hukum Terhadap Hak-Hak Konsumen Dalam Jual Beli Online

Perlindungan hukum bagi konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Sebelum memahami ketentuan hukumnya secara

mendalam, penting untuk mengenali terlebih dahulu istilah kunci dalam konsep ini. Dalam konteks UUPK, konsumen diartikan sebagai individu atau pihak yang menggunakan barang dan/atau jasa untuk kepentingan pribadi, keluarga, atau rumah tangga, tanpa tujuan komersial atau reproduksi produk (Richardus Eko Indrajit, 2001). Dengan demikian, konsumen merupakan pihak terakhir dalam rantai distribusi barang atau jasa yang menikmati hasilnya secara langsung. Sementara itu, transaksi konsumen menggambarkan proses terjadinya perpindahan hak kepemilikan atau hak menikmati suatu barang dan/atau jasa dari pelaku usaha kepada konsumen, baik melalui kesepakatan tertulis maupun tidak tertulis, yang menjadi dasar hukum hubungan antara keduanya.

UUPK dalam Pasal 4 memberikan pengakuan terhadap hak-hak dasar konsumen, di antaranya hak untuk memilih barang/jasa sesuai nilai tukar dan jaminan yang dijanjikan, hak memperoleh informasi yang jelas dan jujur, serta hak untuk mendapatkan kompensasi atau ganti rugi atas kerugian yang timbul akibat barang/jasa yang tidak sesuai dengan perjanjian. Hak-hak ini dimaksudkan untuk melindungi konsumen dari praktik curang atau menyesatkan yang dilakukan pelaku usaha. Sebaliknya, pelaku usaha juga memiliki kewajiban hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 7 UUPK, antara lain memberikan informasi yang benar, memberikan penjelasan mengenai penggunaan dan pemeliharaan produk, serta memberikan kompensasi atau penggantian jika barang/jasa yang diberikan tidak sesuai dengan perjanjian (Az. Nasution, 1995).

Apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan isi perjanjian, baik secara eksplisit maupun implisit, maka hal tersebut merupakan bentuk pelanggaran terhadap hak konsumen. Ketidaksihonestan tersebut bisa terjadi pada aspek kualitas, kuantitas, fungsi, atau spesifikasi teknis produk yang sebelumnya dijanjikan oleh pelaku usaha dalam iklan atau penawaran. Pasal 8 UUPK menegaskan larangan bagi pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan label, etiket, keterangan, atau promosi yang dilakukan. Ketentuan ini menjadi upaya preventif agar konsumen tidak tertipu oleh informasi yang menyesatkan. Misalnya, jika konsumen menerima produk yang berbeda dengan deskripsi atau gambar yang ditampilkan pada iklan, maka hal ini termasuk dalam pelanggaran Pasal 8 UUPK.

Sebagai konsekuensinya, konsumen memiliki hak sebagaimana disebutkan dalam Pasal 4 huruf h UUPK, yaitu berhak memperoleh kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian yang timbul akibat barang/jasa yang tidak sesuai dengan perjanjian. Di sisi lain, pelaku usaha berkewajiban sesuai Pasal 7 huruf g UUPK untuk memenuhi tuntutan tersebut. Apabila kewajiban ini diabaikan, maka pelaku usaha dapat dikenai sanksi pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 62 UUPK, yang menyatakan bahwa pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 8, 9, 10, 13 ayat (2), 15, 17, dan 18 dapat dipidana dengan penjara paling lama lima tahun atau denda maksimal Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

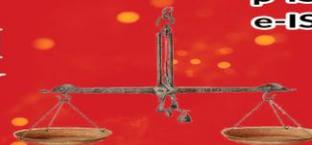
Dengan demikian, UUPK memberikan kerangka hukum yang tegas dan komprehensif untuk melindungi konsumen sekaligus menuntut tanggung jawab pelaku usaha. Regulasi ini tidak hanya menjamin keseimbangan hubungan antara kedua pihak, tetapi juga mendorong terciptanya praktik bisnis yang adil, transparan, dan beretika, sebagai bagian dari upaya menciptakan sistem perdagangan yang sehat di Indonesia (Abdul Halim Barkatullah & Teguh Prasetyo, 2005).

Kontrak Elektronik dan Perlindungan Konsumen Berdasarkan UU ITE dan PP PSTE

Dalam era digital saat ini, transaksi jual beli yang dilakukan secara daring (online) telah menjadi bagian tak terpisahkan dari aktivitas ekonomi masyarakat. Meskipun tidak dilakukan secara fisik atau tatap muka, transaksi tersebut tetap memiliki kekuatan hukum dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Hal ini ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang telah diubah dengan UU Nomor 19 Tahun 2016, serta diperkuat dengan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE) (Undang-Undang Nomor 11, 2008 dan Undang-Undang Nomor 19, 2016). UU ITE dan PP PSTE secara eksplisit mengakui bahwa transaksi elektronik, termasuk jual beli secara online, merupakan bentuk perjanjian yang sah sebagaimana diatur dalam hukum perdata pada umumnya, selama memenuhi unsur-unsur sahnya perjanjian sesuai dengan Pasal 1320 KUH Perdata. Dengan demikian, transaksi online tidak hanya diakui dari sisi teknologi, tetapi juga memiliki legitimasi hukum yang kuat sebagai kontrak antara para pihak.

Ketentuan Mengenai Kontrak Elektronik

Menurut Pasal 48 ayat (3) PP PSTE, suatu kontrak elektronik yang sah setidaknya harus memuat unsur-unsur berikut: Data identitas para pihak yang terlibat dalam transaksi, Objek transaksi beserta spesifikasi barang atau jasa yang diperjualbelikan, Persyaratan transaksi elektronik, yang mencakup hak dan kewajiban masing-masing pihak, Harga dan biaya yang harus dibayarkan oleh konsumen, Prosedur pembatalan, dalam hal salah satu pihak ingin membatalkan transaksi, Ketentuan mengenai hak



konsumen untuk mengembalikan barang atau meminta penggantian apabila terdapat cacat tersembunyi atau ketidaksesuaian dengan informasi awal, Pilihan hukum dan tata cara penyelesaian sengketa apabila terjadi permasalahan dalam transaksi.

