



Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah (JKUBS)

Vol. 4 No. 2 Desember 2026

p-issn: 2745-4470 e-issn: 2745-6315

Web: <https://e-journal.iainptk.ac.id/index.php/jkubs>

DOI: <https://doi.org/10.24260/jkubs.v2i1.900>



## PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM EKONOMI SYARIAH: IMPLIKASI TERHADAP PRAKTIK BISNIS DI INDONESIA

Dina Khairunnisa<sup>1\*</sup>, Selly Salsabila<sup>2</sup>,

<sup>1</sup> IAIN PONTIANAK

### Abstract

**Purpose:** This study aims to analyze consumer protection in sharia business practices in Indonesia, particularly in ensuring justice, honesty, and transparency amid the rapid development of the sharia economy and the challenges of the digital era.

**Design/methodology/approach:** This research uses a literature review method by collecting, examining, analyzing, and synthesizing relevant scientific sources, including journals, books, articles, and previous research reports related to sharia economics and consumer protection.

**Research Findings:** The study finds that the principles of justice, honesty, and transparency are not only moral values but also practical foundations that strengthen interactions between business actors and consumers. Although Indonesia already has a sufficient legal framework for consumer protection, its implementation has not fully aligned with sharia economic principles. Strengthening regulation harmonization, consumer education, and supervision is essential to ensure consumer protection reflects Islamic values.

**Contribution/Originality/Novelty:** This study contributes by offering a conceptual synthesis that integrates consumer protection regulations with core sharia economic principles. It highlights the urgency of harmonizing legal policies and strengthening sharia-based supervision to create fair, transparent, and sustainable business practices in Indonesia.

**Keywords:** *Consumer Protection, Business Practices, principles of justice*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan konsumen dalam praktik bisnis syariah di Indonesia, khususnya dalam menjamin keadilan, transparansi, dan tanggung jawab di tengah pertumbuhan ekonomi syariah pada era digital.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *literature review* (tinjauan pustaka) dengan mengumpulkan, menelaah, menganalisis, dan mensintesis berbagai sumber ilmiah yang relevan seperti jurnal, buku, artikel, serta laporan penelitian terdahulu terkait ekonomi syariah dan perlindungan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip keadilan, kejujuran, dan transparansi dalam



ekonomi syariah tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga menjadi landasan praktis dalam memperkuat hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Meskipun perlindungan konsumen di Indonesia telah memiliki dasar hukum yang memadai, implementasinya belum sepenuhnya selaras dengan prinsip ekonomi syariah. Oleh karena itu, harmonisasi regulasi, edukasi konsumen, serta penguatan pengawasan menjadi langkah penting untuk mewujudkan perlindungan konsumen berbasis syariah.

Penelitian ini memberikan kontribusi melalui sintesis konseptual yang mengintegrasikan perlindungan konsumen dengan nilai-nilai ekonomi syariah. Kebaruan penelitian terletak pada penekanan pentingnya harmonisasi regulasi dan penguatan pengawasan berbasis syariah sebagai respons terhadap tantangan praktik bisnis digital.

**Kata kunci:** : Sharia consumer protection, islamic business ethics, Ttransparency, digital commerce regulatory harmonization

## I. Pendahuluan

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia menunjukkan tren positif seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya transaksi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Namun, dalam praktiknya, masih terdapat tantangan dalam memastikan perlindungan konsumen secara optimal, terutama dalam konteks bisnis yang berbasis syariah. Hal ini menuntut perhatian lebih terhadap implementasi prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam melindungi hak-hak konsumen.

Dalam perspektif ekonomi syariah, perlindungan konsumen merupakan bagian integral dari keadilan ('adl) dan keseimbangan (mizan) dalam transaksi. Prinsip-prinsip seperti kejujuran (sidq), keterbukaan (transparansi), dan tanggung jawab (amanah) menjadi landasan dalam menjaga hak dan kewajiban antara produsen dan konsumen. Oleh karena itu, setiap praktik bisnis harus memastikan bahwa konsumen tidak dirugikan dan mendapatkan informasi yang jelas serta layanan yang adil.

