

Etika Jual Beli Dalam Perlindungan Konsumen Pada Produk Palsu Di E-Commerce

Muhammad fachri¹, Dini khaerani², Kurniati³

¹²³Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Email: 10200124055@uin-alauddin.ac.id 10200124051@uin-alauddin.ac.id kurniati@uin-alauddin.ac.id

Abstract

The growth of e-commerce platforms in Indonesia has indeed created significant space for trade activities, but at the same time, it has also given rise to new problems, particularly the widespread circulation of counterfeit products that can harm buyers. This study seeks to examine how the principles of Islamic transaction ethics can serve as a basis for strengthening consumer protection in digital transactions. This research was conducted through a literature review, examining primary sources such as the Quran, hadith, and the thoughts of Islamic scholars. This research was supplemented by supporting materials in the form of books, scientific articles, and national laws and regulations, including Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. This study found that Islam teaches the values of honesty, clarity of information, mutual consent, and prohibits practices that involve elements of uncertainty, fraud, and usury. These principles align with positive legal regulations aimed at protecting consumer rights and security. Therefore, the application of Islamic transaction ethics in the digital trading environment is considered capable of strengthening consumer protection while building an e-commerce ecosystem that is safer, fairer, and in accordance with Islamic guidance.

Keywords: *E-commerce, Buying and Selling Ethics, Counterfeit Products, Consumer Protection*

Abstrak

Pertumbuhan platform jual beli e-commerce di Indonesia memang telah memberikan ruang yang signifikan bagi aktivitas perdagangan, tetapi di saat yang sama, hal ini juga menimbulkan permasalahan baru, terutama maraknya peredaran produk palsu yang dapat merugikan pembeli. Penelitian ini berupaya mengkaji bagaimana prinsip-prinsip etika muamalah Islam dapat menjadi dasar penguatan perlindungan konsumen dalam transaksi digital. Penelitian ini dilakukan melalui studi pustaka, dengan mengkaji sumber-sumber primer seperti Al-Qur'an, hadis, dan pemikiran para ulama. Penelitian ini dilengkapi dengan bahan-bahan pendukung berupa buku, artikel ilmiah, dan peraturan perundang-undangan nasional, termasuk Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penelitian ini menemukan bahwa Islam mengajarkan nilai-nilai kejujuran, kejelasan informasi, kerelaan bersama, dan larangan praktik-praktik yang mengandung unsur ketidakpastian, penipuan, dan riba. Prinsip-prinsip ini selaras dengan peraturan hukum positif yang bertujuan untuk melindungi hak dan keamanan konsumen. Oleh karena itu, penerapan etika transaksi Islam dalam lingkungan perdagangan digital dinilai mampu memperkuat perlindungan konsumen sekaligus membangun ekosistem e-commerce yang lebih aman, adil, dan sesuai dengan tuntunan Islam.

Kata kunci: *E-commerce, Etika Jual Beli, Produk Palsu, Perlindungan Konsumen,*

Pendahuluan

Jual beli merupakan proses tukar menukar barang atau jasa antara penjual dan pembeli secara sukarela dengan imbalan tertentu, biasanya uang. E-commerce sendiri adalah bentuk perdagangan digital yang mempertemukan penjual dan pembeli secara online, mulai dari

promosi hingga pembayaran, yang tetap harus mengikuti etika dan aturan yang berlaku. Adapun etika jual beli dalam e-commerce adalah pedoman moral yang mengarahkan kedua pihak agar bertransaksi dengan jujur, adil, dan saling menguntungkan. Etika ini penting untuk mencegah peredaran produk palsu dan memastikan hak konsumen tetap terlindungi dalam perdagangan digital. Meningkatnya akses internet dan kemajuan teknologi digital telah mendorong pertumbuhan pesat e-commerce, termasuk di Indonesia. Kemajuan ini menghadirkan tantangan bagi penjual dan konsumen, tetapi juga membuka peluang baru. Sistem e-commerce semakin populer di negara maju maupun berkembang karena akses internet yang hampir tersedia di mana-mana. Sebelum teknologi digital, jual beli terjadi secara langsung di satu lokasi antara penjual dan pembeli. Namun, kemajuan teknologi kini memungkinkan transaksi dilakukan secara daring tanpa perlu pertemuan tatap muka.¹

