



## PRAKTIK GHARAR DAN TADLIS PADA TRANSAKSI E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN RELEVANSINYA DENGAN HUKUM POSITIF

Kamil Rafi Muhammad<sup>1\*</sup>, Muhammad Andy Prananto<sup>2</sup>, Baidhowi<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang, Jl. Raya Banaran, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia, 50229

<sup>2</sup>Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang, Jl. Raya Banaran, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia, 50229

<sup>3</sup>Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang, Jl. Raya Banaran, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia, 50229

Kamil Rafi Muhammad: [irfkeim@unes.students.ac.id](mailto:irfkeim@unes.students.ac.id)

Muhammad Andy Prananto: [prananto09@students.unnes.ac.id](mailto:prananto09@students.unnes.ac.id)

Baidhowi: email baidhowi: [baidhowi@mail.unnes.ac.id](mailto:baidhowi@mail.unnes.ac.id)

**Abstract.** *This study aims to analyze practices that occur in the digital space that manifest in the form of gharar and tadlis in e-commerce transactions, and review their relevance to positive legal instruments in Indonesia. The research method used is normative juridical with a statute approach and a conceptual approach. Primary legal materials are sourced from the Qur'an, especially the five ahkam verses, the Consumer Protection Law (UUPK), and the Electronic Information and Transactions Law. The results of the study indicate that the practice of manipulating descriptions, fictitious reviews, and visual engineering of digital products are clear violations of the universal principles contained in the Qur'an, especially in the verses concerning the prohibition of measurement fraud as analogous to QS. Al-Mutaffifin verses 1-3, betrayal of trust in QS. An-Nisa verse 58, and the destruction of the essence of willingness or antaradhin in QS. An-Nisa verse 29 which has implications for the invalidity of assets obtained by business actors illegally according to QS. Al-Baqarah verse 188. In addition, fulfilling product specification promises is an absolute obligation according to the command of QS. Al-Ma'idah verse 1 which provides the right of khiyar for consumers who are harmed. This study also concludes that the positive legal instruments in the Consumer Protection Law and the Electronic Transaction Information Law have a very strong level of synergy with the principles of Sharia Economic Law in an effort to protect consumers' property ownership rights (hifz al-mal) through enforcing the values of transparency and honesty of information in the digital era. This harmony between state law and religious law creates a comprehensive legal protection shield to eradicate all forms of transaction manipulation in the electronic commerce ecosystem so that it continues to run according to the corridor of justice for the parties involved in digital sales and purchase agreements.*

**Keywords:** *Consumer Protection; E-Commerce; Gharar; Positive Law; Ahkam Verses.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik yang terjadi di ruang digital yang bermanifestasi dalam bentuk gharar dan tadlis pada transaksi e-commerce, serta meninjau relevansinya dengan instrumen hukum positif di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan pendekatan konseptual. Bahan hukum primer bersumber dari Al-Qur'an khususnya lima ayat ahkam, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), serta Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa praktik manipulasi deskripsi, ulasan fiktif, serta rekayasa visual produk digital merupakan bentuk pelanggaran yang nyata terhadap prinsip-prinsip universal yang ada dalam Al-Qur'an, khususnya pada ayat-ayat yang mengenai larangan kecurangan takaran sebagaimana analogi dalam QS. Al-Mutaffifin ayat 1-3, pengkhianatan amanah pada QS. An-Nisa ayat 58, dan rusaknya esensi kerelaan atau antaradhin pada QS. An-Nisa ayat 29 yang berimplikasi pada kebatilan harta yang diperoleh pelaku usaha secara tidak sah menurut QS. Al-Baqarah ayat 188. Selain itu, pemenuhan janji spesifikasi produk merupakan kewajiban mutlak sesuai perintah QS. Al-Ma'idah ayat 1 yang memberikan hak khiyar bagi konsumen yang dirugikan. Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa instrumen hukum positif dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta Undang-Undang Informasi Transaksi Elektronik memiliki tingkat sinergitas yang sangat kuat dengan prinsip-prinsip yang ada pada Hukum Ekonomi Syariah dalam upaya menjaga hak

kepemilikan harta (hifzh al-mal) konsumen melalui penegakan nilai transparansi dan kejujuran informasi di era digital. Keselarasan antara hukum negara dan hukum agama ini menciptakan tameng perlindungan hukum yang komprehensif guna memberantas segala bentuk manipulasi transaksi dalam ekosistem perdagangan elektronik agar tetap berjalan sesuai koridor keadilan bagi para pihak yang terlibat dalam akad jual beli digital.

