

Tinjauan Yuridis Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Marketplace Berbasis Syariah Menurut UU No. 8 Tahun 1999 dan Fatwa DSN-MUI No. 144 Tahun 2021

Siti Widya Umiyati¹, Khoerunnisa Abelia²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesesuaian praktik perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online pada Toko Monalisa Hijab di Shopee Barakah berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Fatwa DSN-MUI No. 144 Tahun 2021. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan normatif-empiris melalui studi kasus. Data diperoleh dari data primer berupa observasi dan wawancara, serta data sekunder dari peraturan perundang-undangan, fatwa, buku, dan jurnal terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik perlindungan konsumen pada Toko Monalisa Hijab secara umum telah sesuai dengan ketentuan hukum positif dan prinsip syariah, ditandai dengan adanya transparansi informasi produk, mekanisme pengembalian barang atau dana, serta penerapan hak khiyar. Namun demikian, masih terdapat kendala dalam komunikasi antara penjual dan konsumen serta perbedaan persepsi yang memengaruhi kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen; Jual Beli Online; Marketplace.

Abstract

This study aims to analyze the conformity of consumer protection practices in online buying and selling at Monalisa Hijab Store on Shopee Barakah based on Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection and DSN-MUI Fatwa No. 144 of 2021 regarding Sharia-based Marketplace. The research employs a qualitative method with a normative-empirical approach using a case study design. Primary data were obtained through observation and interviews, while secondary data were collected from legislation, fatwas, books, and relevant journals. The findings indicate that consumer protection practices at Monalisa Hijab Store are generally in accordance with both positive law and sharia principles, as reflected in transparent product information, refund or

¹ Institut Ilmu Al-Qur'an, Jakarta Email: widya@iiq.ac.id

² Institut Ilmu Al-Qur'an, Jakarta, Email: khoerunnisaabelia17@gmail.com

replacement mechanisms, and the application of khiyar rights. However, challenges remain in seller-consumer communication and differences in customer perception that affect satisfaction.

Keywords: Consumer Protection; E-Commerce; Marketplace.

PENDAHULUAN

Jual beli adalah kegiatan perdagangan yang memiliki tujuan dan maksud untuk mencari keuntungan. Aktivitas perniagaan sudah sejak lama menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia yang didasar suka sama suka (Liputan6.com, 2024). Sesuai dengan firman Allah dalam Al-Qur'an:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ 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 memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Muamalah merupakan hubungan antar manusia, hubungan sosial dalam Islam. Jual beli tidak akan terlaksanakan kecuali telah mengikuti rukun dan syarat jual beli. Para Ulama menetapkan empat rukun jual beli, yaitu pembeli dan penjual, produk, nilai tukar (uang), dan kesepakatan antara pembeli dan penjual. Dengan demikian, maka pada umumnya muamalah hanya meliputi akad yang terkait dengan harta benda (*mal*) sehingga tampaknya muamalah dalam arti sempit identik dengan akad *maliyah* (Hidayatullah, 2012.: 68).

Dari sekian muamalah, ada satu tema yang ingin dibahas dalam penelitian kali ini, yaitu jual beli online. Jual beli online pada era sekarang sebagian besar sudah sangat dipahami bagaimana transaksi tersebut sudah sangat marak, tak hanya Indonesia melainkan juga di belahan dunia lainnya. Jual beli online sedikit membawa perubahan di mana manusia tak perlu lagi keluar rumah untuk mengunjungi suatu tempat atau pusat jual beli (Yusuf, 2010: 9).

Perkembangan teknologi pada saat ini tidak hanya pada satu bidang saja, tetapi juga pada bidang perekonomian. Adanya dukungan

teknologi dan informasi membuat arus transaksi mampu berjalan sesuai dengan keinginan berbagai pihak. Hal ini menyebabkan terjadinya perubahan dalam pola hidup masyarakat, khususnya dalam dunia bisnis, salah satunya melalui media e-commerce (Umiyati, 2026).