Dalam islam praktik jual beli harus didasarkan pada prinsip kejujuran, keterbukaan, dan tanggung jawab setiap pihak dalam transaksi. Karena mengandung unsur penipuan seperti gharar (ketidakjelasan) dan tadlis (kecurangan), yang dilarang dalam syariat, penjualan produk palsu secara jelas bertentangan dengan etika prinsip jual beli. Sementara itu, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang dibuat oleh pemerintah Indonesia dari perspektif hukum positif menekankan pentingnya melindungi hak-hak konsumen dari praktik perdagangan yang merugikan. Selain itu, hukum yang mengatur e-commerce di Indonesia juga fokus pada perlindungan konsumen, privasi data, dan perpajakan.²

Namun demikian, dalam praktiknya masih ditemukan kesenjangan antara idealisme etika jual beli dan implementasi regulasi perlindungan konsumen. Hal ini menunjukkan perlunya analisis yang mendalam mengenai hubungan antara prinsip muamalah dalam Islam dengan ketentuan hukum positif yang berlaku. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis keterkaitan antara prinsip muamalah dan Upaya perlindungan konsumen dalam praktik e-commerce, dengan menekankan pentingnya penerapan etika jual beli Islam yang berlandaskan kejujuran, keterbukaan, dan tanggung jawab, serta menghubungkannya dengan prinsip hukum positif Indonesia dalam melindungi hak konsumen.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi pustaka (library research) karena semua data diperoleh dari kajian literatur yang berkaitan dengan subjek penelitian. Sumber data primer berasal dari Al-Qur'an, hadis, dan pendapat ulama klasik dan modern tentang etika jual beli dan muamalah. Sedangkan data sekunder berasal dari buku, artikel, jurnal ilmiah, dan peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen dan perdagangan elektronik. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi, yaitu dengan menelaah, mengutip, dan menginterpretasikan literatur yang relevan dengan fokus penelitian. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan cara memaparkan isi sumber dan mengkajinya untuk menemukan definisi e-commerce dan jual beli dan prinsip-prinsip etika jual beli dalam Islam serta Upaya dalam perlindungan konsumen dari peredaran produk palsu di e-commerce.

¹ Azis Gaffar and others, 'Al-Kharaj, Volume 3 Nomor 1 TINJAUAN HUKUM ISLAM TENTANG BISNIS E-COMMERCE DENGAN SISTEM DROPSHIPPING', 3, 1–12.

² Ony Thoyib and others, E-Commerce: Perkembangan, Tren, Dan Peraturan Perundang Undangan, 16.1 (2023), pp. 41–47, doi:10.51903/e-bisnis.v16i1.

Hasil dan Pembahasan

A. Defenisi Jual Beli Dan E-Commerce

Jual beli atau al-bai' memiliki dua makna utama, yaitu menjual (al-bay' / البيع) dan membeli (al-syirā' / الشراء). Secara Bahasa istilah ini mencakup beberapa pengertian yang saling berkaitan.

1. Istilah muqabalah berasal dari kata qabala, yang berarti menerima sesuatu sebagai imbalan atas sesuatu yang lain (muqabalat al-syai' bi al-syai'). dan Istilah mubadalah berasal dari kata badala, yang berarti mengganti atau mengganti.
2. Mu'awadhah, yang berasal dari kata "adha", berarti pertukaran dan berarti memberikan sesuatu sebagai pengganti atas apa yang telah diterima. Oleh karena itu, kata "al-bai" secara bahasa mengacu pada suatu proses jual beli atau transaksi timbal balik antara dua pihak.

