

UPAYA PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM BISNIS ONLINE MENURUT UNDANG UNDANG NO 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN HUKUM ISLAM

Nurkhopipa Indah P. Harahap¹, Safitri²

Sekolah Tinggi Agama Islam Binamadani^{1,2}

nurkhopipaindah891@gmail.com¹, safitri@stai-binamadani.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis upaya perlindungan konsumen dalam bisnis online berdasarkan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan perspektif Hukum Islam, serta mengkaji penerapan konsep perlindungan konsumen dalam konteks PT Indo Guna Artha sebagai studi kasus. Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian kualitatif. Untuk menghasilkan temuan-temuan dan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara yang dilaksanakan langsung dengan owner dan karyawan PT Indo Guna. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam bisnis online merupakan aspek penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan, seperti PT Indo Guna Artha, dan juga melibatkan peran aktif dari pemerintah dan konsumen sendiri. Sinergi antara Undang-undang No. 8 Tahun 1999 dan nilai-nilai Hukum Islam dapat menjadi landasan yang kokoh dalam menciptakan lingkungan bisnis online yang adil, aman, dan terpercaya bagi semua pihak yang terlibat.

Kata Kunci: *Bisnis Online, Hukum Islam, Perlindungan Konsumen, Undang-undang No. 8 Tahun 1999*

Abstract: *This research aims to analyze consumer protection efforts in online business based on Law no. 8 of 1999 concerning Consumer Protection and Islamic Law perspectives, as well as examining the application of the concept of consumer protection in the context of PT Indo Guna Artha as a case study. The type of research used by the author is qualitative research. To produce the findings and data needed in the research using interview, observation and documentation methods. Interviews conducted directly with the owner and employees of PT Indo Guna. The results of this research show that consumer protection in online business is an important aspect that must be paid attention to by companies, such as PT Indo Guna Artha, and also involves the active role of the government and consumers themselves. Synergy between Law no. 8 of 1999 and the values of Islamic Law can be a solid foundation in creating a fair, safe and trustworthy online business environment for all parties involved.*

Keywords: *Online Business, Islamic Law, Consumer Protection, Laws No. 8 Tahun 1999*

PENDAHULUAN

Maraknya perdagangan *online* menjadikan para konsumen mudah untuk mencari barang yang diinginkan. Tetapi saat ini pelaku usaha online tidak sedikit yang merugikan konsumen. Salah satu alasan utama konsumen bisa tertipu adalah adanya ketidakseimbangan informasi antara konsumen dan juga pelaku usaha. Terkadang pelaku usaha sering memiliki akses yang lebih besar terhadap informasi, sedangkan konsumen seringkali kurang memiliki pengetahuan yang cukup tentang produk dan jasa yang memanipulasi informasi atau menyembunyikan fakta yang sangat diperlukan oleh konsumen, yang membuat konsumen dengan sangat mudah tertipu.

Penjual yang tidak jujur dapat menjual produk palsu, tiruan, atau produk yang tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan. Konsumen yang tidak curiga bisa bingung oleh gambar yang menarik dan deskripsi yang menyesatkan, mencuri identitas dapat menyebabkan konsumen memberikan informasi pribadi mereka, seperti nomor kartu rekening atau kata sandi, kepada pihak yang tidak sah. Pencuri identitas kemudian dapat menggunakan informasi tersebut untuk melakukan penipuan. Apabila konsumen

melakukan pembelian melalui situs web yang tidak aman, data pribadi mereka dapat diakses oleh pihak yang tidak berwenang. Situs web yang tidak menggunakan peraturan keamanan yang tepat dapat menjadi target bagi penjahat dan memunculkan adanya penjual online yang tidak dipercaya yang mengambil uang konsumen tanpa mengirimkan produk atau memberikan pelayanan yang buruk, tidak responsif terhadap pertanyaan atau keluhan konsumen, atau meninggalkan konsumen tanpa solusi atau pemulihan dana.

Banyak konsumen tidak menyadari hak dan kewajiban mereka sesuai dengan undang-undang perlindungan konsumen. Mereka mungkin tidak memiliki pemahaman yang tentang hak-hak dan kualitas produk, informasi yang harus diberikan oleh penjual, hak untuk mengajukan keluhan atau bisa juga dengan melihat dari sistem yang sudah dimiliki *e-commerce*. Dalam hal tersebut kurangnya pengetahuan ini membuat mereka lebih gampang untuk tertipu.¹

Dalam era digital dan kemajuan teknologi, *e-commerce* telah menjadi salah satu yang populer bagi konsumen untuk melakukan pembelian barang dan jasa. Platform *e-commerce* menawarkan kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja, akan tetapi masih banyak konsumen yang tidak selektif dalam memilih platform *e-commerce* yang aman dan terpercaya. Fenomena ini menyebabkan maraknya perilaku konsumtif dalam membeli barang *e-commerce* dan menempatkan konsumen dan risiko tertentu. Selain itu konsumen seringkali belum memahami dengan baik hak dan perlindungan konsumen yang mereka miliki berdasarkan undang-undang perlindungan konsumen, seperti undang-undang No 8 tahun 1999. Untuk memahami persepsi konsumen terhadap risiko yang terkait dengan pembelian online yang tidak selektif.