Marketplace merupakan salah satu bentuk perdagangan yang mempunyai ciri khas, yaitu perdagangan yang tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara langsung. Marketplace adalah sebuah platform atau tempat di mana berbagai jenis penjual dengan produk yang berbeda berkumpul untuk menjual produknya kepada konsumen.

Konsumen sering kali berada dalam posisi yang lemah, sehingga sejak adanya UU Perlindungan Konsumen, diharapkan adanya upaya perlindungan konsumen yang selama ini dianggap kurang diperhatikan menjadi lebih diperhatikan lagi. Karena, pada dasarnya setiap warga negara berhak atas perlindungan hukum, salah satunya yaitu perlindungan terhadap konsumen (Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, 2008: 38).

Berbelanja online memberikan kemudahan, namun juga memiliki kelemahan seperti tidak dapat melihat kondisi fisik barang secara langsung serta adanya risiko penipuan dan ketidaksesuaian barang. Oleh karena itu, konsumen sangat memerlukan perlindungan hukum agar hak-haknya tetap terjamin (Picaully, 2018).

Metode penelitian dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif berupa studi kasus dengan pendekatan normatif empiris. Data diperoleh dari (1) data primer melalui observasi dan wawancara dengan pihak terkait di Toko Monalisa Hijab. (2) data sekunder melalui Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Fatwa DSN-MUI No. 144 Tahun 2021, buku, jurnal, artikel, serta dokumen yang relevan.

LANDASAN TEORITIS

Dalam bahasa Arab, istilah بيع dimaknai sebagai “menjual”. Adapun *al-syirā'* yang merupakan antonim dari *al-bai'*, dipahami sebagai tindakan menerima sesuatu dari pihak lain atau menjadi pembeli atas suatu barang. Berdasarkan pengertian tersebut, jual beli secara etimologis didefinisikan sebagai proses pertukaran barang atau perpindahan kepemilikan harta, sedangkan *al-syirā'* dimaknai sebagai

peristiwa pertukaran kepemilikan antara satu barang dengan barang lainnya.

Secara konseptual, ruang lingkup jual beli dibatasi pada objek berupa barang yang tidak memiliki karakteristik jasa (*māliyyah*) serta tidak mencakup transaksi yang bersifat layanan. Layanan atau manfaat hanya dipandang sebagai *māliyyah* dalam pengertian majāz (kiasan), mengingat sifatnya yang abstrak, sehingga tidak memiliki legitimasi untuk dijadikan sebagai objek dalam transaksi jual beli. Dengan demikian, istilah *al-mubāya'ah*, *at-tijārah*, dan *al-mubādalah* memiliki kesetaraan makna, yaitu merujuk pada aktivitas jual beli atau perdagangan (Zuhri & Nisa, 2024).

Istilah *al-mubāya'ah* dalam Islam digunakan untuk menyebut jual beli yang secara etimologis bermakna saling berjabat tangan sebagai simbol kesepakatan antara para pihak, sebagaimana dikemukakan oleh Mansur bin Yunus Al-Bahuti dalam *Syarhu Muntahal Iradat* (jilid VI, hlm. 2). Oleh karena itu, kesepakatan antara dua pihak dalam transaksi jual beli ditunjukkan melalui interaksi yang disebut sebagai *shafqah*.

Para ulama melalui *ijma'* telah membolehkan praktik jual beli dalam perspektif hukum Islam. Selain itu, kebolehan tersebut ditegaskan oleh Allah dalam firman-Nya pada Q.S. Al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

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

Dalam Tafsir Al-Misbah jilid I, Quraish Shihab menjelaskan bahwa jual beli dihalalkan karena transaksi tersebut melibatkan usaha dan aktivitas dari kedua belah pihak serta memberikan manfaat yang seimbang. Melalui kerja dan pengelolaan yang baik, keuntungan dalam jual beli dapat diperoleh, sehingga kemungkinan untung maupun rugi ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dan kondisi pasar (Khotimah, 2025: 153). Penjelasan Quraish Shihab yang menekankan kebolehan jual beli karena adanya unsur usaha dan kemanfaatan dari kedua belah pihak dapat dipahami sebagai landasan filosofis bahwa transaksi tersebut pada dasarnya diperbolehkan dalam Islam. Namun demikian, agar kebolehan tersebut memiliki kekuatan hukum yang sah,

maka transaksi jual beli harus tetap memenuhi rukun dan syarat yang telah ditetapkan dalam hukum Islam.