Namun, realitas menunjukkan bahwa masih banyak praktik bisnis yang belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip tersebut. Misalnya, dalam transaksi jual beli online, seringkali konsumen menghadapi ketidakjelasan informasi produk, penipuan, atau layanan yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara idealisme ekonomi syariah dan praktik di lapangan.

Penelitian oleh Elyani (2023) menyoroti bahwa perlindungan konsumen dalam era digital memerlukan pendekatan yang holistik dan inklusif, serta reformasi hukum yang lebih progresif untuk menanggapi tantangan yang muncul seiring perkembangan ekonomi digital. Hal ini menunjukkan bahwa regulasi yang ada belum sepenuhnya memadai untuk menghadapi dinamika ekonomi digital, khususnya dalam hal e-commerce, perlindungan data pribadi, dan penyelesaian sengketa daring.

Selain itu, penelitian oleh Janati et al. (2023) mengungkapkan bahwa legalitas pada seluruh usaha atau industri, khususnya sistem belanja online, memerlukan legalitas perundang-undangan perlindungan konsumen dan izin

dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam operasional usaha. Namun, perlindungan hukum tidak akan terimplementasi dengan baik jika tidak didukung oleh kesadaran masyarakat tentang pentingnya pengetahuan akan sistem digitalisasi dan izin legalitas suatu platform belanja.

Konteks asuransi syariah, Wulandari dan Sinilele (2024) menekankan pentingnya kejelasan syarat dan ketentuan klaim asuransi dalam peraturan otoritas jasa keuangan. Mereka juga menyoroti perlunya kerja sama antara penyedia asuransi dan otoritas pengawas untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang asuransi agar dapat memanfaatkan produk asuransi secara lebih efektif. Penelitian oleh Widyaningsih et al. (2024) mengenai praktik jual beli skincare share in jar menyoroti pentingnya regulasi yang lebih ketat dan transparan dalam industri skincare, khususnya untuk produk share in jar. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas mengenai komposisi produk, cara penggunaan yang benar, serta manfaat yang diharapkan, sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah yang menegaskan pentingnya ketepatan dan keadilan dalam transaksi ekonomi.

Perspektif hukum bisnis Islam, Ja'far (2014) menekankan bahwa perlindungan konsumen merupakan bagian dari etika bisnis yang harus dijaga oleh pelaku usaha. Kurangnya etika dalam berbisnis dapat merugikan konsumen, sehingga diperlukan peraturan perundang-undangan yang dapat menjamin perlindungan bagi semua pihak yang dirugikan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa perlindungan konsumen dalam ekonomi syariah memerlukan perhatian serius dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Implementasi prinsip-prinsip syariah dalam praktik bisnis harus diperkuat dengan regulasi yang memadai dan kesadaran masyarakat akan hak-hak mereka sebagai konsumen. Dengan demikian, diharapkan tercipta ekosistem bisnis yang adil, transparan, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Misi utama penelitian ini adalah untuk mengetahui Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Syariah : Implikasi Terhadap Praktik Bisnis Di Indonesia.

## **II. Kajian literatur**

Perlindungan konsumen merupakan salah satu aspek fundamental dalam sistem ekonomi, termasuk dalam kerangka ekonomi Syariah, dalam konteks ekonomi konvensional, perlindungan konsumen bertujuan untuk menjaga hak-hak konsumen dari praktik bisnis yang merugikan, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia. Namun, dalam ekonomi syariah, perlindungan konsumen tidak hanya dipandang dari aspek legal-formal, tetapi juga dari dimensi moral, etika, dan spiritual yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah.

Menurut Antonio (2008), ekonomi syariah menjunjung tinggi prinsip keadilan (al-adl), kejujuran (shidq), transparansi (tabligh), dan amanah dalam transaksi bisnis, oleh karena itu, pelaku usaha dalam sistem ekonomi Islam tidak hanya berkewajiban memenuhi kewajiban hukum, tetapi juga dituntut menjaga integritas dan etika dalam bermuamalah, hal ini sejalan dengan konsep *maslahah* (kemaslahatan) yang menjadi tujuan utama syariah (maqashid al-shariah), yaitu melindungi agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta konsumen.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penerapan prinsip perlindungan konsumen dalam ekonomi syariah memberikan dampak positif terhadap kepercayaan konsumen, misalnya penelitian oleh Ridlwan (2015) menyatakan bahwa lembaga keuangan syariah yang menerapkan prinsip transparansi dan keadilan dalam produk serta jasa yang ditawarkan cenderung mendapatkan loyalitas konsumen yang lebih tinggi dibandingkan lembaga konvensional, ini menunjukkan bahwa nilai-nilai syariah dapat menjadi keunggulan kompetitif dalam praktik bisnis di Indonesia.