Melalui pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih *e-commerce*, diharapkan dapat ditemukan solusi dan rekomendasi yang tepat untuk mengurangi jumlah konsumen yang tertipu dan meningkatkan kesadaran konsumen dalam berbelanja online. Konsumen semakin cenderung untuk berbelanja secara online kenyamanan dan aksesibilitasnya. Namun, ada kesalahan yang sering dilakukan konsumen dalam memilih platform *e-commerce* yang tepat. Salah memilih *e-commerce* dapat memiliki konsekuensi yang merugikan.²

Beberapa kesalahan yang sering terjadi adalah kurangnya penelitian tentang reputasi dan keuntungan platform, ketidakjelasan kebijakan pengembalian barang, ketidakamanan data pribadi dan masalah dengan layanan pelanggan. Konsumen yang salah memilih *e-commerce* berisiko mengalami kerugian finansial, penipuan, produk palsu atau berkualitas buruk, kesulitan mengajukan komplain, atau kehilangan informasi pribadi. Untuk menghindari kesalahan tersebut, konsumen disarankan untuk melakukan penelitian tentang reputasi dan membaca deskripsi produk yang akan kita beli di platform, membaca ulasan pelanggan, memeriksa kebijakan pengembalian barang, memahami kebijakan privasi, dan menggunakan metode pembayaran yang aman. Dengan begitu bisa menghindari kesalahan ketika berbelanja.

Konsumen mencari situs *e-commerce* untuk perbandingan mencari informasi baik dari segi produk, bahan, dan bahkan harga. Mereka memilih produk dan layanan yang

¹ Rivai Mohammad., dkk, "Online Shop Sebagai Alternatif Berbelanja Masyarakat Kota Manado", *Jurnal Holistik*, Vol. 4 No. 4 Oktober-Desember 2020, h. 4.

² Wahyu Simon Tambulon, "Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang-undang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Ilmiah Advokasi*, Vol. 04 No. 1 2016, h. 53-61.

diinginkan, lalu menambahkan ke keranjang belanja dan melanjutkan ke proses pembayaran menggunakan beberapa metode pembayaran yang disediakan platform belanja. Setelah pembelian konsumen sering memberikan ulasan dan penilaian produk atau pengalaman mereka dengan penjual ketika berbelanja.³

Ulasan ini bisa membantu konsumen lain dalam membuat keputusan pembelian. Konsumen dapat melakukan proses *return* dan pengembalian produk jika mereka tidak puas dengan pembelian mereka. Konsumen bisa mengajukan permintaan *return*, bisa juga mengirimkan ulang kembali produk yang sesuai dan pengembalian dana. Konsumen berinteraksi dengan penjual melalui berbagai komunikasi seperti *chat*, *surel*, atau layanan pelanggan *online*. Dalam komunikasi tersebut dapat mengajukan pertanyaan, dan mencari bantuan terkait produk atau layanan lainnya. Konsumen juga bisa melacak status pengiriman pesanan mereka melalui no resi yang sudah tersedia di platform yang digunakan ketika berbelanja. Mereka dapat memantau proses pengiriman hingga menerima pesanan mereka. Situs *e-commerce* sering menggunakan algoritma untuk memberikan rekomendasi produk yang disesuaikan dengan preferensi dan riwayat pembelian konsumen.

Konsumen dapat menemukan produk yang relevan dengan minat mereka. Konsumen juga harus memperhatikan keamanan dan privasi saat bertransaksi online. Mereka perlu memastikan bahwa informasi pribadi data pembayaran mereka dilindungi dengan baik. Selain itu konsumen tidak jarang mengalami permasalahan dalam melakukan transaksi online misalnya seperti: pesanan yang tidak sesuai dengan spesifikasi, barang rusak atau pecah, produk yang kurang lengkap, pengiriman salah atau alamat kurang lengkap, salah model atau varian.⁴ Berdasarkan permasalahan tersebut, sehingga tidak jarang munculnya komplain dari konsumen, akibat ketidakpuasan saat melakukan transaksi di *e-commerce*. Di era sekarang sudah banyak *e-commerce* yang sudah memiliki sistem yang terintegrasi yang sudah membuat konsumen mudah dalam melakukan transaksi online misalnya di *e-commerce*: Shopee, Lazada, Tokopedia, Blibli, Akulaku dan *e-commerce* lainnya.