Rukun merupakan unsur pokok yang harus ada dalam suatu perbuatan, sehingga ketiadaannya dapat menyebabkan batalnya perbuatan tersebut. Adapun syarat adalah ketentuan yang apabila tidak terpenuhi akan mengakibatkan tidak sahnya suatu hukum. Dalam konteks jual beli, kedua aspek ini menjadi dasar keabsahan suatu transaksi.

Para ulama berbeda pendapat mengenai rukun jual beli. Ulama Hanafiyah berpendapat bahwa rukun jual beli hanya terletak pada sighat, yaitu ijab dan qabul, karena inti dari jual beli adalah adanya kerelaan antara para pihak. Sementara itu, Jumhur Ulama menyatakan bahwa rukun jual beli terdiri dari empat unsur, yaitu adanya penjual dan pembeli, adanya ijab dan qabul, adanya objek barang, serta adanya harga sebagai nilai tukar (Azzam, 2010: 28).

Selain rukun, terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi. Pihak yang berakad harus berakal dan cakap hukum. Objek jual beli harus jelas, bermanfaat, milik sah penjual, dan dapat diserahkan. Sementara itu, ijab dan qabul harus sesuai serta dilakukan dalam satu majelis. Barang yang diperjualbelikan juga harus suci, diketahui secara jelas, serta memiliki nilai guna (Sahrani & Abdullah, 2011: 67). Dalam praktik modern, termasuk jual beli online, keabsahan transaksi tetap bergantung pada terpenuhinya rukun dan syarat tersebut. Selama unsur-unsur tersebut terpenuhi, maka transaksi jual beli dianggap sah menurut hukum Islam.

Keabsahan jual beli dalam Islam tidak hanya ditentukan oleh bentuk transaksinya, tetapi juga oleh terpenuhinya syarat-syarat yang melekat pada setiap unsur akad. Hal ini berlaku baik dalam praktik tradisional maupun modern seperti jual beli online. Berdasarkan pemenuhan syarat tersebut, kemudian jual beli diklasifikasikan ke dalam tiga bentuk, yaitu shahih, batil, dan fasid sebagai ukuran sah atau tidaknya suatu transaksi.

Jual beli shahih merupakan transaksi yang sesuai dengan ketentuan syariat, yakni telah memenuhi rukun dan syarat yang ditetapkan, objek yang diperjualbelikan merupakan milik sah penjual, serta tidak mengandung unsur yang merusak akad. Dalam kategori ini termasuk beberapa bentuk jual beli seperti barter (*muqayyadhah*), jual

beli dengan alat tukar uang (*ba'i al-mutlak*), jual beli pesanan dengan pembayaran di muka (*ba'i al-salam*), pertukaran mata uang (*ba'i al-sharf*), jual beli dengan penetapan keuntungan (*murabahah*), serta jual beli berbasis pemesanan produksi (*istishna'*) (Dahlan, 2003: 832).

Sebaliknya, jual beli batil adalah transaksi yang tidak sah karena tidak terpenuhinya rukun atau karena objek dan sifatnya bertentangan dengan syariat. Bentuknya antara lain jual beli atas barang yang belum ada (*ma'dum*), barang yang tidak dapat diserahkan, jual beli utang, serta transaksi yang mengandung unsur ketidakjelasan (*gharar*). Selain itu, jual beli terhadap barang najis dan praktik-praktik yang mengandung rekayasa transaksi juga termasuk dalam kategori ini (Sahrani & Abdullah, 2011: 74).