Adapun Secara istilah Menurut mazhab Hanafi, jual beli didefinisikan sebagai pertukaran suatu harta dengan harta lainnya melalui mekanisme yang telah ditentukan. Harta yang dimaksud di sini adalah segala sesuatu yang bernilai, bermanfaat, dan dibutuhkan oleh manusia, dan mekanisme ini didasarkan pada kesepakatan kedua belah pihak terkait ijab dan qabul (akad penerimaan).³ Sayyid Sabiq dalam Fiqh Sunnah menjelaskan bahwa jual beli merupakan tukar-menukar barang yang disertai perpindahan hak milik secara sah. Praktik ini dibolehkan karena menjadi cara manusia memenuhi kebutuhan hidup. Tidak heran jika para ulama menempatkan pembahasan jual beli di bagian awal fikih muamalah, karena cakupannya sangat luas dan perannya penting dalam kehidupan masyarakat Muslim sepanjang masa.⁴ Jual beli bukan sekadar aktivitas ekonomi, tetapi juga bagian dari muamalah yang memiliki nilai ibadah. Pentingnya jual beli terlihat dari posisi pembahasannya yang luas dalam fiqh, karena menyangkut kebutuhan pokok manusia, menjamin keberlangsungan hidup, serta menuntut prinsip kejujuran, keadilan, dan kepastian hukum agar tidak terjadi kezhaliman dalam transaksi.

Sementara itu E-Commerce berasal dari bahasa Inggris, penggabungan dua buah kata, yaitu kata E yang merupakan kepanjangan dari Electronic dan kata Commerce. Menurut bahasa (etimologi) adalah sebagai berikut (E) electronic adalah ilmu elektronik (muatan listrik), alat-alat elektronik, atau semua hal yang berhubungan dengan dunia elektronika dan teknologi. Sedangkan (C) commerce adalah perdagangan dan perniagaan.⁵ Secara istilah E-commerce adalah proses jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui internet (Kozinets et al., 2010). Dengan memadukan pola bisnis tradisional dan penggunaan media online, strategi pemasaran dapat berjalan efektif dan membantu meningkatkan pelanggan, reputasi merek, serta pendapatan. Pilihan konsumen dalam membeli dipengaruhi oleh persepsi, motivasi, pengalaman, sikap, dan keyakinannya. Persepsi terlihat dari cara mereka menyeleksi dan menafsirkan informasi, sementara motivasi berasal dari dorongan untuk memenuhi kebutuhan.⁶

³ Makrur Adam Maulana and other, TINJAUAN FIQIH MUAMALAH TENTANG JUAL BELI AKUN GAME ONLINE MOBILE LEGENDS (STUDI KASUS LUNAR ECLIPSES) (n.d)

⁴ Jamaluddin, KONSEP DASAR MUAMALAH & ETIKA JUAL BELI, Al- B A I Perspektif Islam, 'Jual Beli', 28 (2017), 289–316.

⁵ Selvi Melina and Tiris Sudartono, 'E-COMMERCE SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN DI DISTRO SPRK.Apparel BANDUNG', Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 7.1 (2023), 813–29 <<https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2925>>.

⁶ Pradana Mahir, 'klasifikasi jenis-jenis bisnis e-commerce di Indonesia', Jurnal Neo-bis, 9.2 (2015), 32–40.

Dalam perspektif Islam, e-commerce dapat dianggap sebagai bentuk perdagangan yang sah dari perspektif Islam. Prinsip-prinsip ini melarang kewajiban untuk menyampaikan informasi secara jujur dan transparan, praktik riba, dan segala bentuk penipuan. Lebih lanjut, sesuai dengan hukum Islam, penjual juga berkewajiban untuk memenuhi hak-hak konsumen secara adil.⁷ Adapun contoh kasus di e-commerce yaitu terhadap peredaran kosmetik palsu di platform seperti Shopee, Tokopedia, atau Lazada kerap terjadi, biasanya dijual dengan label “Ori 100%” dan harga jauh di bawah pasaran. Banyak pembeli baru menyadari setelah barang tiba bahwa produk tersebut tidak berizin BPOM, mengandung bahan berbahaya, atau hanya tiruan dengan kemasan mirip aslinya. Adapun dalam perspektif islam, e-commerce sendiri termasuk bentuk perdagangan modern yang memanfaatkan internet untuk proses jual beli dan layanan barang maupun jasa. Selama transaksinya dilakukan secara jujur, transparan, tidak mengandung riba, penipuan, maupun unsur ketidakjelasan, maka praktik perdagangan digital ini tetap dianggap sah.

