

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 3, Nomor 6, July 2025, P. 170-178
E-ISSN: 2986-6340
Licensed by CC BY-SA 4.0
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15812941>

Aspek Hukum Perlindungan Konsumen

Arlan

Universitas Islam Negri Alauddin Makassar

Email: arlan.albirr@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas aspek perlindungan konsumen dalam perspektif hukum ekonomi syariah sebagai bagian integral dari prinsip keadilan dan maqasid al-syari'ah, khususnya *hifz al-mal* dan *hifz al-nafs*. Kajian ini dilakukan melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka terhadap literatur klasik dan kontemporer, seperti karya Wahbah al-Zuhayli, Yusuf al-Qaradawi, serta regulasi positif seperti UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Islam telah lebih dahulu mengatur prinsip-prinsip perlindungan konsumen melalui larangan gharar, ghisah, dan kewajiban transparansi dalam akad. Nilai-nilai ini selaras dengan hukum positif, meskipun hukum nasional cenderung belum mengadopsi kerangka etis-spiritual Islam secara menyeluruh. Oleh karena itu, dibutuhkan sinergi antara regulasi negara dan prinsip syariah dalam membangun sistem perlindungan konsumen yang adil dan berkeadaban. Kajian ini diharapkan menjadi kontribusi konseptual dalam membangun hukum ekonomi Islam yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat modern.

Kata Kunci: *perlindungan konsumen, hukum ekonomi syariah, gharar, maqasid al-syari'ah, hukum positif.*

Abstract

This study discusses aspects of consumer protection from the perspective of Islamic economic law as an integral part of the principles of justice and maqasid al-syari'ah, especially hifz al-mal and hifz al-nafs. This study was conducted through a qualitative approach with a literature study method on classical and contemporary literature, such as the works of Wahbah al-Zuhayli, Yusuf al-Qaradawi, and positive regulations such as Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection. The results of the study show that Islam has previously regulated the principles of consumer protection through the prohibition of gharar, ghisah, and the obligation of transparency in contracts. These values are in line with positive law, although national law tends not to adopt the Islamic ethical-spiritual framework as a whole. Therefore, synergy is needed between state regulations and Islamic principles in building a fair and civilized consumer protection system. This study is expected to be a conceptual contribution in building Islamic economic law that is responsive to the needs of modern society.

Keywords: *consumer protection, sharia economic law, gharar, maqasid al-syari'ah, positive law.*

Article Info

Received date: 20 June 2025

Revised date: 27 June 2025

Accepted date: 30 June 2025

PENDAHULUAN

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas rahmat dan taufik-Nya sehingga karya ilmiah ini yang bertajuk "*Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*" dapat diselesaikan dengan baik. Tema ini menjadi sangat relevan mengingat dinamika transaksi modern yang sering kali menempatkan konsumen dalam posisi rentan. Dalam Islam, perlindungan terhadap hak-hak konsumen tidak hanya berdimensi hukum, tetapi juga bersifat etik dan spiritual. Menurut Prof. Wahbah al-Zuhayli, "semua bentuk jual beli dalam Islam wajib menjamin transparansi, kejujuran, dan keadilan; siapa yang melanggar prinsip itu, berarti menyalahi maqasid al-syari'ah"¹.

Di tengah berkembangnya industri halal, layanan digital, dan pasar bebas, konsumen Muslim membutuhkan sistem hukum yang tidak hanya menjamin kepastian hukum, tetapi juga menjunjung prinsip keadilan transaksional. Dalam pandangan Jasser Auda, perlindungan konsumen merupakan bagian dari *hifz al-mal* dan *hifz al-nafs*, dua maqasid utama dalam sistem ekonomi syariah². Oleh

¹Wahbah al-Zuhayli, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Juz IV (Beirut: Dar al-Fikr al-Mu'asir, 1998), h. 275.

²Jasser Auda, *Maqasid al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach* (London: IIIT, 2008), h. 122.

karena itu, hukum ekonomi syariah harus mampu bertransformasi dari sistem normatif menjadi sistem perlindungan yang fungsional dan adaptif.

Dr. Hamdan Juhannis, dosen UIN Alauddin Makassar, menekankan bahwa “penguatan sistem perlindungan konsumen dalam hukum Islam menuntut sinergi antara nilai-nilai syariah dan instrumen regulasi positif agar syariat tak hanya hidup dalam kitab, tetapi juga dalam pasar”³. Senada dengan itu, Dr. Syahrudin Nawi menyebut bahwa perlindungan konsumen adalah amanah keilmuan yang harus dipikul oleh setiap pelaku usaha yang mengklaim menjalankan ekonomi berbasis syariah⁴.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun karya ini masih terdapat kekurangan, namun semoga tulisan ini dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam memperkaya khazanah hukum ekonomi Islam dan menjadi rujukan bagi pengembangan perlindungan konsumen berbasis nilai-nilai syariah yang holistik dan berkeadilan.