Adapun jual beli fasid merupakan transaksi yang pada dasarnya sah, namun mengandung cacat pada aspek tertentu, seperti ketidakjelasan objek, adanya syarat yang merusak akad, atau sistem pembayaran yang tidak sesuai. Dalam pandangan ulama Hanafiyah, jual beli fasid masih dapat diperbaiki selama cacat tersebut tidak berkaitan dengan substansi utama akad.

Klasifikasi jual beli menjadi shahih, batil, dan fasid memberikan kerangka penilaian keabsahan transaksi dalam Islam yang kemudian dapat digunakan untuk menilai berbagai bentuk transaksi modern, termasuk jual beli online yang berkembang saat ini.

Jual beli online merupakan bentuk transaksi jual beli yang dilakukan melalui media elektronik, khususnya internet, tanpa mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara langsung. Interaksi dalam transaksi ini umumnya dilakukan melalui berbagai sarana komunikasi digital, seperti pesan instan, telepon, atau platform daring lainnya. Dalam praktiknya, proses penyerahan barang dan pembayaran seringkali melibatkan pihak ketiga sebagai perantara.

Jual beli online adalah akad jual beli atas barang atau jasa yang dilakukan melalui sistem elektronik dengan penentuan spesifikasi barang secara jelas, sementara pembayaran dapat dilakukan terlebih dahulu sebelum barang diserahkan. Dengan demikian, transaksi ini menekankan pada kejelasan informasi mengenai objek jual beli serta kesepakatan antara para pihak meskipun tidak terjadi pertemuan fisik (Fitria, 2017).

Karakteristik utama jual beli online meliputi adanya dua pihak yang bertransaksi, adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi,

serta penggunaan internet sebagai media utama dalam pelaksanaan akad. Dalam perspektif ekonomi syariah, jual beli online pada dasarnya diperbolehkan selama tidak mengandung unsur yang dilarang, seperti riba, gharar (ketidakjelasan), maupun objek yang tidak sesuai dengan ketentuan syariah.

Keabsahan jual beli online tetap bergantung pada terpenuhinya rukun dan syarat jual beli sebagaimana dalam transaksi konvensional. Oleh karena itu, objek yang diperjualbelikan harus halal, jelas, dan dapat diserahkan, serta akad yang digunakan tidak boleh mengandung unsur penipuan, ketidakjelasan, atau merugikan salah satu pihak. Dengan demikian, selama prinsip-prinsip tersebut terpenuhi, jual beli online dapat dinyatakan sah menurut hukum Islam (Universitas Islam An Nur Lampung, 2024).

Khiyar merupakan hak bagi para pihak dalam transaksi jual beli untuk melanjutkan atau membatalkan akad, yang bertujuan menjaga kemaslahatan serta menghindari kerugian dan perselisihan. Khiyar terdiri dari beberapa jenis, yaitu *khiyar majlis*, yakni hak memilih selama para pihak masih berada dalam satu majelis akad; *khiyar syarat*, yaitu hak memilih dalam jangka waktu tertentu yang disepakati; *khiyar 'aib*, yaitu hak membatalkan akad apabila ditemukan cacat pada barang; serta *khiyar ru'yah*, yaitu hak memilih setelah pembeli melihat barang yang sebelumnya belum dilihat saat akad (Hidayat, 2015: 32–41).

Dalam praktik jual beli online konsep khiyar tetap berlaku, terutama dalam bentuk hak komplain atau pengembalian barang apabila tidak sesuai atau cacat. Pada sistem pembayaran di tempat (*cash on delivery*), khiyar ru'yah juga dapat diterapkan karena pembeli dapat memeriksa barang sebelum melakukan pembayaran (Jumarni, 2020). Hal ini sejalan dengan berbagai ketentuan hukum yang berlaku yang pada dasarnya sama-sama mengatur mekanisme perlindungan konsumen dalam transaksi agar berjalan sesuai prinsip keadilan dan kepastian hukum.

