

# eksplorasi

*by* Adiyana Adiyana

---

**Submission date:** 21-May-2023 06:12AM (UTC-0700)

**Submission ID:** 2060009203

**File name:** NDUNGAN\_HUKUM\_BAGI\_KONSUMEN\_TRANSAKSI\_ECOMMERCE\_DI\_INDONESIA.pdf (1.05M)

**Word count:** 6428

**Character count:** 42177

## **EKSPOLARASI PRINSIP MAQASHID AL-SYARI'AH PADA PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TRANSAKSI ECOMMERCE DI INDONESIA**

**Fauzan Hanafi**

[fauzanhanaifi@iain-ternate.ac.id](mailto:fauzanhanaifi@iain-ternate.ac.id)  
Institut Agama Islam Negeri Ternate

**Basaria Nainggolan**

[basnainggolan@gmail.com](mailto:basnainggolan@gmail.com)  
Institut Agama Islam Negeri Ternate

### **Abstrak**

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna internet terbesar di dunia, penggunaan internet di Indonesia hampir menyentuh seluruh aspek kehidupan, termasuk pada transaksi *ecommerce*. Salah satu sisi yang banyak mendapat sorotan adalah sisi perlindungan hukum bagi konsumen pada transaksi *ecommerce*. Secara hukum, Indonesia telah memiliki Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Transaksi Elektronik guna mengakomodir kepentingan perlindungan hukum bagi konsumen transaksi *ecommerce*. Pada dunia Islam, ada prinsip *maqashidu al-syari'ah* sebagai salah satu prinsip bagi penegakan hukum (*al-Syari'ah*). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi nilai-nilai prinsip *maqashidu al-syari'ah* pada perlindungan hukum bagi konsumen transaksi *ecommerce* di Indonesia. Penelitian ini dilakukan melalui metode kajian normative dan kepustakaan. Berdasarkan hasil penelitian dari secara normatif perlindungan hukum ini mengedepankan aspek *dar'u al-mafasid* dengan melindungi kepentingan *dharuriyah* konsumen secara komprehensif dari mulai *hifzh al-din*, *hifzh al-nafs*, *hifzh al-'aql*, *hifzh al-nasl*, *hifzh al-maal*.

Keywords: *Maqashid al-Syari'ah*, Perlindungan Hukum Konsumen, *E-Commerce*.

### **Abstract**

Indonesia is one of the countries with the largest internet users in the world, internet use in Indonesia almost touches all aspects of life, including *e-commerce* transactions. One side that has received a lot of attention is the side of legal protection for consumers in *e-commerce* transactions. Legally, Indonesia already has a Consumer Protection Law and an Electronic Transaction Law to accommodate the interests of legal protection for consumers in *e-commerce* transactions. In the Islamic world, there is the principle of *maqashid al-shari'ah* as one of the principles for establishing law (*al-shari'ah*). This study aims to explore the principles of *maqashidu al-shari'ah* values in legal protection for consumers of *e-commerce* transactions in Indonesia. This research was conducted through normative and literature review methods. Based on the research results, this legal protection normally settles the *dar'u al-mafasid* aspect by comprehensively protecting the *dharuriyah* interests of consumers from *hifzh al-din*, *hifzh al-nafs*, *hifzh al-'aql*, *hifzh al-nasl*, *hifzh al-maal*.

Keywords: *Maqashid al-Syari'ah*, Consumer Legal Protection, *Ecommerce*.

## A. Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu Negara dengan angka pengguna Internet di Indonesia, berdasarkan data dari Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna internet di Indonesia menyentuh angka 210 Juta Jiwa atau setara dengan 77 persen penduduk Indonesia (Rachmayanti & CNBC Indonesia, 2022). Besarnya penggunaan internet di Indonesia selain digunakan untuk berhubungan dengan teman dan keluarga (sosial media) namun dipergunakan untuk melakukan transaksi *ecommerce*, hal ini terlihat dalam data yang dirilis oleh wearesocial.com melalui platform hootsuite dimana shopee dan Tokopedia sebagai platform *ecommerce* sepanjang awal hingga pertengahan 2022 mendapat 46.1 Miliar hingga 42.0 Miliar pengunjung (Hootsuite & Wearesocial, 2022). Besarnya pengguna Internet dan platform *ecommerce* tersebut kemudian menjadi gambaran besarnya perputaran uang pada transaksi *ecommerce* di Indonesia, berdasarkan data yang disampaikan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian ada sepanjang quartal pertama 2022 nilai transaksi *ecommerce* di Indonesia mencapai 108,54 triliun rupiah (Uly & Djumena, 2022).

Besarnya pengguna dan nilai transaksi *ecommerce* di Indonesia pastinya akan berbanding lurus dengan besarnya resiko yang ada pada jenis transaksi tersebut. Isu yang saat ini mengemuka adalah tentang keamanan transaksi, perlindungan data pribadi pengguna system elektronik, dan perlindungan bagi konsumen yang melakukan transaksi *ecommerce*. Aspek perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi tersebut harus mendapatkan perhatian lebih dari pemerintah sebab biasanya pihak yang paling banyak dirugikan dalam transaksi *ecommerce* adalah konsumen (Mackaay et al., 1995).

Mengenai aspek hukum perlindungan konsumen, Indonesia sebenarnya sudah memiliki Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang menjadi payung hukum bagi konsumen untuk melindungi dirinya dari kerugian. Sementara untuk transaksi elektronik Indonesia juga memiliki Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE) yang kemudian diperbaharui dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE baru) yang dapat dijadikan payung hukum bagi perlindungan konsumen pada transaksi yang menggunakan system elektronik (*ecommerce*). Namun meskipun kedua undang-undang yang dapat dijadikan payung hukum perlindungan konsumen tersebut sudah lama ada, faktanya kerugian konsumen transaksi *ecommerce* masih terus terjadi, hal inilah yang kemudian menjadi

sorotan publik terkait penerapan perlindungan hukum bagi konsumen *ecommerce*.

Indonesia selain merupakan salah satu Negara dengan populasi terbanyak dan pengguna internet terbanyak di dunia, juga merupakan Negara dengan jumlah populasi muslim terbanyak di Dunia dengan jumlah populasi muslim sebanyak 237,53 juta jiwa per Desember 202 (Bayu, 2022) artinya jika ditarik hubungan dengan data pengguna internet di Indonesia, maka akan didapati fakta bahwa pengguna Internet terbesar di Indonesia adalah muslim.

