Al-Mizan: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam
https://ejurnal.iiq.ac.id/index.php/almizan

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 Umiyati[1], Khoerunnisa Abelia[1]
[1]Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, Indonesia
widya@iiq.ac.id*

Article Information:
Received January 15, 2026
Revised February 20, 2026
Accepted March 17, 2026

Keywords: *Consumer protection, sharia-based marketplace, khiyar rights, sharia e-commerce, online sales transactions*

Abstract

Rapid growth in e-commerce through Sharia-based marketplaces has increased the need for consumer protection that not only ensures legal certainty but also complies with Islamic principles. Issues such as product discrepancies, delivery delays, and information asymmetry between sellers and consumers may result in consumer losses in online transactions. This article aims to analyze the conformity of consumer protection practices in online sales transactions at Monalisa Hijab Store on Shopee Barakah with Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and the Fatwa of the National Sharia Council of the Indonesian Council of Ulama Number 144 of 2021 concerning Marketplaces Based on Sharia Principles. This study employed a qualitative method with a normative-empirical approach through a case study. The findings indicate that consumer protection practices at Monalisa Hijab Store generally comply with both statutory regulations and Sharia principles, as reflected in transparent product information, the availability of return and refund mechanisms, and the implementation of *khiyar* rights in transaction settlement. Nevertheless, communication barriers between sellers and consumers and differing perceptions regarding products still affect customer satisfaction. These findings suggest that strengthening communication and improving Sharia transaction literacy are essential to enhancing consumer protection in Sharia-based marketplaces.

INTRODUCTION

Jual beli merupakan aktivitas muamalah yang memiliki kedudukan penting dalam kehidupan manusia karena menjadi sarana pemenuhan kebutuhan sekaligus instrumen perputaran ekonomi (Maharani, 2020; Ramadani et al., 2025). Dalam perspektif Islam, aktivitas perdagangan diperbolehkan selama dilakukan atas dasar kerelaan para pihak (*an taradin minkum*), kejujuran, dan terhindar dari praktik yang bertentangan dengan syariah. Prinsip tersebut sebagaimana ditegaskan dalam Alquran Surah An-Nisā' ayat 29 yang melarang perolehan harta dengan cara yang batil dan membolehkan perdagangan yang dilakukan atas dasar suka sama suka.

How to cite: Umiyati, S. W., Abelia, K. (2026). Tinjauan Yuridis Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Marketplace Berbasis Syariah Menurut UU No. 8 Tahun 1999 dan Fatwa DSN-MUI No. 144 Tahun 2021. *Al-Mizan: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, *10*(1), 63-75.

E-ISSN: 2656-3819
Published by: Department of Sharia Economic Law Faculty of Sharia and Islamic Economics Institut Ilmu Al-Quran (IIQ) Jakarta

Menurut Sutisno et al., (2025), aktivitas *muamalah* pada hakikatnya merupakan hubungan sosial yang mengatur interaksi manusia, khususnya yang berkaitan dengan harta (*māl*) dan berbagai bentuk akad kebendaan (*māliyah*). Oleh karena itu, transaksi jual beli tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk interaksi sosial yang harus dilaksanakan sesuai ketentuan syariah.

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola transaksi perdagangan dari sistem konvensional menuju sistem digital melalui platform *electronic commerce* (*e-commerce*). Akbar, (2018) menjelaskan bahwa transaksi elektronik memberikan kemudahan karena penjual dan pembeli tidak lagi harus bertemu secara langsung untuk melakukan akad. Sejalan dengan itu, Putra, (2019) menyatakan bahwa jual beli online merupakan bentuk transaksi yang memanfaatkan media elektronik dengan spesifikasi barang yang telah dijelaskan sebelumnya sehingga memungkinkan akad dilaksanakan tanpa pertemuan fisik. Perkembangan tersebut semakin pesat seiring meningkatnya penggunaan marketplace sebagai sarana perdagangan digital yang mempertemukan berbagai pelaku usaha dan konsumen dalam satu platform. Menurut Khairi et al., (2025), dukungan teknologi dan sistem informasi telah mendorong transformasi pola bisnis masyarakat menuju model transaksi yang lebih cepat, efisien, dan terintegrasi.