**Kata kunci:** Perlindungan Konsumen; E-Commerce; Gharar; Hukum Positif; Ayat Ahkam.

## **LATAR BELAKANG**

Perkembangan zaman merupakan sebuah hal yang pasti dari adanya suatu masyarakat di wilayah tertentu. Tak dapat dipungkiri seiring dengan teknologi yang kian semakin maju, perkembangan zaman juga telah merubah banyak hal dalam masyarakat, salah satunya adalah dalam pola konsumsi masyarakat Indonesia. Pergeseran gaya belanja dari metode konvensional menuju transaksi digital atau e-commerce menawarkan kemudahan akses, efisiensi waktu, serta variasi pilihan tanpa batas ruang dan waktu.<sup>1</sup> Menurut data dan tren ekonomi digital, aktivitas jual beli secara elektronik telah menjadi tulang punggung perekonomian modern yang melibatkan jutaan transaksi setiap harinya. Namun, ekosistem transaksi digital menempatkan konsumen pada posisi yang rentan akibat ketiadaan perjumpaan fisik. Kondisi di mana satu pihak penjual memiliki akses informasi yang lebih lengkap dibandingkan pihak pembeli memicu terjadinya asimetri informasi, yang menjadi celah utama merugikan konsumen di pasar online.<sup>2</sup> Fenomena kerugian konsumen ini kerap bermula dari rekayasa digital, seperti ketidaksesuaian spesifikasi barang dengan foto, hingga maraknya manipulasi *rating* dan ulasan fiktif. Keberadaan praktik ulasan palsu di platform digital tidak hanya menyesatkan perilaku pembelian, tetapi juga merupakan bentuk pelanggaran hak kepada konsumen yang mana seharusnya konsumen mendapatkan segala informasi yang benar atas segala transaksi yang ia lakukan, sebagaimana diamanatkan oleh undang-undang.<sup>3</sup>

Dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah, tindakan penjual yang menutupi kecacatan barang atau memanipulasi informasi produk dikategorikan sebagai praktik

---

<sup>1</sup>Ikhsan, M. M., Arifin, T., & Abdal, A. (2023). Perlindungan Konsumen Dalam Pandangan Sosiologi Dan Antropologi Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah: AICONOMIA*, 2(1), 55-64.

<sup>2</sup>Budiutono, S. (2023). Analisis Asimetris Informasi: Perilaku Konsumen Pada Pasar Online. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 7(2).

<sup>3</sup>Hayati, A. N., & Firmanditya, N. (2023). Ulasan palsu di platform digital: Perlindungan hukum bagi konsumen dan pelaku usaha. *Masyarakat Indonesia*, 49(1), 123-134.

*Tadlis* dan *Gharar* yaitu tindakan menipu atau Ketidakjelasan. Praktik transaksi *online* yang mengandung *tadlis* bertentangan dengan prinsip ekonomi syariah karena mencederai prinsip *antaradhin* atau sukarela diantara kedua belah pihak. Transaksi yang dibangun di atas informasi palsu menjadikan esensi suka sama suka menjadi batal secara hukum fikih muamalah.<sup>4</sup>

Tujuan dari penelitian ini adalah Menganalisis praktik *gharar* dalam transaksi elektronik menggunakan kacamata Hukum Ekonomi Syariah yang berlandaskan pada tafsir ayat-ayat ahkam, guna menemukan batas antara transaksi yang sah dan yang batil di ruang digital. Serta mengkaji dan mengkonstruksikan titik relevansi antara instrumen perlindungan dalam Hukum Positif di Indonesia pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Transaksi Elektronik dengan prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah.

## **KAJIAN TEORITIS**

Secara yuridis, perlindungan konsumen di Indonesia berlandaskan pada Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Berdasarkan Pasal 1 angka 1 UUPK Nomor 8 Tahun 1999, perlindungan konsumen didefinisikan sebagai segala upaya yang memang diperuntukan untuk melindungi hak hak para konsumen dan juga memberikan kepastian hukum di dalamnya. Tujuan utama dari perlindungan ini adalah untuk melindungi dan menjamin hak konsumen dengan cara menghindarkannya segala hal-hal negatif yang dapat timbul dari pemakaian barang atau jasa tersebut dan juga kepada para pelaku usaha diharapkan dapat lebih bertanggung jawab demi terciptanya keamanan dalam segala transaksi yang ada.<sup>5</sup> Dalam kerangka Hukum Ekonomi Syariah, transaksi jual beli melalui elektronik tersebut pada dasarnya diperbolehkan dan secara konseptual dianalogikan dengan akad *As-Salam* (jual beli) . Akad ini mengharuskan pembayaran dilakukan di awal sementara barang diserahkan di kemudian hari, dengan syarat fundamental bahwa spesifikasi, jenis, dan kualitas barang harus terukur dan diinformasikan secara transparan sejak awal transaksi untuk menghindari potensi

---

<sup>4</sup> Ahnan, M., Maghfur, M., & Lestari, D. (2024). Rekayasa Penilaian di Online Shop: Studi Perbandingan Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Positif Indonesia. *El Hisbah: Journal of Islamic Economic Law*, 4(2), 129-140.