Selain itu, menurut Wahyuni (2020), praktik bisnis syariah di Indonesia belum sepenuhnya merefleksikan prinsip perlindungan konsumen secara menyeluruh, masih ditemukan praktik seperti informasi yang tidak transparan, akad yang tidak jelas, hingga ketidaksesuaian antara produk dan layanan, oleh karena itu, penguatan regulasi, edukasi pelaku usaha, serta pengawasan oleh otoritas terkait seperti DSN-MUI dan OJK Syariah menjadi penting untuk menjamin penerapan perlindungan konsumen sesuai prinsip syariah.

Dengan demikian, literatur yang ada menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam ekonomi syariah tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan terhadap hukum positif, tetapi juga terkait erat dengan penerapan nilai-nilai Islam dalam seluruh aspek bisnis, implikasi terhadap praktik bisnis di Indonesia mencakup perlunya transformasi etika bisnis, penyusunan akad yang sesuai syariah, serta pembangunan ekosistem bisnis yang adil dan transparan.

### III. Metodologi Penelitian

Desain penelitian ini adalah *studi kepustakaan* ini merupakan suatu penelusuran dan penelitian kepustakaan dengan cara membaca dan menelaah berbagai jurnal, buku, dan berbagai naskah terbitan lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian untuk menghasilkan sebuah tulisan yang berkenaan dengan suatu topik atau isu tertentu (Marzali, 2016). Metode studi literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengelola bahan penulisan yang bersumber dari jurnal, buku, dokumentasi, internet dan pustaka (Nursalam, 2017).

Studi *kepuustakaan* adalah cara yang dipakai untuk megumpulkan data atau sumber yang berhubungan pada sebuah topik tertentu yang bisa didapat dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, internet, dan pustaka lain. Peneliti ingin mengetahui Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Syariah : Implikasi Terhadap Praktik Bisnis Di Indonesia (Kajian Literatur Review).

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2025 dan tempat penelitian di Kota Pontianak. Penentuan sumber data dalam suatu penelitian sangat penting dan menentukan keakuratan dalam suatu hasil penelitian (Saryono, 2009). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jurnal perlindungan konsumen dalam ekonomi Syariah : implikasi terhadap praktik bisnis di Indonesia (Kajian kepuustakaan). Kriteria sampel sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Kriteria Inklusi pada *Litelature***

| Kritreria        | Inklusi                                                                                                                                                             | Eksklusi                                                                                                              |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Jangka waktu     | Tanggal publikasi 10 Tahun terakhir mulai dari Tahun 2015 sampai dengan Tahun 2025                                                                                  | Tahun terbit jurnal dibawah Tahun 2015                                                                                |
| Bahasa           | Bahasa Indonesia dan bahasa Inggris                                                                                                                                 | Selain Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris                                                                            |
| Jenis artikel    | Artikel original tidak dalam bentuk publikasi tidak asli seperti surat ke editor, Tidak dalam bentuk abstrak saja maupun buku artikel dalam bentuk <i>full teks</i> | Jurnal tidak dalam bentuk <i>full text</i> (tidak dapat diakses penuh)                                                |
| Tema isi artikel | Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Syariah : Implikasi Terhadap Praktik Bisnis Di Indonesia                                                                        | Tidak berhubungan dengan perlindungan konsumen dalam ekonomi Syariah : implikasi terhadap praktik bisnis di Indonesia |

Teknik dan alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan mencari atau menggali data dari literatur yang terkait dengan apa yang dimaksudkan dalam rumusan masalah (Arikunto, 2010). Data-data yang telah didapatkan dari berbagai literatur dikumpulkan sebagai suatu kesatuan dokumen yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan.