Meskipun memberikan berbagai kemudahan, transaksi elektronik juga menimbulkan sejumlah risiko bagi konsumen. Fania, (2026) menjelaskan bahwa konsumen tidak dapat memeriksa kondisi fisik barang secara langsung sebelum melakukan pembelian sehingga berpotensi mengalami kerugian akibat ketidaksesuaian produk, keterlambatan pengiriman, maupun penipuan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa konsumen cenderung berada pada posisi yang lebih lemah dibandingkan pelaku usaha. Oleh karena itu, perlindungan konsumen menjadi kebutuhan penting untuk menjamin keamanan dan kepastian hukum dalam transaksi digital.

Dalam konteks hukum positif, perlindungan konsumen memperoleh landasan yuridis melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Nasution & Harris, (2025) menjelaskan bahwa tujuan utama perlindungan konsumen adalah memberikan keseimbangan kedudukan antara konsumen dan pelaku usaha melalui pengakuan terhadap hak-hak konsumen. Senada dengan itu, Tampubolon, (2016) menegaskan bahwa perlindungan konsumen diperlukan untuk menjamin hak atas informasi yang benar, hak atas keamanan dan kenyamanan, serta hak memperoleh penyelesaian sengketa apabila terjadi kerugian dalam transaksi. Dengan demikian, keberadaan regulasi tersebut menjadi instrumen penting dalam menciptakan transaksi perdagangan yang adil dan bertanggung jawab.

Selain diatur dalam hukum positif, perlindungan konsumen juga merupakan bagian penting dari hukum ekonomi syariah. Widjanarko et al., (2025) menjelaskan bahwa transaksi *muamalah* harus didasarkan pada prinsip keadilan, keterbukaan, dan tanggung jawab para pihak. Selanjutnya, Asdar et al., (2025) menegaskan bahwa praktik yang mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan), *tadlis* (penipuan), dan berbagai bentuk manipulasi informasi dilarang karena dapat merugikan salah satu pihak dalam transaksi. Pandangan tersebut diperkuat oleh Zen, (2024) yang menyatakan bahwa perlindungan terhadap hak dan harta para pihak merupakan bagian dari tujuan syariah dalam menjaga harta (*hifẓ al-māl*) dan mewujudkan kemaslahatan.

Seiring berkembangnya perdagangan digital berbasis syariah, Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia menerbitkan Fatwa Nomor 144 Tahun 2021 tentang Marketplace Berdasarkan Prinsip Syariah. Fatwa ini mengatur kejelasan akad, kehalalan objek transaksi, penerapan hak *khiyar*, tanggung jawab para pihak, serta mekanisme penyelesaian sengketa berdasarkan prinsip syariah. Kehadiran fatwa tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital memerlukan pedoman

khusus agar aktivitas perdagangan elektronik tetap berada dalam koridor hukum Islam dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah.

Meskipun regulasi perlindungan konsumen dan pedoman syariah telah tersedia, implementasinya masih menghadapi berbagai tantangan. Keluhan mengenai ketidaksesuaian barang, kesalahan informasi produk, keterlambatan pengiriman, hingga rendahnya kualitas komunikasi antara penjual dan pembeli masih sering ditemukan dalam transaksi marketplace. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya kajian mengenai penerapan perlindungan konsumen dalam marketplace berbasis syariah. Oleh karena itu, penelitian pada Toko Monalisa Hijab di Shopee Barakah menjadi relevan untuk dilakukan guna menganalisis kesesuaian praktik perlindungan konsumen dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 144 Tahun 2021 tentang Marketplace Berdasarkan Prinsip Syariah.

Kajian mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik menunjukkan bahwa perkembangan *e-commerce* menuntut adanya sistem perlindungan hukum yang semakin kuat. Fibrianti, (2020) menjelaskan bahwa perlindungan konsumen bertujuan menciptakan keseimbangan hubungan antara konsumen dan pelaku usaha. Selanjutnya, Prastiwi & Fitria, (2021) menegaskan bahwa posisi konsumen yang relatif lebih lemah dibandingkan pelaku usaha menyebabkan perlindungan hukum menjadi sebuah kebutuhan yang tidak dapat diabaikan. Dalam konteks perdagangan elektronik, Mufti et al., (2026) menemukan bahwa risiko kerugian konsumen semakin meningkat akibat keterbatasan akses terhadap informasi serta tidak adanya pertemuan langsung antara para pihak dalam transaksi.