<sup>5</sup> Maharani, A., & Dzikra, A. D. (2021). Fungsi perlindungan konsumen dan peran lembaga perlindungan konsumen di Indonesia: Perlindungan, konsumen dan pelaku usaha (Literature review). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 659-666.

sengketa. Jika prinsip ini tidak dihiraukan maka transaksi akan dikategorikan telah melakukan tindakan Gharar.<sup>6</sup>

Dalam dunia perdagangan digital, praktik *gharar* sering kali bermanifestasi dan bersinggungan erat dengan *Tadlis*, yakni tindakan sengaja dari pelaku usaha untuk menyembunyikan cacat barang atau merekayasa informasi digital agar produk terlihat lebih baik dari kondisi aslinya. Syariat Islam melarang keras praktik manipulatif ini karena secara fundamental merusak esensi *antaradhin* (kerelaan timbal balik), yang merupakan syarat mutlak sahnya suatu akad jual beli. Transaksi yang mengandung *gharar* dan *tadlis* dipandang dapat merugikan hak kepemilikan harta (*hifzh al-mal*) umat manusia, sehingga perlindungan terhadap hak-hak konsumen tidak terlaksana.<sup>7</sup>

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menerapkan dua metode pendekatan utama. Pertama, pendekatan perundang-undangan yang merujuk pada UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta UU No. 1 Tahun 2024 sebagai perubahan terbaru atas UU ITE. Kedua, pendekatan konseptual yang berpijak pada doktrin dan pandangan hukum dalam ranah Hukum Ekonomi Syariah serta prinsip-prinsip yang terkandung dalam Al-Quran.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Praktik Gharar dan Tadlis Pada Transaksi E-Commerce**

Perkembangan zaman merubah gaya hidup masyarakat pada saat ini, yang awalnya suatu transaksi hanya dapat dilakukan secara langsung namun saat ini bisa dilakukan melalui platform online. Hal ini biasa disebut sebagai Transaksi elektronik. Pada dasarnya, transaksi jual beli elektronik merupakan bentuk modernisasi dari akad As-Salam atau yang biasa dikenal dengan istilah jual beli pesanan, di mana pembayaran dilakukan secara langsung sementara barang diserahkan kemudian sesuai dengan spesifikasi yang disepakati. Karakteristik fundamental dari transaksi ini adalah ketiadaan perjumpaan fisik secara langsung antara penjual dan pembeli. Kondisi ini mengakibatkan objek jual beli bersifat intangible atau tidak dapat dilihat secara langsung pada saat

---

<sup>6</sup> Ainurrohmah, C., Cahyono, A. A., & Lasmana, I. T. (2025). Penerapan Akad Salam dalam Transaksi Jual Beli Online: Antara Syariah dan Praktik Bisnis. *Sumbula: Jurnal Studi Keagamaan, Sosial dan Budaya*, 10(2), 205-212.

<sup>7</sup> Lubis, U. R. (2020). Tadlis dalam bisnis jual beli online perspektif ekonomi syariah. *Jurnal JESkape*, 4(2).

terjadinya akad . Keterbatasan ruang visual dan fisik inilah yang kemudian memicu terjadinya asimetri informasi, di mana pelaku usaha memiliki kontrol penuh atas informasi produk dibandingkan konsumen.<sup>8</sup>

Di dalam kerangka Hukum Ekonomi Syariah, ketidakjelasan informasi yang dimanfaatkan untuk mengelabui pembeli bermuara pada dua larangan utama dalam muamalah, yakni *Gharar* dan *Tadlis*. *Gharar* terjadi ketika terdapat ketidakpastian mengenai kualitas, kuantitas, atau waktu penyerahan barang yang dapat memicu pertikaian. Sementara *Tadlis* merupakan tindakan aktif pelaku usaha untuk menciptakan impresi keliru guna menarik minat pembeli, yang mana hal ini dilarang keras karena mencederai prinsip kejujuran dalam berbisnis.<sup>9</sup> Pada praktiknya di era digital, *Gharar* dan *Tadlis* mengalami transformasi yang sangat dinamis. hal ini tidak lagi dilakukan melalui pengurangan fisik secara langsung, melainkan melalui rekayasa antarmuka digital. Praktik ini bermanifestasi dalam bentuk ambiguitas penulisan deskripsi produk, manipulasi harga, hingga rekayasa algoritma toko menggunakan jasa ulasan fiktif. Penggunaan akun-akun bot untuk memberikan rating bintang lima dan testimoni palsu merupakan bentuk *Gharar* modern yang secara sistematis merancang ilusi reputasi untuk menyesatkan proses pengambilan keputusan konsumen.<sup>10</sup>

Penyesatan spesifikasi semacam ini merupakan bentuk *Tadlis al-Aib* atau menyembunyikan cacat yang ada pada barang yang dijual dan sangat fatal. Dalam hukum fikih muamalah, keabsahan sebuah transaksi sangat bergantung pada *antaradhin* atau kesepakatan antara pihak yang utuh dan didasari oleh informasi yang benar.<sup>11</sup> Konsumen yang menekan tombol persetujuan transaksi akibat tergiur oleh foto dan ulasan palsu sejatinya mengalami cacat kehendak. Oleh karena itu, hukum syariah memandang

---

<sup>8</sup> Budiutono, S. (2023). Analisis Asimetris Informasi: Perilaku Konsumen Pada Pasar Online. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 7(2).

