

HAK DAN KEWAJIBAN PARA PIHAK DALAM JUAL BELI *ONLINE* PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH

Toyiburahman
toyiburahman@dosen.steiabdussalam.ac.id
Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Abdussalam

Abstrak

Online shopping and selling transactions between the seller and the consumer do not meet directly and the consumer does not see directly the goods he will buy because he only sees the pictures and specifications listed in the online store so that sometimes the goods received by the consumer do not match the ordered. Not infrequently consumers feel harmed by under taker of busnis because under taker of busnis often provide less clear information about the goods, so there is a discrepancy between the goods ordered and the images provided by under taker of busnis that result in disappointment and consumer losses.

The research method used is the Syariah Economic Law Research method that advocates qualitative research options, covering data sources, both primary and secondary data. Data collection techniques are observations, interviews, and documentation. Data analysis techniques are data reductions, display data, verification. Checking the validity of the data, and the stages of research. All of these researchers use, to obtain the results of research.

Research Result: A. The responsibility of under taker of busnis in online shopping according to sharia economic law has two dimensions, namely vertical dimension and horizontal dimension, secondly dimensions can be identified as follows: the principle of tawhid, the principle of willingness, the principle of justice, the principle of honesty, the principle of freedom in the form of khiyar rights for consumers. B. Consumer obligations are not explained specifically in sharia economic law, but when looking at the purpose of regulation of consumer protection law (UUPK) article 5, for the benefit of consumers and under taker of busnis, then the regulation is in accordance with Islamic law and maqashid al-shari'ah, namely to realize mashlahah (goodness), including: Good faith in making transactions, Seeking information in various aspects of an item or service to be purchased or used Pay according to the price or value that has been agreed and based on mutual willingness.

Keywords: Right, Obligation, buy and sell online, Syariah Economic Law

A. PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sosial, setiap manusia memerlukan untuk memenuhi segala kebutuhannya. Untuk memenuhi kebutuhan, setiap manusia satu sama lain melakukan jual beli. Pada umumnya, jual beli yang dilakukan antara penjual dan pembeli dapat dilakukan dengan suatu perjanjian. Perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melakukan suatu hal.¹ Dalam hal jual beli terdapat hak kewajiban dari masing-masing pihak, dimana kewajiban dari

¹ Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Intermasa, Jakarta, 1987), 17.

pihak pembeli adalah merupakan hak bagi penjual dan sebaliknya kewajiban dari pihak penjual merupakan hak bagi pihak pembeli. Dalam hal tersebut merupakan satu kesatuan yang tidak dapat di pisahkan dari transaksi yang telah ada baik secara langsung maupun *online*.

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah mengatur tentang tanggung jawab pelaku usaha dalam perjanjian jual beli dengan konsumen. Pasal 24 menyatakan “Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggungjawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila : (a) pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apapun atas barang dan/atau jasa tersebut; (b) pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.² Tanggung jawab pelaku usaha ini menurut Gunawan Wijaya selalu berkaitan dengan kerugian yang dialami konsumen, termasuk dalam perjanjian jual beli didalam hukum perlindungan konsumen tanggung jawab pelaku usaha dikenal dengan istilah *product liability*.³

Di negara Indonesia, pengaturan transaksi *online* dan bisnis *online* atau disebut dengan *ecommerce* ditemukan dalam Undang-Undang No 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE). Dua hal penting dalam pengaturan *ecommerce* dalam undang-undang tersebut adalah: Pertama pengakuan transaksi elektronik dan dokumen elektronik dalam kerangka hukum perikatan dan hukum pembuktian, sehingga kepastian hukum transaksi elektronik dapat terjamin. Kedua diklasifikasikannya tindakan-tindakan yang termasuk kualifikasi pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan TI (Teknologi Informasi) disertai dengan sanksi pidananya.⁴ Dan adanya pengakuan tersebut terhadap transaksi elektronik dan dokumen elektronik maka setidaknya kegiatan *e-commerce* mempunyai basis legalnya dan memberikan perlindungan terhadap konsumen yang bertransaksi *Ecommerce*. Perlindungan konsumen menurut Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) Pasal 1 angka 1 adalah ”segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan bagi konsumen”.⁵ Dengan perkembangan itulah media jual beli *online* mengalami kemajuan dan perkembangan yang signifikan. Hal ini dibuktikan dengan

² Undang-Undang R.I Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

³ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), 59.

⁴ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, 62.

⁵ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Perneradamedia Group, 2016), 50.

munculnya beberapa aplikasi jual beli *online* yang aplikasinya siapapun bisa memperolehnya dengan bermodalan *handphone* android saja. aplikasi tersebut tentunya hadir sebagai media untuk mempermudah manusia dalam transaksi jual beli *online*, hal inilah yang berdampak pada semua lini kehidupan termasuk aplikasi umum yaitu *Fecebook* yang pada saat ini *Fecebook* tidak lagi berfungsi sebagai media pertemanan melainkan sebagian pengguna sudah menjadikan aplikasi *Fecebook* menjadi sarana jual beli *online*. Hal-hal inilah yang disebut oleh masyarakat umum sebagai jual beli *online* (*online shop*).