Dengan adanya ketentuan tersebut, kontrak elektronik diakui memiliki struktur hukum yang lengkap, setara dengan kontrak konvensional. Artinya, setiap hak dan kewajiban yang timbul dari transaksi online dapat dilindungi dan ditegakkan berdasarkan hukum yang berlaku. Terkait dengan perlindungan konsumen, Pasal 49 ayat (1) PP PSTE menegaskan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik wajib menyampaikan informasi yang benar, jelas dan lengkap mengenai produk, produsen, serta syarat dan ketentuan kontrak. Informasi tersebut harus disampaikan sebelum konsumen melakukan transaksi, agar konsumen dapat membuat keputusan yang sadar dan tidak dirugikan karena adanya informasi yang menyesatkan atau tidak lengkap. Pada ayat (2) pasal yang sama, kewajiban pelaku usaha diperjelas kembali, yakni untuk memberikan kejelasan informasi yang berkaitan dengan penawaran kontrak secara transparan. Informasi ini mencakup prosedur pembelian, sistem pembayaran, kebijakan pengembalian barang (refund/return), serta hak-hak konsumen jika terjadi kerusakan, kesalahan pengiriman, atau cacat pada produk.

Kewajiban Pelaku Usaha dan Konsekuensi Wanprestasi dalam Transaksi Elektronik

Sebagai bentuk perlindungan lanjutan bagi konsumen dalam transaksi elektronik, Pasal 49 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE) secara khusus mengatur mengenai kewajiban pelaku usaha ketika barang yang dikirim tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi. Dalam ketentuan tersebut disebutkan bahwa: "Pelaku Usaha wajib memberikan batas waktu kepada Konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi." Dengan adanya pasal ini, negara menegaskan bahwa pelaku usaha tidak cukup hanya menyediakan produk sesuai kontrak, namun juga harus memberikan kesempatan yang wajar bagi konsumen untuk melakukan retur (pengembalian barang) dalam kondisi tertentu. Hal ini mencakup kondisi di mana barang yang diterima: Tidak sesuai dengan perjanjian awal atau deskripsi produk, Memiliki cacat tersembunyi yang tidak diinformasikan sebelumnya. Kewajiban ini penting karena dalam transaksi daring (online), konsumen tidak memiliki kesempatan untuk memeriksa langsung barang sebelum pembelian. Oleh karena itu, keberadaan hak untuk mengembalikan barang merupakan bentuk perlindungan yang sangat fundamental.

Foto Iklan sebagai Bentuk Penawaran dan Dasar Gugatan Perdata

Dalam konteks transaksi online, foto dan deskripsi produk yang ditampilkan pada toko online berfungsi sebagai bagian dari penawaran (aanbieding) yang memiliki kekuatan hukum. Jika barang yang diterima oleh konsumen ternyata tidak sesuai dengan tampilan iklan atau spesifikasi yang dicantumkan, maka pelaku usaha dapat dianggap telah melakukan wanprestasi (cidera janji). Dalam hal ini, konsumen dapat mengajukan gugatan perdata terhadap pelaku usaha, berdasarkan adanya pelanggaran atas perjanjian jual beli. Gugatan tersebut dapat diajukan melalui mekanisme pengadilan, maupun forum penyelesaian sengketa konsumen lainnya seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Menurut pakar hukum perdata Prof. R. Subekti, S.H., dalam bukunya "Hukum Perjanjian", wanprestasi diartikan sebagai kegagalan atau kelalaian debitur (dalam hal ini pelaku usaha atau penjual) untuk melaksanakan apa yang telah dijanjikan dalam suatu perjanjian. Wanprestasi dapat terjadi dalam empat bentuk utama, yaitu (Subekti, R, Prof, S.H., 2000): Tidak melakukan apa yang telah dijanjikan (tidak mengirim barang sama sekali), Melakukan apa yang dijanjikan, tetapi tidak sesuai dengan isi perjanjian (barang berbeda spesifikasi atau kualitasnya jauh di bawah yang dijanjikan), Melakukan apa yang dijanjikan, tetapi terlambat (pengiriman jauh melebihi batas waktu yang disepakati), Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan (misalnya mengganti barang dengan jenis lain tanpa persetujuan konsumen).

Jika salah satu dari kondisi tersebut terjadi, maka menurut hukum perdata Indonesia, konsumen berhak menggugat pelaku usaha secara perdata dengan dasar hukum wanprestasi. Dalam gugatan tersebut, konsumen dapat menuntut: Pembatalan perjanjian, Pengembalian uang (refund), Penggantian barang, Ganti rugi atas kerugian materiil maupun immateriil yang timbul. Dengan demikian, dalam konteks transaksi elektronik, konsumen memiliki landasan hukum yang kuat untuk menuntut haknya apabila terjadi ketidaksesuaian antara barang yang dipesan dan barang yang diterima. Instrumen hukum yang dapat digunakan mencakup: UU ITE dan PP PSTE sebagai dasar perlindungan dalam transaksi digital, KUH Perdata dan doktrin wanprestasi sebagai dasar gugatan perdata, UUPK sebagai pelengkap terhadap perlindungan konsumen secara umum. Perlindungan hukum ini penting untuk mendorong terciptanya ekosistem e-commerce yang sehat, transparan, dan adil bagi semua pihak (<http://www.hukumonline.com/>).

Pandangan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online

Akad salam berasal dari kata *aslama* yang berarti menyegerakan atau mendahulukan pembayaran dalam transaksi. Secara istilah, salam adalah akad jual beli di mana pembayaran dilakukan di muka, sedangkan barang diserahkan di kemudian hari. Dalam fikih, istilah ini dikenal juga dengan *salaḥ*, dengan perbedaan penggunaan bahasa antara ulama Hijaz dan Iraq. Akad salam diperbolehkan dalam hukum Islam sebagai bentuk rukhshah (keringanan) dari larangan jual beli barang yang belum ada, dengan syarat-syarat tertentu untuk menghindari ketidakjelasan (*gharar*). Dasar hukum akad salam terdapat dalam Q.S. al-Baqarah ayat 282, yang menekankan pentingnya pencatatan dan kejelasan dalam transaksi. Selain itu, hadis Nabi SAW yang diriwayatkan oleh Ibnu Abbas menegaskan kebolehan akad salam selama unsur takaran, timbangan, dan waktu penyerahan dijelaskan secara rinci. Para ulama juga berijma' tentang kebolehan akad salam dengan ketentuan tertentu, menjadikannya sah secara syariah, terutama untuk transaksi di bidang pertanian dan produksi barang yang belum tersedia saat akad dilakukan.