Dilihat dalam konteks undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah mengatur dan melindungi konsumen dalam perdagangan elektronik. Hal ini termasuk perlindungan terhadap praktik bisnis *online* yang merugikan konsumen dan sudah menjadi kewajiban memberikan informasi yang akurat dan jelas tentang produk atau jasa yang ditawarkan, serta ketentuan mengenai jaminan dan tanggung jawab produsen atau penjual terhadap produk yang sudah ditawarkan. Undang-undang tersebut menetapkan hak-hak konsumen, termasuk hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan akurat, hak untuk mendapatkan kompensasi atau ganti rugi jika terjadi produk yang cacat atau layanan yang buruk, serta hak untuk mendapatkan jaminan atas produk yang mereka beli.

Undang-undang melarang transaksi bisnis yang tidak adil, termasuk praktik penjualan yang menyesatkan, penipuan, atau menjual barang yang merugikan konsumen.⁵ Hal yang sama dalam aturan syariah Islam di mana prinsip-prinsip Islam yang umum dapat diterapkan dalam konteks ini di antaranya prinsip keadilan dan kejujuran menjadi dasar

³ Nurul Hanifah, dkk, " Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19", *Jurnal Riset Inossa*, Vol. 8 No. 2 November 2020, h. 15.

⁴ Dedy Ansari Harahap, "Perilaku Belanja Online di Indonesia" *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 9 No. 2 2018, h. 193-213.

⁵ Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Lembaran Pasal 3.

dalam perdagangan dalam Islam. Dalam *e-commerce*, pelaku bisnis diharapkan untuk bersikap jujur dalam menyampaikan informasi tentang produk atau jasa yang mereka tawarkan, termasuk harga, kualitas, dan karakteristik produk. Pelaku usaha diharapkan untuk memberikan informasi yang jelas dan lengkap tentang produk, deskripsi, spesifikasi, kondisi dan kebijakan pengembalian barang yang adil, pemenuhan kewajiban jika ada garansi pada produk, dan juga tanggung jawab pelaku usaha atas produk yang mereka jual. Dalam *e-commerce* ini berarti pelaku usaha bisnis harus menghindari hal-hal yang berhubungan dengan penipuan, seperti menyembunyikan informasi, manipulasi harga, atau menjual produk palsu. Hal ini secara tersirat sebagaimana difirmankan Allah Swt, berikut:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ... (٢٧٥)

Dan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba (al-Baqarah/2: 275)

Dalam *e-commerce* sangat penting untuk memperhatikan etika dalam bisnis online. Bisa kita lihat untuk etika dalam dalam bisnis yang harus kita terapkan dalam bisnis. Adapun salah satu dari etika dalam bisnis online di antaranya menjaga kejujuran dalam memberikan informasi, pastikan bahwa informasi pribadi yang diberikan oleh konsumen ketika mengisi data untuk melakukan transaksi disimpan secara aman dan tidak disalahgunakan, berikan pelayanan pelanggan yang terbaik dan responsif, pastikan produk yang dijual memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan deskripsi yang diberikan, tidak mengirimkan produk palsu, cacat, atau tidak sesuai dengan harapan pelanggan.⁶ Begitu pula, tetapkan kebijakan pengembalian yang jelas dan adil bagi pelanggan. Agar hak-hak konsumen terpenuhi, perusahaan harus menjalankan usahanya sesuai undang-undang No 8 Tahun 1999, sebagai upaya perlindungan konsumen.

Perlindungan konsumen yang kurang memadai dapat mengurangi kepercayaan konsumen terhadap bisnis *online*, sehingga dapat berdampak negatif terhadap pertumbuhan bisnis *online* di Indonesia. Jika para konsumen merasa tidak terlindungi secara memadai dalam transaksi online, maka konsumen kehilangan kepercayaan terhadap bisnis *online* secara umum. Dalam hal ini dapat mengurangi jumlah pelanggan dan menghambat pertumbuhan bisnis *online*. Ketika konsumen tidak merasa aman dalam bertransaksi *online*. Dengan memperhatikan perlindungan konsumen yang lebih baik dapat membangun kepercayaan yang kuat dengan konsumen.⁷

