

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hukum adalah seperangkat aturan yang dibuat dan diterapkan oleh lembaga yang berwenang untuk mengatur perilaku manusia dalam masyarakat. Tujuannya adalah untuk menjaga ketertiban, keadilan, dan kepastian hukum. Aturan ini mencakup berbagai aspek kehidupan, seperti hak dan kewajiban, larangan, serta sanksi bagi yang melanggar. Hukum bisa berbentuk undang-undang peraturan pemerintah, atau keputusan pengadilan.

Ekonomi adalah ilmu sosial yang mempelajari bagaimana masyarakat mengelola sumber daya yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Ekonomi itu mencakup produksi, distribusi dan konsumsi barang dan jasa. Ekonomi berusaha memahami bagaimana individu, perusahaan dan pemerintah membuat keputusan dalam situasi yang melibatkan keterbatasan sumber daya, serta bagaimana keputusan tersebut memengaruhi kesejahteraan dan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.¹

Hukum ekonomi syariah memiliki perbedaan mendasar dengan hukum ekonomi non-syariah. Di satu sisi, hukum ekonomi Islam menghormati nilai-nilai kehendak hukum pencipta manusia yang tercantum dalam Al-Qur'an, yang kemudian dilaksanakan oleh manusia. Ekonomi syariah dirancang untuk mewujudkan cita-cita ajaran Islam, yaitu untuk mencapai tujuan syariah (*maqasid al-syari'ah*). Tujuan paling dasar dari syariah adalah pencapaian kesejahteraan dan perlindungan terhadap lima prinsip dasar (*al-dharuriyyat al-khams*). Kelima prinsip dasar ini mencakup perlindungan terhadap agama, kehidupan, kecerdasan, keturunan, dan kekayaan.²

¹ Mahipal, Yudi Wahyudin, Anzu Elvia Zahara, Askar Patahuddin, *Buku Referensi Hukum Ekonomi Syariah Teori dan Implementasinya* (Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), hlm 1.

² Budi Sulistiyo, Syahrul Anwar, Dede Kania, Aziz Faturokhman. *Analisis Konsep Etika, Norma, Dan Hukum Dalam Implementasi Hukum Ekonomi Syariah*, Strata Social and Humanities Studies Vol. 1, No. 2 (2023) hlm 194-196.

Manusia sebagai makhluk *zoon political* dalam menjalankan aktivitasnya dalam kehidupan di dunia ini mendorong untuk saling berhubungan antara satu dengan lainnya, agar dapat memenuhi kebutuhannya. Dengan adanya hubungan satu sama lain, maka dibutuhkan satu hukum yang dapat mengatur hubungan tersebut, sebab jika tidak ada hukum yang mengaturnya, maka kehidupan manusia dalam hal berhubungan antara satu dengan yang lainnya, akan terjadi kekacauan dan ketidak stabilan dalam kehidupan manusia.

Salah satu bentuk aturan hukum yang sangat dibutuhkan dalam masyarakat adalah aturan hukum mengenai akad dalam transaksi ekonomi syariah. Aturan ini berfungsi untuk tetap menjaga stabilitas dalam kehidupan masyarakat, sehingga masyarakat dalam melakukan transaksi tetap dalam hal-hal yang sesuai dengan syariat. Aktivitas-aktivitas ekonomi itu merupakan aktivitas muamalah, maka dalam sektor ekonomi, misalnya yang merupakan prinsip larangan riba, sistem bagi hasil, pengambilan keuntungan, pengenalan zakat, dan lain-lain. Oleh karena itu tugas bagi para muslim sepanjang zaman dalam mengembangkan teknik penerapan prinsip-prinsip ekonomi tersebut yang sesuai dengan situasi dan kondisi pada setiap masa.³

Akad menurut istilah adalah pertalian *ijab* dan *qabul* sesuai dengan kehendak syariat yang berpengaruh pada objek perikatan. Yang dimaksud “sesuai dengan kehendak syariat” adalah bahwa seluruh perikatan yang dilakukan oleh dua belah pihak atau lebih, apabila tidak sejalan dengan kehendak *syara'*, misalnya kesepakatan untuk melakukan transaksi *riba*, menipu orang lain, atau merampok kekayaan orang lain. Sementara yang dilakukan “berpengaruh pada objek perikatan” adalah terjadinya perpindahan pemilikan suatu pihak (yang melakukan *ijab*) kepada pihak yang lain (yang menyatakan *qabul*).

Wahbah al-Zuhayli dalam kitabnya *al-Fiqh Al-Islami wa Adillatuh* yang dikutip oleh Dimyauddin Djuwaini bahwa akad adalah hubungan/keterkaitan antara *ijab* dan *qabul* atas diskursus yang dibenarkan oleh *syara'* dan memiliki implikasi hukum tertentu. Sedangkan menurut Hasbi Ash-Shiddieqy bahwa akad adalah

³ Darmawati H, *Akad Dalam Transaksi Ekonomi Syariah*, Sulesana Volume 12 Nomor 2 (2018) hlm 143.

perikatan antara *ijab* dengan *qabul* yang dibenarkan *syara'* yang menetapkan keridhaan kedua belah pihak. Berdasarkan definisi tersebut, maka dapat dipahami bahwa akad adalah suatu perbuatan yang sengaja dibuat oleh dua orang atau lebih berdasarkan keridhaan masing-masing pihak yang melakukan akad dan memiliki akibat hukum baru bagi mereka yang berakad.

