

Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Ahlan

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Sekolah Tinggi Ilmu Syariah (STIS) Al-Syaikh Abdul Wahid

Email : ahlan@gmail.com

Abstract. *Consumer protection in e-commerce transactions is an increasingly important issue in line with technological advancements and the growing number of online transactions. In the context of Islamic economic law, this protection not only focuses on legal aspects but also emphasizes the ethical and moral values prescribed in Islam. This study aims to explore the concept of consumer protection in e-commerce from the perspective of Islamic economic law, as well as the urgency of regulation and education needed to create a safe and fair transactional environment.*

Keywords: *Consumer Protection, E-Commerce, Islamic Economic Law, Regulation, Education.*

Abstrak. Perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce merupakan isu yang semakin penting seiring dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya jumlah transaksi daring. Dalam konteks hukum ekonomi syariah, perlindungan ini tidak hanya berfokus pada aspek hukum, tetapi juga pada nilai-nilai etika dan moral yang diatur dalam Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi konsep perlindungan konsumen dalam e-commerce dari perspektif hukum ekonomi syariah, serta urgensi regulasi dan edukasi yang diperlukan untuk menciptakan lingkungan transaksi yang aman dan adil.

Kata kunci: Perlindungan Konsumen, E-Commerce, Hukum Ekonomi Syariah, Regulasi, Edukasi.

1. PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, e-commerce telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Menurut laporan dari Statista, nilai pasar e-commerce global diperkirakan mencapai USD 4,9 triliun pada tahun 2021 dan diproyeksikan terus meningkat hingga USD 6,4 triliun pada tahun 2024 (Statista, 2021). Dengan pertumbuhan yang pesat ini, tantangan dalam perlindungan konsumen juga semakin kompleks. Di Indonesia, perkembangan e-commerce didorong oleh kemudahan akses internet dan meningkatnya penggunaan perangkat mobile. Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat risiko yang mengancam konsumen, seperti penipuan, barang cacat, dan kurangnya transparansi informasi. Oleh karena itu, penting untuk memahami perlindungan konsumen dalam konteks hukum ekonomi syariah, yang menawarkan pendekatan yang lebih holistik dan berbasis etika.

2. TINJAUAN TEORITIS

A. Pengertian E-Commerce

E-commerce atau perdagangan elektronik adalah proses jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, terutama internet. Menurut Turban et al. (2018), e-commerce mencakup berbagai aktivitas seperti transaksi bisnis ke bisnis (B2B), bisnis ke konsumen (B2C), dan konsumen ke konsumen (C2C). Di Indonesia, pertumbuhan e-commerce sangat pesat, dengan platform seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee menjadi pemain utama. Menurut laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta pada tahun 2020, yang menjadi potensi besar untuk e-commerce (APJII, 2020). Namun, seiring dengan pertumbuhan tersebut, tantangan dalam perlindungan konsumen juga meningkat, terutama terkait dengan transaksi yang tidak transparan dan potensi penipuan.

B. Konsep Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah upaya untuk menjaga hak-hak konsumen dalam bertransaksi, termasuk hak untuk mendapatkan informasi yang jelas, hak untuk memilih, dan hak untuk dilindungi dari praktik bisnis yang merugikan. Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen berhak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Dalam konteks e-commerce, perlindungan ini menjadi semakin penting karena konsumen tidak dapat melihat secara langsung barang yang akan dibeli. Oleh karena itu, penting bagi pelaku e-commerce untuk memberikan informasi yang akurat dan transparan agar konsumen dapat membuat keputusan yang tepat.

C. Transaksi E-Commerce

Transaksi e-commerce melibatkan interaksi antara penjual dan pembeli melalui platform digital. Proses ini dapat dilakukan dengan berbagai metode pembayaran, termasuk kartu kredit, transfer bank, dan dompet digital. Menurut data dari Bank Indonesia, penggunaan transaksi non-tunai meningkat signifikan, dengan total transaksi e-commerce mencapai Rp 253 triliun pada tahun 2020 (Bank Indonesia, 2021). Meskipun demikian, banyak konsumen yang masih merasa khawatir tentang keamanan transaksi online. Penipuan dalam e-commerce, seperti phishing dan penjualan barang palsu, menjadi masalah yang perlu diatasi melalui regulasi dan edukasi yang tepat.

D. Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, perlindungan konsumen tidak hanya dilihat dari sudut pandang hukum positif, tetapi juga dari nilai-nilai moral dan etika yang diajarkan dalam Islam. Prinsip keadilan dan transparansi dalam transaksi sangat ditekankan dalam hukum syariah. Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional, setiap transaksi harus dilakukan dengan itikad baik dan tanpa unsur penipuan. Dalam konteks e-commerce, ini berarti bahwa setiap pelaku usaha harus memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada konsumen adalah benar dan tidak menyesatkan. Hal ini sejalan dengan prinsip "gharar" dalam Islam, yang melarang transaksi yang mengandung ketidakpastian yang tinggi.

E. Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen dalam Islam

Prinsip-prinsip perlindungan konsumen dalam Islam mencakup keadilan, transparansi, dan tanggung jawab. Dalam transaksi, pelaku usaha diharapkan untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk yang ditawarkan. Selain itu, konsumen juga memiliki hak untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan deskripsi dan kualitas yang dijanjikan. Dalam konteks e-commerce, penting bagi platform untuk menyediakan mekanisme pengaduan yang efektif agar konsumen dapat menyampaikan keluhan mereka. Penegakan prinsip-prinsip ini tidak hanya memberikan perlindungan kepada konsumen tetapi juga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap e-commerce.

F. Urgensi Regulasi dan Edukasi Syariah dalam E-Commerce

Regulasi yang jelas dan edukasi yang memadai sangat penting dalam menciptakan lingkungan e-commerce yang aman dan berkeadilan. Pemerintah perlu mengeluarkan regulasi yang mengatur praktik e-commerce, termasuk perlindungan konsumen, untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen terlindungi. Selain itu, edukasi mengenai hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha juga perlu ditingkatkan. Menurut survei yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika, hanya 30% konsumen yang mengetahui hak-hak mereka dalam bertransaksi online (KOMINFO, 2021). Oleh karena itu, upaya edukasi dan sosialisasi harus dilakukan secara berkelanjutan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur. Data dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk jurnal, buku, laporan, dan regulasi terkait perlindungan konsumen dan e-commerce. Analisis dilakukan dengan cara mengidentifikasi isu-isu utama dan mengeksplorasi hubungan antara perlindungan konsumen dan hukum ekonomi syariah. Selain itu, wawancara dengan praktisi e-commerce dan ahli hukum syariah juga dilakukan untuk mendapatkan perspektif yang lebih dalam mengenai isu ini.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam e-commerce masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal transparansi informasi dan keamanan transaksi. Meskipun regulasi telah ada, implementasi di lapangan masih perlu ditingkatkan. Edukasi mengenai hak-hak konsumen juga perlu diperkuat agar masyarakat lebih sadar akan perlindungan yang mereka miliki. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, penegakan prinsip-prinsip keadilan dan transparansi menjadi kunci untuk menciptakan ekosistem e-commerce yang sehat dan berkelanjutan.

5. PENUTUP

A. Saran

Diperlukan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat untuk menciptakan regulasi yang efektif serta program edukasi yang menyeluruh.

B. Implikasi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai perlindungan konsumen dalam e-commerce dari perspektif hukum ekonomi syariah, serta menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2020). Laporan survei pengguna internet 2020. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). (2020). Data dan statistik zakat.
- Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). (2021). Laporan tahunan BAZNAS 2021.
- Bank Indonesia. (2021). Statistik e-commerce Indonesia 2020.
- Barkatullah, A. H. (2017). Hukum transaksi elektronik di Indonesia: Sebagai pedoman dalam menghadapi era digital bisnis e-commerce di Indonesia. Penerbit Nusa Media.
- Dewan Syariah Nasional. (n.d.). Fatwa tentang e-commerce.
- KOMINFO. (2021). Survei kesadaran konsumen dalam e-commerce. Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Statista. (2021). Global e-commerce sales 2021. <https://www.statista.com/>
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2018). Electronic commerce 2018: A managerial and social networks perspective. Springer.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. (1999).