Berdasarkan hal di atas, penulis tertarik melakukan penelitian di salah satu perusahaan yang bergerak di bidang bisnis *online* yaitu di PT Indo Guna Artha. Fokus penelitian diarahkan untuk mengkaji penerapan konsep perlindungan konsumen dalam konteks PT Indo Guna Artha, yang kemudian dianalisis menurut Undang-undang No. No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan sudut pandang hukum Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang mana penelitian kualitatif ini bertujuan untuk mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitasnya, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis, data bersifat induktif, dan hasil

⁶ Josep Teguh Santoso, "Prinsip-prinsip Etika Dalam Berbisnis", dalam <https://alumni.stekom.ac.id/artikel/apa-saja-prinsip-prinsip-etika-dalam-berbisnis.>, diakses pada 19 September 2023.

⁷ Sri Widyastuti, *Implementasi Etika Islam Dalam Dunia Bisnis*, Malang: CV. IRDH, 2019, Cet. 1, h. 137.

penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari sumber data primer dan sekunder, data primer diperoleh dengan wawancara sebagai teknik utama untuk mengumpulkan data. Selain itu, sumber data diperoleh langsung dari peraturan perundang-undangan, dokumen, buku, jurnal yang relevan dengan tema pembahasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bisnis Online dalam Islam

Bisnis online merujuk pada kegiatan bisnis yang dilakukan melalui internet atau *platform* digital. Ini melibatkan proses menjual produk, menyediakan layanan, atau melakukan transaksi bisnis lainnya secara elektronik. Dalam bisnis online, interaksi antara penjual dan pembeli terjadi secara *virtual* melalui website, aplikasi, atau platform online lainnya. Bisnis online dapat melibatkan berbagai model bisnis, seperti *e-commerce*, layanan berlangganan, iklan online, afiliasi, atau *dropshipping*.²⁰

Model bisnis online merupakan suatu kerangka atau strategi yang digunakan oleh perusahaan atau individu untuk menghasilkan pendapatan melalui aktivitas bisnis di *platform* online. Terdapat beberapa model bisnis online yang umum digunakan di antaranya *e-commerce* (perdagangan elektronik): Model bisnis ini melibatkan penjualan produk atau layanan secara online melalui toko online. Perusahaan menjual barang secara langsung kepada pelanggan dan mengelola proses pembayaran dan pengiriman secara elektronik. *Marketplace* yaitu model bisnis yang menciptakan platform di mana penjual dan pembeli dapat bertemu dan melakukan transaksi. *Marketplace* bertindak sebagai perantara antara penjual dan pembeli dan umumnya mengambil komisi atau biaya transaksi atas setiap penjualan yang terjadi. *Subscription* (langganan) adalah model bisnis ini melibatkan penawaran akses berlangganan kepada pelanggan untuk mengakses konten, layanan, atau produk secara teratur.

Pelanggan membayar biaya langganan berdasarkan jangka waktu tertentu (bulanan, tahunan) untuk memperoleh manfaat yang ditawarkan. *Advertising* (periklanan) yaitu model bisnis ini melibatkan penayangan iklan kepada pengguna platform online. Perusahaan menghasilkan pendapatan dengan menjual ruang iklan kepada pengiklan dan mendapatkan penghasilan berdasarkan tayangan iklan, klik, atau konversi. *Affiliate marketing* yaitu model bisnis ini melibatkan kerjasama antara pemilik situs web atau afiliasi dengan perusahaan atau penjual lain. Afiliasi mempromosikan produk atau layanan perusahaan melalui tautan afiliasi, dan jika pengunjung mengklik tautan tersebut dan melakukan pembelian, afiliasi akan mendapatkan komisi. *SaaS (Software as a Service)* adalah model bisnis ini melibatkan penyediaan perangkat lunak atau aplikasi secara online kepada pengguna. Pengguna membayar biaya berlangganan untuk menggunakan perangkat lunak secara *cloud-based* tanpa harus menginstalnya di perangkat mereka sendiri.

Dasar hukum bisnis online mengacu pada kerangka peraturan dan hukum yang mengatur aktivitas bisnis yang dilakukan secara online. Ini mencakup undang-undang, peraturan, dan kebijakan yang berlaku untuk melindungi konsumen dan mengatur transaksi online, perlindungan data pribadi, dan aspek hukum lainnya yang terkait dengan bisnis

²⁰ James Timothy, *Membangun Bisnis Online*, Elex Media Komputindo, 2013, Cet 1, .h. 8.

online. Berdasar pada Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diatur dalam pasal-pasal yang relevan dengan transaksi bisnis online di antaranya pada Pasal 4 menyebutkan bahwa setiap konsumen berhak mendapatkan perlindungan terhadap praktik bisnis yang merugikan konsumen.