Landasan akad mengacu pada firman Allah Swt., dalam Q.S Al-Maidah: 1

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

“Hai orang-orang yang beriman penuhilah akad-akad itu” (Q.S Al-Maidah: 1).⁴

Dari ayat tersebut menegaskan bahwa setiap mukmin berkewajiban untuk menunaikan apa yang telah dijanjikan dan diakadkan baik berupa perkataan maupun perbuatan. Pelaksanaan akad dalam transaksi perdagangan diharuskan adanya kerelaan kedua belah pihak, atau yang diistilahkan '*antaradhin minkum*'. Walaupun kerelaan tersebut merupakan sesuatu yang tersembunyi di lubuk hati, tetapi indikator dan tanda-tandanya dapat terlihat. *Ijab* dan *qabul* atau apa saja yang dikenal dalam adat kebiasaan di masyarakat sebagai serah terima merupakan bentuk-bentuk yang digunakan hukum untuk menunjukkan kerelaan.⁵

Akad *tijari* adalah perjanjian atau kontrak yang dibuat dalam kegiatan perdagangan yang bertujuan mencari keuntungan sesuai prinsip syariah. Dalam akad *tijari*, kedua pihak penjual dan pembeli bersepakat melakukan transaksi jual beli dengan hak dan kewajiban yang jelas. Akad jual beli merupakan salah satu contoh utama dari akad *tijari* dalam transaksi yang sifatnya komersial atau profit motif (*profit transaction oriented*), yaitu untuk mencari dan mendapatkan suatu keuntungan sehingga boleh mengambil keuntungan. Akad *tijari* dapat juga dirubah menjadi akad *tabarru'* dengan cara bila salah satu pihak yang tertahan haknya dengan rela melepaskan haknya, sehingga menggugurkan kewajiban pihak yang belum menunaikan kewajibannya.⁶

⁴ Q.S Al-Maidah: 1 Tim Penyempurna Penerjemah Al-Qur'an Kementerian Agama, Al-Qur'an dan Terjemahnya Edisi Penyempurnaan (Jakarta: Lajnah Penafsiran Al-Qur'an, 2019).

⁵ Eka Nuraini Rachmawati, Ab Mumin bin Ab Ghani, *Akad Jual Beli Dalam Perspektif Fikih dan Praktiknya di Pasar Modal Indonesia*, Al-'Adalah Vol. XII, No. 4 (2015), hlm 786.

⁶ Nur Fitriyah Sari, *Bank Syariah: Akad dan Produk*, Mafatiha: Jurnal Studi Islam Vol. 1 No. 1 (2023) hlm 3-4.

Jual beli adalah menukar barang dengan barang atau menukar barang dengan uang, dengan jalan melepaskan hak kepemilikan dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan. Jual beli adalah aktifitas ekonomi yang hukumnya boleh berdasarkan kitabullah dan sunnah rasul-Nya serta *ijma'* dari seluruh umat Islam, umat Islam sepanjang sejarah telah *berijma'* tentang halalnya jual beli sebagai salah satu bentuk mendapat rizki yang *halal* dan diberkahi. Imam Syafi'i menegaskan bahwa dasarnya hukum jual beli itu seluruhnya adalah *mubah*, yaitu apabila dengan keridhaan dari kedua belah pihak. Namun kehalalan ini akan berubah menjadi haram bila terjadi hal-hal tertentu, misalnya apabila jual beli itu dilarang oleh Rasulullah SAW, atau yang maknanya termasuk yang dilarang.

Nabi Muhammad menyebut jual beli *mabrur* sebagai salah satu usaha yang baik. Ada hal penting yang harus diperhatikan dalam praktik jual beli. Khalifah Umar bin Khatab, sebagaimana dikutip oleh Sayyid Sabiq pernah mengingatkan kepada para pedagang agar mengetahui tata cara jual beli yang benar, agar tidak terjerumus pada praktik *riba*. *Riba* dalam jual beli adalah rambu-rambu yang sering diingatkan oleh Nabi. Dalam beberapa hadits, Nabi menyebutkan ada barang-barang yang hanya boleh ditukar (dijual belikan) atas dasar kesamaan timbangan atau takaran. Jika tidak demikian maka praktik pertukaran tersebut adalah mengandung *riba*. Nabi menyebut beberapa nama jual beli yang dilarang karena *riba*, menipu atau tidak jelas akibat transaksinya (*gharar*). Hal ini menunjukkan bahwa *riba* dan perbuatan terlarang lainnya bisa terjadi pada praktik jual beli, meskipun al-Qur'an menempatkan keduanya pada dua kutub yang berlawanan dengan menghalalkan jual beli dan mengharamkan *riba*.⁷

Riba itu adalah pengambilan tambahan, baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam meminjam secara *batil* dan bertentangan dengan prinsip muamalah dalam Islam. Hukum *riba* adalah haram, dilarangnya *riba* dalam Islam bertujuan untuk menjaga keadilan sosial, mencegah eksploitasi ekonomi, dan mempromosikan sistem keuangan yang etis. *Gharar* dalam konteks transaksi ekonomi dan hukum Islam, merujuk pada ketidakpastian atau spekulasi yang signifikan sehingga dapat

⁷ Nur Fathoni, *Konsep Jual Beli Menurut Fatwa DSN-MUI*, *Economica Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 4 No. 1 (2013) hlm 57-58.

mempengaruhi keabsahan transaksi. *Maysir* adalah transaksi yang digantungkan pada suatu keadaan yang tidak pasti dan bersifat untung-untungan. *Maysir* merujuk pada segala bentuk permainan yang mengandung unsur taruhan di mana pihak yang menang memperoleh keuntungan atas kerugian pihak yang kalah, yang sering kali tanpa usaha nyata.

Gharar adalah ketidakpastian atau transaksi yang berisiko besar. Jual beli *gharar* adalah segala bentuk transaksi yang mengandung ketidakjelasan, ketidakpastian, penipuan atau spekulasi yang bisa merugikan salah satu pihak. Dalam konteks jual beli, *gharar* dapat muncul melalui praktik *tadlis* yang dilakukan oleh penjual maupun pembeli, berupa penyampaian informasi yang tidak lengkap, manipulatif, atau menyesatkan mengenai objek transaksi. Unsur *tadlis* ini mengakibatkan ketidakseimbangan pengetahuan yang bertentangan dengan prinsip transparansi dalam hukum ekonomi syariah.⁸

Salah satu bentuk *tadlis* adalah perbedaan informasi produk dengan yang sebenarnya, salah satu contohnya yang saat ini sedang ramai diperbincangkan di *platform* media sosial, seperti tiktok bahwasannya ada produk makanan kemasan yaitu gulaku, yang mana produk ini tidak sesuai dengan keterangan pada label karena diduga memiliki berat yang kurang dari jumlah yang tertera. Ketidaksesuaian tersebut bukan hanya mencederai prinsip kejujuran dan transparansi dalam transaksi, tetapi juga berpotensi merugikan konsumen secara materiil maupun non-materiil.