Definisi dan Syarat-Syarat Akad Salam dalam Fikih Islam

Salam adalah salah satu bentuk akad jual beli dalam Islam di mana pembayaran dilakukan di muka secara penuh, sementara barang yang dibeli diserahkan di kemudian hari sesuai dengan waktu yang telah disepakati bersama. Para fuqaha' (ulama fikih) mendefinisikan akad salam sebagai: "Suatu akad jual beli atas barang yang sifat-sifat dan kriterianya dijelaskan secara rinci dalam akad, serta dijanjikan penyerahannya kepada pembeli pada waktu yang telah ditentukan, dengan pembayaran harga dilakukan pada saat akad berlangsung." Dengan pengertian tersebut, dapat dipahami bahwa salam merupakan akad berbasis kepercayaan, dan pelaksanaannya sangat tergantung pada kepatuhan para pihak terhadap syarat-syarat yang telah ditentukan. Karena itu, rukun dan syarat jual beli pada umumnya juga berlaku dalam akad salam, dengan tambahan ketentuan yang lebih spesifik untuk menghindari unsur gharar (ketidakjelasan) dan pertikaian antara penjual dan pembeli (Budi Bahreysi, 2018).

Rukun dan Syarat Akad Salam

Agar akad salam sah dan tidak menimbulkan sengketa, para ulama menetapkan bahwa barang yang menjadi objek akad harus dapat ditentukan dengan jelas, baik dari sisi jumlah, kualitas, maupun waktu penyerahan. Dalam praktiknya, akad salam hanya sah untuk barang yang bisa ditentukan spesifikasinya berdasarkan ukuran-ukuran objektif, seperti (Wati Susiawati, 2017): Takaran (misalnya: liter, galon), Timbangan (misalnya: kilogram, gram), Hitungan/unit (misalnya: buah, potong), Ukuran panjang/luas/volume (misalnya: meter, hektar, kubik). Ketentuan ini bertujuan agar tidak ada keraguan dalam akad dan untuk menghindari perselisihan di kemudian hari.

Syarat-Syarat Khusus Akad Salam

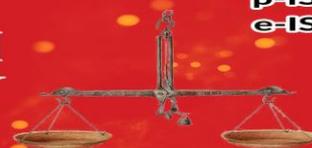
Agar akad salam sah menurut syariat, terdapat beberapa syarat utama yang harus dipenuhi. Pertama, jenis barang dan modal harus jelas, termasuk jenis barang yang dipesan serta bentuk pembayaran atau mata uang yang digunakan. Kedua, spesifikasi barang dijelaskan secara rinci, meliputi kualitas, warna, ukuran, dan karakteristik lain yang memengaruhi nilai barang. Ketiga, kuantitas dan ukuran harus pasti, baik dihitung, ditakar, ditimbang, maupun diukur. Keempat, penyerahan barang ditangguhkan hingga waktu tertentu di masa depan yang telah disepakati, umumnya minimal satu bulan agar memungkinkan proses produksi. Kelima, pembayaran harga dilakukan secara kontan saat akad berlangsung, untuk menghindari transaksi utang dengan utang (*bay' al-kali' bil-kali'*) yang dilarang syariat.

Dengan terpenuhinya seluruh syarat tersebut, akad salam menjadi akad jual beli yang sah dan adil, serta memberikan manfaat bagi kedua belah pihak—penjual dan pembeli. Akad ini juga berfungsi sebagai instrumen ekonomi syariah yang penting, terutama dalam sektor pertanian, industri manufaktur, serta menjadi dasar bagi produk pembiayaan modern dalam perbankan syariah.

Konsep Jual Beli Online dalam Era Digital

Perkembangan pesat teknologi komunikasi dan informasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara manusia memenuhi kebutuhan sehari-hari melalui munculnya jual beli online (e-commerce). Melalui sistem ini, penjual dan pembeli dapat melakukan transaksi secara jarak jauh dengan memanfaatkan perangkat elektronik yang terhubung ke internet. E-commerce menawarkan berbagai kemudahan seperti efisiensi waktu, kemudahan akses, serta pilihan produk yang luas, mulai dari kebutuhan pokok hingga produk digital dan jasa.

Beragam platform digital seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan marketplace lainnya telah membuka peluang besar bagi masyarakat untuk melakukan kegiatan ekonomi tanpa batas ruang



dan waktu. Namun, model transaksi ini juga menghadirkan berbagai tantangan hukum dan etika, antara lain risiko penipuan, ketidaksesuaian barang, cacat tersembunyi, keterlambatan pengiriman, serta pelanggaran privasi data. Oleh karena itu, jual beli online perlu dipahami tidak hanya dari sisi teknis, tetapi juga dari perspektif hukum perdata, perlindungan konsumen, dan ekonomi syariah, agar keadilan dan keamanan dalam transaksi tetap terjaga.

Secara konseptual, e-commerce merupakan transaksi jual beli barang atau jasa melalui internet, sedangkan e-business memiliki cakupan lebih luas karena mencakup seluruh aktivitas bisnis berbasis teknologi informasi, termasuk pemasaran, manajemen pelanggan, dan logistik. Transaksi digital ini dikenal juga sebagai transaksi pesanan (order transaction), di mana proses pertukaran data antara penjual dan pembeli dilakukan secara elektronik tanpa tatap muka langsung.