B. Etika Jual Beli Dalam Islam

Etika jual beli dalam islam mengutamakan kemaslahatan dan keberkahan bersama di atas keuntungan materi. ayat-ayat Al-Qur'an dan teladan Nabi Muhammad SAW memberikan arahan yang jelas tentang bagaimana transaksi ekonomi harus dilakukan secara bertanggung jawab, dengan tetap menjaga kejujuran, integritas, dan keadilan. (Aziz 2013). Adapun Konsep Etika Dalam Transaksi Menurut Perspektif Islam:

1. Kejujuran

“Prinsip kejujuran dalam perdagangan adalah suatu konsep yang menekankan pentingnya perilaku jujur dan adil dalam semua aspek bisnis dan transaksi perdagangan. Dalam melakukan transaksi bisnis/jual beli Rasulullah menggunakan kejujuran sebagai etika dasar. Cakupan jujur ini sangat luas, seperti tidak melakukan penipuan, tidak menyembunyikan cacat pada barang dagangan, menimbang barang dengan timbangan yang tepat, dan lain-lain” (Astuti, 2022).⁸

2. Kerelaan(Taradin) Serta Menepati Janji Dan Akad

Agar suatu transaksi jual beli dinyatakan sah, rukun dan syaratnya harus terpenuhi. Pada dasarnya, rukun jual beli ini mencakup tiga unsur yaitu, adanya pihak-pihak yang berakad dan sudah mampu bertindak (tamyiz), adanya ijab dan kabul sebagai tanda kesepakatan yang berlangsung dalam satu majelis tanpa jeda, serta adanya objek transaksi yang jelas, dapat diserahkan, dan memiliki nilai yang sah untuk diperjualbelikan. Kerelaan kedua belah pihak dalam bertransaksi dapat dibuktikan melalui proses ijab dan qabul, atau dengan saling menyerahkan barang dan harga. Ijab adalah pernyataan dari satu pihak mengenai suatu penawaran, sedangkan qabul adalah persetujuan atau penerimaan penawaran tersebut.⁹

⁷ Diki Tri Bagus Dermawan and Dety Mulyanti, 'E-Commerce : Definisi, Perkembangan Dan Hukum Dalam Pandangan Agama Islam', Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi, 29.1 (2023), 79–84 <<https://doi.org/10.59725/ema.v29i1.69>>.

⁸ Nova Putri Khairunisa, 'Etika Bisnis Dalam Islam Terhadap Transaksi Terlarang Riba Dan Gharar', LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam, 3 (2) (2019), 190–203 <<https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/lab>>.

⁹ Rahla Azura, 'KERELAAN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MENURUT TEKS AYAT DAN HADIS AHKAM JUAL BELI', Jurnal Riset Ilmiah, 1.01 (2022), 15–18 <<https://mangalajournal.org/index.php/SINERGI/article/view/1218/1479>>.

3. Tidak Mengandung Unsur Haram

Islam tidak melarang umatnya mencari kekayaan, namun menekankan pentingnya memperoleh harta dengan cara yang benar. Perdagangan dan usaha dibolehkan selama berlangsung atas dasar saling rela tanpa paksaan. Sebuah transaksi tidak sah jika dilakukan di bawah tekanan, meski uang sudah dibayar. Karena itu, Islam melarang segala bentuk kezaliman dalam proses mencari rezeki. sebagai mana fi trgasakna dalam QS An-Nisa Ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. Ayat tersebut mengaskan bahwa umat Islam dilarang mengambil hak orang lain secara melawan hukum sesuai syariat, kecuali jika transaksi tersebut dilakukan atas dasar suka sama suka dan kerelaan kedua belah pihak.¹⁰

C. Menghindari Gharar, Riba, Tadlis

Gharar adalah ketidakpastian dalam transaksi yang berpotensi menimbulkan penipuan atau merugikan salah satu pihak, sehingga dilarang dalam hukum Islam karena dapat mengakibatkan pelanggaran dan ketidakadilan. Dalam praktik jual beli, gharar terbagi menjadi dua: dilarang dan diizinkan. Gharar terlarang mencakup transaksi yang melibatkan barang yang keberadaannya tidak pasti, seperti menjual anak sapi yang belum lahir atau susu yang masih dalam ambung, serta kontrak yang jenis, jumlah, atau sifat barangnya tidak diketahui. Di sisi lain, gharar yang diizinkan biasanya bersifat minor, hanya melibatkan hal-hal pelengkap, atau terjadi dalam keadaan mendesak yang mengharuskan transaksi tersebut.