Gambar 1. 1 Produk Gulaku



⁸ Akram Ista, Ristiyanti Ahmadul Marunta, Andi Muh. Taqiyuddin, Yakub, Nurul Amalia Ista, *Riba, Gharar, Dan Maysir dalam Sistem Ekonomi*, Jurnal Tana Mana Vol. 4 No. 3 (2024) hlm 328-329.

Gambar 1. 2 Bukti Ketidaksesuaian Berat Produk Gulaku yang Viral di Media Sosial TikTok



Gambar diatas menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara informasi berat bersih yang tertera pada kemasan gula merek Gulaku 1 kg dengan berat sebenarnya setelah dilakukan penimbangan hanya 978 gram. Pada kemasan tercantum keterangan berat bersih 1 kg, namun hasil pengukuran menunjukkan bahwa berat produk berada di bawah ketentuan yang dicantumkan. Kondisi ini menggambarkan adanya ketidaksesuaian informasi produk yang berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen, karena konsumen menerima barang yang tidak sesuai dengan keterangan pada kemasan sebagaimana yang dijanjikan oleh pelaku usaha.

Larangan *tadlis* salah satunya terdapat pada Hadist Nabi, Rasulullah SAW, bersabda:

مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنَّا

Artinya: “Barang siapa yang menipu, maka ia bukan golongan kami” (HR. Muslim).⁹

Dalam hukum ekonomi syariah penting untuk mengedepankan kejujuran, karena kejujuran ini merupakan prinsip fundamental yang harus dikedepankan dalam setiap transaksi, termasuk dalam akad jual beli. Hal ini sejalan dengan Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli, yang menegaskan bahwa transaksi harus dilakukan berdasarkan asas *an-taradhin* (saling rela), transparansi, dan tidak boleh mengandung unsur penipuan atau menyembunyian informasi yang merugikan salah satu pihak. Fatwa tersebut menekankan bahwa objek

⁹ Muslim bin al-Hajjaj, *Shahih Muslim* (Beirut: Dar Ihya al-Turats al-Arabi, t.th.), Juz 1, Hal. 99, Hadits No. 101.

jual beli harus jelas, baik dari segi jumlah, kualitas, maupun karakteristik lainnya, sehingga tidak memberikan ruang bagi praktik *tadlis* yang dapat menimbulkan *gharar*.¹⁰

Landasan tersebut mengacu pada firman Allah Swt., dalam Q.S An-Nisa: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang *batil* (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka diantara kamu” (Q.S An-Nisa: 29).¹¹

Barang dalam keadaan terbungkus yang selanjutnya disingkat BDKT adalah barang atau komoditas tertentu yang dimasukkan kedalam kemasan tertutup yang diperdagangkan harus memenuhi ketentuan sebagaimana yang telah diatur dalam pasal 22 dan 23 Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal terhadap BDKT (Barang Dalam Keadaan Terbungkus). Pada intinya setiap barang dalam keadaan terbungkus yang beredar di Indonesia harus terdapat keterangan pada pembungkusnya, labelnya, etiketnya, dengan tulisan singkat, jelas, dan benar, mengenai:

- a. Nama barang dalam bungkusannya itu.
- b. Ukuran, isi, atau berat bersih barang dalam keadaan terbungkus itu dengan satuan atau lambang sebagaimana dimaksud dalam pasal 4, pasal 5, dan pasal 7 pada Undang-Undang No. 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal.
- c. Jumlah barang dalam keadaan terbungkus itu jika barang itu dijual dengan hitungan.¹²

Dalam perspektif hukum positif, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur bahwa setiap produk makanan kemasan wajib mencantumkan informasi yang benar mengenai berat bersih, ukuran, dan isi

¹⁰ Siti Aisyah, *Peran Kejujuran dan Transparansi Dalam Meningkatkan Integritas Bisnis Syariah*, Al-A'mal Jurnal Manajemen Bisnis Syariah (2025) hlm 105-106.

¹¹ Q.S An-Nisa: 29 Tim Penyempurna Penerjemah Al-Qur'an Kementerian Agama, Al-Qur'an dan Terjemahnya Edisi Penyempurnaan (Jakarta: Lajnah Penafsiran Al-Qur'an, 2019).

¹² Rahmayanti Meli, Hayatul Iman Candra, Zubaedah Rahmi, *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Ketidaksesuaian Pencantuman Pelabelan Dan Kebenaran Kuantitas Pada Barang Dalam Keadaan Terbungkus (Bdkt)*, Humani (Hukum dan Masyarakat Madani) Vol. 11 No. 1 (2021) hlm 83.

karena hal tersebut menjadi hak dasar konsumen sebelum melakukan pembelian. Ketidaksesuaian antara label dan kondisi sebenarnya dipandang sebagai tindakan yang merugikan, sebab dapat menimbulkan kerugian materiil dan mencederaikan kepercayaan konsumen terhadap pelaku usaha. Pelaku usaha berkewajiban memastikan bahwa setiap keterangan pada kemasan telah sesuai dengan standar penimbangan dan pemeriksaan yang berlaku, sehingga tidak menimbulkan kesan menipu atau memanipulasi.¹³

Gambar 1. 3 Reaksi Konsumen di Media Sosial TikTok atas Temuan Ketidaksesuaian Berat Bersih Produk Gulaku



Pada praktiknya masih ditemukan berbagai bukti yang menunjukkan bahwa konsumen merasa dirugikan. Kerugian tersebut dapat dilihat dari adanya keluhan konsumen terhadap ketidaksesuaian antara informasi pada kemasan dengan kondisi barang yang diterima. Pasal 7 huruf b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa, termasuk penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaannya. Ketentuan tersebut bertujuan agar konsumen memperoleh informasi yang transparan dan tidak menyesatkan sebelum melakukan transaksi, sehingga hak konsumen untuk mengetahui keadaan barang yang sebenarnya dapat terpenuhi dan potensi kerugian akibat informasi yang tidak sesuai dapat dihindari.