Dari perspektif perlindungan konsumen, Zulfeni & Zalma, (2026) menunjukkan bahwa permasalahan yang sering muncul dalam transaksi online berkaitan dengan ketidaksesuaian barang, keterlambatan pengiriman, dan kesulitan dalam proses pengajuan komplain. Sementara itu, Poernomo, (2023) menegaskan bahwa efektivitas perlindungan konsumen sangat dipengaruhi oleh kepatuhan pelaku usaha dalam memberikan informasi yang benar dan transparan. Temuan tersebut kemudian diperkuat oleh Novita & Santoso, (2021) yang menyatakan bahwa mekanisme pengembalian barang dan penyelesaian sengketa merupakan indikator penting dalam mengukur kualitas perlindungan konsumen pada transaksi digital.

Dari perspektif hukum ekonomi syariah, Anzaikhan et al., (2025) menjelaskan bahwa setiap transaksi muamalah harus dibangun atas prinsip keadilan, keseimbangan, dan tanggung jawab para pihak. Sejalan dengan itu, Lailia & Muthohar, (2026) menegaskan bahwa unsur *gharar*, *tadlis*, dan eksploitasi terhadap pihak lain merupakan praktik yang dilarang karena bertentangan dengan tujuan syariah. Adapun Rofiullah, (2025) menyatakan bahwa perlindungan terhadap hak para pihak dalam transaksi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari prinsip kemaslahatan dalam hukum Islam.

Kajian mengenai jual beli online dalam perspektif syariah menunjukkan bahwa transaksi elektronik pada dasarnya diperbolehkan selama memenuhi rukun dan syarat jual beli. Zurohman & Rahayu, (2019) menjelaskan bahwa keabsahan jual beli online ditentukan oleh adanya kejelasan objek, kesepakatan para pihak, dan kemampuan barang untuk diserahterimakan. Selanjutnya, Qhalis & Fadhillah, (2023) menegaskan bahwa perkembangan teknologi tidak mengubah substansi akad selama unsur-unsur dasar transaksi tetap terpenuhi. Temuan tersebut diperkuat oleh Sofyan & Arifin, (2026) yang menunjukkan bahwa konsep *khiyar* masih dapat diterapkan dalam transaksi digital melalui mekanisme komplain, pengembalian barang, maupun pembatalan transaksi ketika ditemukan cacat atau ketidaksesuaian produk.

Dalam konteks marketplace berbasis syariah, Mutaufiq et al., (2024) menemukan bahwa implementasi prinsip syariah dalam platform digital tidak hanya berkaitan dengan kehalalan produk, tetapi juga mencakup perlindungan hak

konsumen dan transparansi informasi. Nirwanto et al., (2025) menjelaskan bahwa prinsip keadilan dan kerelaan para pihak harus tetap menjadi landasan dalam setiap transaksi digital. Sementara itu, Firdaus et al., (2026) menegaskan bahwa integrasi antara regulasi perdagangan elektronik dan prinsip syariah menjadi kebutuhan penting untuk menciptakan sistem marketplace yang tidak hanya efisien secara ekonomi, tetapi juga memenuhi nilai-nilai keadilan dan kemaslahatan.

Secara umum, penelitian terdahulu lebih banyak membahas perlindungan konsumen dari perspektif hukum positif, hukum ekonomi syariah, atau transaksi elektronik secara terpisah. Kajian yang secara khusus mengintegrasikan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 144 Tahun 2021 melalui studi kasus pada praktik marketplace berbasis syariah masih relatif terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya ruang akademik yang perlu dikaji lebih lanjut untuk memahami implementasi perlindungan konsumen secara komprehensif dalam ekosistem perdagangan digital syariah.

Penelitian terdahulu umumnya menganalisis perlindungan konsumen dari perspektif hukum positif atau hukum ekonomi syariah secara terpisah. Selain itu, kajian mengenai transaksi elektronik lebih banyak berfokus pada aspek keabsahan akad dan mekanisme jual beli online, sedangkan analisis yang mengintegrasikan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 144 Tahun 2021 dalam praktik marketplace berbasis syariah masih terbatas. Di samping itu, studi empiris yang menguji implementasi kedua instrumen tersebut pada pelaku usaha tertentu juga belum banyak dilakukan.

Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis integratif antara hukum perlindungan konsumen dan hukum ekonomi syariah melalui pengujian kesesuaian praktik perlindungan konsumen dalam marketplace berbasis syariah berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 144 Tahun 2021 tentang Marketplace Berdasarkan Prinsip Syariah. Penelitian ini juga menghadirkan bukti empiris mengenai implementasi transparansi informasi produk, mekanisme pengembalian barang dan dana, serta penerapan hak *khiyar* pada transaksi digital.

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis praktik perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online pada Toko Monalisa Hijab di Shopee Barakah, menelaah kesesuaiannya dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 144 Tahun 2021 tentang Marketplace Berdasarkan Prinsip Syariah, serta menjelaskan implementasi prinsip perlindungan konsumen dalam perspektif hukum ekonomi syariah pada transaksi marketplace berbasis syariah.

Temuan penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian hukum perlindungan konsumen dan hukum ekonomi syariah dalam konteks perdagangan digital. Dari sisi teoritis, penelitian ini memperkuat integrasi antara regulasi perlindungan konsumen dan prinsip syariah dalam transaksi elektronik. Dari sisi praktis, hasil penelitian dapat menjadi rujukan bagi pelaku usaha, pengelola marketplace, dan regulator dalam meningkatkan kualitas perlindungan konsumen, transparansi informasi, serta kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam ekosistem perdagangan digital.

METHODS

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan normatif-empiris dan jenis studi kasus. Pendekatan normatif digunakan untuk menganalisis ketentuan hukum yang terdapat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama

Indonesia Nomor 144 Tahun 2021 tentang Marketplace Berdasarkan Prinsip Syariah, sedangkan pendekatan empiris digunakan untuk mengkaji implementasi perlindungan konsumen dalam praktik transaksi jual beli online pada Toko Monalisa Hijab di Shopee Barakah. Menurut Creswell, (2018) ; Engkizar et al., (2024); Jaafar et al., (2025); Kasheem et al., (2025), penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena sosial secara mendalam berdasarkan perspektif subjek penelitian, sementara studi kasus memungkinkan peneliti mengeksplorasi suatu fenomena dalam konteks nyata secara komprehensif. Oleh karena itu, penggunaan metode ini dinilai tepat karena penelitian tidak hanya menganalisis aspek normatif yang diatur dalam peraturan dan fatwa, tetapi juga menguji penerapannya dalam praktik transaksi marketplace berbasis syariah.

Metode dan Jenis

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus (*case study*). Eriyanti et al., (2020) menjelaskan bahwa studi kasus merupakan strategi penelitian yang digunakan untuk memahami suatu fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata ketika batas antara fenomena dan konteksnya tidak terlihat secara tegas. Dalam penelitian ini, studi kasus difokuskan pada praktik perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online yang dilakukan oleh Toko Monalisa Hijab di Shopee Barakah. Pemilihan studi kasus memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai implementasi hak konsumen, mekanisme pengembalian barang, penyelesaian komplain, dan penerapan prinsip syariah dalam transaksi digital. Dengan demikian, jenis penelitian ini tepat digunakan karena fokus kajian berada pada satu objek yang memerlukan analisis mendalam dan kontekstual.

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui observasi dan wawancara dengan pemilik, pengelola, atau pihak yang terkait dengan operasional Toko Monalisa Hijab serta konsumen yang pernah melakukan transaksi melalui Shopee Barakah. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 144 Tahun 2021 tentang Marketplace Berdasarkan Prinsip Syariah, Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, buku, artikel ilmiah, jurnal, dan dokumen pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian (Danandjaja, 2014; Sugiyono, 2022). Penggunaan data primer dan sekunder secara bersamaan dinilai tepat karena memungkinkan peneliti membandingkan realitas empiris dengan ketentuan hukum yang berlaku sehingga menghasilkan analisis yang lebih komprehensif.