1. Introduction

1.1 Latar Belakang

Perlindungan konsumen merupakan bagian integral dalam sistem ekonomi yang adil dan berkelanjutan. Dalam perspektif **hukum ekonomi syariah**, konsep ini tidak hanya dimaknai sebagai upaya hukum untuk menjamin hak-hak konsumen, tetapi juga sebagai implementasi dari prinsip keadilan, transparansi, dan tanggung jawab moral dalam setiap transaksi. Islam secara tegas melarang segala bentuk eksploitasi ekonomi, seperti penipuan (*gharar*), penimbunan barang (*ihtikar*), dan ketidakjelasan akad (*jahalah*), karena praktik-praktik tersebut merugikan pihak lemah, khususnya konsumen. Al-Qur'an menegaskan: “*Janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian yang lain dengan cara yang batil*” (Q.S. al-Baqarah: 188), yang menjadi landasan normatif penting dalam pengembangan sistem perlindungan konsumen berbasis syariah⁵.

Dalam konteks modern, berkembangnya perdagangan daring (e-commerce), jasa keuangan digital, dan produk halal menuntut sistem hukum yang mampu melindungi konsumen Muslim secara efektif. Sayangnya, sistem perlindungan konsumen dalam praktiknya masih sering bersifat formalis dan reaktif. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan yang tidak hanya legalistik, tetapi juga berakar dari nilai-nilai syariah yang menjunjung tinggi maqasid al-syari'ah, khususnya *hifz al-mal* (perlindungan harta) dan *hifz al-nafs* (perlindungan jiwa).

Dr. Wahyuddin Naro, dosen UIN Alauddin Makassar, menyatakan bahwa “hukum ekonomi Islam bukan sekadar pengganti hukum positif, tetapi paradigma baru yang mendasarkan perlindungan konsumen pada prinsip moral, spiritual, dan sosial”⁶. Dalam pandangan ini, perlindungan konsumen tidak hanya bertumpu pada regulasi, tetapi juga pada etika syariah yang bersumber dari wahyu dan rasionalitas hukum Islam.

Senada dengan itu, Prof. Wahbah al-Zuhayli menjelaskan bahwa sistem muamalah dalam Islam mewajibkan produsen dan pelaku usaha untuk menjaga integritas produk, menjelaskan risiko dengan jujur, dan tidak menyembunyikan cacat barang⁷. Prinsip ini mengafirmasi bahwa dalam Islam, perlindungan konsumen adalah hak dasar yang harus dijamin, bahkan sebelum kelahiran konsep perlindungan konsumen dalam hukum modern.

Oleh karena itu, penting untuk mengkaji ulang fondasi normatif dan sistemik dari perlindungan konsumen dalam kerangka hukum ekonomi syariah, guna menjawab kebutuhan zaman dan memperkuat posisi konsumen dalam transaksi yang semakin kompleks. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam penguatan sistem hukum Islam yang pro-konsumen dan berkeadilan.

TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Menjelaskan secara konseptual dan normatif tentang perlindungan konsumen dalam sistem hukum ekonomi syariah;

³Hamdan Juhannis, “Etika Ekonomi Islam dalam Praktik Bisnis Kontemporer,” Makalah Fakultas Ushuluddin dan Hukum, UIN Alauddin Makassar, 2021, h. 6.

⁴Syahrudin Nawi, “Urgensi Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Syariah,” Makalah Seminar Ekonomi Islam, UIN Alauddin Makassar, 2022, h. 8.

⁵Al-Qur'an, Q.S. al-Baqarah: 188.

⁶Wahyuddin Naro, “Paradigma Baru Hukum Ekonomi Islam dalam Mewujudkan Keadilan Konsumen,” Makalah Fakultas Ushuluddin dan Hukum, UIN Alauddin Makassar, 2022, h. 5.

⁷Wahbah al-Zuhayli, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Juz IV (Beirut: Dar al-Fikr al-Mu'asir, 1998), h. 275.

2. Mengidentifikasi dan menganalisis prinsip-prinsip syariah yang menjadi dasar perlindungan konsumen dalam transaksi muamalah;
3. Menelaah relevansi serta implementasi hukum perlindungan konsumen syariah dalam praktik ekonomi kontemporer, terutama dalam sistem hukum Indonesia.