<sup>9</sup> Lubis, U. R., & Ismaulina, I. (2020). Tadlis dalam Bisnis Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Mahasiswa Ekonomi Syariah Febi IAIN Lhokseumawe). *Jurnal Ekonomi Syariah, Akuntansi, dan Perbankan*, 4(2), 247-256.

<sup>10</sup> Ahnan, M., Maghfur, M., & Lestari, D. (2024). Rekayasa Penilaian di Online Shop: Studi Perbandingan Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Positif Indonesia. *El Hisbah: Journal of Islamic Economic Law*, 4(2), 129-140.

<sup>11</sup> Riski, D. (2024). Dampak Era Digital Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal AL-MAQASID: Jurnal Ilmu Kesyariahan dan Keperdataan*, 10(2), 246-261.

keuntungan finansial yang didapatkan oleh pelaku usaha dari manipulasi digital tersebut sebagai harta yang tidak sah, dan konsumen berhak mendapatkan perlindungan hukum.<sup>12</sup>

### **B. Analisis Perlindungan Konsumen Berdasarkan Hukum Positif di Indonesia**

Praktik gharar dan tahlis di ruang digital tidak hanya mencederai hukum agama, tetapi juga merupakan bentuk pelanggaran fatal terhadap sistem hukum positif di Indonesia. Negara telah menyediakan instrumen perlindungan yang komprehensif melalui adanya pengaturan mengenai segala perlindungan kepada konsumen dan juga mengenai segala jalannya transaksi di dalam ruang lingkup digital. Melalui Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen serta Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Kedua regulasi ini berfokus pada pencegahan asimetri informasi dan penegakan asas iktikad baik dalam bertransaksi. Berdasarkan tinjauan UUPK, perlindungan terhadap hak fundamental konsumen diatur secara tegas yang tercantum pada Pasal 4 huruf c, yang mengamanatkan bahwa konsumen memiliki segala hak atas segala keterkaitan dengan produk yang akan ia beli. Dimulai dari pemasaran hingga ketika barang sudah berada di tangan konsumen itu sendiri. Pasal ini merupakan suatu pertentangan langsung dari praktik *gharar*.<sup>13</sup> Ketika penjual di *e-commerce* merekayasa foto atau menyembunyikan status barang dalam hal ini contohnya adalah barang palsu namun dibuat seolah-olah bahwasannya barang tersebut merupakan barang asli, penjual tersebut telah merampas hak informasi konsumen. Lebih lanjut, larangan perbuatan curang ini dikonkritkan dalam Pasal 8 ayat (1) huruf f UUPK, yang telah tidak membolehkan kepada para pelaku usaha untuk memproduksi atau memperjualbelikan barang yang tidak sesuai dengan janji yang telah tercantum pada deskripsi produk tersebut. Tindakan yang tidak sesuai terhadap pasal ini menegaskan bahwa setiap ketidaksesuaian antara representasi digital dan realitas fisik barang merupakan bentuk wanprestasi dalam hukum.<sup>14</sup>

Selain UUPK, dalam lalu lintas transaksi elektronik juga diikat oleh ketentuan

---

<sup>12</sup> Kusuma, A. D., Zanti, L., Azzahra, W. E., Ramadhani, W. A., & Wismanto, W. (2024). Gharar Dalam Transaksi Ekonomi: Analisis Hukum Islam Dan Implikasinya. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 2(6), 140-152.

<sup>13</sup> Handriani, A. (2020). Perlindungan konsumen dalam perjanjian transaksi jual beli online. *Pamulang Law Review*, 3(2), 127-138.

<sup>14</sup> Nasution, M. F., Purba, Y. Y., Silalahi, J. A. S., & Purba, V. L. (2025). Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 4(2), 1931-1938.

husus atau *lex specialis* dalam UU ITE. Pada Pasal 9 UU ITE telah menyebutkan bahwasannya wajib Dalam ekosistem perdagangan di e-commerce, setiap penjual diwajibkan untuk menjamin keterbukaan informasi. Ruang lingkup informasi ini mencakup kejelasan identitas produsen, validitas deskripsi produk, serta syarat-syarat perjanjian yang harus disampaikan secara benar guna melindungi kepentingan konsumen.<sup>15</sup> Apabila penjual sengaja merancang deskripsi fiktif atau menggunakan ulasan palsu untuk mengelabui algoritma dan pembeli, maka tindakan tersebut dapat dijerat menggunakan Pasal 28 ayat (1) UU ITE. Pasal ini memuat larangan secara tegas bagi setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik.<sup>16</sup> Sinergi antara UUPK dan UU ITE ini membuktikan bahwa hukum positif Indonesia memberikan sanksi yang jelas baik administratif maupun pidana terhadap praktik penipuan informasi, sejalan dengan nilai-nilai keadilan yang ingin ditegakkan guna mewujudkan transaksi digital yang sehat.<sup>17</sup>

