

Rekonstruksi Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Marketplace Berbasis Akad Syariah Di Era Ekonomi Digital

Abdul Hafid Firdaus, Ratu Bilqis Naili Hidayah, Latifatul Khiyaroh

¹²³Institut KH Yazid Karimullah

Email: *hafidzfirdaus00@gmail.com, ratubilqisnay21@gmail.com, latifatulkhiyaroh27@gmail.com*

Abstract

The transformation of digital commerce through online marketplaces has reshaped the legal relationship among consumers, business actors, digital platforms, and payment providers, making conventional consumer protection frameworks increasingly inadequate for the complexity of electronic transactions. This research examines the construction of consumer protection in Sharia-based marketplace transactions, identifies gaps in marketplace accountability, and formulates a more adaptive protection model responsive to the characteristics of the digital economy. A normative legal research method was employed using statutory, conceptual, analytical, and comparative approaches, supported by library research and qualitative-prescriptive legal analysis. The findings reveal a gap between the degree of marketplace control over product information, payment systems, escrow mechanisms, seller verification, complaint handling, and dispute resolution and the existing liability framework, which tends to position platforms primarily as intermediaries. The reconstruction produces a Sharia-Based Accountable Marketplace model, positioning marketplace responsibility according to the degree of control and involvement in transactions through the principles of accountability, transparency, amanah, fair allocation of liability, *hifz al-māl*, gharar minimization, *tadlīs* prevention, and effective remedy. The model shifts consumer protection from a predominantly reactive approach toward preventive and corrective platform governance that integrates positive law with Islamic economic law principles. The contribution of this research lies in formulating a proportional and control-based platform liability model that can serve as a conceptual framework for developing marketplace regulation that is fairer, more transparent, and responsive to the evolving digital economy.

Keywords: *Reconstruction, Protection, Consumer, Transaction, Marketplace.*

Abstrak

Transformasi perdagangan digital melalui marketplace telah mengubah struktur hubungan hukum antara konsumen, pelaku usaha, platform digital, dan penyedia pembayaran, sehingga konstruksi perlindungan konsumen yang berorientasi pada hubungan penjual-pembeli tidak selalu mampu menjawab kompleksitas transaksi elektronik. Penelitian ini menganalisis konstruksi perlindungan konsumen dalam transaksi marketplace berbasis akad syariah, mengidentifikasi kesenjangan pertanggungjawaban marketplace, dan merumuskan model perlindungan yang lebih adaptif terhadap karakter ekonomi digital. Penelitian menggunakan metode hukum normatif dengan pendekatan peraturan perundang-undangan, konseptual, analitis, dan komparatif melalui studi kepustakaan serta analisis kualitatif-preskriptif. Hasil penelitian menunjukkan adanya kesenjangan antara tingkat kontrol marketplace terhadap informasi produk, pembayaran, escrow, verifikasi, pengaduan, dan penyelesaian sengketa dengan konstruksi pertanggungjawaban hukum yang masih cenderung menempatkan platform sebagai intermediary. Rekonstruksi menghasilkan model Sharia-Based Accountable Marketplace, yang menempatkan tanggung jawab marketplace berdasarkan tingkat kontrol dan keterlibatannya dalam transaksi melalui prinsip accountability, transparency, amanah, fair allocation of liability, *hifz al-māl*, gharar minimization, *tadlīs* prevention, dan effective remedy. Model tersebut memperluas orientasi perlindungan konsumen dari pendekatan reaktif menuju tata kelola preventif dan korektif yang mengintegrasikan hukum positif dengan prinsip hukum ekonomi syariah. Kontribusi penelitian terletak pada formulasi model pertanggungjawaban platform yang proporsional dan berbasis kontrol sebagai kerangka konseptual bagi pengembangan regulasi marketplace yang lebih adil, transparan, dan responsif terhadap dinamika ekonomi digital.

Kata kunci: Rekonstruksi, Perlindungan, Konsumen, Transaksi, Marketplace

Pendahuluan

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah pola hubungan hukum dalam kegiatan perdagangan, terutama melalui penggunaan marketplace sebagai infrastruktur yang mempertemukan konsumen, pelaku usaha, penyedia pembayaran, dan berbagai penyedia layanan pendukung dalam satu ekosistem transaksi. Transaksi yang sebelumnya berlangsung secara langsung kini dapat dilakukan melalui sistem elektronik yang menentukan bagaimana informasi produk ditampilkan, bagaimana pembayaran dilakukan, bagaimana dana ditahan, serta bagaimana sengketa diselesaikan. Perubahan tersebut menyebabkan marketplace tidak lagi hanya berfungsi sebagai ruang pertemuan antara penjual dan pembeli, tetapi berkembang menjadi aktor yang memiliki pengaruh terhadap hampir seluruh tahapan transaksi digital. Perkembangan fungsi tersebut menimbulkan persoalan baru mengenai siapa yang seharusnya bertanggung jawab ketika konsumen mengalami kerugian dalam transaksi yang berlangsung melalui platform. Kajian mengenai intermediary liability menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital telah membuat batas antara perantara pasif dan platform yang secara aktif mengendalikan aktivitas pengguna semakin kompleks.¹

Persoalan perlindungan konsumen menjadi semakin penting karena karakter transaksi digital menciptakan ketidakseimbangan informasi antara konsumen dan pelaku usaha. Konsumen tidak dapat memeriksa barang secara langsung dan pada umumnya bergantung pada informasi yang disediakan oleh penjual melalui sistem marketplace, termasuk gambar, spesifikasi, harga, ulasan, reputasi, dan keterangan mengenai kondisi produk. Ketidakesesuaian antara informasi digital dan kondisi barang yang sebenarnya dapat menyebabkan konsumen memberikan persetujuan berdasarkan informasi yang tidak lengkap atau menyesatkan. Kondisi tersebut memiliki konsekuensi hukum karena keputusan konsumen dalam transaksi elektronik sangat dipengaruhi oleh kualitas informasi yang disediakan dalam sistem platform. Penelitian mengenai perlindungan konsumen dalam sharia e-commerce menunjukkan bahwa transparansi, kejujuran, dan kejelasan informasi merupakan unsur penting untuk memastikan transaksi berlangsung secara adil dan sesuai dengan prinsip syariah.²

Konstruksi perlindungan konsumen dalam hukum Indonesia pada dasarnya telah memberikan sejumlah instrumen untuk melindungi konsumen dari tindakan pelaku usaha yang merugikan. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan hak kepada konsumen atas keamanan, kenyamanan, informasi yang benar, jelas, dan jujur, serta hak memperoleh kompensasi apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian. Perkembangan perdagangan melalui sistem elektronik kemudian memperluas konteks perlindungan tersebut melalui pengaturan mengenai perdagangan elektronik, pelaku usaha, penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik, dan kewajiban penyedia platform. Persoalan muncul ketika transaksi melibatkan beberapa aktor sekaligus karena konstruksi pertanggungjawaban yang berbasis pada hubungan konsumen dan pelaku usaha tidak selalu memberikan jawaban yang memadai mengenai tanggung jawab marketplace sebagai penyelenggara infrastruktur transaksi. Kajian mengenai hukum e-commerce Indonesia menunjukkan adanya kesenjangan antara perkembangan ekonomi digital dan kemampuan

¹ Suzarika Sahak dkk., "Liability of internet intermediaries and legal challenges: a comprehensive systematic review," *Quality and Quantity* 60 (Maret 2025): 2435–57, <https://doi.org/10.1007/s11135-025-02344-y>.