Fatwa DSN-MUI No. 144 Tahun 2021 mengatur bahwa transaksi melalui marketplace diperbolehkan selama sesuai dengan prinsip syariah, seperti kejelasan akad, objek yang halal, serta bebas dari unsur penipuan dan ketidakjelasan. Pembeli juga memiliki hak khiyar apabila barang tidak sesuai, dan tanggung jawab atas kerusakan pengiriman

berada pada pihak ekspedisi. Sengketa diselesaikan melalui musyawarah atau lembaga syariah.

Dalam perspektif Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan jaminan hukum bagi konsumen, termasuk hak atas keamanan, informasi, dan penyelesaian sengketa. Dalam perspektif fikih muamalah, perlindungan konsumen menekankan prinsip keadilan, kejujuran, dan kerelaan dalam transaksi. Prinsip ini dalam praktik jual beli online diwujudkan melalui mekanisme garansi, komplain, dan pengembalian barang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai dasar analisis penelitian ini terlebih dahulu menguraikan konsep perlindungan konsumen dalam praktik jual beli online serta ketentuan hukum yang mengaturnya, baik berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen maupun Fatwa DSN-MUI Nomor 144 Tahun 2021 tentang Marketplace Berdasarkan Prinsip Syariah. Selanjutnya, uraian tersebut digunakan untuk menilai kesesuaian praktik perlindungan konsumen yang diterapkan pada Toko Monalisa Hijab di Shopee Barakah.

Analisis Perlindungan Konsumen pada Toko Monalisa Hijab di Shopee Barakah.

Jual beli online merupakan aktivitas transaksi antara penjual dan pembeli yang dilakukan melalui media internet tanpa harus bertemu secara langsung. Perkembangan teknologi telah mempermudah proses transaksi, sehingga masyarakat beralih dari sistem konvensional ke sistem digital melalui marketplace seperti Shopee. Perubahan ini dipengaruhi oleh meningkatnya penggunaan internet serta gaya hidup yang mengutamakan kemudahan dan efisiensi.

Dalam implementasinya jual beli online di Shopee termasuk pada Toko Monalisa Hijab memiliki mekanisme yang serupa dengan jual beli konvensional, namun dengan dukungan fitur digital seperti promosi melalui diskon, live streaming, dan layanan chat. Meskipun demikian, dalam menjalankan bisnis, pelaku usaha seringkali lebih berfokus pada peningkatan penjualan dibandingkan kualitas produk dan pelayanan, sehingga menimbulkan berbagai keluhan dari konsumen, terutama terkait ketidaksesuaian barang dengan deskripsi.

Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha dilarang memberikan

informasi yang tidak benar mengenai produk. Namun, dalam praktiknya masih ditemukan adanya ketidaksesuaian tersebut. Untuk mengatasi hal ini, Shopee menyediakan mekanisme perlindungan berupa garansi, pengembalian barang atau dana, serta fitur komplain, dengan syarat tertentu seperti bukti unboxing atau foto produk.

Toko Monalisa Hijab memberikan solusi berupa pengiriman ulang barang atau pengembalian dana apabila terjadi kesalahan. Namun, kendala sering muncul dari komunikasi antara penjual dan pembeli, seperti respon yang lambat atau penilaian buruk dari konsumen tanpa konfirmasi terlebih dahulu. Selain itu, perbedaan ekspektasi konsumen juga menjadi faktor munculnya keluhan.

Dengan demikian, praktik perlindungan konsumen dalam jual beli online di Toko Monalisa Hijab telah tersedia secara sistem, namun implementasinya masih menghadapi kendala, terutama dalam hal transparansi informasi, komunikasi, dan keseimbangan antara kepentingan penjual dan pembeli.

Analisis Kesesuaian Perlindungan Konsumen di Shopee Barakah (Toko Monalisa Hijab) Berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999 dan Fatwa DSN-MUI No. 144 Tahun 2021.