### **C. Analisis Hukum Syariah Terhadap Praktik Gharar Berdasarkan Pendekatan Al-Qur'an**

Al-Qur'an adalah sumber hukum primer sekaligus konstitusi tertinggi dalam tata hukum Islam. Fungsi utama Al-Qur'an bukan sekadar kitab, melainkan juga panduan komprehensif yang mengatur relasi horizontal antar manusia atau muamalah, termasuk di dalamnya aktivitas perniagaan dan keperdataan. Dalam mengatur urusan muamalah, Al-Qur'an memiliki karakteristik yang elastis dan dinamis. Artinya, Al-Qur'an tidak merinci setiap bentuk transaksi secara pasti, melainkan meletakkan prinsip-prinsip dasar yang universal berupa penegakan keadilan, perlindungan hak, kemaslahatan, dan pelarangan eksploitasi.<sup>18</sup> Tentu saja, istilah *e-commerce* atau transaksi digital tidak ditemukan secara

---

<sup>15</sup> Afriani, A. A., & Hidayati, M. N. (2024). Analisis Pelanggaran Pasal UU ITE dalam Praktik E-Commerce di Indonesia (Studi Kasus Pada Grab Toko Indonesia). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 14700-14711.

<sup>16</sup> Priliasari, E. (2023). Perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi e-commerce. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 12(2).

<sup>17</sup> Kakoe, S., Ruba'i, M., & Madjid, A. (2020). Perlindungan hukum korban penipuan transaksi jual beli online melalui ganti rugi sebagai pidana tambahan. *Jurnal Legalitas*, 13(02), 118-131.

<sup>18</sup> Rantaprasaja, L., & Fachrunisa, D. (2025). BISNIS DALAM PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH: Analisis Teoritis Terhadap Prinsip Syariah Dalam Praktik Ekonomi Kontemporer. *MIZANUNA: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 78-89.

literal di dalam teks Al-Qur'an. Namun, disinilah letak relevansinya; prinsip-prinsip muamalah dalam Al-Qur'an bersifat melintasi batas zaman. Melalui metode penemuan hukum dan analogi, batasan-batasan etis yang diturunkan 14 abad silam dapat dioperasionalkan untuk merespons dinamika perniagaan saat ini.<sup>19</sup>

Dalam konteks perlindungan konsumen digital, hubungan Al-Qur'an dengan praktik bisnis modern terletak pada penjagaan terhadap *Maqashid Syariah* (tujuan utama diturunkannya syariat), yang salah satunya adalah *Hifzh al-Mal* (melindungi harta benda). Praktik manipulasi informasi, *gharar*, dan *tadlis* di ruang digital merupakan bentuk ancaman langsung terhadap perlindungan harta tersebut.<sup>20</sup> Secara fundamental, praktik-praktik curang di era digital ini bertentangan dengan 5 (lima) dalil utama dalam ayat-ayat ahkam, dengan penjabaran sebagai berikut:

**I. Larangan Manipulasi Spesifikasi (QS. Al-Mutaffifin: 1-3)**

Ayat 1-3 di surat Al-Mutafifin Allah SWT telah berfirman yang bahwasannya "*Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.*" Dalam konteks *e-commerce*, *ratio legis* ('illah) dari larangan mengurangi takaran ini dianalogikan secara langsung dengan tindakan penjual yang memanipulasi spesifikasi barang.<sup>21</sup> Mengunggah foto produk dengan kualitas baik namun ternyata kenyataannya mengirimkan barang yang cacat atau tidak sesuai standar adalah bentuk nyata dari kecurangan digital yang diancam dalam ayat ini.

**II. Cacatnya Kerelaan (QS. An-Nisa: 29)**

Prinsip keabsahan transaksi ditegaskan dalam larangan memakan harta dengan jalan batil, kecuali melalui perniagaan yang berlaku atas

---

<sup>19</sup> RIVALDI, M. (2023). *KONTEKSTUALISASI HUKUM MAISIR DALAM SISTEM EKONOMI ISLAM (Studi Komparatif Historis Masa Klasik dan Kontemporer)* (Doctoral dissertation, IAIN Palopo).

<sup>20</sup> Maulana, L., Mumtahaen, I., Nugraha, A. W., Hasanah, U., & Fitriana, N. (2023). *Maqosid Al-Syari'ah Sebagai Dasar Pergerakan Ekonomi Syariah Di Era Digital*. In *International Conference on Islamic Economic (ICIE)* (Vol. 2, No. 2, pp. 301-318).

<sup>21</sup> Rantaprasaja, L., & Fachrunisa, D. (2025). *BISNIS DALAM PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH: Analisis Teoritis Terhadap Prinsip Syariah Dalam Praktik Ekonomi Kontemporer*. *MIZANUNA: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 78-89.

dasar saling setuju (*'an taradhin*). Karena pada dasarnya ini merupakan roh pada setiap akad muamalah. Namun, kerelaan pembeli dalam sistem transaksi online menjadi cacat secara hukum apabila persetujuan tersebut ditimbulkan oleh informasi yang menyesatkan, seperti ulasan fiktif. Transaksi yang dibangun tanpa kerelaan yang utuh mengakibatkan perpindahan kepemilikan harta menjadi tidak sah.