Islam sebagai agama yang *syumul* mengatur segala aspek kehidupan manusia baik yang sifatnya ibadah (ritual) maupun muammalah (sosial). Sebagai agama yang *syumul* tersebut Islam kemudian memiliki prinsip-prinsip yang harus ditaati oleh pemeluknya (Riswandi, 2019). Kesesuaian antara perilaku kehidupan dengan nilai-nilai syari'at Islam merupakan prinsip yang harus dijaga baik-baik sebagai seorang muslim.

Islam memiliki prinsip bahwa upaya untuk mengatasi permasalahan hukum dan sosial harus mempunyai tujuan yang jelas, dan dalam Islam tujuan tersebut disebut dengan *maqashid al-syari'ah* atau tujuan dari hukum (syari'ah) (Miftakhuddin et al., 2021). Imam Ghazali kemudian merumuskan prinsip tersebut dengan 3 (tiga) tingkatan yakni: 1) *Dharuriyah* (primer); 2) *Hajiyyah* (Sekunder); 3) *Tahsiniah* (Tresier) (Auda, 2007). Ulama kemudian merumuskan (membagi) kebutuhan *dharuriyah* dalam *maqashid al-syari'ah* mejadi 5 (lima) bentuk yakni: 1) *hifzh al-din* (menjaga agama); 2) *hifzh al-nafs* (menjaga nyawa); 3) *hifz al-maal* (menjaga harta); 4) *hifzh al-'aql* (menjaga akal); 5) *hifzh al-nasl* (menjaga generasi) (Kharoufa, 2000). Seiring perkembangan zaman konsep *maqashid al-syari'ah* tidak lagi hanya diaplikasikan dalam bidang kajian hukum Islam, namun sesungguhnya dapat diterapkan pada seluruh aspek kajian hukum, pembentukan hukum, hingga penerapan hukum. Meskipun menggunakan terminology syari'ah yang secara istilah dipahami sebagai hukum yang berasal dari Allah (Islam), namun pada prakteknya *maqashid al-syari'ah* sangat relevan sebagai pisau analisis yang digunakan untuk mengkaji bentuk suatu hukum secara umum dari sisi tujuan atau maksud dari hukum tersebut dibentuk dan diterapkan.

Persoalan yang dapat dilihat lewat perspektif *maqashid al-syari'ah* pada intinya adalah hukum yang sedang dikaji, dibentuk atau diterapkan tersebut apakah sudah memenuhi tujuan atau maksud dari hukum itu sendiri, yang dalam

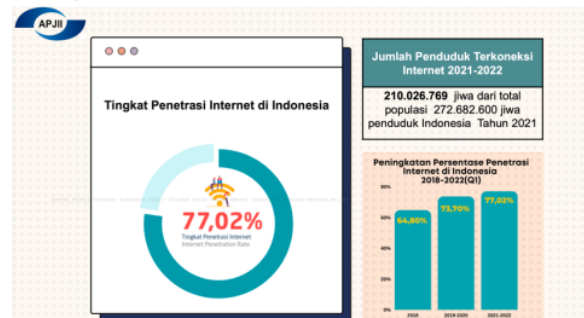
kacamata *maqashid al-syari'ah* adalah kemaslatan? Apakah hukum sudah memberikan kemanfaatan (*jalb al-mashalih*) dan menghindarkan seseorang dari keburukan (*dar' al-mafasid*)? Apakah hukum tersebut sudah mampu memberikan kemaslahatan yang sifatnya primer (*dharuriyah*)? Dari aspek primer (*dharuriyah*) apakah hukum sudah mampu menjaga 5 (lima) hal pokok pada diri seseorang yakni, agama, jiwa, akal, keturunan, dan hartanya? Hal-hal tersebut kemudian menjadi konsep yang digunakan untuk mengkaji aspek perlindungan hukum bagi konsumen transaksi ecommerce di Indonesia.

## B. Kajian Teori

### 1. Demografi Pengguna Internet di Indonesia

Sebelum mengkaji tentang bagaimana konsep dan penerapan perlindungan konsumen ecommerce di Indonesia yang akan dikaji dengan menggunakan perspektif *maqashid al-syari'ah*, terlebih dahulu akan dipaparkan mengenai data pengguna Internet di Indonesia dan ecommerce di Indonesia agar dapat mempertegas urgensi dari penelitian ini.

Data yang dikumpulkan oleh Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia pada Quartal I 2022 menunjukkan tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 77,02% dari tahun 2021-2022. Hal tersebut menggambarkan bahwa Jumlah penduduk yang terkoneksi internet di Indonesia mencapai angka 210.026.769 jiwa dari total populasi 272.682.600 jiwa pada tahun 2021(Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII), 2022), sebagaimana yang tertera pada gambar di bawah ini:



Sumber: Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia 2022

Sementara wearesocial merilis data pada bulan februari 2022 73,7% penduduk Indonesia sudah menjadi pengguna internet yang artinya setara dengan 204 .7 Juta jiwa penduduk Indonesia, sebagaimana data berikut: (Hootsuite & Wearesocial, 2022)



Sumber: Hootsuite & Wearesocial.com

Dari aspek penggunaan Internet selain digunakan untuk melakukan aktifitas keseharian dan mencari informasi, internet juga digunakan untuk kebutuhan transaksi lain seperti jual beli dan transaksi keuangan lain. Hal tersebut terlihat dari hasil survei dimana 50.5 persen responden menggunakan internet untuk mencari produk di *ecommerce* (Hootsuite & Wearesocial, 2022). Sementara APJII mengukur perilaku pengguna internet di Indonesia dan dipatai bahwa 21,26 persen pengguna internet sering mengakses online shop (situs belanja online) (Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII), 2022).

## 2. Konsep *Ecommerce*

*E-commerce* terdiri dari dua suku kata yang kemudian bertransformasi menjadi suatu kata tersendiri. Huruf “E” melambangkan kata *electronic*, sementara *commerce* sendiri diambil dari Bahasa Inggris yang artinya perdagangan. *Elektronic Commerce* yang kemudian disebut *ecommerce* secara singkat dapat diartikan sebagai Perdagangan Elektronik atau perdagangan yang dilakukan dengan menggunakan sarana elektronik. Hal senada diungkapkan oleh Mc Leod yang menegaskan bahwa *ecommerce* adalah penggunaan jaringan komunikasi dan computer untuk kepentingan bisnis (Miftah Maulana et al., 2015). Sementara pakar telematika Indonesia Ono W. Purbo melengkapi definisi di atas dengan menyatakan bahwa *ecommerce* merupakan suatu kesatuan dari dinamika ekonomi, aplikasi hingga proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas masyarakat tertentu melalui perdagangan barang dan jasa yang



dilakukan dengan menggunakan perangkat elektronik dan jaringan komunikasi (Riswandi, 2019).