Penelitian dari sudut pandang perlindungan konsumen perlu dilakukan karena konsumen sering berada pada posisi yang lebih lemah dibandingkan pelaku usaha, khususnya dalam hal memperoleh informasi yang benar mengenai produk. Melalui

¹³ Ningsi Nurdin, Rory Jeff Akyuwen, Muchtar Anshary Hamid Labetubun, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Pangan Kemasan Yang Tidak Memiliki Label*, *Tatohi Jurnal Ilmu Hukum* Vol. 4 No. 4 (2024) hlm 274.

penelitian perlindungan konsumen, dapat dianalisis apakah hak-hak konsumen telah dilaksanakan sebagaimana mestinya serta sejauh mana ketentuan hukum mampu memberikan perlindungan terhadap praktik usaha yang berpotensi merugikan. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pelaku usaha agar bertindak jujur dan bertanggung jawab, serta melindungi kepentingan masyarakat luas agar terhindar dari kerugian dalam kegiatan konsumsi sehari-hari.

Berdasarkan realitas tersebut, penelitian ini mengangkat judul **“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Terhadap Penggunaan Klausa Baku Produk Gula”**. Kajian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif, sekaligus menjadi kontribusi ilmiah bagi pengembangan hukum ekonomi syariah dalam menghadapi dinamika transaksi modern yang semakin kompleks.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana klaim palsu berat pada produk makanan kemasan gulaku?
2. Bagaimana perlindungan konsumen pada klaim palsu berat produk makanan gulaku berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999?
3. Bagaimana hukum klaim palsu berat pada produk makanan kemasan gulaku menurut hukum ekonomi syariah?

C. Tujuan Masalah Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penulis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui klaim palsu berat pada produk makanan kemasan gulaku.
2. Untuk mengetahui perlindungan konsumen pada klaim palsu berat produk makanan gulaku berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.
3. Untuk mengetahui hukum klaim palsu berat pada produk makanan kemasan gulaku menurut hukum ekonomi syariah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian hukum ekonomi syariah, khususnya dalam isu-isu kontemporer yang berkaitan dengan transaksi modern dan perlindungan konsumen. Penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai konsep *gharar*, *tadlis*, serta keabsahan akad dalam konteks jual beli produk makanan kemasan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan bagi akademisi, peneliti, dan mahasiswa yang ingin mendalami penerapan prinsip-prinsip syariah pada permasalahan bisnis dan perdagangan masa kini. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperluas pemahaman teoretis, tetapi juga membuka ruang bagi diskusi ilmiah yang lebih luas terkait penerapan nilai syariah dalam industri produk konsumsi.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang terlibat dalam aktivitas ekonomi. Bagi konsumen, penelitian ini dapat menjadi sumber informasi yang membantu meningkatkan kesadaran akan pentingnya memahami keabsahan informasi produk yang dibeli, sehingga mereka lebih berhati-hati dalam menentukan pilihan. Bagi pelaku usaha, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk memperbaiki praktik bisnis agar lebih jujur, transparan, dan sesuai dengan prinsip syariah serta ketentuan hukum positif. Bagi pemerintah maupun lembaga pengawas, penelitian ini dapat memberikan masukan dalam memperkuat regulasi, pengawasan, dan penegakan hukum terhadap praktik kecurangan dalam produk makanan kemasan. Dengan adanya manfaat tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan dampak nyata dalam mewujudkan ekosistem bisnis yang lebih adil dan berintegritas.

E. Penelitian Terdahulu

1. Cici Febrianty

Judul: “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pemasangan Gambar Palsu Di Marketplace Facebook (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Palopo)”

Skripsi ini membahas fenomena pemasangan gambar palsu dalam transaksi jual beli online melalui Marketplace Facebook yang marak terjadi di kalangan mahasiswa IAIN Palopo. Marketplace Facebook menjadi platform yang digemari karena mudah diakses, praktis, dan memungkinkan transaksi dilakukan hanya melalui ponsel, namun kemudahan ini juga menghadirkan berbagai penyimpangan seperti penggunaan gambar produk yang tidak sesuai dengan barang yang diterima konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan praktik jual beli di marketplace tersebut sekaligus menganalisisnya dari sudut pandang hukum ekonomi syariah. Penjual sering menampilkan foto produk yang menarik tetapi tidak sesuai kenyataan sehingga pembeli kurang memiliki informasi yang jelas terkait kualitas, ukuran, dan spesifikasi barang. Praktik seperti ini menimbulkan unsur penipuan (*tadlis*), ketidakjelasan atau *gharar*, dan ketidakadilan yang dapat merugikan pembeli. Dari perspektif syariah, transaksi semacam ini tidak memenuhi prinsip dasar jual beli yang menuntut kejelasan barang, kejujuran, serta kerelaan antara kedua belah pihak. Selain itu, praktik tersebut bertentangan dengan ketentuan akad *salam*, yang merupakan bentuk transaksi pemesanan dalam fikih, karena akad *salam* mensyaratkan kejelasan spesifikasi barang, harga yang pasti, serta tidak boleh ada penipuan. Penelitian ini menegaskan bahwa pemasangan gambar palsu merupakan tindakan yang dilarang dalam hukum ekonomi syariah karena mengandung unsur kezaliman, memakan harta dengan cara *batil*, dan merusak kepercayaan dalam bermuamalah. Pada akhirnya, skripsi ini memberikan pemahaman bahwa transaksi *online* harus tetap berlandaskan prinsip syariah kejujuran, tanggung jawab, transparansi, dan perlindungan dari bahaya agar tidak merugikan salah satu pihak.¹⁴

2. Adhyasta Dwi Pangestu

Judul: “Perlindungan Konsumen Terhadap Pemberian Label Informasi Nilai Gizi Yang Tidak Sesuai”

¹⁴ Cici Febrianty, *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pemasangan Gambar Palsu Di Marketplace Facebook (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Palopo)* (2022).