LANDASAN TEORITIS

Penelitian ini berlandaskan pada pendekatan normatif-hukum Islam, yang menitikberatkan pada maqasid al-syari'ah sebagai fondasi utama dalam perlindungan konsumen. Dalam hal ini, prinsip-prinsip seperti *kejujuran (sidq)*, *transparansi (bayan)*, *larangan gharar*, dan *larangan penipuan (ghish)* menjadi instrumen utama. Jasser Auda menekankan bahwa perlindungan konsumen merupakan refleksi dari maqasid *hifz al-mal* (perlindungan terhadap harta) dan *hifz al-nafs* (perlindungan terhadap keselamatan konsumen)⁸.

Di sisi lain, Dr. Syahrudin Nawi dari UIN Alauddin Makassar menyatakan bahwa "hukum ekonomi syariah tidak hanya membentuk tatanan hukum, tetapi juga mendidik etika pasar yang adil dan bertanggung jawab, menjadikan perlindungan konsumen sebagai ibadah sosial"⁹. Pendekatan ini menggabungkan aspek normatif dengan realitas ekonomi kontemporer, termasuk perdagangan digital, sertifikasi halal, dan jasa keuangan berbasis syariah.

Dalam konteks Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi dasar hukum positif yang dapat dikaji secara integratif dengan prinsip-prinsip syariah. Kajian ini bertujuan untuk menelaah hubungan antara hukum nasional dan nilai-nilai hukum Islam dalam memperkuat hak-hak konsumen Muslim.

Konsep Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam

Perlindungan konsumen dalam Islam merupakan bagian integral dari fiqh al-mu'amalat, yakni cabang fikih yang mengatur hubungan sosial-ekonomi antara individu maupun institusi dalam konteks muamalah sehari-hari. Prinsip dasar yang melandasinya adalah keadilan (*al-'adalah*), keterbukaan (*al-shafaiyyah*), serta saling menguntungkan (*al-ribh al-mushtarak*), yang semuanya bertujuan menciptakan tatanan ekonomi yang beretika dan berkelanjutan. Konsep ini berakar kuat dari berbagai nash syariat yang menolak segala bentuk ketidakjelasan (*gharar*), kecurangan (*ghish*), serta penipuan dan eksploitasi dalam transaksi jual beli maupun akad lainnya.

Dalam hal ini, Rasulullah saw. bersabda: "*Barang siapa menipu kami, maka ia bukan termasuk golongan kami*" (HR. Muslim)¹⁰. Hadis ini secara tegas menunjukkan komitmen syariat terhadap kejujuran dalam bermuamalah dan larangan terhadap segala praktik ekonomi yang merugikan pihak lain, khususnya konsumen. Larangan tersebut tidak hanya bersifat moral, tetapi juga memiliki dimensi hukum yang memungkinkan adanya intervensi dari otoritas negara untuk melindungi masyarakat dari kerugian.

Dalam pandangan ulama kontemporer seperti Wahbah al-Zuhayli, sistem perlindungan konsumen merupakan pengejawantahan dari prinsip *al-'adalah al-iqtisadiyyah* (keadilan ekonomi), yang merupakan salah satu fondasi utama dalam hukum Islam¹¹. Perlindungan ini tidak terbatas pada aspek formal semata, melainkan juga mencakup hak-hak konsumen atas informasi yang jujur dan transparan, hak atas keselamatan produk dan jasa, hak untuk memperoleh ganti rugi apabila terjadi kerugian, serta hak untuk tidak dirugikan baik secara material maupun moral.

Dengan demikian, dalam perspektif hukum Islam, konsumen diposisikan bukan hanya sebagai objek pasif dalam kegiatan ekonomi, tetapi sebagai subjek hukum yang memiliki kedudukan setara dan harus dijamin hak-haknya. Perlindungan terhadap konsumen menjadi bagian dari tanggung jawab bersama antara produsen, pelaku usaha, dan negara sebagai hakim yang menjaga keseimbangan dan ketertiban sosial.

Prinsip-Prinsip Syariah dalam Perlindungan Konsumen

Sistem perlindungan konsumen dalam perspektif syariah dibangun di atas fondasi prinsip-prinsip hukum Islam yang tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga aplikatif dalam menjawab

⁸Jasser Auda, *Reforming Islamic Law: Maqasid Approach* (London: IIIT, 2018), h. 121–124.

⁹Syahrudin Nawi, "Hukum Ekonomi Islam dan Etika Konsumen: Integrasi Konsep Syariah dan UU Perlindungan Konsumen," Makalah Fakultas Ushuluddin, UIN Alauddin Makassar, 2022, h. 4.