Dengan adanya sistem jual beli *online* kami merasa sangat dibantu, karena konsumen membeli kebutuhan sehari-hari cukup pakai android, dan tidak lagi ketoko atau supermarket. Akan tetapi permasalahan yang sering terjadi barang yang sampai terkadang tidak sesuai dengan pesanan”⁶ Dalam jual beli *online* dari kemudahan yang ditawarkan, dilain sisi juga transaksi berbasis ini ternyata memiliki dampak negatif yang menyebabkan kerugian terutama kerugian yang dialami oleh pembeli atau konsumen. banyak pembeli yang merasa dirugikan karena barang yang diterima tidak sesuai dengan gambar dan barang yang diterima juga ternyata cacat dan adakalanya juga barang tidak sampai kepada pembeli, dan banyak lagi kasus yang lainnya. Karena jual beli via *online* yang hanya menyertakan foto barang dan harga hal inilah sering kali menimbulkan permasalahan terutama barang yang tidak sesuai baik jenis dan harga, hal inilah yang menjadi permasalahan yang menurut penulis menarik untuk dijadikan masalah dalam penelitian ini yakni adanya pelanggaran hak konsumen bentuk jual beli tersebut. Sedangkan dalam hak dan kewajiban konsumen pada transaksi melalui sarana elektronik mempunyai hak-hak yang wajib diperhatikan oleh pelaku usaha, sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Nomor 8 tahun 1999 Pasal 4 dan 5 telah diatur hak dan kewajiban konsumen yang berbunyi:

“Hak konsumen adalah: Hak atas keamanan, kenyamanan, dan keselamatan, dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Hak untuk didengar pendapat atau keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakannya. Kewajiban konsumen adalah: Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan. Beritikad baik dalam melakukan transaksi

⁶ Rusdi, hasil wawancara, konsumen jual beli *online* PT Natural Nusantara Stokis Banyuwangi, 2 April 2021.

pembelian barang dan/atau jasa. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati”.⁷

Dalam menggunakan produk (barang/jasa), konsumen selalu menginginkan adanya kepuasan terhadap produk yang digunakannya. Sedangkan pelaku usaha cenderung menginginkan untuk memperoleh keuntungan ekonomis dari hubungan itu. Keinginan kedua belah pihak tersebut akan mudah untuk dicapai apabila keduanya melaksanakan kewajiban secara benar dan dengan dilandasi itikad baik.⁸ Kenyataan yang muncul adalah seringkali konsumen tidak memperoleh apa yang diharapkan secara maksimal akibatnya konsumen dirugikan. Untuk itu telah banyak ketentuan yang dibuat baik sifatnya nasional maupun internasional yang dapat dipakai sebagai pedoman guna memberikan perlindungan bagi konsumen.⁹ Akan tetapi prinsip yang dianut oleh sebagian pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan bisnisnya adalah dengan prinsip ekonomi, yaitu mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Artinya, dengan pemikiran seperti ini, sangat mungkin konsumen akan dirugikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam upaya pelaku usaha atau penjual untuk memenuhi kewajiban dan haknya konsumen, penjual selalu meningkatkan kualitas dan kuantitas barang yang jual, dan pelayanan kepada konsumen sehingga bila terjadi kesalahan, akan diganti atau ditukar sesuai dengan haknya konsumen. Akan tetapi yang sering terjadi konsumen langsung memesan barang sebelum membaca panduan atau kriteria barang yang mau dipesan, sehingga terjadi kesalahan dalam pemesanan atau tidak sesuai dengan yang diharapkan konsumen¹⁰

Aspek pertama dalam hak konsumen adalah persoalan tentang tanggung jawab pelaku usaha yakni kerugian sebagai akibat yang ditimbulkan oleh produknya. Secara singkat persoalan itu lazim disebut dengan tanggung jawab produk (*product liability*).¹¹ Secara historis tanggung jawab produsen (*product liability*) lahir karena adanya ketidak seimbangan kedudukan dan tanggung jawab antara pelaku usaha (produsen, distributor) dan konsumen. Dengan demikian, tentunya dalam Undang-Undang Hukum perlindungan konsumen (UUKP) tersebut sudah termasuk dalam pelanggaran hak konsumen. Berdasarkan pasal 6 bagian kedua tentang hak dan kewajiban pelaku usaha yang berbunyi: “Kewajiban pelaku usaha adalah memberikan informasi yang benar, jelas jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa, memberikan penjelasan penggunaan, hingga pemeliharaan barang. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, memberikan kompensasi, ganti rugi dan

⁷ Tim BIP, *UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Bahana Ilmu Populer, 2016), 3-4.

⁸ Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*, (Bandung: Insani, 2009), 155.

⁹ Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*, 156.

¹⁰ Nafis, hasil wawancara, Maneger PT Natural Nusantara Stokis Banyuwangi, 5 April 2021.

¹¹ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006),

pergantian apabila barang dan jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian".¹²

Lebih lanjut adapun perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha untuk dilakukan dalam transaksi berdasarkan undang-undang perlindungan konsumen pada bab 4 pasal 8 yang berbunyi: "Pelaku usaha dilarang memproduksi atau memperdagangkan barang dan jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan, pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang dan jasa yang tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau neto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut. Dan pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang dan jasa yang tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam ukuran yang sebenarnya".¹³

Hal inilah yang sering kali ditemukan di lapangan sebagai pelaku usaha meski dalam perjalanannya pembeli diberikan ketentuan bahwa barang yang tidak sesuai harus dikembalikan dalam jangka waktu tertentu yang sudah ditetapkan oleh penjual apabila dalam waktu tersebut tidak dikembalikan maka barang tersebut tidak bisa dikembalikan lagi ke penjual. Meski dalam ketentuannya diberikan masa pengembalian barang. Tetapi kenyataannya, untuk barang- barang yang memiliki harga yang relatif rendah proses pengembaliannya bukan akan menguntungkan konsumen tetapi malah sebaliknya konsumen akan semakin merugi. Hal ini diakibatkan karena konsumen atau pemesan harus mengeluarkan uang untuk mengirim kembali barang tersebut. Tidak hanya uang tenaga dan waktu pun juga akan tersita guna mengurus proses pengembalian barang yang tidak sesuai tersebut. Hal inilah yang menimbulkan keengganan bagi pembeli untuk mengembalikan barang tersebut sehingga kebanyakan para konsumen mau tidak mau menerima barang tersebut meski merugi. Dengan demikian bahwa pelanggaran-pelanggaran hak konsumen yang dilakukan oleh palaku usaha cukup banyak jenisnya mulai dari barang yang tidak sesuai dengan pesanan yaitu barang salah ukuran, bentuk, warna dan model sampai dengan pelanggaran yang berupa kedatangan barang pesanan yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan atau barang yang datang sering mengalami keterlambatan.