Skripsi ini membahas bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen terhadap praktik ketidaksesuaian informasi nilai gizi pada label produk pangan olahan, yang semakin sering terjadi di tengah maraknya konsumsi makanan dan minuman dalam kemasan. Penelitian ini berangkat dari banyaknya kasus produk pangan, khususnya susu protein, yang setelah diuji laboratorium ternyata memiliki kandungan gizi jauh di bawah klaim yang dicantumkan pada label, sehingga merugikan konsumen baik secara materiil maupun kesehatan. Ketidaksesuaian label gizi merupakan pelanggaran terhadap hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban berdasarkan Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen apabila terbukti memberikan label gizi yang tidak sesuai, termasuk kewajiban memberikan ganti rugi berupa pengembalian uang atau penggantian produk sejenis. Selain itu, ketentuan dalam Undang-Undang Pangan, Peraturan Pemerintah tentang Label dan Iklan Pangan, serta Peraturan BPOM tentang Informasi Nilai Gizi mempertegas bahwa label pangan harus akurat dan tidak menyesatkan. Skripsi ini menegaskan pentingnya perlindungan konsumen dan menyoroti peran pemerintah, BPOM, dan pelaku usaha dalam menjamin keamanan pangan serta memberikan informasi gizi yang valid demi kesehatan dan keselamatan masyarakat, sekaligus mendorong konsumen untuk lebih kritis dalam memilih produk olahan.¹⁵

3. Shifa Nuraini

Judul: “Pemasaran *Skincare* Dengan Cara *Overclaim* Di *E-Commerce* (Perspektif Fatwa DSN-MUI Dan Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen)”

Skripsi ini mengkaji praktik pemasaran produk *skincare* dengan cara *overclaim* di *platform e-commerce*, yakni klaim yang berlebihan dan tidak sesuai realitas atau tidak didukung bukti ilmiah terkait kandungan maupun manfaat

¹⁵ Adhyasta Dwi Pangestu, *Perlindungan Konsumen Terhadap Pemberian Label Informasi Nilai Gizi Yang Tidak Sesuai* (2024).

produk, kemudian dianalisis dengan perspektif Fatwa DSN-MUI No. 144 Tahun 2021 tentang *marketplace* dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pesatnya pertumbuhan industri kosmetik dan *skin-care* di Indonesia, terutama pasca covid-19, yang disertai maraknya promosi digital di *e-commerce* dengan janji hasil instan, sehingga banyak konsumen tergiur tanpa memahami kandungan dan aspek keamanan produk, sementara secara syariah hal ini bertentangan dengan prinsip kejujuran, dan keadilan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *overclaim*, misalnya perbedaan signifikan antara klaim kadar bahan aktif dengan hasil uji laboratorium atau klaim hasil cepat yang tidak realistis, termasuk kategori *tadlis* yang dilarang dalam Fatwa DSN-MUI No. 144 Tahun 2021 dan sekaligus melanggar hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana dijamin UUPK serta kewajiban penyampaian informasi yang tidak menyesatkan dalam PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Kondisi ini berimplikasi pada tidak terpenuhinya hak konsumen, meningkatnya potensi kerugian materiel dan immateriel, menurunnya kepercayaan publik, serta menampakkan lemahnya penegakan hukum dan pengawasan, termasuk dinilai kurang tegasnya peran BPOM dan penyedia *marketplace* dalam memfilter dan menindak produk *overclaim*, sehingga skripsi ini merekomendasikan penguatan regulasi, pengawasan, sanksi yang lebih tegas, dan edukasi etika pemasaran syariah bagi pelaku usaha agar praktik pemasaran *skincare* di *e-commerce* menjadi lebih bertanggung jawab, adil, dan melindungi konsumen sesuai hukum positif dan prinsip hukum Islam.¹⁶

4. Selviana

Judul: “Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Barang Dalam *Platform* Jual Beli *Online*”

Skripsi ini membahas tinjauan hukum perlindungan konsumen terhadap ketidaksesuaian barang dalam platform jual beli *online*, dengan fokus pada bagaimana bentuk transaksi *online* yang menimbulkan ketidaksesuaian barang,

¹⁶ Shifa Nuraini, *Pemasaran Skincare Dengan Cara Overclaim Di E-Commerce (Perspektif Fatwa DSN MUI Dan Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen)* (2025).

bentuk perlindungan hukum bagi konsumen, serta pandangan hukum ekonomi syariah terhadap fenomena tersebut. Praktik transaksi di *e-commerce* (seperti shopee) di mana konsumen membeli barang secara virtual tanpa melihat fisik produk sehingga sering terjadi perbedaan kualitas, kuantitas, atau spesifikasi antara barang yang dipesan dan barang yang diterima. Penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen atas ketidaksesuaian barang dapat ditempuh melalui dua jalur, yakni nonlitigasi (pengaduan ke pelaku usaha atau platform, mediasi, penyelesaian sengketa di luar pengadilan) dan litigasi di pengadilan bila upaya damai tidak memadai, dengan dasar hukum perlindungan konsumen yang mengatur hak atas barang sesuai perjanjian, informasi yang benar, dan ganti rugi. Dari perspektif hukum ekonomi syariah, ketidaksesuaian barang dalam jual beli *online* dinilai bertentangan dengan prinsip kejujuran, keadilan, dan pemenuhan hak para pihak, sehingga pelaku usaha wajib menjelaskan produk secara transparan, menghindari penipuan (*tadlis*), serta menyelesaikan sengketa secara damai dan adil melalui komunikasi dan mediasi kekeluargaan; jika tidak tercapai, konsumen dibolehkan menempuh bantuan lembaga penyelesaian sengketa atau proses litigasi sesuai hukum yang berlaku.¹⁷