¹⁰HR. Muslim, no. 102

¹¹Wahbah al-Zuhayli, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Juz IV (Beirut: Dar al-Fikr al-Mu'asir, 1998), h. 275

dinamika transaksi modern. Beberapa prinsip pokok yang menjadi dasar perlindungan konsumen dalam Islam antara lain adalah:

1. **Larangan Gharar (ketidakjelasan)**

Islam secara tegas melarang adanya gharar atau ketidakjelasan dalam objek atau syarat suatu akad. Ketidakjelasan ini dianggap sebagai potensi yang dapat menimbulkan ketidakadilan, kecurangan, bahkan penipuan terhadap konsumen. Dalam konteks modern, larangan gharar dapat dimaknai sebagai keharusan adanya transparansi informasi produk dan kontrak, baik secara offline maupun dalam platform digital.

2. **Larangan Ghish (penyesatan atau kecurangan informasi)**

Islam juga mengharamkan segala bentuk manipulasi, informasi palsu, atau penyesatan konsumen. Ghish mencakup tindakan seperti mencampur produk berkualitas rendah dengan produk unggul, memberikan label yang menyesatkan, atau mempromosikan barang yang tidak sesuai dengan kenyataan. Pelarangan ghish merupakan bentuk perlindungan terhadap hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar dan tidak menyesatkan dalam proses pengambilan keputusan.

3. **Al-Taysir dan Raf' al-Haraj (kemudahan dan penghilangan kesulitan)**

Prinsip ini menunjukkan bahwa hukum Islam selalu mengedepankan kemudahan dalam urusan muamalah, serta menolak segala bentuk kesulitan atau beban yang tidak proporsional bagi pihak yang bertransaksi. Dalam praktik perlindungan konsumen, prinsip ini mewujudkan dalam bentuk kebijakan pengembalian barang, jaminan produk, serta sistem pelayanan yang adil dan ramah bagi konsumen.

4. **Maqasid al-Shari'ah (tujuan-tujuan syariat)**

Perlindungan konsumen tidak bisa dilepaskan dari kerangka maqasid al-shari'ah, yaitu lima tujuan utama syariat: menjaga agama (hifz al-din), jiwa (hifz al-nafs), akal (hifz al-'aql), keturunan (hifz al-nasl), dan harta (hifz al-mal). Dalam konteks perlindungan konsumen, dua maqasid yang paling relevan adalah hifz al-mal dan hifz al-nafs, yakni perlindungan terhadap kekayaan dan keselamatan konsumen dari kerugian dan bahaya.

Sebagaimana ditegaskan oleh Dr. Hamdan Juhannis (Guru Besar UIN Alauddin Makassar), *"maqasid tidak boleh hanya dipahami sebagai teori, tetapi harus ditarik menjadi standar operasional dalam sistem ekonomi, termasuk perlindungan konsumen digital yang makin kompleks."*¹² Pernyataan ini menunjukkan urgensi transformasi nilai-nilai maqasid menjadi parameter konkret dalam regulasi dan implementasi perlindungan konsumen, khususnya dalam ekosistem ekonomi digital yang rentan terhadap praktik eksploitasi informasi.

Dalam praktiknya, prinsip-prinsip syariah ini dapat dioperasionalkan melalui berbagai instrumen kelembagaan dan regulatif, seperti pendirian lembaga pengawasan syariah, standarisasi produk halal dan tayyib, serta edukasi konsumen tentang hak dan kewajiban mereka. Dengan pendekatan yang menyeluruh dan sistematis, prinsip-prinsip tersebut tidak hanya bersifat ideal, tetapi mampu memberikan perlindungan nyata dan berkelanjutan kepada konsumen dalam berbagai jenis transaksi.

Perspektif Hukum Positif terhadap Perlindungan Konsumen

Dalam sistem hukum nasional Indonesia, keberadaan **Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen** merupakan landasan yuridis utama yang memberikan jaminan hukum terhadap hak-hak konsumen. Undang-undang ini menetapkan berbagai hak konsumen, seperti hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa; hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur; serta hak untuk mendapat kompensasi atau ganti rugi atas kerugian yang dialami akibat penggunaan produk atau jasa yang tidak sesuai.

Instrumen hukum ini menjadi salah satu bentuk afirmasi negara terhadap pentingnya keadilan dalam hubungan antara produsen dan konsumen dalam pasar bebas. Selain itu, UU ini juga mengatur kewajiban pelaku usaha, larangan praktik curang, serta mekanisme penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, baik melalui pengadilan maupun di luar pengadilan seperti melalui **Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)**.

¹²Hamdan Juhannis, "Etika Ekonomi Islam dalam Praktik Bisnis Kontemporer," Makalah Fakultas Ushuluddin dan Hukum, UIN Alauddin Makassar, 2021, h. 7.