Seiring perkembangannya, *ecommerce* yang hadir ditengah masyarakat tidak hanya memiliki satu model, setidaknya ada 2 (dua) jenis *ecommerce* yang secara praktis paling sering dilakukan, yakni (Riswandi, 2019):

- a. *Business to Business* (B2B) dimana transaksi *ecommerce* ini merupakan transaksi elektronik yang dilakukan antar perusahaan (*corporate*).
- b. *Business to Consumer* (B2C) yang merupakan transaksi yang dilakukan antara perusahaan/penjual barang/jasa dengan konsumen sebagai *end user*.

Selain jenis *ecommerce* di atas, jenis *ecommerce* kemudian berkembang lagi menjadi berbagai macam model transaksi, diantaranya: (Wismarini, 2012):

- a. *Consumer to Consumer* (C2C) dimana transaksi ini dilakukan antar konsumen yang mana satu pihak sebagai *dropshiper* dan yang lain sebagai *end user*.
- b. *Peer to Peer* (P2P) dimana transaksi ini menghubungkan pengguna dan membiarkan para pengguna untuk membagi ide dan sumber daya computer tanpa server umum.
- c. *M-Commerce* dimana transaksi ini digunakan dengan perangkat mobile yang memungkinkan penggunanya dapat melakukan transaksi kapanpun dan dimana pun dengan jaringan *wireless* dengan menggabungkan para pemakai perangkat mobile ke internet.

Transaksi elektronik atau *ecommerce* semakin banyak diminati hal tersebut disebabkan ada beberapa keunggulan dari transaksi jenis ini dibandingkan dengan transaksi jenis yang lain diantaranya (Aulia Adnan, 2000):

- a. Jangkauan yang luas, para pengguna *ecommerce* dapat melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun tanpa ada batasan *boardless*.
- b. Peningkatan omzet, dengan jangkauan yang luas maka potensi pasar yang digapai juga akan meluas dengan kemungkinan peningkatan angka penjualan yang signifikan.
- c. Penghematan biaya, dengan adanya konsep transaksi model ini secara drastis akan mengurangi biaya persediaan yang harus disediakan oleh merchants.
- d. Memungkinkan diperolehnya harga yang lebih murah.

Meskipun memiliki kelebihan yang membuatnya semakin diminati namun transaksi *ecommerce* itu sendiri juga memiliki kekurangan antara lain: (Riswandi, 2019)

- a. Tingginya potensi kecurangan;
- b. Kerugian secara finansial;
- c. Pencurian data pribadi;
- d. Persaingan bisnis yang tidak sehat;
- e. Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak;
- f. Kehilangan kepercayaan dari para konsumen.

Kekurangan di atas tidak menyurutkan minat masyarakat Indonesia dalam memanfaatkan system *ecommerce*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian mencatat nilai transaksi *ecommerce* di Indonesia mencapai angka Rp. 108,54 triliun sepanjang *kuartal-1 2022*, atau sepadan dengan presentase pertumbuhan senilai 23 persen (Artha Uly & Djumena, 2022).

### 3. Konsep Perlindungan Hukum bagi Konsumen

Perlindungan hukum merupakan hak yang dilindungi oleh konstitusi Indonesia sebagaimana yang diamatkan dalam Pasal 28D ayat 1 Undang-Undang Dasar 1945 yang menyatakan bahwa (Hanafi, 2017):

“Setiap orang berhak atas pengakuan jaminan, perlindungan dan kepastian hukum yang adil serta pengakuan yang sama dihadapan hukum”.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dalam Pasal 3 mencantumkan tujuan perlindungan konsumen, diantaranya:

Dalam konteks transaksi elektronik atau *ecommerce* semua pihak yang melakukan transaksi harusnya dilindungi oleh hukum secara adil dan sama dihadapan hukum. Faktanya para pihak dalam melakukan transaksi elektronik sangat rentan mengalami kerugian, terutama pada sisi konsumen. Konsumen merupakan pihak yang paling rentan mengalami kerugian, sehingga konsepsi perlindungan hukum bagi konsumen dapat dimaknai sebagai pembelaan terhadap hak-hak konsumen dan penekanan atas kewajiban-kewajiban pelaku usaha. (Hanafi, 2017).

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;



- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negative pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya;
- d. Menciptakan system perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbukan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin keberlangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Untaian butir Pasal di atas menggambarkan urgensi perlindungan hukum bagi konsumen dimana faktanya posisi konsumen dan pelaku usaha tidak *equal* terutama pada transaksi *ecommerce*. (Hanafi, 2017)

Konsumen sendiri diartikan sebagai *end user* atau pengguna akhir dari suatu produk, hal tersebut sebagaimana dijelaskan pada Pasal 1 ayat 2 UUPK dimana konsumen adalah setiap orang atau pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga atau orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Perlindungan hukum bagi konsumen dalam konteks transaksi jual beli online (*ecommerce*) agaknya sangat penting untuk dilakukan, bukan hanya karena posisi konsumen yang tidak *equal* (sejajar) dengan pelaku usaha. Konsumen *ecommerce* juga rentan dalam mengalami kerugian material baik akibat penggunaan produk yang buruk, penipuan hingga akibat kebocoran data pribadi. Untuk mengatasi hal tersebut UUPK rasanya belum cukup menjadi payung hukum yang mengakomodir kepentingan konsumen dalam transaksi elektronik, maka dibentuklah Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE) yang kemudian diperbaharui dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE baru) yang dapat dijadikan payung hukum bagi perlindungan konsumen pada transaksi yang menggunakan system elektronik (*ecommerce*) yang kemudian dilengkapi dengan Peraturan

Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE).

Pelaku usaha dalam Pasal 1 butir 28 PP PSTE didefinisikan sebagai setiap orang perseorangan atau Badan Usaha, baik berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama, melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Jika dalam UUPK lebih mengedepankan perlindungan terhadap hak konsumen, maka dalam UUIITE, UUIITE baru, dan PP PSTE lebih mengedepankan penekanan terhadap kewajiban Pelaku Usaha. Dalam Pasal 48 UUIITE misalnya menyebutkan bahwa:

- (1) “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.
- (2) Pelaku Usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan.
- (3) Pelaku Usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen dan/atau penerima kontrak 'untuk mengembalikan barang yang dikirim dan/atau jasa yang disediakan apabila tidak sesuai dengan kontrak atau terdapat cacat tersembunyi.
- (4) Pelaku Usaha wajib menyampaikan informasi mengenai barang yang telah dikirim dan/atau jasa yang disediakan”.