Instrumen

Dalam penelitian kualitatif, peneliti bertindak sebagai instrumen utama (*human instrument*) yang berfungsi menetapkan fokus penelitian, menentukan informan, mengumpulkan data, menganalisis data, dan menarik kesimpulan (Moleong & Surjaman, 2017; Sugiyono, 2022). Untuk mendukung proses pengumpulan data, digunakan pula pedoman wawancara, lembar observasi, alat perekam suara, serta dokumen pendukung penelitian. Instrumen tersebut membantu peneliti memperoleh data yang lebih sistematis dan akurat. Penggunaan peneliti sebagai instrumen utama dinilai tepat karena penelitian ini memerlukan kemampuan interpretasi terhadap fakta empiris dan ketentuan hukum yang tidak dapat diukur hanya melalui instrumen kuantitatif.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk mengamati secara langsung praktik transaksi, pelayanan konsumen, dan mekanisme penyelesaian komplain yang diterapkan oleh Toko Monalisa Hijab. Wawancara dilakukan secara mendalam kepada pihak yang terlibat dalam aktivitas transaksi guna memperoleh informasi

mengenai pelaksanaan perlindungan konsumen. Sementara itu, dokumentasi dilakukan dengan mengkaji dokumen transaksi, kebijakan toko, regulasi, fatwa, dan berbagai literatur yang terkait dengan penelitian (Creswell, 2018; Sugiyono, 2022). Kombinasi ketiga teknik tersebut dinilai tepat karena mampu menghasilkan data yang lebih mendalam, beragam, dan saling melengkapi sehingga meningkatkan kualitas temuan penelitian.

Alat Analisis Data

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi (*content analysis*) dan analisis yuridis normatif. Krippendorff, (2022) menjelaskan bahwa analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi, menginterpretasikan, dan menarik makna dari berbagai dokumen atau teks yang menjadi objek kajian. Dalam penelitian ini, analisis isi digunakan untuk menelaah substansi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 144 Tahun 2021, sedangkan analisis yuridis normatif digunakan untuk menilai kesesuaian praktik perlindungan konsumen yang ditemukan di lapangan dengan ketentuan hukum yang berlaku. Pemilihan alat analisis ini tepat karena penelitian berorientasi pada evaluasi implementasi norma hukum dalam praktik transaksi digital berbasis syariah.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles, (2015) yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi dan mengelompokkan data yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian sistematis untuk memudahkan identifikasi pola, hubungan, dan makna yang terkandung dalam data. Tahap terakhir dilakukan melalui penarikan kesimpulan yang terus diverifikasi selama proses penelitian berlangsung. Teknik analisis ini tepat digunakan karena mampu mengorganisasi data kualitatif yang kompleks secara sistematis sehingga menghasilkan temuan yang lebih akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

Keabsahan Data

Keabsahan data diuji melalui teknik triangulasi sumber, triangulasi metode, dan *member checking*. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selain itu, *member checking* dilakukan dengan mengonfirmasi kembali hasil temuan kepada informan untuk memastikan kesesuaian antara data yang diperoleh dengan kondisi yang sebenarnya (Creswell, 2018; Engkizar et al., 2026; Sari et al., 2025). Penggunaan teknik keabsahan data tersebut dinilai tepat karena dapat meningkatkan kredibilitas, dependabilitas, konfirmabilitas, dan validitas temuan sehingga hasil penelitian memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi.

RESULT AND DISCUSSION

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 Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia 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 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 dan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia 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 Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia dalam perlindungan konsumen:

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 memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan	Memberikan informasi rinci kepada pembeli mengenai merek, bahan, ukuran, kategori, model, warna, serta detail produk hijab.	S	Sesuai, karena penjual memberikan informasi rinci mengenai bahan dan kenyamanan hijab. Jika belum dipahami, pembeli dapat menghubungi admin melalui chat Shopee.
2.	Memberikan kompensasi atau ganti	Toko Monalisa Hijab akan	S	Sesuai, karena pengembalian

	rugi apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian.	bertanggung penuh jawab jika ada barang yang tidak sesuai pesanan yang di akibatkan oleh kelalaian dari pihak toko.		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 1×24 jam setelah pembayaran. Keterlambatan 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.

Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 144 Tahun 2021

Jika disimpulkan dalam tabel agar lebih ringkas, maka seperti ini:

Tabel 2. Terdapat S/ST yaitu S (Sesuai) jika TS (Tidak Sesuai)

No.	Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia 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	Produk yang dijual berupa hijab	S	Sesuai, karenaproduk yang dijual berupa

	dan/atau jasa yang sesuai dengan syariah dan peraturan perundang-undangan.	dan aksesorisnya, yang tidak bertentangan dengan syariah maupun peraturan perundang-undangan.		hijab dan aksesorisnya dengan bahan yang jelas, baik hasil produksi sendiri maupun 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 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, Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia 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.