5. Erika Purnamasari

Judul: “Tinjauan Sosiologi Hukum Islam Terhadap Jual Beli Produk Makanan Kemasan Tanpa Mencantumkan Batas Layak Konsumsi (Studi Kasus *Home Industry* Pisang Oven di Kelurahan Sumbergedong Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek)”

Skripsi ini mengkaji jual beli produk makanan kemasan tanpa mencantumkan batas layak konsumsi pada *home industry* pisang oven di Kelurahan Sumbergedong, Trenggalek, dengan pendekatan sosiologi hukum Islam untuk melihat bagaimana perilaku produsen dan konsumen dalam praktik tersebut serta tingkat kepatuhan mereka terhadap ketentuan syariat. Penelitian ini menunjukkan bahwa produk pisang oven yang dipasarkan belum

¹⁷ Selviana, *Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Barang Dalam Platform Jual Beli Online* (2024).

mencantumkan batas layak konsumsi, nomor izin P-IRT, label halal, dan kode produksi, sementara produsen beralasan usahanya masih berskala kecil namun tetap mengandalkan kebiasaan untuk menjaga kelayakan produk. Di sisi lain, sikap konsumen terbagi dua, yaitu konsumen yang kurang peduli terhadap kelengkapan label dan kelayakan produk, serta konsumen yang teliti dan memeriksa aspek tersebut, sehingga tingkat kepatuhan terhadap prinsip jual beli dalam hukum Islam masih parsial produsen sebagian sudah berusaha memenuhi kelayakan, namun belum patuh pada kewajiban informasi yang lengkap, sedangkan konsumen sebagian sudah mengindahkan prinsip kehati-hatian dan sebagian lain belum. Penelitian ini menegaskan bahwa dari perspektif sosiologi hukum Islam, praktik jual beli semacam ini berpotensi merugikan konsumen karena informasi penting terkait keamanan konsumsi tidak disampaikan secara transparan, sehingga bertentangan dengan nilai kejujuran, amanah, dan larangan memakan harta dengan cara yang *batil*.¹⁸

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Persamaan	Perbedaan
1.	Cici Febrianty (Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pemasangan Gambar Palsu Di Marketplace Facebook (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Palopo)”)	Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian penulis karena sama-sama membahas unsur <i>tadlis</i> atau penipuan dalam transaksi, terutama ketidaksesuaian antara informasi yang diberikan penjual dengan kondisi barang sebenarnya. Keduanya	Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti. Cici Febrianty meneliti gambar palsu pada transaksi <i>online</i> di <i>marketplace</i> Facebook, sedangkan peneliti fokus pada klaim palsu ukuran pada produk makanan kemasan Gulaku. Penelitian Cici Febrianty

¹⁸ Erika Purnamasari, *Tinjauan Sosiologi Hukum Islam Terhadap Jual Beli Produk Makanan Kemasan Tanpa Mencantumkan Batas Layak Konsumsi (Studi Kasus Home Industry Pisang Oven di Kelurahan Sumbergedong Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek)* (2024).

		menggunakan perspektif hukum ekonomi syariah untuk menilai keabsahan dan etika transaksi yang dilakukan serta sama-sama menegaskan pentingnya prinsip transparansi, kejujuran, dan <i>an-taradhin</i> .	tidak menyinggung Undang-Undang Perlindungan Konsumen maupun aturan metrologi, sementara peneliti menggabungkan hukum syariah dan hukum positif untuk menilai ketidaksesuaian ukuran produk.
2.	Adhyasta Dwi Pangestu (Perlindungan Konsumen Terhadap Pemberian Label Informasi Nilai Gizi Yang Tidak Sesuai)	Penelitian Adhyasta memiliki persamaan dengan penelitian penulis karena sama-sama membahas ketidaksesuaian informasi pada label produk dan dampaknya terhadap perlindungan konsumen. Keduanya juga mengacu pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, terutama kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur kepada konsumen.	Perbedaannya terletak pada fokus label yang diteliti. Penelitian Adhyasta membahas ketidaksesuaian informasi nilai gizi pada produk pangan, sementara penelitian penulis membahas klaim palsu ukuran atau berat bersih pada produk Gulaku. Selain itu, penelitian penulis menambahkan analisis perspektif hukum ekonomi syariah, sedangkan Adhyasta lebih berfokus pada aspek perlindungan hukum positif.
3.	Shifa Nuraini (Pemasaran	Persamaannya terletak pada analisis terhadap	Perbedaannya terletak pada jenis produk dan

	<i>Skincare</i> Dengan Cara <i>Overclaim</i> Di <i>E-Commerce</i> (Perspektif Fatwa DSN-MUI Dan Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen)	praktik promosi atau informasi produk yang menyesatkan konsumen. Keduanya membahas unsur <i>tadlis</i> dalam pemasaran produk serta menggunakan rujukan UUPK dan Fatwa DSN-MUI mengenai keharusan menyampaikan informasi yang benar dan tidak menipu. Penelitian Shifa dan penelitian penulis sama-sama menyoroti dampak kerugian konsumen akibat klaim berlebihan atau tidak sesuai kenyataan.	bentuk ketidaksesuaian informasi. Shifa meneliti <i>overclaim skincare</i> di <i>e-commerce</i> dengan fokus pada klaim berlebihan terhadap manfaat produk, sementara penelitian penulis fokus pada ketidaksesuaian ukuran atau berat bersih pada produk kemasan. Penelitian penulis juga mengaitkan masalah tersebut dengan ketentuan metrologi legal dan unsur <i>tadlis</i> khusus dalam konteks makanan kemasan
4.	Selviana (Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Barang Dalam Platform Jual Beli Online)	Persamaannya terletak pada fokus pembahasan mengenai kerugian konsumen akibat ketidaksesuaian barang yang diterima dengan informasi yang disampaikan pelaku usaha. Keduanya sama-sama menggunakan konsep perlindungan konsumen serta menilai ketidaksesuaian tersebut sebagai	Perbedaannya terletak pada konteks kasus dan sifat produk. Selviana meneliti ketidaksesuaian barang dalam transaksi <i>online</i> secara umum, tanpa fokus pada produk makanan kemasan atau klaim ukuran tertentu. Penelitian penulis secara khusus membahas ketidaksesuaian berat bersih pada produk Gulaku serta