Kemudian Pasal 10 ayat 1 UUIITE menjelaskan:

“Setiap pelaku usaha yang menyelenggarakan Transaksi Elektronik dapat disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan”.

Sertifikasi pelaku usaha ini juga tercantum dalam Pasal 73 ayat 1 PP PSTE, yang tujuan dari sertifikasi tersebut adalah untuk melindungi konsumen dan menjadi jaminan bahwa pelaku usaha tersebut telah memenuhi kriteria dari Lembaga sertifikasi sebagaimana yang tertera pada Pasal 74 ayat 1 dan ayat 2 PP PSTE.

Jika dilihat dari perspektif kelengkapan payung hukum terkait perlindungan konsumen pada transaksi *ecommerce* di Indonesia, maka akan ditemukan bahwa regulasi peraturan perundang-undangan sudah cukup memadai, terlebih lagi menjelang akhir tahun 2022 pemerintah telah mengesahkan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan

Data Pribadi (UUPDP), sehingga dengan kehadiran UUPK, UUIE, UUIE baru, PP PSTE dan UUPDP telah melengkapi kebutuhan perlindungan hukum bagi konsumen transaksi *ecommerce* dari sisi substansi hukum. Hanya saja, kelengkapan peraturan perundang-undangan tersebut harus dibarengi dengan kesiapan dalam menegakan aturan tersebut baik kesiapan struktur hukum dalam hal ini aparat penegak hukum dan Lembaga-lembaga yang dibentuk dan diamankan oleh undang-undang untuk menegakan aturan tersebut (termasuk sarana dan prasarana penunjangnya), dan juga budaya hukum dalam arti pemahaman dan kesiapan masyarakat dalam menegakan dan mematuhi aturan tersebut. Sebab menurut Lawrence M. Friedman dalam teorinya *three elemnts of legal system* menyatakan bahwa dalam penegakan hukum atau *law enforcement* ada 3 (tiga) system hukum yang harus bekerja beriringan yakni Substansi Hukum, Struktur Hukum, dan Kultur Hukum (Budaya Hukum) (Ali, 2009).

#### 4. Konsep Dasar *Maqashid Al-Syari'ah*

Dilihat dari sisi bahasa *maqashid al-Syari'ah* merupakan pertautan atau kombinasi (*idhafah*) 2 kata majemuk (Wijaya, 2015), yakni Dilihat dari sisi bahasa, *maqashid al-syari'ah* terdiri dari 2 (dua) kata yakni *maqashid* yang mana merupakan bentuk jamak dari *maqshad* yang artinya tujuan atau maksud dan *syari'ah* yang mempunyai pengertian hukum-hukum yang berasal dari Allah SWT (Shidiq, 2009). Wahbah az-Zuhaili menyatakan bahwa *maqashid al-syari'ah* dapat dipahami sebagai makna-makna dan tujuan-tujuan umum yang ditentukan oleh syara' baik sebagian maupun secara keseluruhan (Az-Zuhaili, 1986).

*Maqashid al-syari'ah* atau tujuan penetapan hukum merupakan prinsip yang penting dalam kajian hukum Islam dimana para mujtahid yang akan berijtihad dalam upayanya mencari suatu ketetapan hukum harus benar-benar memahami prinsip *maqashid al-syari'ah* ini (Shidiq, 2009). Imam Abu Zahrah mengungkapkan bahwa inti dari prinsip ini adalah suatu pembentukan, penetapan dan pemberlakuan hukum hendaknya dapat mewujudkan kebaikan dan menghindarkan keburukan atau dengan kata lain dapat membawa *manfaat* dan menghindari *mudharat* atau apa yang dikenal dengan *maslahat* (Abu Zahrah, 1958).

Jika dilihat dari beberapa literatur prinsip tujuan hukum Islam ini memiliki beberapa istilah lain selain *maqashid al-syari'ah* yakni: Imam Syathibi menyebutnya dengan *Maqashid al-Syari'ah*, Imam Abu Zahrah menyebut prinsip ini dengan *Maqashid al-Ahkam*, sementara Zaky al-Din

Sya'ban dan Abdul Wahab Khalaf menyebutnya dengan *Maqashid al-Tasri'* dan Najumddin al-Thufi dan Imam al-Ghazali menyebutnya dengan *al-Mashlahah*. (Khatib, 2018) Meskipun penyebutan atau penggunaan istilah yang berbeda, namun substansi dari kajian prinsip tersebut adalah sama yakni maksud atau tujuan dari hukum Islam.

Muara dari penerapan prinsip *maqashid al-syari'ah* adalah kemaslahatan (Jamal, 2016). Imam al-Syathibi dalam *Al-Muwafaqat fi Ushul al-Syari'ah* menegaskan bahwa sesungguhnya ditetapkannya hukum (syari'at) itu semata-mata hanyalah untuk kemaslahatan manusia di dunia dan di akhirat (al-Syathibi, 2003).

Secara umum maslahat dapat dicapai dengan dua Langkah, diantaranya: 1) mewujudkan manfaat (*jalb al-manafi'*) baik secara langsung maupun tidak langsung; 2) menghindari kerusakan atau keburukan (*dar' al-mafasid*). Sedangkan yang menjadi barometer atas baik/buruk (manfa'at/mafasadah) sesuatu Tindakan adalah kebutuhan dasar bagi kehidupan manusia baik yang bersifat primer, sekunder dan tersier (Jamal, 2016; Shidiq, 2009).

Wahbah al-Zuhaili merumuskan Kemaslahatan yang merupakan substansi dari *maqashid al-syari'ah* jika dilihat dari perspektif pengaruhnya terhadap kehidupan manusia dapat dikategorikan menjadi 3 (tiga) tingkatan yakni (Az-Zuhaili, 1986):

- a. *Dharuriyat*, atau kemaslahatan yang sifatnya primer yang urgen atau pokok dalam kehidupan manusia, Imam Ghazali kemudian merumuskan 5 (lima) hal pokok dalam kemaslahatan yang harus dicapai yakni: 1) *hifzu al-din* (memelihara agama); 2) *hifzhu al-nafs* (memelihara jiwa); 3) *hifzhu al-'aql* (memelihara akal), 4) *hifzhu al-nasl* (memelihara keturunan); dan 5) *hifzhu al-maal* (memelihara harta) (al-Ghazali, 1904).
- b. *Hajiyat*, yaitu maslahat yang bersifat sekunder dimana jika hal ini dipenuhi maka akan mempermudah manusia dalam menjalani kehidupan dan jika tidak terpenuhi dampaknya tidak sampai merusak kehidupan.
- c. *Tahsiniyat*, yakni maslahat yang merupakan tuntutan *muru'ah* moral. Dimana jika kemaslahatan ini terpenuhi maka seseorang akan merasakan kebaikan dan kemuliaan namun jika tidak terpenuhi

implikasinya tidak sampai merusak kehidupan dan menyulitkan manusia.