Adapun Riba Secara bahasa, riba berarti *tambahan*, dan dalam istilah fikih dipahami sebagai setiap kelebihan yang diambil dari harta pokok atau modal dengan cara yang tidak dibenarkan. Tambahan ini biasanya muncul dalam transaksi utang-piutang dan wajib dibayar saat jatuh tempo, sehingga termasuk dalam kategori riba. Dalam praktiknya, beberapa bentuk jual beli juga mengandung unsur riba, seperti menukar hewan yang bisa dimakan dengan dagingnya misalnya sapi hidup dengan sapi yang sudah disembelih yang mayoritas ulama nilai tidak sah. Hal serupa berlaku pada jual beli buah basah dengan buah kering, kecuali untuk masyarakat *‘araya* yang mendapat keringanan karena kebutuhan. Adapun praktik *bay‘ al-‘ayyinah* turut dilarang oleh Rasulullah SAW, yakni ketika seseorang membeli barang secara kredit lalu menjualnya kembali kepada penjual pertama dengan harga tunai lebih rendah, sehingga selisihnya menjadi keuntungan yang bernilai riba.¹¹

Sementara itu, Tadlis adalah praktik jual beli yang terjadi ketika salah satu pihak dengan sengaja menyembunyikan kekurangan atau cacat pada suatu barang agar pembeli tidak mendapatkan informasi yang lengkap. Intinya, praktik ini tidak hanya menjual barang yang cacat,

¹⁰ Sufiana Fahmi, Mukhtar Lutfi, and Amiruddin K, ‘Prinsip Syariah Dalam Pengelolaan Akad Untuk Transaksi Ekonomi Islam’, SANTRI: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam, 3.1 (2025), 62–73 <<https://doi.org/10.61132/santri.v3i1.1233>>.

¹¹ Putri Nova and others, ETIKA BISNIS DALAM ISLAM TERHADAP TRANSAKSI TERLARANG RIBA DAN GHARAR, n.d., doi:10.33507/lab.v4i01.

tetapi juga menyembunyikan kondisi sebenarnya, sehingga menciptakan kesenjangan informasi antara penjual dan pembeli. Prinsip ini sejalan dengan peringatan dalam Surat An-Nisa ayat 29, yang menekankan larangan memperoleh harta dengan cara yang tidak adil. “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. Ayat tersebut menegaskan bahwa setiap bentuk transaksi yang mengandung unsur penipuan, penyembunyian informasi, atau ketidakjujuran termasuk dalam perbuatan yang dilarang oleh Allah SWT.¹² Adapun Mekanisme Terjadinya Kasus Produk Palsu di E-Commerce meliputi beberapa hal sebagai berikut ini

1. Manipulasi oleh Penjual

Kasus biasanya bermula dari penjual yang memalsukan identitas toko dan memberikan informasi produk yang tidak sesuai. Mereka menampilkan foto menarik, deskripsi meyakinkan, serta klaim “100% original”, padahal barang yang dijual merupakan produk tiruan atau memiliki kualitas jauh di bawah standar.

2. Konsumen Terjebak dan Melakukan Pembelian

Konsumen yang melihat tampilan toko yang meyakinkan, harga menarik, serta ulasan yang tampak positif akhirnya melakukan pembelian tanpa menyadari adanya manipulasi. Keputusan ini membuat konsumen masuk ke dalam transaksi yang sebenarnya tidak jujur sejak awal.

3. Kerugian Konsumen dan Pengajuan Komplain

Setelah barang diterima dan terbukti tidak sesuai dengan informasi yang diberikan, konsumen mengalami kerugian material maupun non-material. Pada tahap ini, mereka biasanya langsung mengajukan komplain kepada platform dengan melampirkan bukti seperti foto barang, rincian pesanan, atau rekam jejak komunikasi.