Setelah melakukan penelitian dengan melakukan wawancara kepada pemilik toko Monalisa Hijab, maka peneliti dapat menganalisis bagaimana kesesuaian praktik perlindungan konsumen yang telah diterapkan dalam jual beli online pada toko Monalisa Hijab. Berikut ini adalah penjelasan penerapan UNDANG-UNDANG dan FATWA DSN MUI dalam perlindungan konsumen:

1. Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999

Jika disimpulkan dalam tabel agar lebih ringkas, maka seperti ini: Tabel 1: Terdapat S/ST yaitu S (Sesuai) jika TS (Tidak Sesuai).

No	Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999	Implementasi perlindungan konsumen pada Marketplace	S/TS	Keterangan
1.	Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta	Memberikan informasi rinci kepada pembeli mengenai merek, bahan, ukuran, kategori, model,	S	Sesuai, karena penjual memberikan informasi rinci mengenai bahan dan kenyamanan

No	Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999	Implementasi perlindungan konsumen pada Marketplace	S/TS	Keterangan
	memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan	warna, serta detail produk hijab.		hijab. Jika belum dipahami, pembeli dapat menghubungi admin melalui chat Shopee.
2.	Memberikan kompensasi atau ganti rugi apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian.	Toko Monalisa Hijab akan bertanggung penuh jawab jika ada barang yang tidak sesuai pesanan yang di akibatkan oleh kelalaian dari pihak toko.	S	Sesuai, karena pengembalian dilakukan dengan bukti video unboxing, sehingga penjual dapat memberikan ganti rugi berupa penggantian barang atau dana.
3.	Pelaku usaha dilarang menjual barang rusak atau cacat tanpa informasi yang benar.	Memperdagangkan produk sendiri serta sebagian dari pemasok langsung.	S	Sesuai, karena ada penyortiran, meski barang cacat masih mungkin lolos.
4.	Pelaku usaha wajib memberi ganti rugi atas kerugian konsumen akibat barang atau jasa yang diperdagangkan.	Jika terjadi kesalahan dari toko, maka Toko Monalisa bertanggung jawab atas kerugian konsumen.	S	Sesuai, karena biaya pengembalian akibat kesalahan toko ditanggung oleh pihak toko, sehingga konsumen tidak dibebani ongkos kirim.
5.	Pelaku usaha dilarang tidak menepati pesanan atau waktu penyelesaian yang telah disepakati.	Mengirimkan barang sesuai estimasi waktu yang telah ditentukan.	S	Sesuai, karena barang dikirim maksimal 1x24 jam setelah pembayaran. Keterlambatan

No	Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999	Implementasi perlindungan konsumen pada Marketplace	S/TS	Keterangan
				selanjutnya menjadi tanggung jawab pihak ekspedisi.

Praktik perlindungan konsumen dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dinilai telah memadai dan diterapkan pada Toko Monalisa Hijab, sebagai upaya menjamin kepastian hukum serta melindungi konsumen dari tindakan yang merugikan.

2. Fatwa DSN-MUI No. 144 Tahun 2021

Jika disimpulkan dalam tabel agar lebih ringkas, maka seperti ini: Tabel 1: Terdapat S/ST yaitu S (Sesuai) jika TS (Tidak Sesuai).

No	Fatwa DSN-MUI No. 144 Tahun 2021	Implementasi perlindungan konsumen pada Marketplace	S/TS	Keterangan
1.	Apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi saat akad, maka berlaku hak khiyar.	Menerima komplain berupa pengembalian barang atau dana jika barang tidak sesuai dengan deskripsi.	S	Sesuai, karena toko memberikan penggantian berupa pengembalian barang atau dana apabila terjadi kerusakan, kesalahan, atau ketidaksesuaian pesanan.
2.	Objek akad harus berupa barang dan/atau jasa yang sesuai dengan syariah dan peraturan perundang-undangan.	Produk yang dijual berupa hijab dan aksesorisnya, yang tidak bertentangan dengan syariah maupun peraturan perundang-undangan.	S	Sesuai, karena produk yang dijual berupa hijab dan aksesorisnya dengan bahan yang jelas, baik hasil produksi sendiri maupun