Kondisi ini merupakan salah satu dari masalah yang sering ditemui dalam jual beli *online*. Sementara itu dalam Fiqih Muamalah, yang terkait dengan perdagangan atau jual beli (*bai*) kedua belah pihak diharuskan mengedepankan etika dalam berbisnis sehingga

¹² Tim BIP, *UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*,.. 4.

¹³ *Ibid*, 5.

unsur keadilan, kejujuran, dan transparansi harus melekat dalam praktik perdagangan dan peralihan hak.¹⁴ Terkait dengan hak-hak konsumen, Islam memberikan ruang bagi konsumen dan pelaku usaha untuk mempertahankan hak-haknya dalam perdagangan yang dikenal dengan istilah khiyar. Sebagaimana dijelaskan dalam sebuah hadits yang berbunyi:

قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِذَا أَنْتَ بَايَعْتَ فَقُلْ لَا خِلَابَةَ. ثُمَّ أَنْتَ فِي كُلِّ سِلْعَةٍ ابْتِغَيْتَهَا بِالْخِيَارِ ثَلَاثَ لَيَالٍ فَإِنْ رَضِيتَ فَأَمْسِكْ وَإِنْ سَخِطْتَ فَارْزُدْهَا عَلَى صَاحِبِهَا. - رواه ابن ماجه

Artinya: "Nabi saw bersabda: Apabila kamu menjual maka katakanlah dengan jujur dan jangan menipu. Jika kamu membeli sesuatu maka engkau mempunyai hal pilih selama tiga hari, jika kamu rela maka ambillah, tetapi jika tidak maka kembalikan kepada pemiliknya." (HR. Ibnu Majah)¹⁵

Mengacu pada permasalahan diatas maka oleh peneliti menjadikan permasalahan tersebut menjadi topik yang menarik yang perlu untuk dikaji lebih mendalam, hal ini dikarenakan bahwa transaksi jual beli online saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat hingga menyentuh segala lapisan masyarakat. Seiring pesatnya perkembangan tersebut pelanggaran-pelanggaran dalam jual beli *online* pun juga banyak terjadi terutama pelanggaran yang merugikan konsumen.

B. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian merupakan syarat mutlak bagi setiap penelitian, baik penelitian yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Karena tanpa adanya metode sangat sulit untuk memecahkan suatu persoalan. Dalam istilah yang mudah untuk dipahami bahwa metode itu merupakan suatu cara untuk mencapai penelitian itu sukses. Telah menjadi kodrat manusia dijadikan oleh tuhan sebagai makhluk yang paling sempurna diantara makhluk yang lainnya. Manusia diciptakan oleh tuhan di beri bekal berupa fisik yang indah, di beri perasaan dan pikiran atau akal. Melalui akalnya, manusia sebagai makhluk individu maupun makhluk sosial, dalam menghadapi persoalan-persoalan hidupnya, ia mampu menemukan cara atau metode tertentu sesuai dengan masalah yang di hadapinya.¹⁶ Penelitian pada hakekatnya merupakan suatu upaya untuk menemukan kebenaran atau untuk lebih membenarkan kebenaran. Usaha untuk mengejar kebenaran di lakukan oleh para filsuf, peneliti, maupun oleh para praktisi melalui model-model

¹⁴ Rahmad Syafi'i, *Fiqh Muamalah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2001), 105.

¹⁵ Abdullah bin Abdurrahman Al Bassam, *Syarah Bulughul Maram*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2006), 378.

¹⁶ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, Cet. Ke-1 (Yogyakarta: TERAS, 2009), 1.

tertentu. Model tersebut biasanya di kenal dengan paradigma. Paradigma, adalah kumpulan longgar dari sejumlah asumsi yang dipegang bersama, konsep atau proposisi yang mengarahkan cara berpikir dan penelitian.¹⁷

Sedangkan jenis Penelitian kali ini adalah Penelitian Lapangan (*Field Research*) dapat juga di anggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kalitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif.¹⁸ Oleh karena itu agar hal yang di teliti dapat terungkap dengan baik dan jelas maka diperlukan suatu pengamatan dan wawancara yang mendalam guna memperoleh data yang lebih banyak dan rinci.¹⁹ Penelitian ini disebut juga sebagai penelitian Normatif-Empiris karena fokus kajian penelitian ini berupa konsep hukum yang dilatarbelakangi oleh pengamatan akan fenomenologi dan fakta lapangan yang terjadi. Fenomenologi merupakan pendekatan yang berusaha dan masuk kedalam dunia makna yang terkonsep dalam individu atau kelompok yang kemudian diwujudkan dalam bentuk fenomena.²⁰ Untuk itu di gunakan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini, dengan karakteristik pokok dari pendekatan ini ialah: Penelitian dengan latar alamiah atau pada konteks dari suatu keutuhan (entity), Peneliti sendiri atau dengan orang lain merupakan alat pengumpul data, Penelitian dengan menggunakan metode kualitatif, Data yang di kumpulkan berupa kata-kata gambar dan bukan angka- angka, Lebih mementingkan proses dari pada hasil, Adanya batas yang di tentukan oleh fokus, Adanya kriteria khusus untuk keabsahan data, Desain tidak di susun secara ketat namun disesuaikan dengan kondisi di lapangan dan bersifat sementara dan Hasil penelitian di rundingkan dan di sepakati bersama. Sedangkan yang di maksud dengan penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor dalam Ahmad Tanzeh (2009) yang di sarikan dari Moleong (2000) adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang di amati.²¹

C. DISKUSI DAN PEMBAHASAN

1. Hak dan kewajiban Penjual *online* perspektif hukum ekonomi syari'ah

Dalam jual beli *online* di PT. Natural Nusantara stokis Banyuwangi, merupakan interaksi kedua belah pihak antara penjual (pelaku usaha) dan pembeli (konsumen)

¹⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*, Cet. Ke 31, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2013), 49.