Dengan demikian, jual beli online dapat disimpulkan sebagai bentuk transformasi ekonomi digital yang memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi dan aksesibilitas transaksi. Meskipun memberikan banyak manfaat bagi masyarakat modern, model ini tetap memerlukan pengaturan hukum yang jelas dan prinsip etika bisnis agar dapat berjalan secara adil, transparan, dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Jual Beli Online Menurut Hukum Islam

Dalam konteks hukum Islam, kemajuan teknologi yang memungkinkan jual beli secara online (termasuk melalui media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan lainnya) menuntut adanya penyesuaian dalam memahami akad dan rukun jual beli. Islam tidak melarang penggunaan teknologi dalam transaksi ekonomi, selama transaksi tersebut memenuhi syarat dan rukun yang ditetapkan syariat serta bebas dari unsur-unsur yang dilarang seperti (MUI, 2017), (Republika, 2008): *Gharar* (ketidakjelasan atau spekulasi tinggi), *Tadlis* (penipuan), *Riba* (tambahan yang tidak sah), *Maisir* (judi atau ketidakpastian yang merugikan pihak lain). Meskipun transaksi dilakukan tanpa tatap muka langsung, syarat sah jual beli tetap harus terpenuhi, yaitu: Rukun Jual Beli dalam Islam; Penjual dan pembeli (pihak yang melakukan transaksi), *Ijab dan qabul* (pernyataan serah terima), Barang atau jasa yang diperjualbelikan (*ma'qud 'alaih*), Harga (*tsaman*) yang disepakati. Syarat Jual Beli yang Harus Dipenuhi ialah: Barang diketahui secara jelas sifat dan spesifikasinya, Harga ditentukan secara pasti, Kedua belah pihak saling ridha, Barang halal dan dapat dimiliki secara syar'i, Tidak ada unsur penipuan atau pemaksaan.

Dalam jual beli online, deskripsi barang, gambar produk, dan review pelanggan menjadi alat yang menggantikan visualisasi langsung, kejelasan informasi menjadi krusial agar tidak terjadi *gharar*. Jual beli online sebagai bagian dari e-business atau e-commerce dapat diterima dalam Islam selama prinsip-prinsip dasar akad tetap dijaga dan tidak bertentangan dengan kaidah syariah. Dalam praktiknya, umat Islam dituntut untuk lebih teliti dan jujur baik sebagai penjual maupun pembeli, serta mengetahui hak dan kewajiban masing-masing agar transaksi yang dilakukan bernilai sah secara hukum dan berkah dalam aspek spiritual.

Jual Beli Online dalam Perspektif Hukum Islam dan Fatwa DSN MUI

Dalam era digital saat ini, praktik jual beli online melalui media sosial dan platform digital telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat modern. Namun, dalam perspektif Islam, setiap transaksi tetap harus memenuhi rukun dan syarat jual beli yang sah secara syar'i agar memberikan manfaat dan keberkahan bagi para pihak yang terlibat. Fatwa DSN-MUI Nomor 24 Tahun 2017 memberikan pedoman hukum bermuamalah melalui media sosial dengan menegaskan bahwa setiap transaksi harus dilakukan tanpa melanggar ketentuan syariat maupun peraturan perundang-undangan.

Menurut Dr. Oni Sahroni, jual beli online diperbolehkan (*mubah*) selama memenuhi prinsip-prinsip syariah, antara lain: barang yang dijual harus halal dan tidak mengandung unsur haram, spesifikasi barang harus jelas untuk menghindari ketidakpastian (*gharar*), transaksi tidak boleh mengandung pemborosan (*tabdzir*), serta pembeli memiliki hak *khayar* apabila barang tidak sesuai dengan pesanan. Selain itu, skema jual beli online harus dilaksanakan berdasarkan akad yang sah dan sesuai prinsip keadilan dalam Islam.

Fatwa DSN-MUI juga menegaskan bahwa praktik jual beli online memiliki kemiripan dengan akad *salam*, yaitu transaksi di mana pembayaran dilakukan di awal dan barang diserahkan di kemudian hari. Dalam akad ini, terdapat beberapa ketentuan penting, seperti kejelasan spesifikasi barang (ukuran, jenis, warna, kualitas), waktu dan tempat penyerahan yang ditetapkan sejak awal, serta larangan menjual kembali barang sebelum diterima secara penuh.

Dari sisi pembayaran, transaksi dapat dilakukan secara tunai maupun non-tunai (transfer bank, e-wallet, kartu kredit syariah) selama tidak mengandung unsur *riba*, kecurangan, atau kezaliman. Hal ini sejalan dengan keputusan *Majma' al-Fiqh al-Islami* (OKI) yang membolehkan penggunaan metode pembayaran modern dalam akad jual beli.

Secara keseluruhan, jual beli online dipandang sebagai bentuk muamalah kontemporer yang sah selama dijalankan sesuai prinsip syariah, menjunjung tinggi kejujuran, keadilan, dan kejelasan informasi. Fatwa DSN-MUI berperan penting sebagai pedoman agar aktivitas ekonomi digital umat Islam tetap berada dalam koridor hukum Islam yang adil dan transparan, serta mampu mengakomodasi perkembangan teknologi tanpa mengabaikan nilai-nilai syariah.

Pandangan DSN MUI dan Dalil-dalil Pendukung

Fatwa DSN MUI dan dalil-dalil klasik serta modern mendukung legalitas jual beli online, selama memenuhi ketentuan syariah: Fatwa DSN MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah membolehkan pembayaran yang tidak dilakukan secara tunai (angsuran) selama telah disepakati sejak awal dan tidak mengandung unsur riba atau ketidakjelasan (DSN MUI, 2000), Majma' al-Fiqh al-Islami (1990, No. 51/2/6) juga menyatakan bahwa jual beli secara non-tunai diperbolehkan, selama transaksi tersebut dilakukan secara jelas dan disepakati oleh kedua belah pihak (Majma' al-Fiqh al-Islami (1990). Hadis Nabi Muhammad SAW (HR. Tirmidzi) menjadi penguat penting dalam membenaran fleksibilitas akad, yang artinya: "*Kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka, kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.*"

Akad dan Status Hukum Jual Beli Online

Berdasarkan pandangan ulama ahli fikih kontemporer, jual beli online diperbolehkan dan akadnya sah, baik transaksi dilakukan atas: Barang ready stock (tersedia langsung), Maupun barang inden (belum tersedia, tetapi dapat dipastikan spesifikasinya dan waktu penyerahannya). Transaksi semacam ini dikenal dalam fikih sebagai al-Bai' al-Maushuf fi al-Dzimmah: jual beli atas barang yang disebutkan ciri-cirinya secara rinci dan dijanjikan akan diserahkan di kemudian hari. Ini sejalan dengan prinsip akad salam, selama tidak terdapat unsur penipuan, gharar, dan riba.