Termasuk dalam transaksi bisnis online, Pasal 5 menetapkan bahwa setiap penyedia barang atau jasa memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang jelas, benar, dan tidak menyesatkan kepada konsumen, termasuk dalam bisnis online. Pasal 7 yaitu melindungi konsumen dari praktek bisnis yang merugikan, seperti penipuan, penjualan barang atau jasa ilegal, atau praktik bisnis yang melanggar hukum, termasuk dalam konteks bisnis online. Pada Pasal 13 mengatur tentang hak konsumen untuk memperoleh ganti rugi atau pengembalian dana dalam kasus ketidaksesuaian atau kerusakan barang atau jasa yang dibeli secara online. Dan Pasal 14 menegaskan bahwa konsumen memiliki hak untuk memperoleh jaminan atas kualitas, keamanan, dan kesesuaian barang atau jasa yang dibeli secara online.²⁴

Berdasarkan ekonomi Islam mengenal dengan istilah muamalah yang berarti tukar menukar barang, jasa atau sesuatu yang memberi manfaat dengan tata cara yang ditentukan. Di dalam muamalat termasuk di antaranya adalah jual beli, hutang piutang, pemberian upah, serikat usaha, patungan dan lain-lain. Sementara itu, secara etimologi jual beli adalah proses tukar menukar barang dengan barang. Termasuk di dalamnya menukar dengan jasa atau menggunakan uang sebagai alat tukar.²⁵

Dalam hukum Islam, bisnis online dapat mengacu pada kegiatan perdagangan atau jual beli yang dilakukan melalui *platform* elektronik, seperti *website*, aplikasi, atau media sosial. Dasar hukum melakukan bisnis online dalam Islam mencakup prinsip-prinsip umum yang berlaku dalam transaksi bisnis dan etika perdagangan di antaranya;

- 1) Prinsip kepercayaan (amanah). Dalam bisnis online penting bagi para pelaku bisnis untuk memegang teguh prinsip kepercayaan. Mereka harus menjaga integritas dan amanah dalam menjalankan transaksi bisnis online dengan menghormati komitmen, kualitas produk atau jasa, dan perlindungan informasi pelanggan.
- 2) Prinsip keadilan (adil) di mana prinsip keadilan sangat penting dalam bisnis online. Pelaku bisnis harus memperlakukan pelanggan dengan adil dan tidak diskriminatif dalam segala aspek bisnis, seperti harga, kualitas, dan pelayanan. Transaksi bisnis online juga harus memenuhi prinsip keadilan dalam hal pembayaran, pengiriman barang atau jasa, dan penyelesaian perselisihan.
- 3) Prinsip larangan penipuan (*gharar*). Bisnis online dalam Islam melarang praktik-praktik penipuan, ketidakpastian yang berlebihan, atau ketidakjelasan dalam transaksi. Pelaku bisnis harus memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk atau jasa yang ditawarkan, termasuk spesifikasi, harga, dan syarat-syarat transaksi.
- 4) Prinsip larangan riba. Riba atau bunga merupakan larangan dalam Islam. Oleh karena itu, bisnis online dalam Islam seharusnya tidak melibatkan transaksi yang mengandung unsur riba atau bunga. Pelaku bisnis harus mencari alternatif

²⁴ Undang-undang No. 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Lembaran Pasal 3.

²⁵ Salim Munir, "Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam", *Al Daulah: Jurnal Hukum Pidana dan Ketatanegaraan*, Vol. 6 No. 2 2017, h. 371-386.

pembiayaan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dalam melakukan bisnis online. Dalam al-Qur'an dan Hadist dijelaskan bahwa:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ... (٢٧٥)

Dan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba (al-Baqarah/2: 275)

Ayat di atas menegaskan bahwa Allah menghalalkan jual beli (perdagangan) dan mengharamkan riba (bunga). Prinsip ini merupakan bagian penting dari prinsip-prinsip ekonomi Islam. Dalam ayat lain Allah Swt berfirman:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

(١٨٨)

Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan kamu membawa sebagian daripadanya kepada (pemegang) hakim, sedang kamu mengetahui. (al-Baqarah/2: 188)

Ayat di atas menegaskan bahwa umat manusia beragama Islam untuk menjaga keadilan dalam urusan ekonomi mereka. Di antaranya adalah larangan memakan harta dengan cara yang batil seperti mencuri, menipu, mengurangi timbangan, korupsi, dan lainnya, serta menghindari pengadilan yang curang. Secara khusus, tentang mengurangi takaran atau timbangan, perilaku ini mendapatkan kecaman dari Allah Swt, sebagai berikut:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ (١) الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ (٢) وَإِذَا كَالُواهُمْ أَوْ وَزَنُواهُمْ يُخْسِرُونَ (٣) أَلَا يَظُنُّ