Pembagian masalah sebagaimana yang diuraikan di atas oleh Wahbah al-Zuhaili bermaksud untuk melihat skala prioritas dalam hukum terkait masalah mana yang lebih didahulukan dari masalah yang lain. Tentunya dapat dilihat aspek *dharuriyat* lebih didahulukan daripada aspek *hajiyyat*, dan *hajiyyat* lebih utama ketimbang *tahsiniyat* (Az-Zuhaili, 1986; Shidiq, 2009).

Konteks zaman yang terus berkembang kemudian membuat pengkajian dan penerapan prinsip *maqashid al-syari'ah* harus dikembangkan bahkan diperluas konteksnya. Di Indonesia misalnya, meskipun merupakan Negara dengan jumlah Muslim terbesar di Dunia namun faktanya hukum Islam secara positif tidak berlaku, atau boleh dikatakan berlaku secara parsial (Hukum Nikah, Waris, Hibah, Perbankan Syari'ah). Hukum Islam dalam konteks ke Indonesiaan berlaku sebagai nilai yang hidup di tengah-tengah masyarakat sebagai akibat dari aspek kesejarahan dimana Hukum Islam yang tadinya berlaku sejak zaman kerajaan (kesultanan) di beberapa daerah, kini berlaku sebagai nilai-nilai yang hidup di masyarakat (Ginoni et al., 2021). Meskipun begitu beberapa kajian menyebutkan bahwa prinsip-prinsip Hukum Islam masih eksis di Indonesia jika dilihat dari konteks peranannya dalam pembangunan hukum nasional (Buzama, 2012).

Prinsip-prinsip Hukum Islam sebagai nilai-nilai yang masih dianut dan dipraktikkan di Indonesia secara konseptual masih mewarnai pembentukan dan perkembangan hukum Nasional. Hal tersebut kemudian memungkinkan prinsip *maqashid al-syari'ah* dapat diaplikasikan dengan hukum yang ada di Indonesia.

### C. Metodologi

Penelitian ini menggunakan normative dengan bentuk kajian kepustakaan yang menggabungkan antara telaah literatur prinsip *maqashid al-syari'ah* dan telaah peratruan perundang-undangan yang terkait dengan isu perlindungan konsumen *ecommerce*. Penelitian Normatif merupakan suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, dan doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang sedang dikaji (Marzuki, 2010).

### D. Hasil dan Pembahasan

Perlindungan hukum terhadap konsumen transaksi *ecommerce* melibatkan beberapa variable, perlindungan hukum terhadap konsumen sebagai subjek transaksi disatu sisi dan pengaturan terhadap *ecommerce* sebagai sarana transaksi disisi yang lain. Oleh sebab itu, pengaturan terkait perlindungan hukum terhadap konsumen transaksi *ecommerce* di Indonesia diatur melalui beberapa



peraturan perundang-undangan sebagai payung hukumnya, diantaranya Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Sistem Transaksi Elektronik Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, dan yang terbaru adalah Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi.

Dengan dibentuknya beberapa peraturan tersebut secara substansi hukum sebenarnya perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi elektronik (*ecommerce*) dirasakan sudah cukup lengkap. Jika dikaji melalui perspektif *maqashid al-syari'ah* maka pembentukan dan penerapan undang-undang di atas sesungguhnya untuk melindungi masyarakat (konsumen) yang memanfaatkan sarana transaksi *ecommerce* dari keburukan dan kerugian (*daru' al-mafasid*).

*Daru' al-mafasid* dalam konteks perlindungan konsumen transaksi *ecommerce* memang menjadi fokus utama dibanding *jalb al-mashalih*. Karena memang faktanya dalam transaksi *ecommerce* pihak yang paling rentan mengalami kerugian adalah konsumen. Aspek *Daru' al-mafasid* perlindungan hukum terhadap konsumen *ecommerce* dilakukan dengan dua acara yakni 1) melindungi konsumen sebagai subjek yang harus dilindungi; dan 2) mengatur dan menjaga sistem transaksi elektronik sebagai sarana transaksi yang harus dilindungi.

#### 1. Perlindungan Hukum bagi Konsumen

Undang-undang perlindungan konsumen merupakan instrument utama yang dijadikan dasar hukum bagi perlindungan konsumen. Dalam konsideran UUPK dijelaskan bahwa ketentuan hukum yang melindungi konsumen di Indonesia belum memadai, dan dalam Pasal 1 butir 1 UUPK juga dijelaskan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen, kemudian Pasal 2 UUPK menjelaskan bahwa asas perlindungan konsumen adalah kemanfaatan, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.

Jika diukur melalui prinsip *maqashid al-syari'ah* dimana tujuan hukum adalah kemaslahatan pada ketentuan-ketentuan UUPK di atas, maka sudah dipastikan bahwa pengaturan perlindungan konsumen dari sisi regulasi sudah memenuhi prinsip dasar *maqashid al-syari'ah* terutama pada asas yang menjadi dasar perlindungan konsumen.

Pengaturan hak konsumen (Pasal 4), kewajiban pelaku usaha (Pasal 5), Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha (Pasal 8 sampai 17),



pencantuman klausula baku (Pasal 18) dan Tanggung jawab pelaku usaha (Pasal 19 sampai dengan Pasal 28) dalam UUPK secara konseptual memberikan perlindungan terhadap kepentingan konsumen baik yang sifatnya primer (*dharuriyah*), sekunder (*hajiyah*) dan tersier (*tahsiniyyah*), terutama pada aspek dharuriyah yang meliputi perlindungan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan dan harta sebagaimana yang akan dijelaskan sebagai berikut:

a. *Hifzh al-Din* (menjaga agama) dalam UUPK

Penjagaan terhadap agama dalam UUPK dapat ditemukan pada aspek perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha (Pasal 8) dimana pelaku usaha dilarang untuk tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label. Hal ini kemudian berkaitan dengan hak konsumen (Pasal 4) dimana salah satu haknya adalah hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, serta kewajiban pelaku usaha (Pasal 7) yang menyebutkan bahwa kewajiban pelaku usaha adalah menjamin mutu barang dan/atau jasa sesuai standar mutu yang berlaku.