4. Verifikasi Platform dan Penyelesaian Kasus

Menanggapi laporan tersebut, pihak platform melakukan proses verifikasi untuk memastikan adanya penipuan. Jika terbukti, platform akan memberikan penyelesaian berupa pengembalian dana (refund), pengembalian barang (return), atau keduanya. Penjual yang terbukti curang akan dikenai sanksi yang bisa berupa peringatan, pembatasan fitur, hingga penutupan akun secara permanen.

5. Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Islam

Setelah kasus muncul, platform memperketat pengawasan melalui verifikasi penjual, monitoring algoritmik, dan penapisan produk palsu. Konsumen juga menjadi lebih berhati-hati dengan memeriksa rating, ulasan, dan reputasi toko. Dalam perspektif Islam, praktik penipuan seperti ini termasuk *tadlis*, sehingga akad jual beli menjadi cacat. Konsumen memiliki hak *khiyar* untuk membatalkan transaksi dan mengambil kembali haknya, sejalan dengan prinsip bahwa jual beli harus berlandaskan kejujuran dan kerelaan.

¹² Ahmad Sofwan Fauzi, “Transaksi Jual-Beli Terlarang”, 1.2 (2017), 143–54.

D. Upaya Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Palsu Di E-Commerce

Produk palsu merupakan barang tiruan yang menyerupai produk asli tetapi kualitasnya lebih rendah dan bertujuan menipu konsumen. Sedangkan Perlindungan konsumen terhadap produk palsu merupakan upaya hukum dan pengawasan agar hak konsumen tidak dirugikan, sekaligus memberi rasa aman serta kepastian memperoleh barang yang sesuai standar. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan landasan hukum yang kuat bagi perlindungan konsumen di Indonesia. Undang-undang ini menjamin hak-hak konsumen dan mencegah pelaku usaha bertindak sewenang-wenang. Perlindungan konsumen merupakan upaya hukum yang menjamin keamanan, kemudahan, dan kepastian dalam bertransaksi, sesuai dengan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Upaya memberikan perlindungan kepada korban penjualan produk palsu di dasarkan pada kerangka hukum yang jelas. Konsumen pada dasarnya memiliki hak untuk memperoleh barang yang sesuai dengan informasi, serta manfaat yang dijanjikan, sebagaimana diatur dalam undang-undang perlindungan konsumen. Selain itu, hukum pidana turut berfungsi menegakkan keadilan, sebab praktik jual beli barang tiruan kerap melanggar ketentuan terutama yang berkaitan dengan pelanggaran hak kekayaan intelektual pemalsuan merek.¹³ Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menetapkan beberapa asas yang menjadi dasar dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, yaitu:

1. Asas Manfaat, yang menekankan bahwa seluruh upaya dalam pelaksanaan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi masyarakat.
2. Asas Keadilan, yang menjamin partisipasi seluruh lapisan masyarakat serta memberikan kesempatan yang seimbang bagi konsumen dan pelaku usaha untuk menunaikan hak dan kewajibannya secara adil.
3. Asas Keseimbangan, yaitu asas yang mengatur agar terdapat keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah, baik dalam aspek materiil maupun spiritual.
4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen, yang bertujuan memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan bagi konsumen dalam penggunaan atau pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi.
5. Asas Kepastian Hukum, yang menjamin agar pelaku usaha dan konsumen menaati hukum serta memperoleh keadilan, sementara negara berkewajiban memastikan adanya kepastian hukum dalam perlindungan konsumen.¹⁴

Pasal 19 UU No. 8 Tahun 1999 menegaskan bahwa pelaku usaha wajib memberi ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, atau kerugian yang dialami konsumen. Ganti rugi dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang/jasa setara, perawatan, atau santunan lain, dan harus diberikan maksimal tujuh hari sejak kerugian terjadi. Kewajiban ini tidak menghapus kemungkinan sanksi pidana jika ada unsur kesalahan pelaku usaha. Namun, tanggung jawab

¹³ Ahmad Haris and Levina Yustitiningtyas, 'Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Transaksi E-Commerce Pada Penjualan Barang Palsu Article History', *ACADEMOS: Jurnal Hukum & Tata Sosial*, 3.2 (2024), 67–87.