**III. Kewajiban Transparansi dan Sikap Amanah (QS. An-Nisa: 58)**

Ayat ini memerintahkan umat Islam pada hakekatnya untuk menyampaikan informasi yang sebenar-benarnya tanpa memanipulasi apapun itu. Dalam ekosistem digital, amanah tidak hanya dibebankan kepada penjual, tetapi juga kepada penyelenggara aplikasi. Penjual memikul amanah hukum untuk memaparkan deskripsi produk, kondisi fisik barang, dan status originalitas dengan sejujur-jujurnya tanpa unsur *Tadlis al-Aib* atau menyembunyikan cacat.<sup>22</sup>

**IV. Pemenuhan Janji dan Konsekuensi Retur (QS. Al-Ma'idah: 1)**

Dalam ayat ini Allah SWT. telah memerintahkan kepada umatnya untuk memenuhi akad akad itu. Dalam halnya mengikat pelaku usaha *online* untuk tunduk pada kesepakatan awal. Etalase digital dan kolom deskripsi berkedudukan sebagai janji yang mengikat (*ijab*). Apabila barang yang tiba tidak sesuai dengan representasi digitalnya, syariat Islam menghadirkan instrumen hak *khiyar*, di mana konsumen memiliki hak absolut untuk membatalkan akad dan mengembalikan barang (*retur*) demi memulihkan hak materialnya.<sup>23</sup>

**V. Larangan Menikmati Keuntungan Finansial yang Batil (QS. Al-Baqarah:188)**

Konklusi hukum dari seluruh pelanggaran di atas berlandaskan pada QS. Al-Baqarah: 188 yang dimana diamanatkan bahawa "*Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil*". Keuntungan finansial yang

---

<sup>22</sup> Iwarti, S. (2021). *Modus Penipuan dalam Praktek Jual Beli Online dan Cara Pencegahannya Prespektif Hukum Islam* (Doctoral dissertation, IAIN Bengkulu).

<sup>23</sup> Hanafi, F. (2020). Penerapan Konsep *Khiyar* dalam Perlindungan Hukum bagi Konsumen Transaksi Jual Beli Online. *An-Nizam: Jurnal Hukum Dan Kemasyarakatan*, 14(2).

direnggut oleh pelaku usaha dari hasil merekayasa informasi, memanipulasi algoritma pembeli, dan praktik *gharar* di *e-commerce* diklasifikasikan sebagai *Akl al-Suht* (memakan harta haram). Praktik ini secara nyata merusak keadilan komutatif dan menzalimi konsumen.<sup>24</sup>

#### **D. Sinergitas Hukum Positif dan Hukum Syariah dalam Mewujudkan Transaksi Digital yang Berkeadilan**

Secara garis besar, tata hukum di Indonesia berkarakter pluralistik, di mana pembentukan hukum perundang-undangan nasional kerap kali menyerap dan bersinergi dengan nilai-nilai moral yang hidup di masyarakat, termasuk Hukum Islam. Dalam konteks hukum ekonomi, hukum positif tidak berdiri sebagai entitas yang sekuler atau bertentangan dengan syariat, melainkan justru menjadi instrumen negara untuk membumikan nilai-nilai keadilan secara formal. Sinergitas ini bertujuan untuk mewujudkan instrumen regulasi yang tidak hanya menjamin kepastian hukum, tetapi juga memberikan perlindungan substansial yang sejalan dengan tujuan syariat<sup>25</sup>. Mengerucut pada dinamika transaksi digital, titik temu antara kedua sistem hukum ini terlihat sangat padu pada konsep perlindungan konsumen. Baik Hukum Positif maupun Hukum Syariah sama-sama menempatkan konsumen sebagai pihak yang berada di posisi rentan akibat adanya asimetri informasi di ruang virtual. Ketentuan perlindungan dalam UUPK dan UU ITE pada dasarnya memiliki pijakan filosofis yang identik dengan pedoman fikih muamalah, yakni komitmen bersama untuk memberantas praktik eksploitatif berupa *gharar* (ketidakjelasan) dan *tadlis* (penipuan) demi menciptakan ekosistem perniagaan yang sehat dan transparan.<sup>26</sup>

Secara spesifik, sinergitas tersebut mewujud pada persinggungan antara instrumen pasal perundang-undangan dengan dalil ayat ahkam. Hak konsumen atas informasi yang benar dan jujur yang ada pada Pasal 4 huruf c UUPK serta larangan memperdagangkan barang yang tidak sesuai iklan yang ada pada Pasal 8 UUPK merupakan operasionalisasi yuridis dari perintah menunaikan amanah yang ada pada di

---

<sup>24</sup> Galib, M., Abubakar, A., & Irham, M. (2024). Jual Beli Online Dalam Prespektif Alquran. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 9(1), 230-240.