² Ade Iskandar Nasution dkk., "Legal Protection of Consumers in Online Buying and Selling Transaction on Sharia E-Commerce," *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah* 9, no. 2 (2026): 163–68, <https://doi.org/10.32627>.

kerangka hukum untuk mengakomodasi perubahan hubungan hukum dalam perdagangan elektronik.³

Hubungan hukum dalam marketplace memiliki struktur yang lebih kompleks dibandingkan jual beli konvensional karena sedikitnya terdapat hubungan antara konsumen dengan penjual, konsumen dengan marketplace, penjual dengan marketplace, serta konsumen dengan penyedia layanan pembayaran. Marketplace dapat menyediakan fasilitas pencarian produk, sistem komunikasi, pembayaran, escrow, pengiriman, penilaian penjual, dan penyelesaian sengketa yang masing-masing memiliki konsekuensi hukum tersendiri. Keterlibatan platform tersebut menimbulkan pertanyaan apakah marketplace dapat tetap diposisikan sebagai intermediary yang netral ketika platform memiliki kemampuan untuk mengendalikan berbagai tahapan transaksi. Kajian mengenai tanggung jawab marketplace di Indonesia menunjukkan bahwa perkembangan fungsi platform telah menimbulkan persoalan mengenai batas pertanggungjawaban ketika kerugian konsumen berkaitan dengan produk, informasi, atau mekanisme transaksi yang berada dalam pengaruh platform.⁴

Perspektif hukum ekonomi syariah memberikan dimensi normatif yang lebih luas terhadap persoalan perlindungan konsumen digital. Transaksi marketplace tidak hanya harus memenuhi persyaratan formal pembentukan akad, tetapi juga harus mencerminkan prinsip amanah, keadilan ('adl), kerelaan para pihak (tarāḍin), transparansi, serta terhindar dari gharar dan tadlīs. Informasi produk yang tidak benar atau sengaja disembunyikan dapat mengganggu kualitas kerelaan konsumen karena persetujuan diberikan berdasarkan informasi yang tidak sesuai dengan keadaan objek transaksi. Ketidakjelasan mengenai objek, harga, biaya, mekanisme pembayaran, waktu penyerahan, atau prosedur pengembalian juga dapat meningkatkan unsur gharar dalam transaksi digital. Penelitian mengenai perlindungan konsumen melalui perspektif maqāṣid al-sharī'ah menempatkan perlindungan harta (ḥifẓ al-māl) sebagai salah satu dasar penting dalam membangun sistem perlindungan konsumen pada ekonomi digital.⁵

Konsep ḥifẓ al-māl memiliki relevansi strategis karena kerugian konsumen dalam marketplace tidak hanya berupa kehilangan uang akibat barang yang tidak diterima atau tidak sesuai pesanan. Kerugian juga dapat muncul melalui transaksi palsu, barang tidak autentik, informasi yang menyesatkan, kegagalan pengembalian dana, penyalahgunaan data, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang tidak memberikan pemulihan secara efektif. Perlindungan harta dalam konteks tersebut membutuhkan pendekatan preventif yang mampu mencegah kerugian sebelum transaksi berlangsung sekaligus mekanisme korektif ketika kerugian telah terjadi. Perspektif maqāṣid al-sharī'ah memungkinkan perlindungan konsumen ditempatkan sebagai bagian dari tujuan hukum yang lebih luas, yaitu menjaga kemaslahatan dan mencegah kerugian dalam aktivitas ekonomi. Herman dan Anatasya menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam perdagangan daring dapat dianalisis melalui maqāṣid al-sharī'ah, terutama dalam menghadapi penipuan, ketidaksesuaian produk, penyalahgunaan data, dan persoalan transaksi

³ Abdul Mujib, "The failure of Indonesian e-commerce law in adapting to digital economy," *Ijtihad: Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan* 25, no. 2 (2025): 213–30, <https://doi.org/10.18326/ijtihad.v25i2.213-230>.

⁴ Afifah Nuranti Putri dkk., "Legal Liability of Marketplace Platform Operators for Product Description Violations Under Indonesian Consumer Protection Law," *Jurnal Cakrawala Hukum* 16, no. 2 (2025): 82–96, <https://doi.org/10.26905/idjch.v16i2.15604>.

⁵ Noor Aimi Mohamad Puad dan Asep Saepul Hamdi, "MAQASID SHARIAH AND CONSUMER PROTECTION IN E-COMMERCE: STRENGTHENING LEGAL SAFEGUARDS IN INDONESIA'S DIGITAL ECONOMY," *International Journal of Islamic Economics and Finance Research*, no. 1 (September 2025): 64–75, <https://doi.org/10.53840/ijiefer222>.

digital lainnya.⁶

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian hukum normatif (normative legal research) dengan karakter preskriptif, yang bertujuan menganalisis kecukupan konstruksi hukum perlindungan konsumen dalam transaksi marketplace berbasis akad syariah serta merumuskan model perlindungan yang lebih responsif terhadap perkembangan ekonomi digital. Penelitian hukum normatif digunakan karena objek kajian penelitian berupa norma hukum, asas, konsep, doktrin, dan prinsip hukum yang mengatur hubungan antara konsumen, penjual, marketplace, dan penyedia pembayaran. Analisis diarahkan untuk menemukan kesenjangan antara konstruksi hukum yang berlaku (*existing legal framework*) dengan kebutuhan perlindungan konsumen dalam transaksi marketplace yang semakin kompleks. Penelitian ini tidak diarahkan untuk mengukur perilaku atau persepsi konsumen secara empiris, melainkan membangun argumentasi hukum mengenai bentuk pertanggungjawaban marketplace yang seharusnya diterapkan. Karakter preskriptif penelitian diwujudkan melalui perumusan model Sharia-Based Accountable Marketplace sebagai konstruksi hukum yang ditawarkan untuk mengatasi kesenjangan tersebut.