أُولَئِكَ أَنَّهُمْ مَبْعُوثُونَ (٤) لِيَوْمٍ عَظِيمٍ (٥) يَوْمَ يَقُومُ النَّاسُ لِرَبِّ الْعَالَمِينَ (٦)

Celakalah orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang). (Mereka adalah) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. (Sebaliknya,) apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka kurangi. Tidakkah mereka mengira (bahwa) sesungguhnya mereka akan dibangkitkan, pada suatu hari yang besar (kiamat), (yaitu) hari (ketika) manusia bangkit menghadap Tuhan seluruh alam? (al-Muthaffifin/83: 1-6)

Ayat ini mengecam orang-orang yang terlibat dalam tindakan curang dalam bisnis dan perdagangan. Dan peringatan keras terhadap perilaku tidak jujur dalam urusan ekonomi dan bisnis. Perilaku semacam di atas sangat merugikan konsumen dan dalam skala luas akan mengganggu mekanisme pasar. Oleh sebab itu, wajib hukumnya bagi setiap muslim untuk menjalankan jual beli atau perdagangan secara sehat, halal, dan benar sesuai aturan syariat Islam.⁸

Selanjutnya dalam hadits, Rasulullah Saw telah bersabda sebagai berikut:

عَنْ أَبِي أُمَامَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَنْ افْتَطَعَ حَقَّ امْرِئٍ مُسْلِمٍ بِيَمِينِهِ فَقَدْ أَوْجَبَ اللَّهُ لَهُ

النَّارَ وَحَرَّمَ عَلَيْهِ الْجَنَّةَ. رواه مسلم⁹

⁸ M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Mishbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*, Volume 15, Jakarta: Lentera Hati, 2002, h. 316. Rodame Monitorir Napitupulu, "Pandangan Islam Terhadap Jual Beli Online", *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, Vol. 1 No. 2 2015, h. 122-140.

⁹ Abu Husain Muslim an-Naisaburi, *Terjemah Hadits Shahih Muslim*, Terj. Zainuddin Hamidy, et al., dari judul *Shahih Muslim*, Malaysia, Selangor: Klang Book Centre, 1997, h. 149, hadits no. 1587.

Dari Abu Umamah bahwa Rasulullah Saw bersabda: Barang siapa mengambil hak seorang muslim dengan sumpahnya, maka Allah mewajibkan neraka untuknya, dan mengharamkan surga atasnya. (HR. Muslim)

Dalam konteks jual beli, informasi yang diberikan kepada konsumen guna untuk mengetahui apakah informasi yang diberikan mengenai produk tersebut telah sesuai atau belum. Hukum Islam maupun hukum secara Undang-undang sama untuk mengatur hal ini karena informasi merupakan kunci utama untuk membatalkan atau meneruskan transaksi jual beli. Dalam hukum Islam harus jelas mengenai spesifikasi mengenai produk yang ditawarkan seperti kualitasnya warna, manfaat, ukuran, jenis bahan yang digunakan, dan lain sebagainya. Informasi tersebut untuk menghindari adanya *gharar* (penipuan) dalam transaksi jual beli.

Perlindungan Konsumen Menurut Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam

Perlindungan konsumen diterapkan dalam konteks hukum nasional dan nilai-nilai Islam serta bagaimana perusahaan PT Indo Guna Artha menerapkan upaya perlindungan konsumen. Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa prinsip-prinsip perlindungan konsumen, seperti keadilan, kejujuran, dan hak konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang aman dan berkualitas. UU No 07 Tahun 2014 juga mempertahankan prinsip-prinsip ini, tetapi menambahkan penekanan pada promosi persaingan usaha yang sehat.

Di samping itu, undang-undang memberikan hak-hak konsumen yang mencakup hak untuk mendapatkan informasi yang jujur, hak untuk mendapatkan produk atau jasa yang aman, serta hak untuk mendapatkan kompensasi jika hak-hak mereka dilanggar. Undang-undang No 8 Tahun 1999 dan UU No. 07 Tahun 2014 memberikan kerangka kerja untuk penegakan hukum dalam kasus pelanggaran hak konsumen. Mereka mencakup Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan Badan Pengawas Perdagangan, serta memberikan wewenang pada pemerintah untuk mengawasi dan mengatur praktik bisnis yang merugikan konsumen. Undang-undang No. 07 Tahun 2014 memberi penekanan pada promosi persaingan usaha yang sehat dan mekanisme penyelesaian sengketa yang terstruktur.