<sup>25</sup> Suryantoro, D. D. (2025). ANALISIS Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Terhadap Tantangan Dan Solusi Normatif Di Indonesia. *Legal Studies Journal*, 5(2), 109-125.

<sup>26</sup> Saragih, H. A., Widyana, A., Putri, K. S., & Rahman, A. (2026). KAIDAH FIQHIIYAH DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM AKAD JUAL BELI SYARIAH: ANALISIS TERHADAP PRAKTIK BISNIS DI ERA DIGITAL. *Jotika Research in Business Law*, 5(1), 39-45.

QS. An-Nisa: 58 dan larangan berbuat curang dalam spesifikasi yang tercantum di QS. Al-Mutaffifin: 1-3. Lebih lanjut, kewajiban transparansi elektronik tercantum pada Pasal 9 UU ITE serta sanksi tegas atas penyebaran informasi yang menyesatkan yang termaktub Pasal 28 ayat 1 UU ITE hadir sebagai upaya negara untuk menjaga keutuhan kerelaan bertransaksi pada QS. An-Nisa: 29 sekaligus mencegah pelaku usaha memakan harta konsumen secara batil yang ada pada QS. Al-Baqarah: 188. Melalui konstruksi deduktif tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa penegakan UUPK dan UU ITE secara ketat di ruang peradilan pada hakikatnya adalah bentuk pengawalan terhadap nilai-nilai Hukum Ekonomi Syariah itu sendiri. Kolaborasi antara sanksi positif dari negara dan batasan moralitas agama ini menciptakan tameng perlindungan yang solid. Celah *gharar* di ranah *e-commerce* ditutup sedemikian rupa sehingga hak-hak material konsumen tidak lagi menjadi objek manipulasi.<sup>27</sup>

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Praktik manipulasi informasi, *gharar* (ketidakjelasan), dan *tadlis* (penyembunyian cacat) di ruang *e-commerce* secara tegas dilarang dalam Hukum Ekonomi Syariah karena bertentangan dengan 5 ayat ahkam. Praktik tersebut dianalogikan sebagai kecurangan spesifikasi (QS. Al-Mutaffifin: 1-3) dan pelanggaran amanah transparansi (QS. An-Nisa: 58). Manipulasi digital menyebabkan kerelaan pembeli menjadi cacat sehingga merusak syarat sahnya akad (QS. An-Nisa: 29). Pelanggaran terhadap kesepakatan awal (QS. Al-Ma'idah: 1) ini pada akhirnya menjadikan keuntungan finansial yang diperoleh pelaku usaha berstatus sebagai harta yang dimakan secara batil (QS. Al-Baqarah: 188). Kemudian Terdapat sinergitas yang sangat kuat secara substansial antara perlindungan konsumen dalam instrumen Hukum Positif dan Hukum Syariah. Ketentuan hak atas informasi jujur dan larangan mengelabui konsumen dalam UUPK (Pasal 4 huruf c dan Pasal 8), serta kewajiban transparansi elektronik dalam UU ITE (Pasal 9 dan Pasal 28 ayat 1), pada hakikatnya merupakan operasionalisasi yuridis dari semangat *maqashid syariah*. Keduanya berupaya melindungi harta benda konsumen (*hifzh al-mal*) dari praktik kejahatan asimetri informasi di era digital.

---

<sup>27</sup>Elyviatino, E. P., & Nugroho, L. (2025). Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Perjanjian Jual Beli, Ditinjau dari Perspektif Pasal 1313 KUHPdata. AHKAM.

Untuk para penyelenggara usaha E-Commerce diharapkan dapat lebih jujur dalam melakukan kegiatan ekonominya. Selain itu, *platform* harus bertindak tegas dengan menjatuhkan sanksi pemblokiran akun secara permanen bagi pelaku usaha yang terbukti melakukan *tadlis* secara berulang. Kepada pembuat kebijakan diharapkan adanya peraturan pelaksana dari UUPK dan UU ITE yang mengatur secara lebih spesifik, teknis, dan presisi mengenai standar representasi visual produk di ranah digital, sehingga celah *gharar* dapat diminimalisir agar tidak terjadi. Dan yang terakhir untuk para konsumen agar lebih berhati-hati dalam melakukan kegiatan ekonomi, agar terhindar dari segala penipuan yang merajalela di platform penyedia layanan E-Commerce