Pendekatan yang digunakan meliputi statute approach, conceptual approach, analytical approach, dan comparative approach. *Statute approach* digunakan untuk mengkaji peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, transaksi elektronik, perdagangan melalui sistem elektronik, serta regulasi yang relevan dengan transaksi ekonomi syariah. *Conceptual approach* digunakan untuk membangun landasan konseptual mengenai *consumer protection*, *intermediary liability*, *platform accountability*, akad elektronik, *amanah*, *'adl*, *taraḍīn*, *gharar*, *tadlīs*, dan *ḥifẓ al-māl*. *Analytical approach* digunakan untuk menguji kesesuaian antara tingkat kontrol marketplace terhadap proses transaksi dengan tingkat pertanggungjawaban hukum yang dibebankan kepadanya. *Comparative approach* digunakan secara terbatas untuk memperkaya analisis mengenai perkembangan pertanggungjawaban platform digital dalam literatur hukum internasional dan relevansinya terhadap konstruksi hukum Indonesia.

Bahan hukum penelitian terdiri atas bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan mengenai perlindungan konsumen, transaksi elektronik, perdagangan melalui sistem elektronik, ketentuan hukum kontrak, serta fatwa Dewan Syariah Nasional–Majelis Ulama Indonesia yang relevan dengan transaksi digital dan akad syariah. Bahan hukum sekunder terdiri atas artikel jurnal nasional dan internasional, buku, doktrin, hasil penelitian, serta publikasi akademik yang membahas perlindungan konsumen digital, tanggung jawab marketplace, *intermediary liability*, *escrow*, akad elektronik, dan *maqāṣid al-sharī'ah*. Pemilihan literatur mempertimbangkan relevansi dengan fokus penelitian, kualitas akademik, dan keterbaruan sumber. Bahan hukum dikumpulkan melalui studi kepustakaan (library research) dengan menelusuri sumber hukum dan literatur akademik yang berkaitan langsung dengan permasalahan penelitian. Analisis bahan hukum dilakukan secara kualitatif-preskriptif melalui beberapa tahap, yaitu inventarisasi norma, klasifikasi bahan hukum, interpretasi, identifikasi *legal gap*, dan konstruksi argumentasi hukum.

Hasil dan Pembahasan

A. Konstruksi Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Marketplace Berbasis Akad Syariah

⁶ Herman Herman dan A Edeth Fuari Anatasya, "Perlindungan Konsumen Online Dalam Perspektif Maqāṣid al-sharī'ah: Studi Sosio-Legal di Indonesia," *QISTHOSLA: Jurnal Syariah dan Hukum* 6, no. 1 (2025): 50–60, <https://doi.org/10.46870/jhki.v6i1.1552>.

Transaksi marketplace telah mengubah konstruksi hubungan hukum dalam kegiatan jual beli karena proses pembentukan, pelaksanaan, dan penyelesaian transaksi berlangsung melalui sistem elektronik yang mempertemukan lebih dari dua subjek hukum. Konsumen tidak lagi berhadapan secara langsung dengan penjual, melainkan berinteraksi melalui platform yang menyediakan katalog produk, sistem komunikasi, pembayaran, pengelolaan pesanan, penilaian, serta mekanisme pengaduan. Posisi marketplace dalam struktur tersebut menimbulkan hubungan hukum yang bersifat berlapis, yaitu hubungan antara konsumen dengan penjual sebagai para pihak dalam transaksi barang atau jasa, hubungan konsumen dengan marketplace sebagai pengguna layanan platform, serta hubungan marketplace dengan penyedia pembayaran dan penyedia layanan pendukung lainnya. Kompleksitas tersebut membedakan transaksi marketplace dari jual beli konvensional karena keberadaan platform digital turut menentukan bagaimana informasi diberikan, bagaimana persetujuan dibentuk, dan bagaimana kewajiban para pihak dilaksanakan. Literatur mengenai e-commerce dari perspektif Islam menunjukkan bahwa transaksi elektronik pada dasarnya dapat diposisikan dalam kerangka hukum kontrak Islam sepanjang memenuhi persyaratan para pihak, objek, harga, serta mekanisme ijab dan kabul dan tidak mengandung unsur yang dilarang Syariah.⁷

Kedudukan konsumen dalam transaksi marketplace secara normatif bertumpu pada prinsip perlindungan terhadap pihak yang berada dalam posisi lebih rentan dalam hubungan perdagangan. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menempatkan konsumen sebagai pihak yang memperoleh hak atas kenyamanan, keamanan, keselamatan, informasi yang benar, jelas dan jujur, serta hak untuk memperoleh kompensasi atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang berlaku. Konstruksi tersebut menunjukkan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya berkaitan dengan penyelesaian kerugian setelah transaksi berlangsung, tetapi juga mencakup kewajiban penyediaan informasi yang memungkinkan konsumen mengambil keputusan secara sadar. Relevansi perlindungan tersebut semakin kuat dalam marketplace karena konsumen tidak dapat memeriksa barang secara fisik sebelum transaksi dan sangat bergantung pada informasi yang tersedia dalam sistem elektronik. Penelitian mengenai perlindungan konsumen dalam perdagangan melalui sistem elektronik juga menunjukkan bahwa perkembangan transaksi digital membutuhkan penyesuaian terhadap mekanisme perlindungan yang sebelumnya dibangun terutama berdasarkan karakter transaksi konvensional.⁸

Pelaku usaha dalam marketplace memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa barang atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan informasi yang diberikan kepada konsumen. Hubungan hukum konsumen dan penjual tetap menjadi hubungan utama dalam jual beli karena penjual merupakan pihak yang menawarkan objek transaksi dan menerima prestasi dari konsumen. Karakter elektronik transaksi tidak menghapus kewajiban penjual untuk memenuhi kesesuaian objek, harga, kualitas, kuantitas, serta informasi yang menjadi dasar persetujuan konsumen. Perlindungan konsumen dalam konteks ini berkaitan erat dengan prinsip transparansi karena informasi yang ditampilkan dalam katalog digital pada dasarnya menjadi bagian penting dari proses pembentukan kehendak konsumen. Kajian empiris mengenai transaksi Shopee dari perspektif hukum ekonomi syariah menunjukkan bahwa persoalan ketidaksesuaian barang dan respons

⁷ Sahak dkk., "Liability of internet intermediaries and legal challenges: a comprehensive systematic review."