¹⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*, 26.

¹⁹ Tanzeh Ahmad, *Pengantar Metode Penelitian*, Cet. Ke-I (Yogyakarta:TERAS, 2009), 180-181.

²⁰ Nawawi, "*Metodologi Penelitian Hukum Islam*", (Malang: Genius Media, 2014), 32.

²¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*, 100.

yangmana semua aktifitasnya melalui internet atau secara *online* atau sering disebut juga dengan *e-commerce* (jual beli *online*). *E-commerce* merupakan semua aktifitas berupa pembelian, penjualan, pemasaran, dan pelayanan atas produk dan jasa yang ditawarkan melalui jaringan internet atau secara *online*. Hal tersebut sesuai dengan pasal 1 ayat 2 Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yaitu:“Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya”.²²

Dalam jual beli *online* selain dari kemudahan yang ditawarkan, juga untuk meningkatkan kenyamanan konsumen dalam bertransaksi karena lebih efisien dalam hal tenaga, waktu, dan biaya karena dapat dilakukan dimana saja tanpa batas tempat, waktu, dan dapat menekan biaya-biaya yang biasanya diperlukan ketika melakukan pembelian secara konvensional (misalnya biaya transportasi dan pengiriman). Namun kenyataannya dilapangan masih ada pelaku usaha (penjual) banyak melakukan penyimpangan, banyak penjual tidak jujur dalam menginformasikan suatu produk dalam jual beli *online* sehingga hal tersebut akan merugikan konsumen meskipun sudah diatur oleh pemerintah dalam undang-undang perlindungan konsumen bahwa kewajiban pelaku usaha memberikan informasi dengan jujur dan benar.

Pada prinsipnya dalam ekonomi islam pelaku usaha dan konsumen saling membutuhkan dalam berbagai kegiatan bisnis yang dilakukan baik dalam transaksi jual beli secara langsung maupun secara *online*. Pelaku usaha dapat memperoleh keuntungan atau laba dari transaksi bisnis yang dilakukan dengan konsumen. Akan tetapi, konsumen memperoleh kepuasan terhadap barang atau jasa yang diperoleh dari pelaku usaha. Namun, dalam praktik dilapangan konsumen menjadi korban kecurangan dari pelaku usaha yang tidak jujur dan hanya mementingkan keuntungan semata.²³ Sebagaimana Larangan praktik penipuan, berbuat curang, dan unsur *gharar*. berdasarkan firman Allah SWT dalam al-Quran:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ أَلَا يَظُنُّ
أُولَئِكَ أَنَّهُمْ مَبْعُوثُونَ لِيَوْمٍ عَظِيمٍ يَوْمَ يَقُومُ النَّاسُ لِرَبِّ الْعَالَمِينَ

Artinya: “celakalah bagi orabg-orang yang curang (dalam enakar dan menimbang) yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain merekaminta dicukupkan, dan apabila mereka menakar (untuk orang lain), mereka mengurangi

²² Undang-undang nomor 19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

²³ Aedi, Hasan, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 92.

Tidakkah mereka itu mengira, bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan, pada suatu hari yang besar, (yaitu) pada hari (ketika) semua orang bangkit menghadap Tuhan seluruh alam.”²⁴

Dalam jual beli *online* bila diperhatikan dengan seksama, tampak bahwa hak dan kewajiban pelaku usaha bertimbang balik dengan hak dan kewajiban konsumen. Ini berarti hak bagi konsumen adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha. Demikian pula dengan kewajiban konsumen merupakan hak yang akan diterima pelaku usaha. Didalam Ekonomi Islam, tanggung jawab pelaku usaha memiliki dua dimensi, yaitu dimensi vertikal dan dimensi horizontal. Kedua dimensi ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

a. Prinsip tauhid

Pelaku usaha harus memiliki kesadaran bahwa semua adalah milik Allah dan semua aktivitas diawasi oleh Allah. Selain itu, transaksi jual beli tidak semata dilakukan dalam rangka mencari keuntungan dunia.²⁵ Tetapi lebih dari itu bahwa keuntungan dalam kegiatan jual beli adalah bekal dalam menyongsong kehidupan di akhirat nanti. Sebagaimana yang dilakukan oleh PT Natural Nusantara stokis Banyuwangi yang menghindari segala bentuk eksploitasi, serta menghindari transaksi yang mengandung unsur riba. Sebagaimana Firman Allah dalam Al-Quran:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya:“Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”²⁶

b. Prinsip Kerelaan (saling rela/ Ridhaiyyah)

Dalam praktik jual beli, prinsip saling rela ditandai dengan adanya akad ijab dan qabul yang dilakukan tanpa paksaan serta bebas dari berbagai intimidasi, penipuan, dan penyamaran.²⁷ Secara lebih teknis, implementasi prinsip ini adalah masing-masing pihak berkewajiban memberikan informasi yang lengkap dan benar agar tidak terjadi *asymmetric information*, yaitu suatu kondisi di mana salah satu pihak tidak memiliki informasi yang lengkap dan baik dari pada pihak yang lain.²⁸ Keberadaan informasi yang lengkap dan benar itu menjadi faktor penting untuk menjadi pertimbangan dalam transaksi. Informasi-informasi yang dimaksud

²⁴ Al-Muthafifin (86) : 1-6 (Mushaf Ar-Rahman, Mikraj Khazanah Ilmu)

²⁵ Mardani, *Hukum sistem ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015), 115