¹⁴ Alfina Maharani and Adnand Darya Dzikra, 'Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia : Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review)', *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2.6 (2021), 659–66 <<https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6.607>>.

tersebut tidak berlaku bila kerugian terjadi karena kelalaian konsumen.¹⁵ Pasal-pasal dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen inilah yang menjadi dasar bagi konsumen untuk menuntut pihak yang merugikan. Perlindungan hukum diberikan melalui akses peradilan yang adil dan transparan, dengan sanksi tegas sebagai pencegah pelanggaran.

Adapun Solusi dalam menghadapi maraknya peredaran produk palsu di platform e-commerce, sebenarnya setiap pihak memiliki tanggung jawab untuk menjaga keamanan dan kepercayaan dalam transaksi online. Pihak penyelenggara marketplace, misalnya, perlu membangun sistem perlindungan konsumen yang lebih kuat, mulai dari penggunaan teknologi pendeteksi barang ilegal atau tiruan, proses verifikasi yang ketat terhadap penjual baru, hingga memberikan tanda khusus seperti “garansi keaslian” untuk produk tertentu. Jika ditemukan penjual yang melakukan penipuan, platform harus berani memberikan sanksi tegas agar tidak merusak reputasi sistem serta kepercayaan pembeli. Penjual juga memiliki kewajiban moral untuk bersikap jujur dalam memasarkan barang. Mereka seharusnya memberikan informasi produk secara terbuka, tidak memanipulasi ulasan, serta melampirkan bukti keaslian terutama pada barang yang rawan dipalsukan seperti kosmetik, elektronik, atau produk fashion bermerek. Konsumen pun tidak bisa bersikap pasif.

Mereka perlu berhati-hati dalam berbelanja dengan mengecek reputasi toko, membaca ulasan secara menyeluruh, membandingkan harga pasar, serta menyimpan bukti unboxing jika terjadi masalah. Cara paling aman tetap membeli melalui toko resmi atau penjual yang telah memiliki tanda verifikasi. Upaya ataupun Solusi tersebut sejalan dengan prinsip etika perdagangan dalam Islam. Yang dimana Agama melarang keras praktik penipuan (ghisy) dan ketidakjelasan dalam transaksi (gharar) karena dapat merugikan salah satu pihak. Apabila barang yang diterima tidak sesuai atau terbukti palsu, pembeli berhak menggunakan hak khiyar, yaitu memilih untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi. Pada dasarnya, transaksi dalam Islam itu harus dilakukan berdasarkan kejujuran, transparansi, dan kerelaan kedua belah pihak agar tidak ada pihak yang dirugikan.

Kesimpulan

Menurut kami E-commerce sekarang sudah jadi cara belanja yang sangat umum. Dalam Islam, jual beli lewat internet itu sah-sah saja, asalkan dilakukan dengan jujur, transparan, dan tidak mengandung unsur penipuan atau riba. Tapi masalahnya, produk palsu masih banyak beredar di platform e-commerce. Ini bukan hal sepele, karena selain merugikan konsumen, juga bisa bikin orang kehilangan kepercayaan dan kadang berdampak buruk bagi kesehatan. Dalam Islam, segala bentuk jual beli yang ada unsur tipu-tipu seperti menyembunyikan kekurangan barang atau memberi informasi yang tidak jelas itu dilarang. Alasannya sederhana: karena bisa merugikan orang lain dan tidak sesuai dengan nilai keadilan yang diajarkan agama. Di Indonesia sendiri, hukum juga sudah mengatur soal perlindungan konsumen. Konsumen punya hak buat dapat barang yang sesuai dengan apa yang dijanjikan. Kalau ternyata dapat barang palsu, mereka berhak minta uang kembali, minta barang diganti, atau minta kompensasi lainnya. Jadi sebenarnya, aturan dalam Islam dan hukum negara sama-sama punya tujuan yang mirip yaitu