CONCLUSION

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi marketplace berbasis syariah tidak hanya ditentukan oleh kepatuhan terhadap ketentuan hukum positif, tetapi juga oleh penerapan prinsip transparansi, tanggung jawab, dan keadilan yang menjadi fondasi hukum ekonomi syariah. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa integrasi antara Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 144 Tahun 2021 mampu membentuk mekanisme perlindungan konsumen yang memberikan kepastian hukum sekaligus menjamin terpenuhinya nilai-nilai syariah dalam transaksi digital. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis integratif antara instrumen hukum positif dan fatwa syariah dalam praktik perlindungan konsumen pada marketplace berbasis syariah melalui studi kasus pada Toko Monalisa Hijab di Shopee Barakah.

Temuan penelitian ini berimplikasi pada penguatan model perlindungan konsumen yang tidak hanya berorientasi pada pemenuhan aspek regulatif, tetapi juga pada penerapan prinsip *khiyar*, keterbukaan informasi, dan tanggung jawab pelaku usaha sebagai bagian dari etika bisnis syariah. Dari sisi teoritis, penelitian ini memperkaya kajian hukum perlindungan konsumen dan hukum ekonomi syariah dalam konteks perdagangan digital. Dari sisi praktis, hasil penelitian dapat menjadi rujukan bagi pelaku usaha, pengelola marketplace, dan regulator dalam mengembangkan sistem transaksi elektronik yang lebih transparan, akuntabel, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

ACKNOWLEDGEMENT

We would like to express our deepest gratitude to everyone who contributed to the success of this research.

DECLARATIONS

Author contribution

Siti Widya Umiyati: data curation, writing-original draft preparation, analysis, conceptualization, **Khoerunnisa Abelia:** methodology, visualization, editing.

AI Statement

The data and the grammatical structure in this article have been validated and verified by English language experts and no AI-generated sentences are included in this article.

Funding statement

The author(s) declare that no financial support was received for the research, authorship, and/or publication of this article.

Conflict of interest

The authors declare that this research was conducted without any conflict of interest in the research.

Ethical clearance

The research company has agreed to carry out the research and is willing if the results of this research are published.

Publisher's and Journal's Note

Department of Sharia Economic Law Faculty of Sharia and Islamic Economics Institut Ilmu Al-Quran (IIQ) Jakarta as the publisher and Editor of Al-Mizan: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam state that there is no conflict of interest towards this

article publication.

REFERENCES

Akbar, A. (2018). Analisis Transaksi Akad Salam Dalam Jual Beli Online. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, *2*(2), 11–17. https://doi.org/10.37726/ee.v2i2.47

Anzaikhan, M., Nasir, M., Zulkarnaen, Z., Drajat, A., Rafiqah, R., & Umam, C. (2025). Teologi Ekonomi Islam; Kontruksi Prinsip Ilahiyah menuju Aktualisasi Bermuamalah. *Al-Muamalat Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, *10*(1), 177–192. https://doi.org/10.32505/muamalat.v10i1.10785

Asdar, S. T., Saputra, D. A., Baehaki, A., & Azka, M. R. (2025). Analisis Ekonomi Islam Terhadap Praktik E-Commerce Dalam Perspektif Fiqih Muamalah. *Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi*, *1*(1), 84–98. https://doi.org/10.71312/mrbima.v1i1.339

Creswell, J. W. (2018). *Mixed methods procedures. In Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Method Aproaches*.

Danandjaja, J. (2014). Metode Penelitian Kepustakaan. In *Antropologi Indonesia* (Vol. 0, Issue 52). Yayasan Obor Indonesia. https://doi.org/10.7454/ai.v0i52.3318

Engkizar, E., Jaafar, A., Azzahra, N., Hamzah, M. I., Syafril, S., Febriani, A., & Oktavia, G. (2024). Five Core Competencies of Professional Quran Teachers: Conceptualization and Practice. *International Journal of Multidisciplinary Research of Higher Education (IJMURHICA*, *7*(4), 395–410. https://doi.org/10.24036/ijmurhica.v7i4.696

Engkizar, E., Jaafar, A., Hamzah, M. I., Syafril, S., Febriani, A., Oktavia, G., & Satrial, A. (2026). Quran Teachers' Skills as Pedagogical Foundations: Conceptual and Practical Insights into Nine Competencies. *Muaddib: Journal of Islamic Teaching and Learning*, *2*(1), 22–38. https://doi.org/10.67055/xt598c43