²⁶ Al-Baqarah (2) : 275 (Mushaf Ar-Rahman, Mikraj Khazanah Ilmu)

²⁷ Hidayat, A.B., *Studies in the Islamic law of contracts: The prohibition of gharar*, (Kuala Lumpur: International Law Book Service, 1998)

²⁸ World Bank. *asymmetric information*. Diakses dari https://siteresources.worldbank.org/DEC/Resources/847971114437274304/Asymmetric_Info_Sep2003.pdf

setidaknya meliputi; kualitas, kuantitas, harga, serta waktu penyerahan. Apabila hal tersebut tidak terpenuhi maka akan terjadi tadelis atau penipuan.²⁹

c. Prinsip Kemanfaatan atau Kemaslahatan

Kegiatan jual beli harus bisa memberikan kemanfaatan bagi pihak-pihak yang bertransaksi. Kemanfaatan tersebut dapat berupa manfaat yang diperoleh dari objek atau barang yang diperjualbelikan, maupun manfaat dari hasil kegiatan jual beli yang dilakukan. Yakni, objek atau barang yang ditransaksikan harus memberikan manfaat bagi kemanusiaan, bukan justru membawa dampak kerusakan.³⁰

d. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan dalam transaksi jual beli dapat dilakukan dengan sikap tidak saling mezalimi. Penjual harus mampu bersikap adil kepada seluruh pembeli, demikian halnya sebaliknya. Selain itu, termasuk juga bagian dari prinsip keadilan adalah menetapkan harga secara wajar, serta tidak melakukan praktik monopoli.³¹ Sebagaimana firman Allah dalam al-Qur'an:

فَبِظُلْمٍ مِنَ الَّذِينَ هَادُوا حَرَّمْنَا عَلَيْهِمْ طَيِّبَاتٍ أُحِلَّتْ لَهُمْ وَبِصَدِّهِمْ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ كَثِيرًا . وَأَخَذِهِمُ
الرِّبَا وَقَدْ هُمُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا

Artinya : “maka disebabkan kedzaliman orang-orang Yahudi, kami haramkan atas (memakan makanan) yang baik-baik (yang dahulunya)dihalalkan bagi mereka, dan karena mereka banyak menghalangi (manusia) dari jalan Allah. Dan disebabkan mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih”³²

e. Prinsip Kejujuran

PT Natural Nusantara stokis Banyuwangi memiliki prinsip kejujuran dalam transaksi jual beli dapat dilakukan dengan memberikan informasi secara objektif, benar, apa adanya, dan menyeluruh. Konsekuensi dari prinsip kejujuran ini adalah larangan terhadap segala bentuk tindakan penipuan, baik penipuan dalam bentuk perkataan maupun perbuatan.³³ Prinsip kejujuran ini ditegaskan oleh Allah dalam al-

²⁹ Karim, A., *Bank Islam analisis fiqh dan keuangan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), 88

³⁰ Mardani, *Hukum sistem ekonomi Islam*, 116.

³¹ Rozalinda. *Ekonomi Islam teori dan aplikasinya pada aktivitas ekonomi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), 98

³² An-Nisa (59) : 35 (Mushaf Ar-Rahman, Mikraj Khazanah Ilmu)

³³ Rozalinda. *Ekonomi Islam teori dan aplikasinya pada aktivitas ekonomi*, 98.

Qur'an :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:”Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”³⁴

f. Prinsip Kebebasan

Yaitu prinsip untuk menentukan suatu tindakan atau suatu keputusan sepanjang tidak bertentangan dengan kerangka syariat Islam.³⁵ Pelaksanaan prinsip kebebasan dalam kegiatan jual beli adalah adanya hak dan kesempatan untuk memilih atau yang lazim disebut dengan istilah khiyar. Dalam konteks jual beli, khiyar adalah suatu keadaan yang menyebabkan ‘aqid (orang yang berakad) memiliki hak untuk memutuskan akadnya, yakni menjadikan atau membatalkannya. Salah satu tujuan khiyar adalah untuk menjamin agar akad yang dilaksanakan benar-benar terjadi atas kerelaan penuh antara para pihak yang berakad.³⁶

2. Hak dan kewajiban konsumen jual beli *online* perspektif hukum ekonomi syariah

Salah satu hak konsumen dalam jual beli *online* selain mendapatkan informasi dengan jujur dan benar juga konsumen menginginkan adanya kepuasan terhadap produk yang digunakan atau yang dibelinya sedangkan pelaku usaha cenderung menginginkan untuk memperoleh keuntungan ekonomis dari hubungan itu, keinginan kedua belah pihak tersebut akan mudah untuk dicapai apabila keduanya melaksanakan kewajiban secara benar dan dengan dilandasi itikad baik. Namun kenyataan yang muncul adalah seringkali konsumen tidak memperoleh apa yang diharapkan secara maksimal akibatnya konsumen dirugikan. Salah satu hak konsumen dalam Islam adalah hak untuk memilih yang dikenal dengan istilah *khiyar*. Melalui hak *khiyar* ini, Islam memberikan ruang yang cukup luas bagi konsumen dan produsen untuk mempertahankan hak-hak mereka dalam perdagangan apakah melanjutkan *aqad*/transaksi bisnis atau tidak. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW bersabda:

عَنْ ابْنِ مَسْعُودٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ:

³⁴ An-Nisa (59) : 29 (Mushaf Ar-Rahman, Mikraj Khazanah Ilmu)

³⁵ Rivai, V. dan Bukhari, A., *Islamic economic*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 76

³⁶ Azhar, A.B., *Asas-asas hukum muamalat (hukum perdata Islam)*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), 175

إِذَا اِخْتَلَفَ الْمُتَبَايِعَانِ لَيْسَ بَيْنَهُمَا بَيِّنَةٌ فَالْقَوْلُ مَا يَقُولُ رَبُّ السِّلْعَةِ أَوْ يَتَتَارَكَانِ (رَوَاهُ الْحُمْسَةُ
وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ)