Pandangan AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*)

Lembaga internasional yang berperan dalam standardisasi keuangan dan ekonomi syariah ini juga membolehkan praktik jual beli online, termasuk dalam bentuk ijab qabul serta serah terima secara elektronik (online), selama transaksi tersebut diakui oleh otoritas yang sah dan sesuai dengan kebiasaan pasar (*urf tijari*). Hal ini menguatkan legitimasi hukum jual beli online dari sisi internasional, khususnya dalam praktik keuangan dan perbankan syariah global.

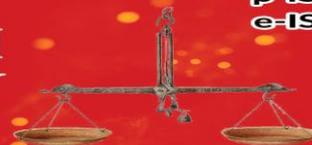
Pandangan Nahdlatul Ulama (NU)

Fatwa Lembaga Bahtsul Masail Nahdlatul Ulama (NU) menyatakan bahwa jual beli online hukumnya boleh dan sah meskipun tidak dilakukan secara langsung atau dalam satu tempat fisik. NU menegaskan bahwa selama rukun dan syarat jual beli terpenuhi—meliputi penjual dan pembeli (muta'qidain), objek jual beli (al-mabi'), serta ijab dan qabul—maka transaksi tetap sah secara syar'i. Penjual dan pembeli harus saling mengetahui identitas dan kehendak masing-masing, objek jual beli harus jelas dan tidak mengandung unsur ketidakpastian (gharar), serta akad ijab-qabul dapat dilakukan melalui media komunikasi digital seperti telepon, pesan singkat, media sosial, atau aplikasi daring, selama ada taradhin (kerelaan kedua belah pihak).

NU memandang transaksi semacam ini sebagai fi hukm ittihad al-majlis, artinya secara hukum dianggap berada dalam satu majelis, meskipun berlangsung secara daring. Dalam fikih muamalah, ittihad al-majlis merupakan salah satu syarat sah akad jual beli yang menekankan adanya kesatuan antara ijab dan qabul. Berdasarkan penjelasan Imam al-Nawawi dalam *Raudhah al-Thalibin wa 'Umdah al-Muftin*, majelis akad tidak harus terjadi di tempat yang sama secara fisik, melainkan cukup ada kesinambungan waktu dan konteks antara penawaran dan penerimaan akad. Konsep ittihad al-majlis dalam fikih mencakup tiga unsur utama, yaitu Ittihad al-Makan (kesatuan tempat) – kedua pihak idealnya berada dalam ruang yang sama, Ittihad al-Zaman (kesatuan waktu) – ijab dan qabul dilakukan tanpa jeda yang lama, Ittihad al-Haiah (kesatuan kondisi) – kedua pihak fokus dan sadar akan transaksi yang sedang dilakukan. Dengan demikian, jual beli online dipandang sah selama tetap menjaga kesatuan makna majelis akad, yaitu adanya keterhubungan langsung antara ijab dan qabul secara waktu dan kesadaran, meskipun dilakukan melalui sarana digital. Fatwa NU ini menunjukkan fleksibilitas hukum Islam dalam mengakomodasi perkembangan teknologi modern tanpa meninggalkan prinsip-prinsip keadilan dan kejelasan dalam akad.

Ittihad al-Majlis dalam Konteks Teknologi Modern

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah merevolusi cara transaksi dilakukan, termasuk dalam jual beli. Saat ini, dengan adanya: Telepon, Email, Aplikasi Chat, Video Conference, Marketplace



(e-commerce platform). Dua pihak dapat berkomunikasi secara real-time, meskipun berada di lokasi geografis yang berbeda. Dalam konteks ini, para ulama kontemporer, termasuk fatwa dari DSN MUI dan pandangan para fuqaha modern, sepakat bahwa ta'addud al-makan (perbedaan tempat) tidak membatalkan konsep ittihad al-majlis, selama kesatuan waktu dan kesinambungan akad (ittihad al-zaman) tetap terjaga (DSN MUI, 2000). Dalam hal ini, situasi ketika dua orang terhubung melalui platform komunikasi digital untuk melakukan ijab dan qabul di waktu yang sama, dianggap telah memenuhi syarat ittihad al-majlis secara syar'i, jual beli online yang dilakukan secara langsung (real-time) melalui media digital dianggap sah karena memenuhi syarat: Ijab dan qabul saling tersambung, Tidak ada jeda yang memutus niat, Terjadi dalam satu rangkaian komunikasi.

Penerapan Ittihad al-Majlis dalam Jual Beli Ekspor/Impor

Pada praktik jual beli modern seperti ekspor dan impor, seringkali transaksi dilakukan melalui email atau sistem e-commerce internasional. Meskipun tidak berada dalam satu lokasi, namun: Kontrak digital, Kesepakatan harga, Persetujuan spesifikasi barang, Konfirmasi pemesanan. Semuanya dilakukan dalam satu sesi transaksi yang logis dan tersambung, sehingga memenuhi aspek ittihad al-zaman dan al-haiah, meskipun bukan secara fisik (al-makan). Hal ini memperkuat argumentasi bahwa unsur waktu dan kesinambungan niat lebih esensial dibanding kesatuan tempat secara fisik (Ahkamul Fuqaha, 2011). Konsep ittihad al-majlis dalam hukum Islam tidak hanya menekankan kesatuan tempat secara fisik, tetapi lebih kepada kesinambungan antara ijab dan qabul dalam satu konteks transaksi yang utuh. Dengan kemajuan teknologi komunikasi, para ulama dan institusi keagamaan kontemporer menyepakati bahwa: Transaksi jual beli online tetap sah dan memenuhi syarat ittihad al-majlis, Selama ijab dan qabul terjadi tanpa jeda, dalam satu komunikasi berkelanjutan, Kedua belah pihak saling mengetahui dan menyetujui akad. Hal ini menunjukkan bahwa Islam sangat adaptif terhadap perkembangan zaman, tanpa mengabaikan prinsip-prinsip dasar syariah yang menjaga keadilan, kejelasan, dan kesepakatan dalam transaksi muamalah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Transaksi jual beli secara online pada hakikatnya memiliki kerangka hukum yang serupa dengan transaksi konvensional, hanya saja media yang digunakan adalah internet sebagai perantara antara penjual dan pembeli. Dalam situasi ini, perlindungan hukum terhadap konsumen menjadi aspek yang sangat krusial, khususnya mengenai pemenuhan hak-hak konsumen sebagaimana tercantum dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Apabila dalam pelaksanaannya terjadi pelanggaran terhadap hak-hak konsumen—misalnya dalam bentuk wanprestasi atau penipuan oleh pelaku usaha—maka konsumen berhak memperoleh ganti rugi, sebagaimana diatur dalam Pasal 19 UUPK yang mewajibkan pelaku usaha untuk bertanggung jawab atas segala kerugian yang ditimbulkan dari produk atau layanan yang ditawarkan. Untuk menyelesaikan sengketa yang mungkin timbul, tersedia dua jalur penyelesaian, yaitu melalui jalur litigasi di pengadilan yang mencakup gugatan perdata biasa, gugatan kelompok (class action), atau melalui gugatan oleh Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), serta jalur non-litigasi melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). BPSK menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa yang cepat, sederhana, dan biaya ringan, dengan waktu penyelesaian maksimal 21 hari kerja. Terdapat tiga metode yang digunakan BPSK, yaitu konsiliasi di mana BPSK bersikap pasif sebagai perantara, mediasi di mana BPSK aktif memberi saran penyelesaian, dan arbitrase di mana BPSK memberikan keputusan final terhadap sengketa yang terjadi.