Eriyanti, F., Engkizar, E., Alhadi, Z., Moeis, I., Murniyetti, M., Yulastri, A., & Syafril, S. (2020). The Impact of Government Policies towards the Economy and Education of Fishermen's Children in Padang City. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, *469*(1), 12057. https://doi.org/10.1088/1755-1315/469/1/012057

Fania, E. (2026). Analisis Perlindungan Konsumen Muslim dalam Jual Beli Online pada Platform Tokopedia: Perspektif Ekonomi Islam dan UU Perlindungan Konsumen. *MUTIARA: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, *4*(4), 105–119. https://doi.org/10.61404/mutiara.v4i4.559

Fibrianti, N. (2020). Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen: Sinergi Negara, Pelaku Usaha dan Konsumen. *Borobudur Law Review*, *2*(2), 90–101. https://doi.org/10.31603/burrev.3971

Firdaus, A. H., Hidayah, R. B. N., & Khiyaroh, L. (2026). Rekonstruksi Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Marketplace Berbasis Akad Syariah Di Era Ekonomi Digital. *Al-Iqtisodiyah: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Ekonomi Islam*, *2*(3), 42–55.

Jaafar, A., Kamaruzaman, N. R., & Idris, M. (2025). The Concept and Practice of Islamic Education in Realizing Peace in Society. *Muaddib: Journal of Islamic Teaching and Learning*, *1*(2), 24–35. https://muaddib.intischolar.id/index.php/muaddib/article/view/10

Kasheem, M., Yahya, N., Shalghoum, N., Masuwd, M., Alriteemi, A., Abdullah, M., Alsaeh, F., & Alrumayh, S. (2025). Artificial Intelligence in Academic Research: Adoption, Opportunities, and Barriers among Faculty in Libya Higher Education. *Multidisciplinary Journal of Thought and Research*, *1*(3), 109–127. https://doi.org/10.67055/hz4b7314

Khairi, M., Rianto, B., Chrismondari, Yolnasdi, Jalil, M., Juita, H., & Sudeska, E.

(2025). Pengaruh Teknologi Dalam Transformasi Ekonomi Dan Bisnis Di Era Digital. *Jurnal Perangkat Lunak*, *7*(1), 71–78. https://doi.org/10.32520/jupel.v7i1.3947

Krippendorff, K. (2022). Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. In *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. SAGE Publications, Inc. https://doi.org/10.4135/9781071878781

Lailia, K., & Ahmad Mifdlol Muthohar. (2026). Tinjauan Ekonomi Islam: Praktik-Praktik yang Dilarang dalam Muamalah dalam Aktivitas Ekonomi Kontemporer. *At-Tasyri: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, *7*(01), 34–46. https://doi.org/10.55380/tasyri.v7i01.1178

Maharani, D. D. (2020). Implementasi Prinsip-Prinsip Muamalah dalam Transaksi Ekonomi: Alternatif Mewujudkan Aktivitas Ekonomi Halal. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, *3*(1), 131. https://doi.org/10.30595/jhes.v0i1.8726

Miles, H. & S. (2015). Qualitative Data A Methods Sourcebook. In *Etika Jurnalisme Pada Koran Kuning : Sebuah Studi Mengenai Koran Lampu Hijau* (3rd ed., Vol. 16, Issue 2). SAGE Publications.

Moleong, L. J., & Surjaman, T. (2017). Metodologi penelitian kualitatif, penerbit pt remaja rosdakarya. In *Offset, Bandung*.

Mufti, A. A., Machmud, A., & Lutfi, A. (2026). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Daring (E-Commerce) di Indonesia. *Justice Voice*, *5*(1), 97–127. https://doi.org/10.37893/jv.v5i1.1391

Mutaufiq, A., Hardiana, C. D., Kumala, D., Pangastuti, R. L., & Kartomo, T. (2024). Etika Bisnis E-Commerce Di Tiktok Dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Jurnal Ekonomi Utama*, *3*(3), 396–403. https://doi.org/10.55903/juria.v3i3.212

Nasution, H. R., & Harris, A. (2025). Kedudukan Konsumen dalam Hubungan Hukum dengan Pelaku Usaha di Indonesia. *Locus Journal of Academic Literature Review*, *4*(6), 470–484. https://doi.org/10.56128/ljoalr.v4i6.572