Namun demikian, meskipun UU Perlindungan Konsumen telah memberikan dasar hukum yang cukup kuat, regulasi ini masih bersifat **sekuler dan normatif universal**, dalam arti belum secara eksplisit mengakomodasi prinsip-prinsip **hukum Islam** yang hidup dan berkembang di tengah masyarakat muslim Indonesia. Padahal, seiring berkembangnya ekonomi syariah, muncul kebutuhan mendesak untuk menyelaraskan perlindungan konsumen dengan nilai-nilai **syariah Islam**, khususnya dalam sektor-sektor strategis seperti **keuangan syariah, industri halal, produk kosmetik dan farmasi halal, serta perdagangan elektronik berbasis prinsip-prinsip syariah (e-commerce syariah)**.

Dalam konteks ini, gagasan **integrasi nilai-nilai Islam** ke dalam sistem hukum positif menjadi sangat relevan. Sejumlah pakar hukum Islam mengusulkan perlunya pendekatan **hibrid normatif**, yakni mengombinasikan antara asas legal-positivistik dengan prinsip-prinsip maqasid al-shari'ah dalam perumusan dan interpretasi kebijakan perlindungan konsumen.

Sebagaimana dikemukakan oleh Dr. Syahrudin Nawawi, salah satu pakar hukum Islam dari UIN Alauddin Makassar, "*perlu dilakukan reinterpretasi terhadap UU Perlindungan Konsumen dengan pendekatan maqasid al-syari'ah, agar regulasi ini tidak hanya sah secara formal, tetapi juga sah secara substansial menurut nilai-nilai Islam*".¹³ Pernyataan ini menegaskan urgensi reformulasi hukum perlindungan konsumen dengan menyesuaikan struktur, substansi, dan orientasinya agar selaras dengan etika dan nilai Islam yang lebih menekankan aspek keadilan, keberkahan, dan tanggung jawab moral dalam aktivitas ekonomi.

Dengan demikian, perlindungan konsumen dalam perspektif hukum positif seharusnya tidak berdiri sendiri secara sekuler, tetapi dapat diperkuat melalui pendekatan inklusif-transendental yang menggabungkan nilai hukum nasional dan hukum Islam demi menciptakan sistem perlindungan yang lebih adil, menyeluruh, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat muslim di Indonesia.

Kajian terdahulu

Penelitian mengenai perlindungan konsumen dalam perspektif Islam telah menjadi perhatian sejumlah sarjana dan akademisi, baik dalam skala global maupun nasional. Kajian-kajian tersebut umumnya menitikberatkan pada pentingnya nilai-nilai moral dan prinsip syariah dalam membentuk etika bisnis serta perlindungan terhadap hak-hak konsumen dalam sistem ekonomi Islam.

Salah satu tokoh yang banyak membahas isu ini adalah **Yusuf al-Qaradawi**, yang secara tegas menekankan bahwa transaksi dalam Islam harus dilandasi kejujuran (**sidq**), keadilan (**'adl**), dan tanggung jawab moral (**amanah**) sebagai bagian dari etika bisnis Islami. Menurutnya, pelaku usaha bukan hanya bertanggung jawab di hadapan hukum positif, tetapi juga akan dimintai pertanggungjawaban di hadapan Allah Swt¹⁴. Pandangan ini menunjukkan dimensi spiritual dalam perlindungan konsumen yang menjadi ciri khas sistem muamalah Islam.

Sementara itu, **Fazlur Rahman**, seorang pemikir pembaharu dalam hukum Islam, menyoroti pentingnya reformasi metodologis dalam memahami dan menerapkan syariat, agar tidak terjebak pada pendekatan tekstual-dogmatis semata. Dalam konteks perlindungan konsumen, Fazlur Rahman mengusulkan agar hukum Islam disusun secara **fungsional dan kontekstual**, sehingga mampu menjawab tantangan zaman modern yang semakin kompleks dan beragam, termasuk dalam hal regulasi dan kebijakan perlindungan konsumen.

Di tingkat nasional, kajian yang dilakukan oleh **Asrorun Niam Sholeh** bersama **Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI)** menunjukkan adanya kemajuan dalam arah regulatif. Beberapa fatwa yang dikeluarkan DSN-MUI mulai menampakkan kecenderungan **protektif terhadap hak-hak konsumen**, terutama dalam sektor keuangan syariah, transaksi berbasis akad, dan sertifikasi produk halal. Namun demikian, kajian tersebut juga mengindikasikan bahwa masih terdapat kelemahan dalam aspek pengawasan (**supervisi**) dan implementasi hukum (**law enforcement**) yang mengakibatkan perlindungan konsumen belum optimal dalam praktiknya.