Hal ini mencerminkan upaya untuk menciptakan lingkungan bisnis yang lebih transparan dan adil. Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-undang No 07 Tahun 2014 tentang Perdagangan memiliki tujuan yang sama, yaitu melindungi hak dan kepentingan konsumen. Meskipun ada perubahan signifikan dalam pendekatan dan mekanisme penegakan hukum setelah diberlakukannya Undang-undang No 07 Tahun 2014, prinsip-prinsip dasar perlindungan konsumen tetap dijunjung dan diperkuat. Hal ini menunjukkan komitmen pemerintah Indonesia untuk memastikan perlindungan konsumen yang lebih baik dalam konteks perdagangan.

Undang-undang No 8 Tahun 1999 memberikan hak-hak mendasar konsumen, seperti hak untuk mendapatkan barang atau jasa yang aman, hak untuk mendapatkan informasi yang jujur dan jelas tentang barang atau jasa, serta hak untuk mendapatkan kompensasi jika hak-hak ini dilanggar. Undang-undang No 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan menyertakan beberapa ketentuan yang melanjutkan perlindungan konsumen, dengan menekankan hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar dan jelas

serta hak untuk mendapatkan produk yang aman. Selain itu, undang-undang ini mengatur kewajiban pelaku usaha dalam memberikan jaminan atas barang dan jasa yang disediakan.

Dalam Fatwa DSN MUI No. 146 Tahun 2021 terdapat penekanan pada pentingnya kejujuran dalam bertransaksi online. Para pedagang online diminta untuk memberikan informasi yang jujur dan akurat mengenai produk atau jasa yang mereka tawarkan. Ini sejalan dengan prinsip kejujuran (*al-'adl*) dalam Islam. Fatwa ini menyatakan bahwa konsumen memiliki hak untuk dilindungi dari penipuan dan praktik-praktik bisnis yang tidak etis. Pedagang online dilarang melakukan penipuan dalam bentuk apapun, seperti menyediakan informasi palsu atau menipu konsumen mengenai produk atau harga. Ini merupakan implementasi dari prinsip keadilan (*al-'adalah*) dalam Islam. Hukum Islam mendorong agar produk dan layanan yang dijual secara online harus memiliki kualitas yang sesuai dengan yang dijanjikan.

Dalam hal produk tidak sesuai dengan deskripsi atau kualitas yang dijanjikan, konsumen memiliki hak untuk mengembalikan barang atau meminta penggantian yang sesuai. Hal ini mencerminkan konsep *khiyar* (pilihan atau hak untuk memilih) dalam hukum Islam. Fatwa DSN MUI No. 146 Tahun 2021 tentang perdagangan online menekankan pentingnya etika dan nilai-nilai Islam dalam perdagangan online, termasuk kejujuran, perlindungan dari penipuan, kualitas produk, dan penyelesaian sengketa yang adil. Dengan demikian, hukum Islam memberikan konsep perlindungan konsumen yang kuat dalam konteks perdagangan online, yang sejalan dengan prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran yang menjadi dasar hukum Islam. Fatwa ini memberikan panduan dan pedoman kepada pedagang dan konsumen dalam menjalankan perdagangan online sesuai ajaran Islam.

Upaya Perlindungan Konsumen yang Diterapkan di PT Indo Guna Artha

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis terhadap Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan perspektif hukum Islam terkait perlindungan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mengidentifikasi beberapa konsep penting terkait perlindungan konsumen di antaranya pengakuan terhadap hak-hak konsumen. Undang-undang No. 8 Tahun 1999 mengakui beberapa hak konsumen, seperti hak atas informasi yang benar, hak atas keamanan produk, hak atas keadilan dalam transaksi, dan hak atas ganti rugi jika terjadi kerugian akibat produk atau layanan yang tidak memenuhi standar. Perlindungan konsumen dalam Undang-undang No. 9 Tahun 1999 bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen dan mencegah praktek bisnis yang merugikan konsumen.¹⁰

Undang-undang ini mencakup berbagai aspek perlindungan, termasuk hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang jelas dan benar tentang produk atau jasa, hak atas keamanan dan keselamatan dalam menggunakan produk atau jasa, serta hak untuk mengajukan gugatan dan mendapatkan kompensasi jika hak-hak mereka dilanggar. Berkaitan kewajiban pelaku usaha, undang-undang tersebut juga menetapkan kewajiban bagi pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jujur, benar, dan jelas kepada konsumen. Pelaku usaha juga harus menyediakan sarana penyelesaian sengketa bagi konsumen yang merasa dirugikan. Dengan cara mengirimkan ulang produk yang sesuai atau dengan kesepakatan mengembalikan uang sesuai dengan kesepakatan.