Perlu diketahui bahwa mengkonsumsi atau menggunakan produk halal merupakan kewajiban bagi umat Islam, sehingga menjamin kualitas dan kehalalan suatu produk merupakan upaya menjaga agama (*hifzhu al-din*) bagi umat Islam

b. *Hifzh al-Nafs* (menjaga jiwa) dalam UUPK

Konsep penjagaan terhadap jiwa ini dapat diartikan menghindarkan konsumen dari mengkonsumsi atau menggunakan barang dan/atau jasa yang dapat membahayakan nyawa. Jika dibaca secara menyeluruh ketentuan-ketentuan yang berkaitan dengan hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha serta tanggung jawab pelaku usaha dalam UUPK hal yang paling urgen dijaga adalah keselamatan konsumen dalam mengkonsumsi atau menggunakan barang dan/atau jasa. Seperti, hak atas keselamatan, hak mendapatkan informasi tentang jaminan, kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik, memberikan informasi yang benar terkait kondisi dan jaminan barang, kewajiban pelaku usaha untuk menjamin mutu barang, larangan pelaku usaha untuk memproduksi dan/atau menjual produk yang tidak sesuai dengan standar yang ditetapkan, dan larangan pelaku usaha untuk tidak mencantumkan komposisi dan aturan pakai, efek samping, tanggal kadaluarsa suatu

produk dan segala tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian, kerusakan dan pencemaran akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

c. *Hifzh al-'Aql* (menjaga akal) dalam UUPK

Konsep menjaga akal yang dimaksudkan disini adalah peluang untuk mengemukakan pendapat, menyalurkan pikiran atau dalam hal perlindungan konsumen adalah kesempatan untuk menyalurkan pendapat, complain atau bahkan menyelesaikan keluhannya. Dalam UUPK hal tersebut terjelaskan dalam Pasal 4 dimana diantara hak konsumen adalah 1) didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa; 2) mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut; dan 3) mendapatkan pembinaan dan Pendidikan konsumen.

Perlindungan terhadap konsumen dari sisi ini juga terlihat dari pengaturan klausula baku (Pasal 18) dimana inti dari Pasal ini konsumen dilarang “memaksa” konsumen untuk menyetujui kesepakatan sepihak (klausula baku) yang dapat merugikan konsumen.

UUPK juga membentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat sebagai sarana bagi masyarakat (konsumen) untuk menyalurkan Aspirasinya.

d. *Hifzh al-Nasl* (menjaga keturunan) dalam UUPK

Perspektif UUPK terhadap Hifzu al-Nasl atau menjaga keturunan adalah hampir mirip dengan hifzh al-nafs dimana konteks penjagaan terhadap keturunan dapat dimaknai sebagai proteksi atas kesehatan konsumen suatu produk yang dapat membahayakan atau mengancam keturunannya. Misalnya konsumen harus dijaga dari konsumsi makanan, obat atau produk-produk tertentu lainnya yang dapat membahayakan janin. Atau proteksi terhadap makanan, obat, atau produk-produk lain yang berbahaya bagi anak. Ketentuan-ketentuan tersebut secara umum juga tercantum dalam Pengaturan hak konsumen (Pasal 4), kewajiban pelaku usaha (Pasal 5), Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha (Pasal 8 sampai 17), pencantuman klausula baku (Pasal 18) dan Tanggung jawab pelaku usaha (Pasal 19 sampai dengan Pasal 28) UUPK.

e. *Hifz al-Maal* (menjaga harta) dalam UUPK

Selain sisi kesehatan (keselamatan) konsumen juga biasanya dirugikan dari factor finansial. Penipuan atas jaminan kualitas maupun kuantitas barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan sering terjadi, tak hanya itu penyesatan-penyesatan atas informasi (iklan) tak jarang sering dialami konsumen, untuk menjaga hal tersebut dari sisi regulasi lewat UUPK permasalahan tersebut diatur dalam pengaturan hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, dan tanggung jawab pelaku usaha. Dimana salah dalam tanggung jawab pelaku usaha ditekankan atas tanggung jawab untuk melakukan ganti rugi bagi pelaku usaha jika ada suatu kondisi yang merugikan konsumen akibat menggunakan atau mengkonsumsi barang dan/atau jasanya.

Selain itu UUPK juga membuka kesempatan untuk menuntut hak-haknya termasuk ganti rugi baik secara materi maupun non-materi lewat upaya penyelesaian sengketa baik melalui proses litigasi maupun non litigasi (Pasal 45 ayat 2). UUPK juga membuat suatu Lembaga untuk menyelesaikan sengketa tersebut di luar pengadilan yang dinamakan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen BPSK

2. Pengaturan System Transaksi Elektronik

Setelah UUPK digunakan sebagai payung hukum utama dalam perlindungan konsumen, maka untuk men-support perlindungan konsumen dalam transaksi *ecommerce* dibuatlah aturan yang dapat memproteksi terelenggaranya *ecommerce* sebagai sarana bertransaksi. Setidaknya ada beberapa peraturan yang dibuat sebagai dasar hukum penyelenggaraan system elektronik yang secara teknis dapat digunakan sebagai payung hukum bagi pelaksanaan transaksi elektronik dan/atau perlindungan hukum bagi konsumen transaksi *ecommerce*, peraturan tersebut diantaranya UUIE, UUPDP, dan PP PSTE.

Jika dikaji melalui perpektif *maqashid al-syari'ah* maka akan didapati bahwa peraturan di atas tersebut (terutama UUIE) tidak hanya memberikan perlindungan kepada pelaksana transaksi elektronik (konsumen) dari keadaan yang dapat menimbulkan keburukan dan kerugian (*dar'u al-mafasid*) namun juga bertujuan untuk memberikan kemanfaatan pada penyelenggaraan transaksi elektronik (*ecommerce*) atau dalam perspektif *maqashid al-syari'ah* dikenal disebut *jalbi al-mashalih* yang tersurat dalam Pasal 4 UUIE bahwa tujuan Informasi dan transaksi

elektronik adalah untuk mecerdaskan kehidupan bangsa, mengembangkan perekonomian nasional, meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan publik, dan seterusnya.