		bentuk pelanggaran terhadap kejujuran dalam transaksi menurut hukum ekonomi syariah.	menghubungkannya dengan regulasi metrologi dan label BDKT (Barang Dalam Keadaan Terbungkus).
5.	Erika Purnamasari (Tinjauan Sosiologi Hukum Islam Terhadap Jual Beli Produk Makanan Kemasan Tanpa Mencantumkan Batas Layak Konsumsi (Studi Kasus <i>Home Industry</i> Pisang Oven di Kelurahan Sumbergedong Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek)	Persamaannya cukup kuat karena sama-sama meneliti produk makanan kemasan yang memiliki kekurangan informasi pada labelnya. Penelitian Erika dan penelitian penulis menyoroti pelanggaran prinsip kejujuran, amanah, serta kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi yang benar kepada konsumen. Keduanya juga menilai hal tersebut sebagai bentuk ketidakpatuhan terhadap prinsip muamalah dalam hukum Islam.	Perbedaannya terletak pada jenis ketidaksesuaian label. Penelitian Erika fokus pada batas layak konsumsi, label halal, kode produksi, dan izin P-IRT, sedangkan penelitian penulis fokus pada ketidaksesuaian ukuran atau berat bersih yang tidak sesuai dengan label produk. Selain itu, penelitian penulis lebih menonjolkan aspek hukum metrologi legal dan UUPK, sedangkan penelitian Erika menggunakan pendekatan sosiologi hukum Islam.

Penemuan baru dalam penelitian ini terletak pada terungkapnya fakta bahwa ketidaksesuaian berat bersih produk makanan kemasan tidak hanya menimbulkan kerugian ekonomi bagi konsumen, tetapi juga menunjukkan lemahnya pengawasan terhadap kebenaran informasi yang dicantumkan pada kemasan. Penelitian ini menemukan bahwa konsumen pada umumnya menerima dan mempercayai

informasi berat yang tertera tanpa melakukan pengecekan ulang, sehingga pelanggaran tersebut kerap tidak disadari dan terus berulang. Selain itu, penelitian ini menunjukkan adanya celah antara ketentuan hukum yang telah mengatur kewajiban informasi secara jelas dan jujur dengan implementasinya di tingkat pelaku usaha, sehingga memperkuat urgensi peningkatan pengawasan dan kesadaran hukum sebagai bentuk perlindungan nyata bagi konsumen.

F. Kerangka Berfikir

Jual beli merupakan aktifitas transaksi yang dilakukan oleh kedua belah pihak. Jual beli merupakan sebuah akad transaksi praktis yang dapat dilakukan dengan mudah oleh siapapun. Karena pada intinya jual beli adalah proses yang dilakukan antara penjual dan pembeli dengan tujuan untuk sama-sama mendapatkan *benefit* (manfaat). Kegiatan jual beli terjadi setiap saat tanpa mengenal batas dan waktu. Apalagi kegiatan jual beli mengalami proses percepatan waktu seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih. Allah Swt., telah menghalalkan jual beli yang sesuai dengan syariah agar jual beli yang dilakukan berdasarkan dengan aturan-aturan yang jelas dan sesuai dengan al-Qur'an dan as-Sunnah sehingga nantinya para penjual dan pembeli akan mendapatkan manfaat sesuai dengan hak-haknya. Dengan begitu maka tidak akan ada pihak yang didzalimi sedikitpun karena semua transaksi yang dilakukan atas dasar akad yang jelas, transparan, dan adil.¹⁹

Landasan jual beli mengacu pada firman Allah Swt., dalam Q.S Al-Baqarah: 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا^{٢٠}

“Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba” (Q.S Al-Baqarah: 275).²⁰

Dalam hukum ekonomi syariah, setiap bentuk transaksi muamalah wajib dilandasi oleh prinsip kejujuran, keterbukaan, dan keadilan agar tidak ada pihak yang

¹⁹ Sujian Suretno, *Jual Beli dalam Perspektif Al-Qur'an*, Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Vol. 2 No. 1 (2018) hlm 94-95.

²⁰ Q.S Al-Baqarah: 275 Tim Penyempurna Penerjemah Al-Qur'an Kementerian Agama, Al-Qur'an dan Terjemahnya Edisi Penyempurnaan (Jakarta: Lajnah Penafsiran Al-Qur'an, 2019).

dirugikan. Islam menempatkan kepercayaan sebagai dasar utama dalam hubungan jual beli, sehingga pelaku usaha dilarang keras melakukan perbuatan *tadlis*. *Tadlis* yaitu menyembunyikan cacat barang, memanipulasi informasi, atau memberikan keterangan yang tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya. Praktik *tadlis* dipandang sebagai perbuatan zalim karena merugikan konsumen dan merusak keseimbangan dalam transaksi. Al-Qur'an secara tegas memberikan peringatan dan ancaman kepada pihak-pihak yang melakukan kecurangan dalam jual beli, khususnya yang berkaitan dengan timbangan dan takaran, yang melarang segala bentuk pengurangan dan ketidakjujuran dalam transaksi ekonomi.

Larangan *tadlis* mengacu pada firman Allah Swt., Q.S Al-Muthaffifin: 1-3

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

“Celakalah orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang), (Mereka adalah) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. (Sebaliknya), apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka kurangi” Q.S Al-Muthaffifin: 1-3.²¹

Label dari suatu produk diperlukan mengingat dari pencantuman label konsumen tidak tersesat mendapatkan informasi tentang apa yang mereka beli. Dalam kehidupan sehari-hari kita saat ini, hampir selalu dikelilingi berbagai produk, semua barang yang diproduksi oleh produsen pasti mempunyai label contohnya alat elektronik, kebutuhan pangan, pakaian semuanya mempunyai label. Namun pada kenyataannya masih banyak produsen yang menuliskan atau memberikan keterangan yang tidak sebenarnya pada kemasan produk yang diedarkan. Hal ini tentunya akan merugikan konsumen sebagai pihak yang mempunyai hak.