### **DAFTAR REFERENSI**

- Budiutono, S. (2023). ANALISIS ASIMETRIS INFORMASI: PERILAKU KONSUMEN PADA PASAR ONLINE. OIKOS JURNAL, 7(2). <https://doi.org/10.23969/oikos.v7i2.8692>
- Hayati, A. N., & Firmanditya, N. (2023). Ulasan palsu di platform digital: Perlindungan hukum bagi konsumen dan pelaku usaha. Masyarakat Indonesia, 49(1), 123-134. <https://doi.org/10.14203/jmi.v49i1.1172>
- Ahnan, M., Maghfur, M., & Lestari, D. (2024). Rekayasa Penilaian di Online Shop: Studi Perbandingan Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Positif Indonesia. El Hisbah: Journal of Islamic Economic Law, 4(2), 129-140. <https://doi.org/10.28918/elhisbah.v4i2.9229>
- Maharani, A., & Dzikra, A. D. (2021). Fungsi perlindungan konsumen dan peran lembaga perlindungan konsumen di Indonesia: Perlindungan, konsumen dan pelaku usaha (Literature review). Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, 2(6), 659-666. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6>
- Ainurrohmah, C., Cahyono, A. A., & Lasmana, I. T. (2025). Penerapan Akad Salam dalam Transaksi Jual Beli Online: Antara Syariah dan Praktik Bisnis. Sumbula: Jurnal Studi Keagamaan, Sosial dan Budaya, 10(2), 205-212. <https://doi.org/10.32492/sumbula.v10i2.10202>
- Lubis, U. R., & Ismaulina, I. (2020). Tadlis dalam Bisnis Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Mahasiswa Ekonomi Syariah Febi IAIN Lhokseumawe). Jurnal Ekonomi Syariah, Akuntansi, dan Perbankan, 4(2), 247-256.
- Kusuma, A. D., Zanti, L., Azzahra, W. E., Ramadhani, W. A., & Wismanto, W. (2024). Gharar Dalam Transaksi Ekonomi: Analisis Hukum Islam Dan Implikasinya. Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum, 2(6), 140-152. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v2i6.1413>
- Handriani, A. (2020). Perlindungan konsumen dalam perjanjian transaksi jual beli online. Pamulang Law Review, 3(2), 127-138. <https://doi.org/10.32493/palrev.v3i2.7989>
- Nasution, M. F., Purba, Y. Y., Silalahi, J. A. S., & Purba, V. L. (2025). Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora, 4(2), 1931-1938.

**PRAKTIK GHARAR DAN TADLIS PADA TRANSAKSI E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF  
HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN RELEVANSINYA DENGAN HUKUM POSITIF**

<https://doi.org/10.56799/peshum.v4i2.7481>

- Afriani, A. A., & Hidayati, M. N. (2024). Analisis Pelanggaran Pasal UU ITE dalam Praktik E-Commerce di Indonesia (Studi Kasus Pada Grab Toko Indonesia). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 14700-14711.  
<https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.12086>
- Kakoe, S., Ruba'i, M., & Madjid, A. (2020). Perlindungan hukum korban penipuan transaksi jual beli online melalui ganti rugi sebagai pidana tambahan. *Jurnal Legalitas*, 13(02), 118-131.  
<https://doi.org/10.33756/jelta.v13i02.7612>
- Rantaprasaja, L., & Fachrunisa, D. (2025). BISNIS DALAM PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH: Analisis Teoritis Terhadap Prinsip Syariah Dalam Praktik Ekonomi Kontemporer. *MIZANUNA: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 78-89.  
<https://doi.org/10.59166/mizanuna.v3i1.312>
- Hanafi, F. (2020). Penerapan Konsep Khiyar dalam Perlindungan Hukum bagi Konsumen Transaksi Jual Beli Online. *An-Nizam: Jurnal Hukum Dan Kemasyarakatan*, 14(2).
- Galib, M., Abubakar, A., & Irham, M. (2024). Jual Beli Online Dalam Prespektif Alquran. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 9(1), 230-240.  
<https://doi.org/10.30631/ijoieb.v9i1.2350>
- Suryantoro, D. D. (2025). ANALISIS Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Terhadap Tantangan Dan Solusi Normatif Di Indonesia. *Legal Studies Journal*, 5(2), 109-125.  
<https://doi.org/10.33650/ljs.v5i2.13094>
- Saragih, H. A., Widyana, A., Putri, K. S., & Rahman, A. (2026). KAIDAH FIQHIIYYAH DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM AKAD JUAL BELI SYARIAH: ANALISIS TERHADAP PRAKTIK BISNIS DI ERA DIGITAL. *Jotika Research in Business Law*, 5(1), 39-45.  
<https://doi.org/10.47753/jrbl.v5i1.332>
- Elyviatino, E. P., & Nugroho, L. (2025). Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Perjanjian Jual Beli, Ditinjau dari Perspektif Pasal 1313 KUHPdata. *AHKAM*.  
<https://doi.org/10.58578/ahkam.v4i2.6010>
- Riski, D. (2024). Dampak Era Digital Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal AL-MAQASID: Jurnal Ilmu Kesyarahan dan Keperdataan*, 10(2), 246-261.  
<https://doi.org/10.24952/almagasid.v10i2.11456>
- Priliasari, E. (2023). Perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi e-commerce. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 12(2).  
<http://dx.doi.org/10.33331/rechtsvinding.v12i2.1285>
- Ikhsan, M. M., Arifin, T., & Abdal, A. (2023). Perlindungan Konsumen Dalam Pandangan Sosiologi Dan Antropologi Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah: AICONOMIA*, 2(1), 55-64.  
<https://doi.org/10.32939/acm.v2i1.3121>