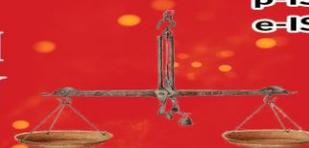
Saran

Dalam konteks transaksi jual beli secara daring, konsumen dituntut untuk lebih waspada dan cermat, terutama ketika berbelanja melalui platform seperti Instagram yang tidak melibatkan interaksi langsung. Konsumen disarankan untuk memverifikasi identitas dan keaslian pelaku usaha, serta menyimpan bukti transaksi dalam bentuk digital sebagai langkah antisipatif jika terjadi sengketa. Sementara itu, pelaku usaha di bidang e-commerce memiliki kewajiban untuk menjunjung tinggi itikad baik dan menjaga integritas dalam menjalankan usahanya, menghindari tindakan wanprestasi demi meraih keuntungan pribadi. Kepercayaan dari konsumen merupakan pondasi utama kesuksesan usaha online, sehingga penting bagi pelaku usaha untuk menjaga kualitas layanan dan memberikan informasi secara transparan. Di sisi lain, pemerintah dan pembuat kebijakan memiliki peran penting dalam memperkuat perlindungan konsumen dengan memperbaiki kelemahan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), khususnya terkait mekanisme pemberian ganti rugi, seperti penentuan kriteria kerugian, bentuk kompensasi, dan prosedur yang harus ditempuh oleh konsumen. Selain itu,

pengawasan terhadap penggunaan klausula baku juga perlu diperketat, terutama dalam sektor jasa seperti parkir, agar tidak terjadi pengalihan tanggung jawab sepihak dari pelaku usaha kepada konsumen.

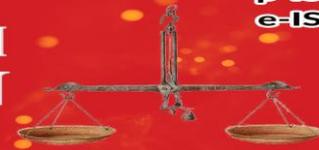
DAFTAR PUSTAKA

- A.A.N.D.H.Kesuma dkk, "Perlindungan Hukum Terhadap Keamanan Data Pribadi Konsumen Teknologi Finansial Dalam Transaksi Elektronik," *Preferensi Hukum* 2, no. 2 (n.d.).
- A.J.Satrio dkk, *Tinjauan Hukum Perdata Tentang Perjanjian Jual Beli Online Pada Market Place*, vol. 11 (Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, n.d.).
- Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005
- Abdul Halim Barkatullah Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005).
- Abdul Halim Barkatullah, Teguh Prasetyo, *Bisnis E-commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006)
- Abdulrahman Al-jaziri, *Fiqih Empat Madzhab* (Semarang: CV Asy-Syifa, 1994)
- Abustan, *Relasi dan Proteksi Hukum Perlindungan Konsumen*, (Edu Publisher, tasikmalaya, 2023)
- Abustan, *Relasi dan Proteksi Hukum Perlindungan Konsumen*, (Edu Publisher, tasikmalaya), 2023
- Abustan, *Relasi dan Proteksi Hukum Perlindungan Konsumen*, Edu Publisher, tasikmalaya, 2023
- Achmad Ali, *Menguak Toeri Hukum (Legal Theory) dan Teori Peradilan (Judicialprudence) Termasuk Interprestasi Undang Undang (Legisprudence)*, (Jakarta : Kencana, 2009)
- ADILA, A. *Asas Kepercayaan Dalam Jual Beli Online Melalui Pembayaran Cash On Delivery Pada Marketplace Shopee*. Fakultas Hukum, Universitas Islam Sumatera Utara. (2022)
- Afida Ainur Rokfaa et al., "Penyelesaian Sengketa Sistem Pembayaran Cash On Delivery Pada Media E-Commerce," *Jurnal Bina Mulia Hukum* 6, no. 2 (2022).
- Agus subekti, *hukum dan regulasi E-Commerce di indonesia*, yogyakarta, graha ilmu, 2019
- Ahkamul Fuqaha, *Solusi Problematika Aktual Hukum Islam Keutusan Muktamar, Munas, Konbes Nahdlatu Ulama 1926-2010 M* (Surabaya: Lajnah Ta'lif Wan Nasyr (LTN) Pengurus Besar Nahdlatul Ulama dan Khalista, 2011), hal. 890
- Akhmaddhian, S., Agustiwi, A. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik Di Indonesia*. UNIFIKASI: Jurnal Ilmu Hukum, 3(2), 2016
- Anak Agung Sagung Ngurah Indradewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Udayana University press, Denpasar, 2020
- Anak Agung Sagung Ngurah Indradewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Udayana University press, Denpasar, 2020
- Ariningsih Nura Damayanti, Zanuar Bayu Pamungkas, dan Tri Indah Lestari, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Perbankan," dalam *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi*, vol. 3, 2023, 487–496, <https://www.ojs.udb.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/2699>.
- Az Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995
- Azizah, S. *Legal standing lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat (LPKSM) dalam perkara ekonomi syari'ah di pengadilan agama*, 3(1), (2018)
- Bambang Sunggono, *Metode Penelitian hukum*, Jakarta : Rajawali Pers, (2016)
- Barkatullah, A. H. *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: sebagai pedoman dalam menghadapi era digital Bisnis e-commerce di Indonesia*. (2019), hal. 90 Lihat juga Nusamedia. Febyani, I. *Peran*