Pada realita yang ada sering kita jumpai pelaku usaha yang memproduksi atau menjual produk memiliki kemasan yang ukurannya lebih besar dan tidak sebanding dengan isi dan juga informasi pada label kemasan yang sering tidak sesuai dengan berat bersih, serta pencantuman label yang tidak sesuai dengan kenyataannya.

²¹ Q.S Al-Muthaffifin : 1-3 Tim Penyempurna Penerjemah Al-Qur'an Kementerian Agama, Al-Qur'an dan Terjemahnya Edisi Penyempurnaan (Jakarta: Lajnah Penafsiran Al-Qur'an, 2019).

Dalam berbagai barang dalam keadaan terbungkus produk lain ada potensi terjadi hal yang sama sehingga merugikan konsumen, maka patut diwaspadai oleh konsumen serta perlunya pengawasan oleh instansi yang terkait agar tidak terjadi *tadlis*.²²

Adapun prinsip-prinsip jual beli dalam islam adalah sebagai berikut:

a. Prinsip Ketuhanan (tauhid)

Prinsip ini merupakan kesadaran bahwa semua adalah milik Allah dan semua aktivitas diawasi oleh Allah. Dalam transaksi jual beli tidak semata dilakukan hanya untuk mencari keuntungan dunia saja tetapi lebih dari itu bahwa keuntungan dalam kegiatan jual beli adalah bekal dalam menyongsong kehidupan di akhirat nanti.

b. Prinsip Kerelaan (saling rela atau *ridhaiyyah*)

Prinsip saling rela ditandai dengan adanya akad *ijab* dan *qabul* yang dilakukan tanpa paksaan serta bebas dari berbagai intimidasi, penipuan, dan penyalahgunaan.

c. Prinsip Kemanfaatan atau Kemaslahatan

Kemanfaatan tersebut dapat berupa manfaat yang diperoleh dari objek atau barang yang diperjualbelikan, maupun manfaat dari hasil kegiatan jual beli yang dilakukan.

d. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan dapat dilakukan dengan sikap tidak saling menzalimi. Penjual harus mampu bersikap adil kepada seluruh pembeli, demikian hal sebaliknya.

e. Prinsip Kejujuran

Penerapan prinsip kejujuran dalam transaksi jual beli dapat dilakukan dengan memberikan informasi secara objektif, benar, apa adanya, dan menyeluruh.

²² Rahmayanti Meli, Hayatul Iman Candra, Zubaedah Rahmi, *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Ketidaksesuaian Pencantuman Pelabelan Dan Kebenaran Kuantitas Pada Barang Dalam Keadaan Terbungkus (Bdkt)*, Humani (Hukum dan Masyarakat Madani) Volume. 11 No. 1 (2021) hlm 83.

f. Prinsip Kebebasan

Merupakan prinsip untuk menentukan suatu tindakan atau suatu keputusan sepanjang tidak bertentangan dengan kerangka syariat Islam

g. Prinsip Akhlak atau Etika

Secara umum prinsip akhlak atau etika dalam transaksi mencakup segala perilaku yang baik dan tidak merugikan siapapun, seperti bersikap jujur, tidak bersumpah palsu, tidak melakukan perjudian, serta dapat dipercaya.

h. Prinsip *Sahih*

Suatu kegiatan jual beli dinilai sebagai jual beli yang *sahih* apabila syarat dan rukun jual beli terpenuhi dengan baik dan benar. Sehingga, implementasi prinsip *sahih* dalam kegiatan jual beli dapat dilihat dari terpenuhinya syarat-syarat dan rukun jual beli.

Landasan prinsip-prinsip jual beli terdapat pada Hadist Nabi, Rasulullah SAW, bersabda:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ: أَيُّ الْكُسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ:
(عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ) رَوَاهُ الْبَرْزَاءُ، وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ

Artinya: “Dari Rifa’ah bin Rafi’ r.a. bahwasannya Nabi SAW, pernah ditanya “pekerjaan apakah yang paling baik?” beliau menjawab, “pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang baik” (HR. Bazzar disahkan oleh Al-Hakim).²³

Berdasarkan hadist tersebut dapat diketahui bahwa jual beli merupakan suatu pekerjaan yang paling baik, namun dengan ketentuan bahwa transaksi jual beli yang dilakukan harus diikuti dengan sifat jujur, amanah, dan saling *ridha*. Jual beli yang memenuhi syarat-syarat dan rukun sehingga tidak mengandung unsur kecurangan, penipuan dan tidak saling menjatuhkan.²⁴

Secara hukum positif, ketentuan mengenai kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur kepada konsumen diatur dalam

²³ Syaikh Muhammad bin Shalih al-Utsaimin, *Fath Dzil Jalal wa al Ikram bi Syarh Bulugh al Maram*, (Somalia: Al-Maktabah Al-Islamiyyah, Pertama, 1427H-2006M) hlm 10.

²⁴ Misbahul Ulum, *Prinsip-prinsip Jual Beli Online dalam Islam dan Penerapannya pada e-Commerce Islam di Indonesia*, Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis Vol. 17 No. 1 (2020) hlm 52-54.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang tersebut menegaskan bahwa setiap pelaku usaha wajib menyampaikan informasi yang akurat terkait kondisi dan jaminan barang atau jasa yang diperdagangkan, termasuk komposisi, jumlah, ukuran, maupun kualitas produk. Ketidajujuran atau manipulasi informasi, seperti mencantumkan keterangan yang tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya, dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap hak-hak konsumen dan dapat dikenakan sanksi administratif maupun pidana. Regulasi ini menunjukkan bahwa negara memberikan perlindungan hukum yang tegas untuk mencegah praktik penipuan atau ketidaksesuaian informasi dalam jual beli, sehingga tercipta hubungan transaksi yang adil dan bertanggung jawab antara pelaku usaha dan konsumen.

Gambar 1. 4 Bagan Kerangka Berfikir