⁸ Sulasi Rongiyati, "Pelindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik Consumer Protection in E-Commerce," *Negara Hukum: Membangun Hukum Untuk Keadilan Dan Kesejahteraan* 10, no. 1 (2019): 1–25.

penjual terhadap keluhan konsumen tetap menjadi persoalan utama dalam praktik transaksi digital, sehingga pemenuhan hak konsumen tidak cukup hanya diserahkan pada keberadaan fitur teknis dalam aplikasi.⁹

Marketplace memiliki kedudukan yang lebih kompleks dibandingkan penjual karena platform berfungsi sebagai infrastruktur yang memungkinkan transaksi berlangsung tanpa selalu menjadi pemilik barang yang diperjualbelikan. Konsep *intermediary* secara tradisional menempatkan marketplace sebagai penghubung antara penjual dan konsumen sehingga tanggung jawab atas kualitas atau kesesuaian barang cenderung diarahkan kepada penjual. Perkembangan fungsi platform menunjukkan bahwa marketplace tidak selalu berada pada posisi pasif karena platform dapat menentukan tata cara pendaftaran penjual, menampilkan dan mengelola informasi produk, mengatur sistem pembayaran, menyediakan mekanisme penahanan dana, menentukan prosedur pengembalian barang, serta mengelola sistem penilaian dan pengaduan. Perluasan fungsi tersebut menunjukkan adanya hubungan fungsional antara tingkat kontrol platform dan tingkat tanggung jawab yang seharusnya dibebankan kepadanya. Penelitian mengenai konstruksi tanggung jawab marketplace terhadap produk halal di Indonesia bahkan menunjukkan bahwa marketplace tidak tepat dipandang semata-mata sebagai perantara netral ketika platform memiliki peran dalam penyajian dan pengelolaan informasi produk yang berkaitan dengan kepentingan konsumen.¹⁰

B. Kesenjangan Perlindungan Konsumen dan Problematika Tanggung Jawab Marketplace

Perkembangan marketplace telah menghasilkan perubahan fundamental dalam konfigurasi risiko transaksi karena platform digital tidak hanya menyediakan ruang untuk mempertemukan penjual dan konsumen, tetapi juga mengatur sebagian besar tahapan transaksi. Konsumen memperoleh informasi mengenai produk, melakukan pemesanan, melakukan pembayaran, menerima notifikasi, menggunakan mekanisme pengaduan, dan mengajukan pengembalian melalui infrastruktur yang dikendalikan oleh marketplace. Kondisi tersebut menciptakan ketergantungan konsumen terhadap sistem platform sekaligus memperbesar pengaruh marketplace terhadap terbentuknya hubungan kontraktual antara konsumen dan penjual. Persoalan hukum muncul ketika peningkatan fungsi dan kontrol marketplace tidak diikuti dengan peningkatan tanggung jawab yang proporsional terhadap risiko yang muncul dalam transaksi. Penelitian mutakhir mengenai tanggung jawab platform menunjukkan bahwa persoalan platform liability tidak lagi dapat dianalisis hanya berdasarkan hubungan kontraktual antara konsumen dan penjual, tetapi perlu mempertimbangkan fungsi pengawasan, penyaringan penjual, serta kemampuan platform dalam mencegah dan memulihkan kerugian konsumen.¹¹

Ketidakseimbangan informasi merupakan salah satu sumber utama kerentanan konsumen dalam transaksi marketplace. Konsumen tidak memiliki kesempatan yang sama dengan penjual untuk mengetahui kondisi aktual produk, proses pemenuhan pesanan, sumber barang, serta kemampuan penjual memenuhi kewajibannya. Informasi yang tersedia dalam halaman produk pada umumnya disusun dan dikendalikan oleh penjual, sedangkan konsumen mengambil

⁹ Iman Fadlurrahman dan Azzahra Nurul Fikrianihayah, "CONSUMER PROTECTION IN E-COMMERCE TRANSACTIONS THROUGH SHOPEE APPLICATION ACCORDING TO SHARIA ECONOMIC LAW," *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah* 9, no. 1 (2022): 14–19, <https://doi.org/10.15575/am.v9i1.13920>.

¹⁰ Ananda Gymnastiar Dwijaya dan Harmono Harmono, "Construction of Marketplace Responsibility In Consumer Protection of Digital Halal Products In Indonesia," *Jurnal Legisci* 3, no. 1 (2025): 1–18, <https://doi.org/10.62885/legisci.v3i1.898>.

¹¹ Tohadi Tohadi dkk., "Liability of online marketplaces for consumer losses in online transactions as reviewed under law number 8 of 1999 on consumer protection," *Privet Social Sciences Journal* 6, no. 2 (2026): 402–12, <https://doi.org/10.55942/pssj.v6i2.1444>.

keputusan berdasarkan representasi digital yang belum tentu mencerminkan kondisi objek transaksi secara faktual. Situasi tersebut menjadi lebih kompleks ketika marketplace tidak memiliki mekanisme verifikasi yang memadai atau tidak melakukan pengawasan terhadap perubahan informasi produk setelah penjual memperoleh akses ke platform. Penelitian mengenai tanggung jawab marketplace terhadap pelanggaran deskripsi produk di Indonesia menunjukkan bahwa ketidaksesuaian antara informasi produk dan barang yang diterima konsumen menimbulkan persoalan mengenai sejauh mana platform dapat dimintai pertanggungjawaban berdasarkan rezim perlindungan konsumen yang berlaku.¹²

Misrepresentation dalam transaksi marketplace dapat terjadi ketika informasi yang disampaikan mengenai identitas penjual, spesifikasi barang, kualitas, jumlah, asal produk, sertifikasi, harga, atau kondisi barang tidak sesuai dengan kenyataan. Persoalan tersebut memiliki dimensi hukum yang lebih serius dalam transaksi berbasis akad syariah karena informasi yang menyesatkan dapat dikaitkan dengan konsep *tadlis*, yaitu tindakan menyembunyikan atau menyajikan informasi secara tidak benar sehingga pihak lain mengambil keputusan yang merugikan dirinya. Konsumen yang memberikan persetujuan berdasarkan informasi yang tidak benar pada dasarnya tidak berada dalam kondisi informasi yang seimbang untuk memberikan *ridha* secara substantif. Prinsip transparansi dalam akad syariah dengan demikian tidak hanya berfungsi sebagai norma etika, tetapi menjadi instrumen untuk memastikan bahwa persetujuan konsumen terbentuk secara sadar dan bebas dari manipulasi. Kerangka perlindungan konsumen berbasis *maqāṣid al-sharī'ah* juga menempatkan penipuan, informasi produk yang tidak benar, dan praktik perdagangan yang menyebabkan kerugian harta sebagai persoalan yang harus dicegah melalui perlindungan yang bersifat preventif maupun represif.

Ketidakjelasan pembagian tanggung jawab antara penjual dan marketplace menjadi persoalan berikutnya karena konstruksi marketplace masih sering bertumpu pada gagasan bahwa platform hanya berperan sebagai intermediary. Posisi tersebut secara konseptual memisahkan kewajiban marketplace sebagai penyedia layanan digital dari kewajiban penjual sebagai pihak yang bertanggung jawab terhadap objek jual beli. Persoalan muncul ketika marketplace secara faktual mengendalikan berbagai instrumen yang memengaruhi transaksi, termasuk proses pendaftaran dan verifikasi penjual, tampilan informasi produk, sistem pembayaran, mekanisme promosi, sistem reputasi, penyimpanan atau penahanan dana, serta prosedur pengembalian barang. Tingkat kontrol tersebut memperlihatkan bahwa marketplace tidak selalu berada pada posisi pasif sehingga pembebasan tanggung jawab secara menyeluruh hanya berdasarkan status sebagai perantara dapat menghasilkan ketidaksesuaian antara fungsi aktual dan tanggung jawab hukum. Studi mengenai tanggung jawab marketplace di Indonesia menemukan bahwa perkembangan transaksi digital telah menghasilkan kebutuhan untuk meninjau kembali batas pertanggungjawaban platform terhadap kerugian konsumen, terutama ketika kerugian berkaitan dengan kegagalan sistem atau lemahnya mekanisme verifikasi terhadap pelaku usaha.¹³

Klausula baku dalam syarat dan ketentuan marketplace juga dapat memperbesar ketimpangan posisi antara platform dan konsumen. Konsumen pada umumnya tidak memiliki ruang negosiasi terhadap ketentuan penggunaan platform karena akses terhadap layanan

¹² Putri dkk., "Legal Liability of Marketplace Platform Operators for Product Description Violations Under Indonesian Consumer Protection Law."