Artinya: Ibnu Mas'ud R.A berkata: “aku mendengar Rasulullah SAW bersabda, “Apabila dua orang yang berjual-beli berselisih, sedang diantara mereka tidak ada keterangan yang jelas, maka perkataan yang benar ialah apa yang dikatakan oleh pemilik barang atau mereka membatalkan transaksi.” (HR. Imam Lima Hadits, ini shahih menurut al-Hakim)³⁷

Menurut pandangan hukum ekonomi islam secara garis besar dalam transaksi jual beli *online* hak *khiyar* kepada konsumen, diantaranya:

a. *Khiyar Syarath*

Khiyar syarath adalah *khiyar* yang disyaratkan oleh salah satu penjual atau pembeli setelah akad selama masa yang ditentukan, walaupun sangat lama. Apabila ia berkehendak maka ia bisa melanjutkan transaksi atau membatalkannya selama waktu tersebut. Ini adalah pendapat dari Imam Ahmad. Abu Hanifah dan Syafi'i menyatakan bahwa masa *khiyar Syarath* hanyalah tiga hari. Menurut Imam Malik masa yang ditentukan sesuai dengan kebutuhan.³⁸ Sebagaimana sabda Rosulullah SAW. :

عَنْ عَمْرِو بْنِ شُعَيْبٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ جَدِّهِ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: الْبَائِعُ وَالْمُبْتَاعُ بِالْخِيَارِ حَتَّى يَتَفَرَّقَا إِلَّا أَنْ تَكُونَ صَفَقَةً خِيَارًا وَلِيَحِلَّ لَهُ أَنْ يُفَارِقَهُ خَشْيَةً أَنْ يَسْتَقْبِلَهُ (رَوَاهُ الْحُمْسَةُ إِلَّا ابْنَ مَاجَةَ وَالِدَّارِقُطْنِي وَابْنَ خُزَيْمَةَ وَابْنَ الْجَارُودِ)

Artinya: Dari Amar bin Syu'aib dari ayahnya dari kakeknya r.a bahwa Nabi SAW bersabda, “penjual dan pembeli mempunyai hak *khiyar* sebelum keduanya berpisah, kecuali telah ditetapkan *khiyar* dan masing-masing pihak tidak diperbolehkan pergi karena takut jual beli dibatalkan.” (HR. Imam Lima, kecuali Ibnu Majah, ad-Daruquthni, Ibnu Khuzaimah dan Ibnu Jarud)³⁹

PT Natural Nusantara stokis Banyuwangi memberikan hak atau hak *khiyar syarat* kepada konsumennya untuk menukarkan barang apabila barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan perjanjian pada awal akad. Ketika pembeli menemukan cacat pada barang, pembeli tersebut harus mengirim kembali kepada pelaku usaha untuk ditukarkan dengan barang yang sesuai. Biaya pengiriman

³⁷ Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah*, kitab al-Tijarat, Juz II, hadits, 72

³⁸ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama 2007), 115.

³⁹ Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah*, kitab al-Tijarat, Juz II, hadits, 270

kembali barang ditanggung oleh pembeli (konsumen).

b. *Khiyar Aib* (karena ada cacat)

Khiyar aib adalah hak untuk memilih antara membatalkan atau meneruskan akad jual beli apabila ditemukan kecacatan (*aib*) pada objek (barang) yang diperjualbelikan, sedangkan pembeli tidak mengetahui adanya kecacatan pada saat akad berlangsung.⁴⁰ Dengan kata lain, jika seseorang membeli barang yang mengandung kecacatan dan ia tidak mengetahuinya sampai ia berpisah dengan penjual, maka ketika ia mengetahui hal tersebut ia berhak untuk meminta ganti rugi atas kecacatan barang yang diterimanya dari penjual. Sebagaimana hadist yang diriwayatkan oleh Uqbah bin ‘Amir, Rasulullah SAW bersabda:

المُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ وَلَ يَجِلُّ لِمُسْلِمٍ بَاعَ مِنْ أَخِيهِ بَيْعًا فِيهِ عَيْبٌ إِلَّا بَيَّنَّهُ لَهُ

Artinya: “sesama Muslim adalah bersaudara. Tidak halal bagi seorang Muslim untuk menjual barang yang memiliki aib kepada saudaranya, kecuali apabila ia menjelaskan aib tersebut kepada saudaranya.” (HR. Ahmad, Ibnu Majah, Daruquthni, Hakim dan Tabrani)⁴¹

Menurut hukum Islam ada enam hak konsumen yang membutuhkan perhatian serius dari pelaku usaha, sebagaimana telah disebutkan dalam kewajiban pelaku usaha yaitu;⁴² hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jujur, adil, dan terhindar dari pemalsuan, hak untuk mendapatkan keamanan produk dan lingkungan sehat, hak untuk mendapatkan advokasi dan penyelesaian sengketa, hak untuk mendapatkan perlindungan dari penyalahgunaan keadaan, hak untuk mendapatkan ganti rugi akibat negatif dari suatu produk, hak untuk memilih dan memperoleh nilai tukar yang wajar. Kewajiban-kewajiban konsumen seperti yang diatur pada Pasal 5 dalam undang-undang perlindungan konsumen tidak dijelaskan secara spesifik dalam hukum Islam, tetapi bila melihat tujuan pengaturan itu untuk kemaslahatan konsumen dan pelaku usaha, maka pengaturan itu sesuai dengan hukum Islam dan *maqashid al-syari’ah*, yaitu untuk mewujudkan *mashlahah* (kebaikan). Sebagaimana Allah SWT. berfirman dalam al-Qur’an:

رُسُلًا مُبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ لِئَلَّا يَكُونَ لِلنَّاسِ عَلَى اللَّهِ حُجَّةٌ بَعْدَ الرُّسُلِ وَكَانَ اللَّهُ عَزِيزًا حَكِيمًا

Artinya : “(Mereka kami utus) selaku rasul-rasul pembawa berita gembira dan

⁴⁰ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama 2007), 117.