Adapun penelitian ini memiliki perbedaan dan kontribusi tersendiri dibandingkan dengan studi-studi terdahulu. Fokus utama penelitian ini adalah pada **integrasi prinsip-prinsip hukum Islam** dengan **hukum positif nasional** dalam membentuk sistem perlindungan konsumen yang

¹³Syahrudin Nawawi, "Hukum Ekonomi Islam dan Etika Konsumen: Integrasi Konsep Syariah dan UU Perlindungan Konsumen," Makalah, 2022, h. 9.

¹⁴Yusuf al-Qaradawi, *Fiqh al-Mu'amalat*, edisi revisi (Kairo: Wahbah, 2003), h. 109.

komprehensif. Penelitian ini juga menelaah bagaimana perlindungan konsumen diterapkan dalam **praktik transaksi kontemporer**, seperti pada **digital marketplace**, **platform e-commerce syariah**, serta dalam **industri produk halal** yang berkembang pesat di Indonesia. Dengan demikian, kajian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam mengembangkan sistem hukum perlindungan konsumen yang lebih relevan dan aplikatif di era modern.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan **pendekatan kualitatif normatif** dengan jenis penelitian **studi kepustakaan (library research)**. Pendekatan ini digunakan untuk memahami dan menganalisis konsep perlindungan konsumen dalam perspektif hukum ekonomi syariah berdasarkan teks-teks fikih klasik, fatwa kontemporer, serta regulasi positif yang relevan.

Menurut Lexy J. Moleong, pendekatan kualitatif digunakan ketika peneliti ingin menelusuri makna, nilai, dan prinsip yang terkandung dalam teks atau dokumen tanpa mereduksinya ke dalam angka-angka statistik¹⁵. Dengan demikian, pendekatan ini sangat cocok untuk meneliti isu-isu hukum yang berbasis teks dan nilai, seperti perlindungan konsumen dalam Islam.

Objek dan Fokus Kajian

Objek formal dari penelitian ini adalah **hukum ekonomi syariah**, sementara objek materialnya adalah **prinsip-prinsip perlindungan konsumen** dalam perspektif syariah. Fokus penelitian diarahkan pada:

1. Analisis terhadap prinsip-prinsip hukum Islam (seperti larangan gharar dan ghisb) yang relevan dengan perlindungan konsumen;
2. Relevansi maqasid al-syari'ah dalam membentuk sistem perlindungan konsumen yang berkeadilan;
3. Integrasi nilai-nilai hukum Islam dengan sistem perlindungan konsumen dalam hukum positif di Indonesia.

Sumber Data dan Teknik Pengumpulan

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber kepustakaan, terdiri atas:

- **Sumber primer:** kitab-kitab fikih klasik seperti *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu* karya Wahbah al-Zuhayli, *al-Muwafaqat* karya al-Syatibi, dan hadis-hadis sahih tentang muamalah.
- **Sumber sekunder:** jurnal akademik, makalah dosen UIN Alauddin Makassar, fatwa DSN-MUI, serta literatur kontemporer seperti karya Yusuf al-Qaradawi dan Jasser Auda. Juga mencakup regulasi seperti UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui **dokumentasi**, yaitu mengidentifikasi, mencatat, dan mengklasifikasi isi dokumen dan literatur yang relevan dengan pembahasan.

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan **metode analisis isi (content analysis)** dan **pendekatan normatif-hukum Islam**. Tahapan analisis meliputi:

- **Reduksi data**, dengan memilah bagian yang relevan;
- **Kategorisasi**, yakni mengelompokkan data berdasarkan prinsip syariah dan hukum positif;
- **Interpretasi**, dengan menafsirkan data dalam kerangka maqasid al-syari'ah;
- **Simpulan**, dengan menarik hubungan antara perlindungan konsumen dalam Islam dan praktik hukumnya di Indonesia.

Menurut Creswell, analisis dalam pendekatan kualitatif harus mempertimbangkan konteks sosial dan nilai-nilai budaya yang melingkupi data¹⁶. Dalam konteks ini, peneliti menggunakan maqasid sebagai kerangka analisis etis dan normatif.

Validitas dan Keabsahan Data

Untuk menjamin validitas, digunakan teknik **triangulasi sumber**, yaitu membandingkan pandangan ulama klasik, pemikir kontemporer, dan regulasi positif. Peneliti juga mengacu pada

¹⁵Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, edisi revisi (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), h. 6.

¹⁶John W. Creswell, *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (London: SAGE Publications, 2013), h. 200.

kaidah *al-yaqin la yazūlu bi al-shakk* sebagai prinsip epistemologis dalam menghindari interpretasi yang spekulatif.