Nirwanto, A., Anggraeni, D., & Islam Negeri Alauddin Makassar, U. (2025). Konsep Jual Beli Online dalam Perspektif Filsafat Islam dan hukum indonesia: Analisis Nilai-Nilai Kejujuran, Keadilan, dan Kemaslahatan dalam Transaksi Jual Beli. *Al-Istinbath : Jurnal Ilmu Hukum Dan Hukum Keluarga Islam* , *2*(3), 287–298. https://doi.org/10.71242/pez7ms75

Novita, Y. D., & Santoso, B. (2021). Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, *3*(1), 46–58. https://doi.org/10.14710/jphi.v3i1.46-58

Poernomo, S. L. (2023). Analisis Kepatuhan Regulasi Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce di Indonesia. *Unes Law Review*, *6*(1), 1772–182. https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i1.972

Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *7*(1), 425. https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458

Putra, M. D. (2019). Jual Beli on-Line Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *ILTIZAM Journal of Shariah Economic Research*, *3*(1), 83. https://doi.org/10.30631/iltizam.v3i1.288

Qhalis, M., & Fadhillah, H. (2023). Analisis Fiqih Muamalah terhadap Pemanfaatan Artificial Intelligence dalam Akad Digital. *AL - BAY' : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, *3*(2), 49–67. https://doi.org/10.32505/albay.v3i2.15892

Ramadani, S. R., Kamila, S., Rusliyane, R., Akbar, L. S., & Malik, M. I. (2025). The Concept of Buying and Selling in Muamalah Fiqh: Study of Harmony, Transaction Terms and Prohibitions. *Kawakib: Journal of Multidisciplinary Research*, *2*(1), 30–40. https://doi.org/10.63738/kawakib.v2i1.30

Rofiullah. (2025). Pengembangan Ekonomi Syariah dalam Perspektif Maqashid Syariah di Era Ekonomi Digital. *SAUJANA : Jurnal Perbankan Syariah Dan*

Ekonomi Syariah, *7*(2), 24–43. https://doi.org/10.59636/saujana.v7i2.295

Sari, P. I., Tita, E. I., & Albizar, . A. (2025). Eight Concepts and Practices: Buying and Selling in Islam. *Multidisciplinary Journal of Thought and Research*, *1*(2), 38–54. https://mujoter.intischolar.id/index.php/mujoter/article/view/1

Sofyan, N. B., & Arifin, A. G. (2026). Implementasi Konsep Khiyar dalam Hadis terhadap Perlindungan Konsumen E-Commerce di Era Digital. In *Jimeki* (pp. 40–56). https://doi.org/10.24815/jimeki.v8i1.1704

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.

Sutisno, H. A., Assyauqi, M. R., Salsabila, N. R., & Rahmani Rizki, N. A. (2025). Fiqih Muamalah Sebagai Dasar Etika Bisnis Islam Dalam Kegiatan Ekonomi Modern. *Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi*, *1*(2), 37–49. https://doi.org/10.71312/mrbima.v1i1.381

Tampubolon, W. S. (2016). Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah "Advokasi," 04*(01), 53–61.

Widjanarko, I. K., Hafidz, M. B., Jundiah, N. E., & Anjani, E. S. (2025). Implementasi Transaksi Digital Dalam Perspektif Fiqh Muamalah. *Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi*, *1*(1), 68–76. https://doi.org/10.71312/mrbima.v1i1.385

Zen, H. (2024). Kajian Istinbāth Maqāshid Al-Syarī'ah dalam Bidang Ekonomi. *Jurnal Media Akademik (JMA*, *2*(12). https://doi.org/10.62281/v2i12.1425

Zulfeni, A., & Zalma, Z. L. (2026). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Ketidaksesuaian Barang Dengan Deskripsi Dalam Transaksi E-Commerce Di Indonesia. *Honeste Vivere*, *36*(2), 152–162. https://doi.org/10.55809/hv.v36i2.714

Zurohman, A., & Rahayu, E. (2019). Jual Beli Online dalam Perspektif Islam. *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, *5*(1). https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v5i1.87

Copyright holder :
© Umiyati, S. W., Abelia, K.

First publication right:
Al-Mizan: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam

This article is licensed under:
CC-BY-SA