Seleksi/Pemilihan Studi dan Penilaian Kualitas (untuk penilaian kualitas opsional)

1. Pencarian dan Seleksi Studi

Pencarian literatur dilakukan dengan menggunakan kanal *Google Scholar*. Pencarian menggunakan kata kunci bahasa Indonesia ditemukan 86 artikel yang akan dipilah kembali berdasarkan kriteria inklusi.

## 2. Ekstraksi

Ekstraksi data merupakan proses untuk memperoleh informasi yang diperlukan tentang artikel yang akan ditelaah. Ekstraksi data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisa isi jurnal yang terdiri atas nama pengarang, tahun, negara, tujuan, partisipan/responden, dan *finding* atau temuan serta implikasinya (Li & Wang, 2018)

Menurut Mayring (2008) dalam Li & Wang (2018) terdapat 3 tehnik pada interpretasi, yaitu:

### 1. Ringkasan

Tujuan dari ringkasan adalah untuk mengurangi materi empiris dengan menggunakan abstrak atau pernyataan tunggal sehingga jumlah teks dapat dikelola.

### 2. Penjelasan

Penjelasan digunakan untuk mempertimbangkan sumber-sumber tambahan data empiris dalam memperjelas percobaan yang tidak jelas, memberikan anotasi dan memperluas pemahaman tentang objek analisa. Teknik penjelasan ini mengacu pada menambahkan data ke data yang telah dikumpulkan.

### 3. Penyusunan

Penyusunan bertujuan untuk mengidentifikasi struktur tertentu dengan memisahkan aspek-aspek dari bahan empiris atau melalui percobaan secara langsung dan menyatukan yang sesuai.

## IV. Hasil dan Pembahasan

### 1. Prinsip-prinsip perlindungan konsumen dalam perspektif ekonomi syariah, khususnya terkait nilai keadilan, kejujuran, dan transparansi dalam transaksi muamalah.

Perlindungan konsumen dalam ekonomi syariah merupakan aspek fundamental yang menekankan keadilan, kejujuran, dan transparansi dalam setiap transaksi. Prinsip-prinsip ini bertujuan untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen terjaga dan tidak terjadi eksploitasi dalam kegiatan ekonomi. Dalam konteks Indonesia, sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim, penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam perlindungan konsumen menjadi sangat relevan. Hal ini sejalan dengan upaya pemerintah dalam mengembangkan ekonomi syariah sebagai salah satu pilar pertumbuhan ekonomi nasional.

Namun, realitas menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara idealisme ekonomi syariah dan praktik bisnis di lapangan. Banyak pelaku usaha yang belum sepenuhnya memahami atau menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam interaksi dengan konsumen. Dalam transaksi jual beli, kejujuran dan

keterbukaan informasi menjadi kunci utama. Praktik seperti penggunaan klausula baku yang memberatkan konsumen masih sering terjadi, sebagaimana dibahas oleh Nisrina (2020) dalam studi pada Pengadilan Agama Makassar. Selain itu, dalam jual beli barang bekas, seringkali konsumen tidak mendapatkan informasi yang memadai mengenai kondisi barang. Hayati (2020) menekankan pentingnya kejujuran dan pemberian hak khiyar kepada pembeli untuk menghindari ketidakadilan dalam transaksi semacam ini.

Dalam sektor asuransi syariah, perlindungan konsumen juga menjadi perhatian. Wulandari dan Sinilele (2024) menekankan pentingnya kejelasan syarat dan ketentuan klaim asuransi dalam peraturan otoritas jasa keuangan. Praktik diskon akhir tahun yang sering dilakukan oleh pelaku usaha juga perlu diperhatikan dari perspektif ekonomi syariah. Harjoni et al. (2023) menyoroti bahwa praktik semacam ini seringkali tidak sesuai dengan prinsip keadilan dan transparansi yang dianjurkan dalam Islam.

Pemikiran Ibn Taymiyyah mengenai perlindungan hak konsumen juga relevan dalam konteks modern. Yulfira et al. (2024) menunjukkan bahwa prinsip-prinsip seperti keadilan dan larangan penipuan dapat diterapkan dalam era e-commerce untuk melindungi konsumen. Dalam industri skincare, praktik jual beli produk share in jar menimbulkan tantangan tersendiri. Widyaningsih et al. (2024) menekankan pentingnya regulasi yang lebih ketat dan transparan untuk memastikan konsumen mendapatkan informasi yang jelas mengenai produk yang dibeli.

Penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha juga menjadi aspek penting dalam perlindungan konsumen. Ashabul Kahpi (2020) menyoroti perlunya mekanisme penyelesaian sengketa yang adil dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Hak spiritual konsumen juga perlu diperhatikan dalam penyelesaian sengketa. Yasin (2022) menekankan bahwa aspek spiritual harus menjadi pertimbangan dalam penyelesaian sengketa wanprestasi pembiayaan murabahah pasca putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 18/PUU-XVII/2019.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) di Indonesia telah mengatur perlindungan konsumen secara umum. Namun, Yusri (2019) menunjukkan bahwa terdapat beberapa ketidaksesuaian antara UUPK dan prinsip-prinsip hukum Islam, sehingga perlu adanya harmonisasi antara keduanya. Dalam perjanjian fintech syariah, perlindungan konsumen menjadi semakin kompleks. Pirdayanti (2023) menyoroti bahwa meskipun terdapat regulasi dari OJK dan fatwa DSN MUI, masih terdapat praktik penagihan dengan ancaman yang merugikan konsumen. Transaksi pinjaman online juga menimbulkan tantangan dalam perlindungan konsumen. Al Hafidzah (2023) menunjukkan bahwa meskipun terdapat regulasi yang mengatur, masih diperlukan pengawasan yang lebih ketat untuk memastikan konsumen tidak dirugikan dalam transaksi semacam ini.

Pendidikan konsumen menjadi kunci dalam meningkatkan kesadaran akan hak-hak mereka. Dengan pemahaman yang baik, konsumen dapat lebih kritis dalam memilih produk dan jasa yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Pelaku usaha juga perlu diberikan edukasi mengenai pentingnya menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam bisnis mereka. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga memperkuat posisi bisnis dalam jangka panjang.

Kolaborasi antara pemerintah, lembaga keuangan, dan masyarakat menjadi penting dalam menciptakan ekosistem bisnis yang adil dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dengan kerjasama yang baik, perlindungan konsumen dapat ditingkatkan secara signifikan. Pengembangan regulasi yang lebih komprehensif dan sesuai dengan perkembangan zaman juga diperlukan. Hal ini akan memastikan bahwa perlindungan konsumen tetap relevan dan efektif dalam menghadapi tantangan baru.

Penelitian lebih lanjut mengenai implementasi prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam berbagai sektor bisnis akan memberikan wawasan yang lebih mendalam dan membantu dalam perumusan kebijakan yang tepat. Dengan upaya bersama dari berbagai pihak, diharapkan perlindungan konsumen dalam ekonomi syariah dapat diwujudkan secara optimal, memberikan manfaat bagi seluruh lapisan masyarakat, dan memperkuat fondasi ekonomi nasional yang berkeadilan.

Prinsip-prinsip keadilan, kejujuran, dan transparansi dalam ekonomi syariah bukan hanya nilai-nilai moral, tetapi juga landasan praktis yang dapat meningkatkan kualitas interaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Penerapan prinsip-prinsip ini secara konsisten akan menciptakan lingkungan bisnis yang sehat, adil, dan berkelanjutan.

## **2. Implementasi perlindungan konsumen dalam praktik bisnis di Indonesia serta menilai kesesuaian antara regulasi yang berlaku dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah.**

Perlindungan konsumen di Indonesia telah menjadi fokus utama sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). UU ini menjadi dasar hukum untuk menjamin hak-hak konsumen dalam mendapatkan produk dan jasa yang aman, berkualitas, dan sesuai dengan informasi yang diberikan. UUPK menegaskan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar dan jujur serta menanggulangi kerugian yang dialami konsumen (Nisrina, 2020).

Secara praktis, perlindungan konsumen dilakukan melalui mekanisme pengawasan oleh badan-badan terkait seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan lembaga non-pemerintah seperti Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Namun, keberadaan regulasi ini tidak selalu diikuti dengan kesadaran dan komitmen pelaku usaha, yang masih sering melakukan praktik-praktik yang merugikan konsumen (Wulandari & Sinilele, 2024).