¹³ Burhanuddin Abdullah dan Rois Harliyanto, "Legal Liability of E-Commerce Platforms for Consumer Losses in Digital Transactions in Indonesia," *Jurnal Hukum Indonesia* 5, no. 2 (2026): 103–12, <https://doi.org/10.58344/jhi.v4i3.1602>.

mensyaratkan penerimaan terhadap kontrak standar yang telah disusun secara sepihak oleh penyelenggara. Klausula yang membatasi tanggung jawab platform, mengalihkan risiko kepada penjual atau konsumen, dan membatasi pilihan forum penyelesaian sengketa dapat menyebabkan perlindungan konsumen menjadi bergantung pada mekanisme internal yang ditentukan oleh marketplace sendiri. Ketidakseimbangan tersebut menjadi problematik ketika konsumen tidak memiliki kemampuan teknis maupun posisi tawar untuk menilai konsekuensi hukum dari ketentuan yang disetujuinya. Kajian terbaru mengenai perjanjian marketplace menunjukkan bahwa dominasi kontrak standar yang bersifat unilateral dan eksklusif berpotensi menghasilkan ketidakseimbangan posisi tawar serta membuka ruang penggunaan klausula eksonerasi yang membatasi atau mengalihkan tanggung jawab pelaku usaha.¹⁴

Mekanisme escrow atau rekening bersama memberikan gambaran penting mengenai pergeseran fungsi marketplace dari sekadar perantara menuju pengelola proses transaksi yang memiliki konsekuensi hukum. Sistem tersebut pada dasarnya menahan pembayaran konsumen sampai kondisi tertentu terpenuhi sebelum dana diteruskan kepada penjual. Fungsi tersebut memberikan perlindungan karena mengurangi risiko penjual menerima dana sebelum kewajibannya dipenuhi, tetapi efektivitasnya bergantung pada aturan pelepasan dana, batas waktu komplain, standar pembuktian, serta kemampuan konsumen mengakses mekanisme keberatan. Penelitian mengenai escrow dalam perspektif hukum Islam menunjukkan bahwa mekanisme tersebut tidak otomatis menjamin perlindungan konsumen karena desain kelembagaan dan distribusi risiko tetap menentukan apakah escrow benar-benar mampu mencegah kerugian dan mencerminkan prinsip amanah serta pengurangan gharar. Posisi marketplace sebagai pihak yang mengendalikan mekanisme tersebut semakin memperkuat alasan bahwa tanggung jawab platform perlu dinilai berdasarkan fungsi yang dijalankannya, bukan hanya berdasarkan label formal sebagai penyedia fasilitas transaksi.

C. Rekonstruksi Model Perlindungan Konsumen Marketplace Berbasis Akad Syariah

Rekonstruksi perlindungan konsumen dalam transaksi marketplace diperlukan ketika perkembangan fungsi platform telah melampaui konstruksi hukum yang menempatkannya semata-mata sebagai perantara antara penjual dan konsumen. Marketplace modern memiliki kemampuan untuk menentukan siapa yang dapat berjualan, bagaimana produk ditampilkan, bagaimana transaksi dibayar, kapan dana diteruskan kepada penjual, bagaimana reputasi penjual dibentuk, serta bagaimana pengaduan konsumen diproses. Tingkat keterlibatan tersebut menunjukkan bahwa platform memiliki kapasitas nyata untuk memengaruhi terbentuknya risiko dan mencegah terjadinya kerugian dalam transaksi. Konsep pertanggungjawaban platform karena itu perlu diarahkan dari pendekatan berbasis status menuju pendekatan berbasis fungsi dan tingkat kontrol. Literatur mengenai platform liability menunjukkan bahwa pertanggungjawaban platform terhadap barang yang dijual pihak ketiga perlu mempertimbangkan tingkat keterlibatan platform, kemampuan melakukan penyaringan, serta insentif yang tercipta ketika platform diberikan tanggung jawab terhadap risiko transaksi.¹⁵

Model yang ditawarkan dalam penelitian ini disebut Sharia-Based Accountable Marketplace, yaitu konstruksi marketplace yang menempatkan platform sebagai aktor yang memiliki tanggung jawab proporsional berdasarkan fungsi, kontrol, dan keterlibatannya dalam

¹⁴ Rofiq Nurudin dan Irma Maulida, "Liability of Digital Business Actors in Marketplace Agreements," *SNLPR: Siber Nusantara of Law and Politic Review* 2, no. 2 (2026): 105–13, <https://doi.org/10.38035/v2i2>.

¹⁵ Yusuke Zenryo, "Should Platforms be Held Liable for Defective Third-Party Goods?," *International Economic Review* 67, no. 3 (2026): 799–817, <https://doi.org/10.1111/iere.70051>.

transaksi. Konsep tersebut tidak berarti bahwa marketplace harus menanggung seluruh kerugian yang timbul dari tindakan penjual, karena pembebanan tanggung jawab secara absolut juga dapat menghasilkan distribusi risiko yang tidak adil. Pertanggungjawaban marketplace harus dibedakan berdasarkan sumber risiko, kemampuan pengendalian, tingkat pengetahuan, serta manfaat ekonomi yang diperoleh dari aktivitas transaksi. Penjual tetap menjadi pihak utama yang bertanggung jawab terhadap kebenaran informasi dan pemenuhan prestasi atas barang atau jasa yang ditawarkan, sedangkan marketplace bertanggung jawab terhadap fungsi platform yang berada dalam wilayah kendalinya. Pendekatan tersebut sejalan dengan perkembangan kajian platform liability yang mengarah pada pengujian tanggung jawab berdasarkan kemampuan platform dalam mengendalikan risiko, bukan semata-mata berdasarkan klasifikasi formal sebagai intermediary.¹⁶