- Praktisi Public Relations Divisi Promosi Dan Komunikasi Liga Mahasiswa Dalam Menarik Mahasiswa Menjadi Olahragawan Prestasi Di Media Sosial Instagram, (2021)
- Budi Bahreysi, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli Secara Online," De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum 3, no. 2 (2018): 132, <http://journal.umsu.ac.id/index.php/delegalata/article/view/3157/2873>
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, Hukum Perlindungan Konsumen (Jakarta: Sinar Grafika, 2008)
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, Hukum Perlindungan Konsumen, (Jakarta : Sinar Grafika, 2009)
- Departemen Kehakiman Republik Indonesia, Himpunan Komentar Atau Tanggapan Putusan-Putusan Pengadilan Oleh Pakar Hukum Universitas Negeri dan Swasta di Indonesia, Jilid II, Jakarta, 1998
- Dewan Syariah Nasional MUI, "Fatwa DSN MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Murabahah" (Jakarta, 2000)
- Dhoni Martien, Perlindungan Hukum Data Pribadi (Makassar: Mitra Ilmu, 2023)
- Dhoni Martien, Perlindungan Hukum Data Pribadi (Makassar: Mitra Ilmu, 2023)
- Dyah Ayu Artanti, Men Wih Widiatno, Keabsahan Kontrak Elektronik Dalam Pasal 18 ayat (1) UU ITE Ditinjau dari Hukum Perdata di Indonesia, JCA of Law 1, no. 1 (2020): 88–98, <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/law/article/view/10.16> Johannes Gunawan, Kontroversi Strict Liability Dalam Hukum Perlindungan Konsumen, Veritas et Justitia 4, no. 2 (2018): 274–303, <https://doi.org/10.25123/vej.v4i2.3082>.
- E. Utrecht, Pengantar Dalam Hukum Indonesia, (Jakarta : PT. Balai Buku Ichtiar, 1959)
- Essy Kusumadewi dan Grace Sharon., [hukum perlindungan konsumen], Cetakan I, Agustus 2022, Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah
- Essy Kusumadewi dan Grace Sharon., [hukum perlindungan konsumen], Cetakan I, Agustus 2022, Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah
- Essy Kusumadewi dan Grace Sharon., [hukum perlindungan konsumen], Cetakan I, Agustus 2022, Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah
- Essy Kusumadewi dan Grace Sharon., [hukum perlindungan konsumen], Cetakan I, Agustus 2022, Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah
- Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 24 Tahun 2017
- Fatwa DSN MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah
- Ferdinan Situmorang, Keabsahan Kontrak Jual Beli Secara Elektronik (E-Commerce) Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Transaksi Elektronik, Jurnal Hukum Prodi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Untan (Jurnal Mahasiswa S1 Fakultas Hukum) Universitas Tanjungpura 4, no. 2 (2016), <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jmfh/article/view/14304>
- Fredrik J Pinakunary, "Perlindungan Konsumen, Diakses Dari," n.d., <https://fjplaw.com/id/perlindungan-konsumen/>.
- H. Salim HS, Erlies Septiana Nurbani, Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis dan Disertasi Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, (2013)
- Happy Susanto, Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan (Jakarta: Visimedia, 2008)
- Hasan Aedi, Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam, Bandung, Alfabeta, 2011
- Hendi Suhendi, Fiqih Muamalah, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008)
- <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/!t50bf69280b1ee/perlindungan-konsumendala-e-commerce>
- Indonesia, Undang Undang Tentang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999
- Indonesia, Undang Undang tentang Perlindungan Konsumen, UU No. 8 Tahun 1999
- Jannus Sidabalok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2010)
- Janus Sidabalok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, Bandung, Citra Aditia Bakti, 2010

- Jenisya Medina, Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Aplikasi Online Shopee Yang Dirugikan Di Kelurahan Bandar Buat Dan Kelurahan Kotolalang Kecamatan Lubuk Kilangan Kota Padang (Padang: Skripsi, Universitas Bung Hatta, 2023).
- Jonaedi Efendi, 2018, Metode Penelitian Hukum, Prenada Media, Indonesia
- Kristiyanti, C. T. S. Hukum perlindungan konsumen. Sinar Grafika. (2022)
- Lawrence M Friedman, American Law An Introduction (New Yor, London: W.W. Norton & Company, n.d.).1990
- Lawrence M. Friedman, American Law An Introduction, (New Yor, London: W.W. Norton & Company, 1984)
- Lubis, M. S. Y. Jual Beli Online Ditinjau Dari Hukum Islam. Jurnal Notarius, 1(1). (2022)
- Mahmudah, S. M., Rahayu, M. Pengelolaan konten media sosial korporat pada instagram sebuah pusat perbelanjaan. Jurnal Komunikasi Nusantara, 2(1), (2020)
- Majelis Ulama Indonesia, "Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 Tahun 2017 Tentang Hukum Dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial" (Jakarta, 2017). 29 "Konsultasi Syariah Fikih Belanja Online," Republika.Co.Id, October 18, 2008
- Majma' al-Fiqh al-Islami (1990, No. 51/2/6)
- Muhammad, Alimin, Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam, Yogyakarta,BPFE, 2004
- Mukhtar Yahya, Fatchurrahman, Dasar-dasar Pembinaan Hukum Fiqh Islam, Bandung, Alma'arif, 1986
- Mulyadi, Y., Aziz, H., Myranika, A. Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Pinjaman Online Dikaitkan Dengan Pasal 1320 Kuh Perdata Tentang Keabsahan Perjanjian Kontrak. Jurnal Pemandhu, 5(1), (2024)
- Munir Fuady, Hukum Kontrak (dari Sudut Pandang Hukum Bisnis), (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2001)
- N.A.Utami Simatupang, Sistem Refund Terhadap Pembatalan Transaksi Jual Beli Online Pada Marketplace Shopee Dalam Perspektif Akad Ba'i Al (Muqayyad, Skripsi: UIN ArRaniry, 2022).
- Nasrun Harun, Fiqih Muamalah (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007)
- Nindyo Pramono dan Sularso, op.cit
- Niru Anita Sinaga dan Nunuk Sulisrudatin, "Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia," Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara 5, no. 2 (2018): 71–87, <https://doi.org/10.35968/jh>
- Organisasi Konferensi Islam (OKI), yang sekarang bernama Organisasi Kerja Sama Islam (OKI), didirikan pada 25 September 1969. Keputusan untuk mendirikan OKI diambil dalam Pertemuan Pertama para Pemimpin Dunia Islam di Rabat, Maroko, sebagai respons terhadap pembakaran Masjid Al-Aqsa. OKI beranggotakan 57 negara, termasuk Indonesia
- Perdana, A. P. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Kerugian yang Ditimbulkan Oleh Pelaku Usaha Toko Online di Instagram. Inovasi Pembangunan: Jurnal Kelitbangan, 9(02), (2021)
- Peter Mahmud Marzuki, Penelitian Hukum (Edisi Revisi) (Jakarta: Prenada Media Group, 2017)
- Peter Mahmud Marzuki, Penelitian Hukum, Surabaya: Prenadamedia Group, (2005)
- Philipus M. Hadjon, Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia, Bina Ilmu, Surabaya, 1987
- PP PSTE (Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik) adalah aturan yang mengatur lebih lanjut mengenai penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik di Indonesia. Aturan ini dibuat untuk menjalankan dan mengimplementasikan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU ITE. PP PSTE bertujuan untuk memberikan kepastian hukum bagi penyelenggara sistem elektronik dan memastikan pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik yang bertanggung jawab dan aman