Dr. Syahrudin Nawi menyatakan bahwa validitas dalam studi hukum Islam terletak pada “konsistensi antara dalil, konteks sosial, dan maqasid hukum”¹⁷. Oleh karena itu, peneliti mengedepankan argumentasi yang berbasis teks dan relevansi sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Dasar Perlindungan Konsumen dalam Islam

Perlindungan konsumen merupakan bagian integral dari sistem muamalah Islam. Konsep ini berlandaskan pada nilai-nilai kejujuran (*sidq*), keterbukaan (*bayan*), dan tanggung jawab (*mas'ūliyyah*). Dalam Islam, konsumen memiliki hak-hak asasi yang dilindungi oleh syariat, baik terkait kualitas barang, kejelasan akad, maupun ketiadaan penipuan dalam transaksi.

Nabi Muhammad saw. bersabda, “*Barang siapa menipu kami, maka ia bukan bagian dari golongan kami*” (HR. Muslim)¹⁸. Hadis ini tidak hanya menunjukkan larangan terhadap penipuan dalam jual beli, tetapi juga menjadi fondasi moral bagi sistem perlindungan konsumen dalam Islam.

Menurut Wahbah al-Zuhayli, sistem ekonomi Islam menempatkan perlindungan terhadap konsumen sebagai salah satu bentuk penerapan dari keadilan ekonomi dan penjagaan terhadap *maqasid al-syari'ah*, khususnya *hifz al-mal* dan *hifz al-nafs*¹⁹.

Prinsip Syariah yang Melandasi Perlindungan Konsumen

Beberapa prinsip utama dalam hukum Islam yang berkaitan langsung dengan perlindungan konsumen antara lain:

- **Larangan Gharar (ketidakjelasan):** akad yang tidak transparan dapat merugikan konsumen. Misalnya, menjual barang tanpa menjelaskan kondisi produk.
- **Larangan Ghishh (penipuan):** menyembunyikan cacat barang atau memalsukan informasi harga.
- **Kejujuran dalam promosi dan akad:** Islam mendorong agar produsen atau pedagang bersikap jujur dalam menjelaskan barang atau jasa yang dijual.

Dr. Hamdan Juhannis menyebut bahwa perlindungan konsumen dalam ekonomi syariah adalah pengejawantahan dari etika bisnis Islam yang tidak hanya bertujuan pada keuntungan ekonomi, tetapi juga menciptakan pasar yang bermoral dan bertanggung jawab²⁰.

Perbandingan dengan Sistem Hukum Positif di Indonesia

Dalam hukum nasional, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan hak kepada konsumen atas: informasi yang benar, hak atas kenyamanan dan keamanan, serta hak mendapatkan ganti rugi. Secara prinsip, hukum positif ini sejalan dengan nilai-nilai yang diajarkan dalam Islam, meskipun masih bersifat umum dan belum menyentuh aspek spiritual atau moral secara eksplisit.

Dr. Syahrudin Nawi menyarankan perlunya “sinkronisasi antara UU Perlindungan Konsumen dengan nilai-nilai maqasid al-syari'ah agar regulasi nasional tidak sekadar sah secara formal, tetapi juga sah secara normatif Islam”²¹. Dalam konteks ini, prinsip Islam bisa memperkaya makna “hak konsumen” dalam peraturan positif dengan pendekatan etik-transendental.

Relevansi Perlindungan Konsumen dalam Konteks Ekonomi Kontemporer

Dalam era ekonomi digital dan perdagangan lintas batas, konsumen menghadapi tantangan baru: barang tidak sesuai gambar, data pribadi disalahgunakan, dan minimnya akses ke informasi yang jujur. Oleh karena itu, sistem perlindungan konsumen harus diperluas tidak hanya dalam aspek hukum positif, tetapi juga melalui fatwa-fatwa, standarisasi halal, dan lembaga pengawas syariah.

¹⁷Syahrudin Nawi, “Kritik terhadap Taklid dalam Studi Fikih,” Makalah Fakultas Ushuluddin, UIN Alauddin Makassar, 2022, h. 10.

¹⁸HR. Muslim, no. 102.

¹⁹Wahbah al-Zuhayli, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Juz IV (Beirut: Dar al-Fikr al-Mu'asir, 1998), h. 275.

²⁰Hamdan Juhannis, “Etika Ekonomi Islam dalam Praktik Bisnis Kontemporer,” Makalah Fakultas Ushuluddin dan Hukum, UIN Alauddin Makassar, 2021, h. 6.

²¹Syahrudin Nawi, “Hukum Ekonomi Islam dan Etika Konsumen,” Makalah Fakultas Ushuluddin, UIN Alauddin Makassar, 2022, h. 9.