⁴¹ Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah*, kitab al-Tijarat, Juz II, hadits, 270

⁴² Hasan, M. Ali, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat)*, (Jakarta :PT Raja Grafindo Persada, 2000), 88.

pemberi peringatan agar supaya tidak ada alasan bagi manusia membantah Allah sesudah diutusny rasul-rasul itu. dan adalah Allah maha perkasa lagi maha bijaksana".⁴³

Ayat ini menjelaskan tentang tujuan Allah (*Maqashid al-Syar'i*) menurunkan kitab-kitab-Nya dan mengutus para rasul, yaitu agar tidak ada lagi alasan bagi orang kafir, munafiq, musyrik dan pendosa di hadapan Allah tentang kejahatan yang mereka lakukan. Berkali-kali para rasul mengingatkan mereka untuk tidak menginkari Allah dan jangan melakukan kemaksiatan, sebab hal itu mendatangkan murka dan azab Allah.⁴⁴ Sebagaimana kewajiban-kewajiban konsumen di dalam undang-undang perlindungan konsumen, namun demikian sebagai bentuk keseimbangan dan keadilan peneliti dapat menjelaskannya sebagai berikut,⁴⁵ beritikad baik dalam melakukan transaksi barang dan/atau jasa, mencari informasi dalam berbagai aspek dari suatu barang dan/atau jasa yang akan dibeli atau digunakan, membayar sesuai dengan harga atau nilai yang telah disepakati dan dilandasi rasa saling rela merelakan (*taradhin*), yang terealisasi dengan adanya *ijab dan qabul (sighah)*, mengikuti prosedur penyelesaian sengketa yang terkait dengan perlindungan konsumen.

D. KESIMPULAN

Tanggung jawab pelaku usaha dalam jual beli *online* di PT. Natural Nusantara stokis Banyuwangi memiliki dua dimensi menurut Hukum Ekonomi Syari'ah, yaitu berupa dimensi vertikal dan dimensi horizontal, kedua dimensi ini dapat diartikan bahwa hubungan antara manusia dan tuhan (rohani) serta manusia dan sesamanya (sosial). Hal tersebut dapat ditemukan berupa: prinsip tauhid berupa tidak hanya keuntungan dunia akan tetapi keuntungan akhirat juga, prinsip kerelaan (saling rela/ *ridhaiyyah*) berupa tidak ada paksaan dalam jual beli, prinsip kemanfaatan atau kemaslahatan berupa memberikan manfaat kepada konsumen atas produk yang dijual, prinsip keadilan berupa tidak membeda-bedakan antara konsumen semuanya sama, prinsip kejujuran berupa memberikan informasi dengan benar tidak berbohong, prinsip kebebasan berupa hak *khiyar* bagi konsumen (*Khiyar Syarath* atau *Khiyar A'ib*).

Kewajiban konsumen dalam jual beli *online*, yang diatur pada Pasal 5 (UUPK) tidak dijelaskan secara spesifik dalam Hukum Ekonomi Syari'ah, tet bila melihat tujuan

⁴³ An-Nisa (59) : 162 (Mushaf Ar-Rahman, Mikraj Khazanah Ilmu)

⁴⁴ Saifudin Zuhri, *Ushul Fiqih Akal Sebagai Sumber Hukum Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 20.

⁴⁵ Undang-undang nomor 8 tahun 1999 pasal 5 tentang perlindungan konsumen

pengaturan itu sendiri untuk kemaslahatan konsumen dan pelaku usaha, maka pengaturan itu sesuai dengan Hukum Ekonomi Syari'ah atau *maqashid al-syari'ah*, yaitu untuk mewujudkan *mashlahah* (kebaikan). Diantaranya: Beritikad baik dalam melakukan transaksi barang dan/atau jasa, Mencari informasi dalam berbagai aspek dari suatu barang dan/atau jasa yang akan dibeli atau digunakan, Membayar sesuai dengan harga atau nilai yang telah disepakati dan dilandasi rasa saling rela merelakan (*taradhin*), yang terealisasi dengan adanya *ijab dan qabul (sighah)*, Mengikuti prosedur penyelesaian sengketa yang terkait dengan perlindungan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Djazuli, *Kaidah-kaidah Fikih: Kaidah-kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-masalah yang Praktis*, Cet.III, Jakarta: Kencana, 2010
- Abdi Almaktsur, *Maqashid Syari'ah Teori Dan Kaidah-Kaidah Terapan Dalam Ijtihad*, Pekanbaru: Suska Press, 2015
- Abdul Azis Dahlan, ed., *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jilid 3, Cet. I, Jakarta: PT. Ichtiar Baru Van Hoeve, 1996
- Abdul Hakim Barakatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen (kajian teoritis dan perkembangan pemikiran)*, Bandung: Nusa Media, 2008
- Abdulkadir Muhammad. *Hukum Perdata Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000
- Abdullah bin Abdurrahman Al Bassam, *Syarah Bulughul Maram*, Jakarta: Pustaka Azzam, 2006
- Abdullah Yusuf Ali, *Qur'an Terjemahan dan Tafsirnya*, Cet.I, Jakarta: Pustaka Firdaus, 1993
- Ahmad Tanzeh., *Pengantar Metode Penelitian*, Cet. Ke-I, Yogyakarta: Penerbit TERAS, 2009
- Aiyub Ahmad, *Fikih Lelang: Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif*, Jakarta: Kiswah, 2004
- Andi Intan Cahyani, *Fiqh Muamalah*, Cet. I, Makassar: Alauddin University Press, 2013
- Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah: Meraup Harta Berkah dan Berlimpah Via Internet*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014
- Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen suatu Pengantar*, Cetakan ke II, Jakarta: Diadit Media, 2002
- Azhar, A.B., *Asas-asas hukum muamalat (hukum perdata Islam)*, Yogyakarta: UII Press, 2000