- Prastya, K. F. I., Adnyani, N. K. S., & Ardhya, S. N. Tinjauan Yuridis Tentang Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Online Melalui E-Commerce Menurut Pasal 1320 Kuhperdata Dan Undang-Undang Nomer 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. *Jurnal Komunitas Yustisia*, 4(2), (2021)
- Presiden Republik Indonesia, "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen," Peraturan Pemerintah Republik Indonesia 2003, no. 1 (1999).
- R.A. Anderson & W.A. Krump, *Business Law*, (Cincinnati : South-Estern Publishing Co, 1972)
- Rachmadi Usman, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2012)
- Rahman Amin, 2019, *Pengantar Hukum Indonesia*, Deepublish, Jakarta
- Rajab, A. Urgensi undang-undang nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas undangundang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik sebagai solusi guna membangun etika bagi pengguna media. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 14(4), (2018)
- Richardus Eko Indrajit, *E-commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001)
- Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001
- Rizkia, A. A., Rahmawati, S. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Anti Monopoli Dan Persaingan Bisnis Tidak Sehat: Globalisasi Ekonomi, Persaingan Usaha, Dan Pelaku Usaha.(Literature Review Etika). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 2021
- Roberto Ranto, "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik," *Jurnal Ilmu Hukum ALETHEA* 2, no. 2 (2019).
- Rodame Monitorir Napitupulu, "Pandangan Islam Terhadap Jual Beli Online," *At-Tijarah* 1, no. 2 (2015): 130, [http://repo.iainpadangsidimpuan.ac.id/293/1/Rodame Monitorir Napitupulu.pdf](http://repo.iainpadangsidimpuan.ac.id/293/1/Rodame%20Monitorir%20Napitupulu.pdf)
- Satjipto Rahardjo, *Hukum Indonesia*, Muhammadiyah University Press, Surakarta, 2004
- Soerjono Soekanto dan Sri Mahmudji, 2004, *Penelitian Hukum Normatif*, Cetakan ke-8, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Soerjono Soekanto dan Sri Mahmudji, 2004, *Penelitian Hukum Normatif*, Cetakan ke-8, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Soerjono Soekanto, Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014)
- Soerjono Soekanto, Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012)
- Soerjono Soekanto, Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tujuan Singkat*. Catatan ke-11. Jakarta: Raja Grafindo, (2009)
- Subekti, R, Prof, S.H., *Hukum Perjanjian*, Cetakan ke-VIII, PT Intermedia, Jakarta, 2000
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Cetakan Kedelapan PT. Rineka Cipta Jakarta, (1992)
- Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008)
- Triasih, D., Muryati, D. T., Nuswanto, A. H. Perlindungan hukum bagi konsumen dalam perjanjian pinjaman online: legal protection for consumers in online loan agreements. *Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang*, 7(2), (2021)
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang memberikan dasar hukum bagi sahnya dokumen dan tanda tangan elektronik, serta perlindungan hukum terhadap pengguna sistem elektronik
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (LN No. 22 Tahun 1999, TLN No. 3821), Pasal 2
- Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 62

- Uzair Fauzan Heru Prasetyo, *A Theory of Justice*, John Rawls, Teori Keadilan, Terjemahan Dalam Bahasa Indonesia (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, n.d.).
- Wahyu Sasongko, *Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandar Lampung : Universitas Bandar Lampung, 2007)
- Wati Susiawati, "Jual Beli Dalam Konteks Kekinian," *Jurnal Ekonomi Islam* 8, no. 2 (2017): 180–82, <https://journal.uhamka.ac.id/index.php/jei/article/view/836>. 26 Retno Dyah Pekerti and Eliada Herwiyanti, "Transaksi Jual Beli Online Dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi'i," *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi* 20, no. 2 (2018): 4, <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/jeba/article/view/1108>.
- Yaurwarin, W. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pembeli Makanan Berbuka Puasa yang Mengandung Bahan Pengawet dan Bahan Pemanis Buatan (Kajian UU No. 8 Tahun 1999). Public Policy*, 1(1), (2020)
- Yusri, M. *Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam*. *Ulumuddin Journal of Islamic Legal Studies*, 7(1), (2011)
- Zhulfadli, Desfitriana, *E-ommerce dan Teknology* 4,0, *Jurnal management dan Kewirausahaan*, VOL 10 No.4 2019