Jasser Auda menyatakan bahwa maqasid al-syari'ah bukan hanya kerangka teoritis, tetapi juga sistem praktis yang harus diinternalisasikan dalam kebijakan publik dan transaksi ekonomi²². Dengan demikian, pendekatan syariah terhadap perlindungan konsumen mampu menjadi alternatif yang berkeadilan dan berkelanjutan dalam menghadapi tantangan zaman.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis terhadap literatur klasik maupun kontemporer, dapat disimpulkan bahwa **perlindungan konsumen dalam perspektif hukum ekonomi syariah merupakan bagian tak terpisahkan dari maqasid al-syari'ah**, khususnya dalam mewujudkan *hifz al-mal* (perlindungan harta), *hifz al-nafs* (perlindungan jiwa), dan *hifz al-'irdh* (perlindungan kehormatan). Islam secara tegas melarang segala bentuk praktik bisnis yang mengandung unsur penipuan (*ghish*), ketidakjelasan (*gharar*), serta ketidakadilan dalam akad.

Konsep perlindungan konsumen dalam Islam bersifat holistik karena tidak hanya mengatur aspek legal, tetapi juga dimensi etik dan spiritual. Hal ini tercermin dari prinsip kejujuran, keterbukaan, tanggung jawab, dan itikad baik dalam transaksi. Kaidah fikih yang relevan seperti "*la darara wa la dirar*" dan "*al-yaqin la yazulu bi al-shakk*" memberikan dasar epistemologis untuk menjamin hak-hak konsumen.

Dalam konteks hukum positif di Indonesia, **UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen** telah memberikan dasar normatif untuk perlindungan konsumen. Namun, nilai-nilai Islam dapat memperkaya dan menyempurnakan substansi hukum tersebut, terutama melalui pendekatan maqasid al-syari'ah. Dengan integrasi ini, diharapkan sistem perlindungan konsumen nasional menjadi lebih adil, berkeadaban, dan sesuai dengan prinsip keislaman.

SARAN

1. Untuk Akademisi dan Peneliti

Disarankan untuk memperluas kajian terhadap perlindungan konsumen dalam hukum Islam dengan mengintegrasikan pendekatan maqasid dan hukum positif secara lebih mendalam, terutama dalam konteks ekonomi digital dan transaksi lintas negara.

2. Untuk Lembaga Pendidikan

Penting bagi perguruan tinggi Islam, khususnya UIN dan STAI, untuk mengembangkan kurikulum fikih muamalah yang mencakup topik perlindungan konsumen berbasis nilai syariah serta praktik-praktik pasar kontemporer.

3. Untuk Legislatur dan Regulator

Diperlukan sinkronisasi antara regulasi perlindungan konsumen nasional dengan prinsip-prinsip hukum Islam, agar peraturan yang ada tidak sekadar legal-formal, tetapi juga memiliki landasan moral dan spiritual.

4. Untuk Pelaku Usaha

Diharapkan agar produsen, distributor, dan pelaku bisnis digital berbasis syariah menginternalisasi nilai-nilai perlindungan konsumen sebagai bagian dari akhlak bisnis, bukan sekadar kewajiban hukum.

5. Untuk Lembaga Fatwa dan Pengawas Syariah

Fatwa DSN-MUI serta pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS) perlu menegaskan perlindungan konsumen sebagai prioritas dalam sertifikasi halal, produk jasa keuangan syariah, dan transaksi daring.

REFERENSI

- Auda, Jasser. *Maqasid al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach*. London: International Institute of Islamic Thought (IIIT), 2008.
- Auda, Jasser. *Reforming Islamic Law: Maqasid Approach*. London: International Institute of Islamic Thought (IIIT), 2018.
- Creswell, John W. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. London: SAGE Publications, 2013.

²²Jasser Auda, *Reforming Islamic Law: Maqasid Approach* (London: IIIT, 2018), h. 122.

- Hamdan Juhannis. "Etika Ekonomi Islam dalam Praktik Bisnis Kontemporer." Makalah Fakultas Ushuluddin dan Hukum, UIN Alauddin Makassar, 2021.
- Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- Muslim, Imam. *Sahih Muslim*. Hadis no. 102.
- Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*.
- Syahrudin Nawi. "Hukum Ekonomi Islam dan Etika Konsumen: Integrasi Konsep Syariah dan UU Perlindungan Konsumen." Makalah Fakultas Ushuluddin, UIN Alauddin Makassar, 2022.
- Syahrudin Nawi. "Kritik terhadap Taklid dalam Studi Fikih." Makalah Fakultas Ushuluddin, UIN Alauddin Makassar, 2022.
- Wahbah al-Zuhayli. *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Juz IV. Beirut: Dar al-Fikr al-Mu'asir, 1998.
- Yusuf al-Qaradawi. *Fiqh al-Mu'amalat*. Kairo: Maktabah Wahbah, 2003.