Sedangkan Undang-undang Perlindungan Data Pribadi (UUPDP) lebih mengedepankan aspek proteksi keamanan data pengguna system elektronik termasuk didalamnya konsumen *ecommerce* dari kebocoran dan penyalahgunaan data pribadi yang dapat membahayakan dan merugikan pemilik data tersebut, sebab biasanya dalam transaksi elektronik selain konsumen dapat dirugikan secara langsung konsumen juga dapat dirugikan secara tidak langsung dengan bocornya data pribadi seperti Nomor Induk Kependudukan, Nomor Rekening, PIN ATM, dan data lainnya. Sehingga aspek *dar'u al-mafasid* merupakan tujuan utama dari UUPDP ini. Hal tersebut juga sama dengan Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggaraan Sistem Transaksi Elektronik (PP PSTE) sebagai peraturan teknis yang mengejawantahkan UUTE lebih cenderung melakukan proteksi terhadap berjalannya transaksi elektronik agar berjalan sesuai dengan koridor dan tidak menimbulkan kerugian bagi penggunanya.

Perlindungan hukum bagi konsumen transaksi *ecommerce* dari sisi peraturan tentang transaksi elektronik, jika dilihat dari sudut pandang konsep *dharuriyyah* dalam *maqashid al-syari'ah* dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. *Hifzh al-Din* (menjaga Agama)

Melaksanakan perintah Agama dan menjauhkan diri dari larangan agama adalah salah satu bentuk seseorang dalam menjalankan agamanya. Dalam Islam Pornografi, Judi dan Prostitusi merupakan larangan yang harus di jauhi. Perkembangan teknologi kemudian membuat modus operandi bagi penyebaran pornografi, judi dan prostitusi berkembang dari tadinya berupa transaksi fisik mejadi transaksi digital. Untuk mencegah hal tersebut pemerintah lewat UUTE memberikan penegasan tentang larangan hal tersebut di atas lewat Pasal 27 ayat 1 dan 2 yang berisi 1) Larangan membuat konten yang melanggar kesusilaan Pasal 27 ayat 1; dan 2) Larangan membuat konten yang bernuansa perjudian Pasal 27 ayat 2. Konsumen transaksi elektronik dalam UUTE dilindungi dari transaksi-transaksi yang dapat merusak moral dan agamanya.

b. *Hifzh al-Nafs* (menjaga Jiwa)

Konsep menjaga jiwa dalam kerangka perlindungan hukum bagi transaksi *ecommerce* tidak melulu perkara yang berkaitan langsung dengan nyawa, namun lebih luas lagi yakni ketenangan dan kedamaian dalam menjalani kehidupan. Dalam UUIE ketentuan yang mengatur hal ini terlihat dari Pasal 27 ayat 2 tentang larangan membuat konten yang mengandung unsur pemerasan dan pengancaman. Kemudian ditegaskan dalam Pasal 29 tentang larangan membuat konten yang berisi ancaman kekerasan atau menakut-nakuti yang ditujukan secara pribadi. Jika dipahami dalam kerangka perlindungan konsumen maka penerapan aturan ini dapat diartikan bahwa konsumen transaksi *ecommerce* tidak boleh diperas, diancam, ditakut-takuti, apa lagi jika Tindakan tersebut dapat mengancam keselamatan nyawa konsumen.

Begitu juga UUPDP yang mengatur tentang kerahasiaan data pribadi pengguna system elektronik (*ecommerce*) salah satu aspek yang dilindungi adalah jiwa seseorang, dimana terkadang kebocoran data pribadi tidak hanya menyebabkan kerugian yang sifatnya ekonomis saja namun lebih daripada itu, kebocoran data pribadi dapat berakibat fatal yang mengancam jiwa seseorang.

c. *Hifzh al-'Aql* (menjaga Akal)

Konsep menjaga akal dalam transaksi *ecommerce* adalah tanggung jawab dalam memanfaatkan kebebasan mengemukakan pikiran dan pendapat dimuka umum. Bahwa kebebasan tersebut juga dibatasi dengan hak orang lain dan tidak bertentangan dengan. Pengaturan tersebut tersebut dapat dilihat lewat ketentuan tentang larangan pencemaran nama baik, larangan penyebaran berita bohong, dan larangan melakukan ujaran kebencian sebagaimana yang tertera dalam UUIE.

Penyelenggara system transaksi elektronik pada prakteknya selalu menyediakan kolom komentar, tanda rating, dan layanan customer service untuk menampung dan mendengarkan kritik, saran, dan keluhan dari konsumen.

d. *Hifzh al-Nasl* (menjaga Keturunan)

Konteks penjagaan Keturunan dalam perlindungan konsumen transaksi *ecommerce* hampir sama dengan konteks *hifzhu al-din* di atas, dimana akses pornografi, prostitusi dan perjudian yang dapat



merusak moral generasi muda sebagai penerus bangsa dilarang dalam UUIITE.

e. *Hifz al-Maal* (menjaga Harta)

Penjagaan terhadap harta merupakan salah satu aspek terpenting dan isu yang paling banyak mengemuka dalam transaksi *ecommerce*. Dalam UUIITE sendiri secara tegas diterangkan bahwa pelaku usaha dalam *ecommerce* harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan (Pasal 9), kemudian terdapat larangan untuk menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang dapat menimbulkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik.

Begitu juga dengan UUPDP yang jika dilihat secara menyeluruh bertujuan untuk melindungi data pribadi seseorang (konsumen) dari kebocoran dan penyalahgunaan data pribadi yang dapat menimbulkan kerugian, karena faktanya data pribadi konsumen *ecommerce* sering bocor dan digunakan pihak lain termasuk data sensitive seperti Nomor Kartu Kredit/Debit dan PIN.

## E. Penutup

*Maqashid al-syari'ah* merupakan suatu prinsip yang dimiliki oleh hukum Islam dimana tujuan dari ditetapkannya suatu hukum adalah kemaslahatan. Kemaslahatan dapat tercipta melalui 2 cara yakni *dar'ul mafasid* atau mencegah keburukan atau kerugian dan *jalb al-mashalih* atau menciptakan kemanfaatan. Kemaslahatan tersebut digunakan untuk melindungi kepentingan manusia baik yang sifatnya *dharuriyah* (primer), *hajiyyah* (sekunder), dan *tahsiniyah* (tersier). Meskipun prinsip *maqashid al-syari'ah* biasa digunakan untuk menganalisis hukum Islam namun prinsip ini juga dapat mengkaji penetapan suatu hukum diluar hukum Islam.