No	Fatwa DSN-MUI No. 144 Tahun 2021	Implementasi perlindungan konsumen pada Marketplace	S/TS	Keterangan
				dari pemasok, serta tidak bertentangan dengan syariah.
3.	Setelah akad jual-beli dilakukan, penjual wajib menyerahkan barang kepada pembeli, baik secara langsung maupun melalui jasa ekspedisi.	Setelah pembayaran dilakukan, toko segera menyerahkan barang kepada pihak ekspedisi.	S	Sesuai, karena pengiriman dilakukan tepat waktu, baik di hari yang sama, keesokan hari, atau maksimal 1 hari jika stok kosong, serta lebih cepat untuk layanan instan.
4.	Penyedia marketplace dilarang melakukan penipuan, rekayasa permintaan, dan kecurangan dalam pemasaran.	Dalam hal ini, toko memberikan informasi yang jelas, tidak menjual barang cacat, serta tidak melakukan penipuan.	S	Sesuai, karena toko memberikan informasi produk secara rinci dalam deskripsi, menjual barang baru, serta tidak melakukan penipuan atau manipulasi harga, bahkan memberikan diskon pada waktu tertentu.
5.	Harga dapat dibayar melalui berbagai metode pembayaran yang disediakan marketplace sesuai prinsip syariah dan ketentuan yang berlaku.	Penerapan pembayaran pada toko ini mengikuti sistem yang disediakan oleh Shopee dengan berbagai metode pembayaran yang tersedia.	S	Sesuai, karena toko menggunakan sistem pembayaran yang disediakan Shopee Barakah sesuai ketentuan, sehingga transaksi hanya dapat diproses

No	Fatwa DSN-MUI No. 144 Tahun 2021	Implementasi perlindungan konsumen pada Marketplace	S/TS	Keterangan
				melalui mekanisme yang berlaku.
6	Apabila barang rusak karena kelalaian atau kesalahan pihak ekspedisi, maka penyedia jasa ekspedisi wajib bertanggung jawab atas kerusakan tersebut.	Jika terjadi kerusakan barang akibat ekspedisi, toko akan melaporkannya kepada Shopee Barakah untuk ditindaklanjuti.	S	Sesuai, karena toko bertanggung jawab dengan melaporkan kerusakan barang kepada Shopee Barakah untuk ditindaklanjuti.

Merespons perkembangan jual beli online, DSN-MUI telah menetapkan fatwa yang mengatur transaksi marketplace sesuai prinsip syariah dengan ketentuan bahwa produk harus halal, informasi harus akurat, serta terhindar dari riba dan gharar. Ketentuan tersebut telah sesuai dengan praktik transaksi pada Toko Monalisa Hijab.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian mengenai implementasi Fatwa MUI Berdasarkan hasil penelitian mengenai implementasi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta Fatwa DSN-MUI No. 144 Tahun 2021 tentang Marketplace Berdasarkan Prinsip Syariah pada Toko Monalisa Hijab di Shopee Barakah.

Hasil analisis terhadap permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini dapat disimpulkan bahwa Pertama, praktik perlindungan konsumen pada Toko Monalisa Hijab secara umum telah cukup sesuai, ditandai dengan adanya tanggung jawab toko dalam menangani pengembalian barang maupun pengembalian dana apabila terjadi kesalahan, serta penyediaan informasi produk yang rinci mulai dari merek, bahan, ukuran, model, warna, hingga detail lainnya melalui deskripsi produk. Namun demikian, masih terdapat kendala berupa

konsumen yang kurang teliti dalam membaca informasi sehingga menimbulkan kesalahpahaman dan penilaian negatif terhadap toko.