Prinsip accountability menjadi fondasi pertama dalam model Sharia-Based Accountable Marketplace. Marketplace harus bertanggung jawab terhadap fungsi yang secara nyata berada dalam penguasaannya, termasuk mekanisme verifikasi penjual, pengelolaan informasi produk, keamanan transaksi, sistem pembayaran, pengelolaan dana, sistem pengaduan, dan mekanisme pengembalian. Prinsip tersebut membedakan antara kerugian yang sepenuhnya berasal dari tindakan penjual dengan kerugian yang muncul atau menjadi semakin besar akibat kegagalan marketplace menjalankan fungsi pengawasan dan pengendaliannya. Pembagian tanggung jawab semacam itu memberikan dasar untuk menghindari dua ekstrem, yaitu membebaskan marketplace secara total atau membebaskan seluruh risiko transaksi kepada platform. Kajian mengenai tanggung jawab hukum platform digital di Indonesia menunjukkan bahwa perkembangan transaksi elektronik membutuhkan konstruksi pertanggungjawaban yang mampu memperhitungkan peran aktual platform dalam menciptakan dan mengendalikan risiko transaksi.¹⁷

Prinsip fair allocation of liability diperlukan untuk memastikan bahwa pertanggungjawaban dibebankan kepada pihak yang paling memiliki hubungan dengan sumber dan pengendalian risiko. Penjual bertanggung jawab atas keaslian, kualitas, spesifikasi, dan kesesuaian barang dengan informasi yang ditawarkan, sedangkan marketplace bertanggung jawab atas kegagalan fungsi platform yang berada dalam kendalinya. Penyedia pembayaran dapat dimintai pertanggungjawaban apabila kerugian berasal dari kegagalan pemrosesan pembayaran atau pelanggaran kewajiban yang berada dalam ruang lingkup layanannya. Distribusi tersebut dapat menghasilkan model tanggung jawab berlapis yang memungkinkan konsumen memperoleh pemulihan tanpa menghapus tanggung jawab utama pihak yang menyebabkan kerugian. Kajian mengenai tanggung jawab marketplace terhadap kerugian konsumen menunjukkan bahwa produk tidak sesuai, produk palsu, kegagalan pengiriman, dan penipuan membutuhkan kejelasan mengenai distribusi tanggung jawab antara penjual dan platform.¹⁸

Prinsip *ḥifẓ al-māl* memberikan tujuan substantif bagi rekonstruksi perlindungan konsumen karena harta merupakan salah satu unsur fundamental yang harus dilindungi dalam kerangka *maqāṣid al-sharīʿah*. Perlindungan harta konsumen dalam marketplace tidak dapat

¹⁶ Tohadi dkk., "Liability of online marketplaces for consumer losses in online transactions as reviewed under law number 8 of 1999 on consumer protection"; Zenny, "Should Platforms be Held Liable for Defective Third-Party Goods?"

¹⁷ Abdullah dan Harliyanto, "Legal Liability of E-Commerce Platforms for Consumer Losses in Digital Transactions in Indonesia."

¹⁸ Tohadi dkk., "Liability of online marketplaces for consumer losses in online transactions as reviewed under law number 8 of 1999 on consumer protection."

dibatasi pada pengembalian uang setelah terjadi kerugian, tetapi harus mencakup pencegahan terhadap praktik yang berpotensi menghilangkan atau mengurangi nilai ekonomi konsumen secara tidak sah. Perlindungan tersebut meliputi pencegahan penipuan, penyalahgunaan pembayaran, manipulasi informasi, produk palsu, ketidaksesuaian barang, serta praktik transaksi yang menyebabkan konsumen kehilangan hak ekonominya. Pendekatan *maqāṣid al-sharī'ah* memungkinkan perlindungan konsumen dipahami sebagai mekanisme preventif yang bertujuan menjaga harta sekaligus menciptakan kemaslahatan dalam aktivitas ekonomi digital. Kajian mengenai perlindungan konsumen e-commerce berbasis *maqāṣid al-sharī'ah* di Indonesia menegaskan relevansi *ḥifẓ al-māl* dalam menghadapi penipuan daring, informasi produk yang tidak benar, penyalahgunaan data, dan berbagai bentuk kerugian konsumen digital.¹⁹

Prinsip *gharar minimization* mengharuskan sistem marketplace mengurangi ketidakpastian yang material dalam seluruh tahapan transaksi. Ketidakpastian dapat muncul dari objek barang yang tidak jelas, spesifikasi yang tidak lengkap, harga akhir yang berbeda dari harga yang ditampilkan, biaya tersembunyi, waktu pengiriman yang tidak pasti, atau ketentuan pengembalian yang tidak dipahami konsumen. Marketplace dapat berperan langsung dalam mengurangi *gharar* melalui standardisasi informasi produk, verifikasi identitas penjual, kewajiban mencantumkan spesifikasi, transparansi harga, serta penyediaan mekanisme konfirmasi sebelum pembayaran dilakukan. Prinsip tersebut menunjukkan bahwa kepatuhan syariah tidak cukup dinilai setelah transaksi selesai, tetapi harus diintegrasikan ke dalam desain sistem digital sejak tahap awal interaksi konsumen. Literatur mengenai e-commerce dari perspektif Islam menegaskan bahwa transaksi elektronik harus memenuhi persyaratan kontraktual dan menghindari unsur ketidakpastian serta praktik yang bertentangan dengan prinsip Syariah.

Prinsip *tadlīs prevention* mengharuskan marketplace memiliki mekanisme yang dapat mencegah, mendeteksi, dan merespons informasi yang menyesatkan. *Tadlīs* tidak hanya berkaitan dengan kebohongan eksplisit dari penjual, tetapi juga dapat muncul melalui penyembunyian informasi material, manipulasi representasi produk, penggunaan gambar yang tidak sesuai, klaim kualitas yang tidak dapat dibuktikan, atau penyajian informasi yang menciptakan persepsi keliru pada konsumen. Sistem digital memberikan peluang bagi marketplace untuk mengidentifikasi pola perilaku tersebut melalui verifikasi produk, pemantauan ulasan, analisis pengaduan, penandaan produk berisiko, serta pembatasan akun yang berulang kali melakukan pelanggaran. Tanggung jawab tersebut semakin relevan ketika platform memiliki akses terhadap data transaksi dan laporan konsumen yang memungkinkan platform mengetahui adanya pola pelanggaran yang dilakukan penjual. Perlindungan konsumen berbasis *maqāṣid al-sharī'ah* menempatkan pencegahan penipuan dan informasi yang tidak benar sebagai bagian dari upaya menjaga harta konsumen dan mewujudkan kemaslahatan dalam transaksi digital.²⁰

Prinsip *effective remedy* menjadi elemen terakhir yang memastikan bahwa perlindungan konsumen tidak berhenti pada pencegahan tetapi juga memberikan pemulihan ketika kerugian terjadi. Marketplace perlu menyediakan mekanisme pengembalian barang, pengembalian dana, pembatalan transaksi, pengajuan keberatan, serta penyelesaian sengketa yang dapat diakses tanpa

¹⁹ Mohamad Puad dan Asep Saepul Hamdi, "MAQASID SHARIAH AND CONSUMER PROTECTION IN E-COMMERCE: STRENGTHENING LEGAL SAFEGUARDS IN INDONESIA'S DIGITAL ECONOMY"; Yusuf dkk., "Does Escrow Really Protect Consumers? An Islamic Law Critique of Marketplace Transactions in Indonesia."