- Nurohman, D., & Anshor, A. M. (2025). All You Can Eat dalam Tinjauan Masalah al-Mursalah: Implikasi Hukum Islam terhadap Praktik Bisnis Modern. *Tasyri': Journal of Islamic Law*, 4(1), 537-558.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Edisi IV, Cet.1, Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2008
- Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Bandung: Insani, 2009
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000
- Gunawan Wijaja dan Kartini Muljadi, *Seri Hukum Perikatan*, Cet.I, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003
- Hasan, M. Ali, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalah)*, Jakarta :PT Raja Grafindo Persada, 2000
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Cet. VI, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010
- Hidayat, A.B., *Studies in the Islamic law of contracts: The prohibition of gharar*, Kuala Lumpur: International Law Book Service, 1998
- Ibnu Katsir, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid 2, Cet. I, Kuala Lumpur: Victoty Agnecia, 1998
- Ibnu Katsir, *Tafsir Ibnu Katsir*, terj. Salim Bahreisy dan Said Bahreisy, *Tafsir Ibnu Katsir* Cet. I, Kuala Lumpur: Victory Agencie, 1998
- Nur, I. (2024). REFLECTION OF MAQASHID SYARIAH AND ISLAMIC STUDIES ON ECONOMIC DEVELOPMENT TOWARDS A GOLDEN INDONESIA. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 201-218.
- Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, yogyakarta: STAIN Jusi Metro Lampung, 2014
- Ismail Nawawi, *Fiqh Muamalah Klasik dan Kontemporer*, Bogor: Halia Indonesia, 2012
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006
- Karim, A., *Bank Islam analisis fiqh dan keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*, Cet. Ke-31, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2013
- Mansur, U. (2018). Studi analisis manajemen risiko pembiayaan mudharabah di BMT Sidogiri cabang Bondowoso. *Momentum*, 7(1), 95-128.
- Mansur, U., Nurohman, D., & Anshor, A. M. (2024). Revitalizing Financial Freedom to Achieve a Sustainable Economy Based on Maqashid al-Shariah in Hifz al-Mal. *Al-*

- Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 9(2), 286-304.
- Mardani, *Hukum sistem ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015
- Marzuki, M.M., *METODOLOGI RISET (panduan penelitian bidang bisnis dan sosial)*, Edisi Kedua Cet.I, Yogyakarta, Ekonisia, 2005
- Misbahuddin, *E-Commerce dan Hukum Islam*, Makassar: Media Press, 2012
- Muhammad dan Alimin, *Etika Dan Perlindungan Kosumen Dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPFE, 2004
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktik*, Gema Insani, Jakarta, 2001
- N.H.T Siahaan, *Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Cet. Ke-I, Bogor: Grafika Mardi Yuana, 2005
- Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama 2007
- Nawawi, *metodelogi peneltian fiqh dan ekonomi syariah*, Malang : Madani Media, 2019
- Nawawi, "*Metodologi Penelitian Hukum Islam*", Malang: Genius Media, 2014
- Nawawi, *Pendekatan Dan Metode Penelitian Fiqih Dan Ekonomi Syari'Ah*, Surabaya: Pustaka Raja, 2018
- Qardhawi, Yusuf. (2004). *Peran nilai dan moral dalam perekonomian islam. Terjemahan Didin Hafiduddin dkk*, Jakarta: Robbani Press, 2004
- Rahmad Syafi'i, *Fiqh Muamalah* Bandung: CV Pustaka Setia, 2001
- Rivai, V. dan Bukhari, A., *Islamic economic*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009
- Rozalinda. *Ekonomi Islam teori dan aplikasinya pada aktivitas ekonomi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014
- Saifudin Zuhri, *Ushul Fiqih Akal Sebagai Sumber Hukum Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009
- Sayyid Quthb, *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an*, jilid 2, terj. As'ad Yasin, Abdul azis Salim Basyarakil, Muchthob Hamzah, *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an: Dibawah Naungan Al-Qur'an*, jilid 2, Jakarta: Gema Insani, 2001
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: Gramedia, 2004
- Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta, 1987
- Subekti, *Pokok-pokok dari Hukum Perdata*, Bandung: PT. Inter Masa, 1953
- Sudikno Mertokusumo. *Penemuan Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003
- Syaikh Salim bin 'Ied al-Hilali, *Mausuu'ah al-Manaahisy Syat'iyyah fii Shahiihis Sunnah an-Nabawiyyah*, Jilid 2, terj. Abu Ihsan al-Atsari, *Ensiklopedi Larangan Menurut Al-Qur'an dan As- Sunnah*, Jilid 2,

- Syaltut, M., *Tafsir al-qur'an al-karim. Jilid III, Terjemahan A. Dahlan, dkk.* Bandung: CV. Diponegoro, 1990
- Syarifin Pipin, *Pengantar Ilmu Hukum.* Bandung: Pustaka Setia, 2009
- Tim BIP, *UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Bahana Ilmu Populer, 2016
- Ubaidillah, U. (2023). Analisis Hukum Islam terhadap Shopee Paylater Pada Sistem Jual Beli Online. *Istidlal: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, 7(1), 53-65.
- Ubaidillah, U., Nur, I., & Anshor, A. M. (2024). Konstruksi Ekonomi Islam Berbasis Interdisipliner: Studi Islam dan Maqashid Syariah. *Adzkiya: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 12(2), 35-49.
- Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah (Dasar, Metode, dan Teknik)*, Edisi Ke-7, Bandung: Tarsito, 1990
- Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kecana, 2013
- Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Pernadamedia Group, 2016)