Kedua, implementasi perlindungan konsumen pada Toko Monalisa Hijab juga dapat dinilai telah sejalan dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta Fatwa DSN-MUI Nomor 144 Tahun 2021 tentang Marketplace Berdasarkan Prinsip Syariah. Hal ini tercermin dari adanya tanggung jawab pelaku usaha dalam pengembalian barang atau dana, pemberian informasi produk secara transparan, ketepatan pengiriman, serta tidak adanya unsur penipuan atau kecurangan dalam transaksi, sehingga praktik yang dilakukan telah memenuhi prinsip perlindungan konsumen baik secara hukum positif maupun prinsip syariah.

Pertama, kepada Toko Monalisa Hijab diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen serta memperkuat perlindungan konsumen secara berkelanjutan, salah satunya dengan menambah jumlah karyawan guna meminimalisir kesalahan pada proses packing. Hal ini penting untuk menjaga kepercayaan konsumen agar tercipta kenyamanan dalam bertransaksi.

Kedua, kepada peneliti berikutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk pengembangan kajian lebih lanjut, serta dapat dilakukan penyempurnaan, koreksi, dan pendalaman terhadap aspek-aspek yang belum dibahas secara mendalam dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzam, Abdul Aziz Muhammad. *Fiqh Muamalat: Sistem Transaksi dalam Islam*. Jakarta: Amzah, 2010.
- Dahlan, Abdul Aziz. "Jual Beli." Dalam *Ensiklopedia Hukum Islam*, Jilid 6. Jakarta: PT Ichtiar Baru van Hoeve, 2003.
- Fitria, Tira Nur. "Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 3, No. 1, 2017.

- Hidayat, Enang. *Fiqih Jual Beli*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.
- Hidayatullah, Syarif. *Qawa'id Fiqhiyyah dan Penerapannya dalam Transaksi Keuangan Syariah Kontemporer (Muamalah Māliyah Islāmiyyah Mu'āshirah)*. Depok: Gramata Publishing, 2012.
- Khotimah, Umi Khusnul. *Hukum Islam dalam Kehidupan Modern: Kajian tentang Perkawinan, Kesehatan, Transaksi, dan Budaya*. Lamongan: Nawa Litera Publishing, 2025.
- Komplasi Hukum Ekonomi Syariah. *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*. PDF online, diakses 28 Januari 2023.
- Liputan6.com. "Pengertian Jual Beli dalam Islam: Ketahui Rukun dan Syaratnya." Diakses 4 Juni 2024. <https://www.liputan6.com/hot/read/4838505/pengertian-jual-beli-dalam-agama-islam-ketahui-rukun-dan-syaratnya>.
- Maulana Yusuf, Asep. *Ekonomi Syariat Islam (Muamalah)*. Jakarta: Multi Kreasi Satudelapan, 2010.
- Nur Fitria, Tira. "Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 3, No. 1, 2017.
- Sahrani, Sohari, dan Ru'fah Abdullah. *Fikih Muamalah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Umiyati, Siti Widya. "A Normative Juridical Analysis of Standard Clauses in E-commerce: Consumer Protection and the Nullity of Exoneration Clauses on the Shopee Marketplace under Indonesian Law No. 8/1999." *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, Vol. 8, No. 1 (2026). <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/alkharaj>
- Universitas Islam An Nur Lampung. "Hal yang Dilarang dalam Jual Beli Online." Diakses 24 Agustus 2024. <https://an-nur.ac.id/hal-yang-diharamkan-dalam-jual-beli-online/>.
- Yusuf, Asep Maulana. *Ekonomi Syariat Islam (Muamalah)*. Jakarta: Multi Kreasi Satudelapan, 2010.

Zuhri, Najwa Alifia, dan Khoirun Nisa. "Tinjauan UU No. 33 Tahun 2014 dan Fikih Muamalah terhadap Jual Beli Produk Halal di Platform Khusus Shopee Barokah." *Al-Mizan*, Vol. 8, No. 2 (2024), hlm. 71–88.