²⁰ Mohamad Puad dan Asep Saepul Hamdi, "MAQASID SHARIAH AND CONSUMER PROTECTION IN E-COMMERCE: STRENGTHENING LEGAL SAFEGUARDS IN INDONESIA'S DIGITAL ECONOMY."

prosedur yang tidak proporsional. Efektivitas mekanisme tersebut harus diukur berdasarkan kemampuan konsumen memperoleh pemulihan dalam waktu yang wajar, transparansi proses pengambilan keputusan, beban pembuktian yang proporsional, serta adanya kesempatan untuk mengajukan keberatan terhadap keputusan platform. Mekanisme online dispute resolution juga perlu dirancang agar tidak hanya menjadi instrumen administratif marketplace, tetapi menjadi mekanisme penyelesaian sengketa yang memberikan posisi yang seimbang kepada konsumen. Penelitian mengenai penerapan online dispute resolution dan tanggung jawab marketplace di Indonesia menunjukkan bahwa pertumbuhan transaksi digital membutuhkan mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih adaptif terhadap karakter transaksi elektronik.²¹

Model Sharia-Based Accountable Marketplace dapat dirumuskan sebagai konstruksi yang menghubungkan delapan prinsip ke dalam satu sistem pertanggungjawaban. Accountability menentukan siapa yang bertanggung jawab berdasarkan fungsi dan kontrol, transparency memastikan konsumen memperoleh informasi yang memadai, sedangkan amanah memastikan kewenangan platform digunakan untuk menjaga kepentingan para pihak. Fair allocation of liability mengatur distribusi risiko berdasarkan kontribusi dan kemampuan pengendalian, sementara *hiḏf al-māl* memberikan tujuan perlindungan terhadap harta konsumen. *Gharar minimization* dan *tadlīs prevention* berfungsi sebagai prinsip pencegahan terhadap ketidakpastian dan informasi menyesatkan, sedangkan *effective remedy* memastikan adanya pemulihan ketika mekanisme pencegahan tidak berhasil. Integrasi kedelapan prinsip tersebut menghasilkan model perlindungan yang tidak hanya berorientasi pada validitas akad, tetapi juga mengatur desain kelembagaan marketplace agar transaksi berlangsung secara adil, transparan, aman, dan sesuai dengan tujuan hukum ekonomi syariah.

Model tersebut dapat digambarkan melalui empat lapis pertanggungjawaban yang saling berhubungan, yaitu preventive accountability, transactional accountability, corrective accountability, dan remedial accountability. Preventive accountability mengharuskan marketplace melakukan verifikasi penjual, penyaringan produk, transparansi informasi, serta pencegahan *gharar* dan *tadlīs* sebelum transaksi terjadi. Transactional accountability berkaitan dengan keamanan pembayaran, pengelolaan dana, pencatatan transaksi, dan pemenuhan prosedur akad selama transaksi berlangsung. Corrective accountability mengharuskan marketplace melakukan tindakan terhadap penjual yang melakukan pelanggaran melalui peringatan, pembatasan, penghapusan produk, atau penghentian akun berdasarkan prosedur yang transparan. Remedial accountability memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh pengembalian dana, pengembalian barang, kompensasi yang relevan, dan akses penyelesaian sengketa ketika kerugian telah terjadi.

Parameter pertanggungjawaban marketplace dalam model ini tidak ditentukan oleh status formal platform sebagai penjual atau bukan penjual, tetapi oleh tingkat kontrol, pengetahuan, manfaat, dan kemampuan mencegah risiko. Marketplace yang hanya menyediakan ruang komunikasi tanpa mengendalikan pembayaran dan proses transaksi memiliki tingkat tanggung jawab yang berbeda dengan platform yang mengatur pembayaran, promosi, pengiriman, reputasi penjual, escrow, dan penyelesaian sengketa. Tingkat kontrol yang semakin besar harus diikuti dengan tingkat kewajiban kehati-hatian yang semakin tinggi karena platform memiliki kemampuan yang lebih besar untuk mencegah kerugian. Model tersebut juga menghindari pembebanan tanggung jawab yang tidak proporsional kepada marketplace ketika kerugian

²¹ Nur Hidayati dan Suartini, "Implementation of Online Dispute Resolution Aand Marketplace Liability Based on the principle of Intermediary Liability."

sempurnanya berasal dari tindakan penjual yang berada di luar kemampuan pengawasan platform. Pendekatan berbasis kontrol tersebut sejalan dengan perkembangan literatur internasional mengenai platform liability yang mempertimbangkan insentif ekonomi dan kemampuan platform dalam mengendalikan risiko yang berasal dari pihak ketiga.²²

Rekonstruksi ini menghasilkan perubahan paradigma dari intermediary-centered protection menuju accountability-centered protection. Marketplace tidak lagi dinilai hanya berdasarkan apakah platform merupakan pihak dalam akad jual beli, tetapi berdasarkan fungsi yang dijalankan dan risiko yang dapat dikendalikan dalam ekosistem transaksi. Konsumen tidak ditempatkan sebagai pihak yang harus menanggung seluruh konsekuensi kegagalan transaksi hanya karena melakukan kontrak dengan penjual pihak ketiga. Penjual tetap memikul tanggung jawab utama atas objek dan prestasi jual beli, sementara marketplace memikul tanggung jawab atas integritas sistem yang berada dalam kendalinya. Konstruksi tersebut mempertemukan hukum perlindungan konsumen dengan prinsip hukum ekonomi syariah melalui pembagian tanggung jawab yang berorientasi pada keadilan, amanah, transparansi, pencegahan kerugian, dan perlindungan harta.

Kontribusi utama model Sharia-Based Accountable Marketplace terletak pada integrasi antara prinsip pertanggungjawaban platform dan prinsip maqāṣid al-sharī'ah dalam satu konstruksi perlindungan konsumen digital. Model ini tidak sekadar mengadopsi prinsip syariah sebagai persyaratan tambahan terhadap keabsahan akad, tetapi menjadikannya sebagai dasar untuk merancang distribusi tanggung jawab, pengawasan platform, pencegahan risiko, dan pemulihan kerugian. Konsep *ḥifẓ al-māl* memberikan tujuan perlindungan, amanah memberikan standar perilaku, 'adl memberikan parameter distribusi risiko, transparency menjaga kualitas persetujuan, sedangkan larangan gharar dan tadhīl memberikan instrumen preventif. Mekanisme effective remedy melengkapi keseluruhan konstruksi dengan memastikan bahwa konsumen tetap memperoleh pemulihan apabila sistem pencegahan mengalami kegagalan. Model tersebut memberikan kerangka konseptual yang dapat digunakan untuk mengembangkan regulasi dan tata kelola marketplace yang lebih responsif terhadap karakter ekonomi digital sekaligus konsisten dengan prinsip hukum ekonomi syariah.