¹⁵ Muhammad Rustan A.Rahmi Ainun Kirana, Ilham Abbas, ‘Qawanin Jurnal Ilmu Hukum ONLINE DITINJAU BERDASARKAN HUKUM PERDATA’, Qawanin Jurnal Ilmu Hukum, 1.1 (2021), 1–19 <<https://jurnal.fh.umi.ac.id/index.php/qawaninjih/article/view/344/105>>.

menjaga agar transaksi tetap jujur, adil, dan tidak merugikan orang. Kombinasi keduanya bisa bikin dunia belanja online jadi lebih aman, lebih terpercaya, dan lebih sesuai dengan nilai moral maupun aturan hukum.

Daftar Pustaka

- A.Rahmi Ainun Kirana, Ilham Abbas, Muhammad Rustan, 'Qawanin Jurnal Ilmu Hukum ONLINE DITINJAU BERDASARKAN HUKUM PERDATA', *Qawanin Jurnal Ilmu Hukum*, 1 (2021), 1–19
<<https://jurnal.fh.umi.ac.id/index.php/qawaninjih/article/view/344/105>>
- Rahla Azura, 'KERELAAN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MENURUT TEKS AYAT DAN HADIS AHKAM JUAL BELI', *Jurnal Riset Ilmiah*, 1.01 (2022), 15–18
<<https://manggalajournal.org/index.php/SINERGI/article/view/1218/1479>>
- Diki Tri Bagus Dermawan, and Dety Mulyanti, 'E-Commerce : Definisi, Perkembangan Dan Hukum Dalam Pandangan Agama Islam', *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 29 (2023), 79–84 <<https://doi.org/10.59725/ema.v29i1.69>>
- Fauzi, Ahmad Sofwan, 'Transaksi Jual-Beli Terlarang', 1 (2017), 143–54
- Gaffar, Azis, Kurniati Uin, Alauddin Makassar, Abd Rahman, and R Uin, 'Al-Kharaj, Volume 3 Nomor 1 TINJAUAN HUKUM ISLAM TENTANG BISNIS E-COMMERCE DENGAN SISTEM DROPSHIPPING', 3, 1–12
- Haris, Ahmad, and Levina Yustitianiingtyas, 'Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Transaksi E-Commerce Pada Penjualan Barang Palsu Article History', *ACADEMOS: Jurnal Hukum & Tatahan Sosial*, 3 (2024), 67–87
- Jamaluddin, KONSEP DASAR MUAMALAH & ETIKA JUAL BELI,¹⁶
- Khairunisa, Nova Putri, 'Etika Bisnis Dalam Islam Terhadap Transaksi Terlarang Riba Dan Gharar', *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 3 (2) (2019), 190–203
<<https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/lab>>
- Maharani, Alfina, and Adnand Darya Dzikra, 'Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia : Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review)', *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2 (2021), 659–66 <<https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6.607>>
- Mahir, Pradana, KLASIFIKASI JENIS-JENIS BISNIS E-COMMERCE DI INDONESIA 'Perspektif Makro Indonesia', *Jurnal Neo-Bis*, 9 (2015), 32–40
- Melina, Selvi, and Tiris Sudrartono, 'E-COMMERCE SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN DI DISTRO SPRK.Apparel BANDUNG', *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7 (2023), 813–29
<<https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2925>>
- Sufiana Fahmi, Mukhtar Lutfi, and Amiruddin K, 'Prinsip Syariah Dalam Pengelolaan Akad Untuk Transaksi Ekonomi Islam', *SANTRI: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 3 (2025), 62–73 <<https://doi.org/10.61132/santri.v3i1.1233>>
- Thoyib O,Wijaya H. (2023). E-Commerce: Perkembangan, tren, dan

perundang undangan. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 16(1), 41–47.
<https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1>

Maulana, M. A., Hamadah, E. N., Pratama, F. A., & Auliya, Y. (2022). Tinjauan
fiqh muamalah tentang jual beli akun game online Mobile Legends (Studi kasus Squad
Eclipse). Asy-Syari'ah: Jurnal Syari'ah & Ekonomi, 1(1),51-65