¹⁰ Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 3.

Dalam konteks hukum Islam, perlindungan konsumen didasarkan pada prinsip keadilan dan saling menguntungkan dalam transaksi ekonomi. Hukum Islam juga melarang praktik riba (bunga) dan transaksi yang tidak adil serta mendorong transparansi dalam berbisnis. Perlindungan Konsumen dalam hukum Islam didasarkan pada prinsip-prinsip syariah yang menekankan keadilan, keterbukaan, dan saling menguntungkan dalam transaksi ekonomi. Hukum Islam melarang praktek-praktek bisnis yang merugikan atau menipu konsumen. Hal ini juga mengajarkan pentingnya menghormati hak-hak konsumen, termasuk hak untuk mendapatkan barang atau jasa yang sesuai dengan kualitas dan harga yang dijanjikan.

Dalam hal ini, PT Indo Guna Artha memiliki kebijakan internal yang mengatur hak dan kewajiban konsumen. Perusahaan juga telah menetapkan prosedur yang terstruktur untuk menangani keluhan dan sengketa konsumen secara adil dan transparan. Edukasi konsumen PT Indo Guna Artha secara aktif memberikan edukasi kepada konsumen tentang hak-hak mereka serta pentingnya memahami produk dan layanan yang ditawarkan. Transparansi informasi dilakukan di mana perusahaan berkomitmen untuk memberikan informasi yang jelas, akurat, dan mudah dipahami kepada konsumen tentang produk, biaya, dan persyaratan yang berlaku. Penanganan keluhan pada PT Indo Guna Artha memiliki tim yang ditunjuk khusus untuk menangani keluhan konsumen dengan cepat dan efisien. Pengembangan kebijakan berkelanjutan Perusahaan terus melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap kebijakan perlindungan konsumen yang telah diterapkan, serta berupaya untuk mengembangkan dan memperbaharui kebijakan sesuai dengan perkembangan hukum dan kebutuhan konsumen.

KESIMPULAN

Perlindungan konsumen dalam bisnis online merupakan aspek penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan, seperti PT Indo Guna Artha, dan juga melibatkan peran aktif dari pemerintah dan konsumen sendiri. Sinergi antara Undang-Undang No. 08 Tahun 1999 dan nilai-nilai Hukum Islam dapat menjadi landasan yang kokoh dalam menciptakan lingkungan bisnis online yang adil, aman, dan terpercaya bagi semua pihak yang terlibat. PT Indo Guna Artha telah menerapkan berbagai upaya perlindungan konsumen dalam bisnis online, termasuk transparansi informasi produk, jaminan kualitas produk, dan penyelesaian sengketa yang adil. Prinsip-prinsip hukum Islam, seperti kejujuran, keadilan, dan perlindungan konsumen, telah tercermin dalam praktik bisnis online PT Indo Guna Artha. Dalam konteks bisnis online, perusahaan perlu memahami dan menghormati peraturan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 dan prinsip-prinsip hukum Islam untuk memastikan perlindungan konsumen yang efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Hanifah, Nurul dkk. (2020) "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19", *Jurnal Riset Inossa* 8(2): 15.
- Harahap, Dedy Ansari. (2018). " Perilaku Belanja Online di Indonesia" *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 9(2): 193-213 .
- Napitupulu, Rodame Monitorir. (2015). "Pandangan Islam Terhadap Jual Beli Online", *At Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* 1(2): 122-140.

- Rivai, Mohammad. dkk, (2020). "Online Shop Sebagai Alternatif Berbelanja Masyarakat Kota Manado", *Jurnal Holistik* 4(4): 4.
- Salim, Munir. (2017). "Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam", *Al Daulah: Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan* 6(2): 371-386.
- Santoso, Josep Teguh, "Prinsip-prinsip Etika Dalam Berbisnis", dalam <https://alumni.stekom.ac.id/artikel/apa-saja-prinsip-prinsip-etika-dalam-berbisnis>
- Shihab, M. Quraish, *Tafsir al-Mishbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*, Volume 15, Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Tambulon, Wahyu Simon, (2016), "Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang-undang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Ilmiah Advokasi* 04(1): 53-61.
- Timothy, James. 2013. *Membangun Bisnis Online*, Elex Media Komputindo.
- Undang-undang No. 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Lembaran Pasal 3.
- Widyastuti, Sri. 2019. *Implementasi Etika Islam Dalam Dunia Bisnis*, Malam: CV. IRDH.