Kesimpulan

Perlindungan konsumen dalam transaksi marketplace berbasis akad syariah membutuhkan pergeseran paradigma dari perlindungan yang berorientasi pada hubungan kontraktual individual menuju tata kelola platform yang menempatkan kemampuan mengendalikan risiko sebagai dasar pertanggungjawaban hukum. Rekonstruksi tersebut menegaskan bahwa status marketplace sebagai *intermediary* tidak dapat dipisahkan dari fungsi aktual yang dijalankannya dalam membentuk, memfasilitasi, mengamankan, dan menyelesaikan transaksi digital. Model **Sharia-Based Accountable Marketplace** menawarkan kerangka yang menghubungkan akuntabilitas platform dengan prinsip *amanah*, keadilan, transparansi, minimisasi *gharar*, pencegahan *tadhīl*, dan *ḥifẓ al-māl*, sehingga perlindungan konsumen tidak berhenti pada pemulihan kerugian tetapi berkembang menjadi mekanisme pencegahan risiko sejak pembentukan transaksi. Kontribusi konseptual penelitian terletak pada pengembangan distribusi tanggung jawab yang proporsional berdasarkan tingkat kontrol dan kemampuan masing-masing aktor dalam ekosistem marketplace, sehingga tercipta keseimbangan antara inovasi ekonomi digital, kepastian hukum, dan perlindungan kepentingan konsumen. Kerangka ini dapat menjadi

²² Zenny, "Should Platforms be Held Liable for Defective Third-Party Goods?"

basis pengembangan regulasi dan tata kelola marketplace yang lebih adaptif terhadap karakter transaksi digital sekaligus konsisten dengan tujuan substantif hukum ekonomi syariah.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Burhanuddin, dan Rois Harliyanto. "Legal Liability of E-Commerce Platforms for Consumer Losses in Digital Transactions in Indonesia." *Jurnal Hukum Indonesia* 5, no. 2 (2026): 103–12. <https://doi.org/10.58344/jhi.v4i3.1602>.
- Alzaagy, Abdulrahman. "The Time of Concluding the Contract in E-Commerce from Islamic Legal Perspective." *CyberOrient* 6, no. 2 (2012): 54–69.
- Dwijaya, Ananda Gymnastiar, dan Harmono Harmono. "Construction of Marketplace Responsibility In Consumer Protection of Digital Halal Products In Indonesia." *Jurnal Legisci* 3, no. 1 (2025): 1–18. <https://doi.org/10.62885/legisci.v3i1.898>.
- Fadlurrahman, Iman, dan Azzahra Nurul Fikrianihayah. "CONSUMER PROTECTION IN E-COMMERCE TRANSACTIONS THROUGH SHOPEE APPLICATION ACCORDING TO SHARIA ECONOMIC LAW." *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah* 9, no. 1 (2022): 14–19. <https://doi.org/10.15575/am.v9i1.13920>.
- Herman, Herman dan A Edeth Fuari Anatasya. "Perlindungan Konsumen Online Dalam Perspektif Maqāṣid al-sharī'ah: Studi Sosio-Legal di Indonesia." *QISTHOSLA: Jurnal Syariah dan Hukum* 6, no. 1 (2025): 50–60. <https://doi.org/10.46870/jhki.v6i1.1552>.
- Iskandar Nasution, Ade, Oyo Sunaryo Muklas, dan Burhanuddin Burhanuddin. "Legal Protection of Consumers in Online Buying and Selling Transaction on Sharia E-Commerce." *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)* 9, no. 2 (2026): 163–68. <https://doi.org/10.32627>.
- Mohamad Puad, Noor Aimi dan Asep Saepul Hamdi. "MAQASID SHARIAH AND CONSUMER PROTECTION IN E-COMMERCE: STRENGTHENING LEGAL SAFEGUARDS IN INDONESIA'S DIGITAL ECONOMY." *International Journal of Islamic Economics and Finance Research*, no. 1 (September 2025): 64–75. <https://doi.org/10.53840/ijiefer222>.
- Mujib, Abdul. "The failure of Indonesian e-commerce law in adapting to digital economy." *Ijtihad: Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan* 25, no. 2 (2025): 213–30. <https://doi.org/10.18326/ijtihad.v25i2.213-230>.
- Nur Hidayati, Maslihati, dan Suartini Suartini. "Implementation of Online Dispute Resolution Aand Marketplace Liability Based on the principle of Intermediary Liability." *IJML: International Journal Multidisciplinary Science* 3, no. 3 (2024): 01–13. <https://doi.org/10.56127/ijm>.
- Nurudin, Rofiq, dan Irma Maulida. "Liability of Digital Business Actors in Marketplace Agreements." *SNLPR: Siber Nusantara of Law and Politic Review* 2, no. 2 (2026): 105–13. <https://doi.org/10.38035/v2i2>.
- Putri, Afifah Nuranti, Yuniar Rahmatiar, Muhammad Abas, dan Suyono Sanjaya. "Legal Liability of Marketplace Platform Operators for Product Description Violations Under Indonesian Consumer Protection Law." *Jurnal Cakrawala Hukum* 16, no. 2 (2025): 82–96. <https://doi.org/10.26905/idjch.v16i2.15604>.
- Rongiyati, Sulasi. "Pelindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik Consumer Protection in E-Commerce." *Negara Hukum: Membangun Hukum Untuk Keadilan Dan Kesejahteraan* 10, no. 1 (2019): 1–25.

- Sahak, Suzarika, Ramalinggam Rajamanickam, dan Muhamad Sayuti Hassan. "Liability of internet intermediaries and legal challenges: a comprehensive systematic review." *Quality and Quantity* 60 (Maret 2025): 2435–57. <https://doi.org/10.1007/s11135-025-02344-y>.
- Tohadi, Tohadi, Gabriel Sianturi, Cintya Betani, Patricia Divani Anugrah Astari, Arova Julia Palka, dan Mohamad Reza Pahlevi. "Liability of online marketplaces for consumer losses in online transactions as reviewed under law number 8 of 1999 on consumer protection." *Priviet Social Sciences Journal* 6, no. 2 (2026): 402–12. <https://doi.org/10.55942/pssj.v6i2.1444>.
- Yusuf, Virya Suprayogi, Maskun, Judhariksawan, M. Arfin Hamid, Supriadi, dan Muh Mutawalli Mukhlis. "Does Escrow Really Protect Consumers? An Islamic Law Critique of Marketplace Transactions in Indonesia." *Justicia Islamica* 23, no. 1 (2026): 29–60. <https://doi.org/10.21154/justicia.v23i1.12302>.
- Zenny, Yusuke. "Should Platforms be Held Liable for Defective Third-Party Goods?" *International Economic Review* 67, no. 3 (2026): 799–817. <https://doi.org/10.1111/iere.70051>.