Perlindungan hukum bagi konsumen transaksi *ecommerce* menjadi isu penting yang mengemuka akhir-akhir ini, sebab *ecommerce* merupakan sarana transaksi yang marak digunakan akhir-akhir ini dengan akses yang begitu luas. Dari sisi regulasi Indonesia sudah memiliki peraturan perundang-undangan yang mengakomodir kepentingan hukum konsumen transaksi *ecommerce* baik perlindungan bagi konsumen sebagai subjek yang dilindungi kepentingan hukumnya, maupun pengaturan terhadap transaksi elektronik sebagai sarana



transaksinya. Secara normatif perlindungan hukum ini mengedepankan aspek *dar' u al-mafasid* dengan melindungi kepentingan *dharuriyah* konsumen secara komprehensif dari mulai *hifzh al-din*, *hifzh al-nafs*, *hifzh al-'aql*, *hifzh al-nasl*, *hifzh al-maal*.

### Referensi

- Abu Zahrah, M. (1958). *Ushul al-Fiqh*. Daar al-Fikr al-'Araby.
- al-Ghazali, A. H. M. ibn M. (1904). *Al-Mustashfa min 'Ilm al-Ushul* (1st ed.). Daar al-Fikr.
- Ali, A. (2009). *Menguak Teori Hukum (Legal Theory) dan Teori Peradilan (Jurisprudence) Termasuk Interpretasi Undang-Undang*. Kencana Prenada Media Group.
- al-Syathibi, A. I. I. bin M. (2003). *Al Muafaqot fi Ushul al Syariah*. Daar al-Kitab al-'Ilmiyah.
- Artha Uly, Y., & Djumena, E. (2022, August 3). *Nilai Transaksi E-Commerce Indonesia Capai 108,54 Triliun di Kuartal I 2022*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2022/08/03/211200826/nilai-transaksi-e-commerce-indonesia-capai-rp-108-54-triliun-di-kuartal-i-2022?page=all>
- Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII). (2022). *Profil Internet Indonesia 2022*.
- Auda, J. (2007). *Maqashid Al-Syari'ah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach* (ebook). The International Institute of Islamic Thought London.
- Aulia Adnan, M. (2000). *Aspek Hukum Protokol Pembayaran Visa/Mastercard Secure Electronic Transaction (SET)*. Universitas Indonesia.
- Az-Zuhaili, W. (1986). *Uşûl al-Fiqh al-Islâmî* (1st ed.). Dar al-Fikr.
- Bayu, D. (2022, February 16). *Sebanyak 89,6% Penduduk Indonesia Beragama Islam*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/sebanyak-869-penduduk-indonesia-beragama-islam>
- Buzama, K. (2012). *Pemberlakuan Teori-Teori Hukum Islam di Indonesia*. *Al-'Adalah*, X(4).
- Ginoni, H., Hanafi, F., & Rahman, N. A. (2021). *Positive Transformation of Islamic Law in Local Wisdom in the Sultan of Tidore*. *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah*, 19(2), 149–164. <https://doi.org/10.30984>
- Hanafi, F. (2017). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Transaksi Jual Beli Online di Kota Ternate dalam Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik* [Tesis]. Universitas Khairun.

- Hootsuite, & Wearesocial. (2022). *Digital 2022: Indonesia*.  
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Jamal, R. (2016). MAQASHID AL-SYARI'AH DAN RELEVANSINYA DALAM KONTEKS KEKINIAN. *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah*, 8(1).  
<https://doi.org/10.30984/as.v8i1.34>
- Kharoufa, E. (2000). *Philosophy of Islamic Shariah and its Contribution to the Science of Contemporary Law*. Islamic Research and Training Institute.
- Khatib, S. (2018). KONSEP MAQASHID AL-SYARI'AH: PERBANDINGAN ANTARA PEMIKIRAN AL-GHAZALI DAN AL-SYATHIBI. *Jurnal Ilmiah Mizani: Wacana Hukum, Ekonomi Dan Keagamaan*, 5(1).  
<https://doi.org/10.29300/mzn.v5i1.1436>
- Mackaay, E., Poulin, D., & Tudel, P. (1995). *The Electronic Superhighway: The Shape of Technology and The Law to Come*. Kluwer Law International.
- Marzuki, P. M. (2010). *Metodologi Penelitian Hukum*. Kencana Pranada.
- Miftah Maulana, S., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 1–9.
- Miftakhuddin, M., Lestari, K. T., Aniroh, A., & Adinugraha, H. H. (2021). Pendayagunaan Wakaf di Tengah Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Maqashid Al-Syariah. *Iqtishaduna*, 10(1), 76–90.  
<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v10i1.313>
- Rachmayanti, D. I., & CNBC Indonesia. (2022, June 9). *Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet di Indonesia*.
- Riswandi, D. (2019). Transaksi Online (Ecommerce): Peluang Dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Econetica*, 1(1).
- Shidiq, G. (2009). Teori Maqashid Al-Syari'Ah Dalam Hukum Islam. *Majalah Ilmiah Sultan Agung*, 44(118).
- Uly, A. Y., & Djumena, E. (2022, August 3). Nilai Transaksi Ecommerce Indonesia Capai Rp. 108,54 Triliun Di Quartal 1 2022. Kompas.Com.  
<https://money.kompas.com/read/2022/08/03/211200826/nilai-transaksi-e-commerce-indonesia-capai-rp-108-54-triliun-di-kuartal-i-2022?page=all#:~:text=Whats%20New-,Nilai%20Transaksi%20E%2DCommerce%20Indonesia%20Capai%20Rp%20108%2C54,Triliun%20di%20Kuartal%20I%2D2022&text=JAKARTA%2C>

%20KOMPAS.com%20%2D%20Kementerian, triliun%20sepanjang%20kuartal%20I%2D2022.

Wijaya, A. (2015). Cara Memahami Maqashid Al- Syari'ah. *Jurnal Al-Daulah*, 4(2).

Wismarini, F. T. (2012, February 17). *Mengenal E-Commerce*. Teknik Informatika Universitas Pasundan. [unpas.ac.id/mengenal-e-commerce/](http://unpas.ac.id/mengenal-e-commerce/)

# eksplorasi

---

## ORIGINALITY REPORT

---

93%

SIMILARITY INDEX

93%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

---

1

journal.iain-ternate.ac.id

Internet Source

93%

---

Exclude quotes On

Exclude matches < 40%

Exclude bibliography On

# eksplorasi

---

PAGE 1

---

PAGE 2

---

PAGE 3

---

PAGE 4

---

PAGE 5

---

PAGE 6

---

PAGE 7

---

PAGE 8

---

PAGE 9

---

PAGE 10

---

PAGE 11

---

PAGE 12

---

PAGE 13

---

PAGE 14

---

PAGE 15

---

PAGE 16

---

PAGE 17

---

PAGE 18

---

PAGE 19

---

PAGE 20

---

PAGE 21

---

PAGE 22

---