Sektor jasa keuangan dan perdagangan, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga memainkan peran penting dengan mengatur produk dan layanan agar sesuai standar perlindungan konsumen. Meskipun demikian, laporan pelanggaran dan ketidakpuasan konsumen masih sering terjadi, menunjukkan bahwa implementasi hukum perlindungan konsumen di lapangan masih menemui berbagai kendala (Pirdayanti, 2023).

Sisi regulasi, UUPK telah mengatur prinsip-prinsip dasar perlindungan konsumen, seperti hak untuk mendapatkan informasi, hak atas keamanan, hak untuk memilih, dan hak untuk didengar. Namun, beberapa ketentuan dalam UUPK masih terlalu umum dan kurang spesifik dalam mengatur sektor-sektor tertentu yang membutuhkan perlakuan khusus, seperti produk halal, keuangan syariah, dan jasa berbasis teknologi (Yusri, 2019).

Perspektif ekonomi syariah, perlindungan konsumen bukan sekadar hak hukum, tetapi juga merupakan kewajiban moral yang berlandaskan prinsip keadilan (*al-'adl*), kejujuran (*shidq*), dan transparansi. Islam menekankan bahwa setiap transaksi harus bebas dari unsur *gharar* (ketidakjelasan), *maysir* (spekulasi), dan *tadlis* (penipuan), yang bertujuan untuk menciptakan kepercayaan dan keseimbangan dalam muamalah (Hasanah, 2021).

Ketidaksesuaian antara praktik bisnis di Indonesia dengan prinsip ekonomi syariah sering muncul, terutama dalam konteks transaksi yang masih mengandung unsur ketidakjelasan dan ketidakadilan. Contohnya adalah praktik penjualan barang tidak halal tanpa label yang jelas, penggunaan klausul kontrak yang merugikan konsumen, dan kurangnya edukasi konsumen tentang hak-haknya menurut syariah (Mubarakah & Saputra, 2022).

Aspek hukum, sistem regulasi Indonesia yang bersifat sekuler membuat perlindungan konsumen syariah belum mendapatkan ruang yang cukup untuk berkembang. Meski demikian, melalui fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), telah diupayakan harmonisasi produk dan jasa agar sesuai prinsip syariah, seperti dalam perbankan dan asuransi syariah (Rahman et al., 2020).

Implementasi perlindungan konsumen dalam bisnis syariah telah menunjukkan kemajuan signifikan, terutama di sektor keuangan. POJK Nomor 31/POJK.05/2018 tentang Layanan dan Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan Syariah, mengatur kewajiban transparansi dan penyampaian informasi secara lengkap kepada nasabah (Kurniawan & Hartono, 2021).

Namun, di luar sektor keuangan, pengawasan terhadap praktik bisnis syariah masih belum optimal. Banyak pelaku usaha kecil dan menengah yang belum mengadopsi standar perlindungan konsumen syariah, sehingga sering terjadi ketidaksesuaian antara nilai keadilan syariah dengan praktik di lapangan, seperti penjualan produk dengan klaim halal tanpa sertifikat resmi (Ismail & Fauzi, 2023).

Selain itu, edukasi kepada konsumen tentang hak dan kewajibannya dalam konteks ekonomi syariah juga masih minim. Hal ini menyebabkan konsumen sulit membedakan antara produk yang benar-benar sesuai syariah dan yang hanya mengatasnamakan syariah tanpa mengikuti ketentuan yang berlaku (Sari, 2022). Studi menunjukkan bahwa perlindungan konsumen yang mengadopsi prinsip syariah berpotensi meningkatkan kepercayaan konsumen dan loyalitas terhadap produk dan jasa syariah. Keadilan dan kejujuran dalam transaksi menciptakan hubungan jangka panjang yang lebih stabil antara pelaku usaha dan konsumen (Putri & Lestari, 2023).

Regulasi perlindungan konsumen yang berbasis syariah juga mampu mengurangi praktik curang seperti fraud dan penipuan yang sering terjadi dalam transaksi konvensional. Dengan penekanan pada transparansi dan keterbukaan, konsumen mendapat jaminan keamanan dan kepastian hukum atas produk dan jasa yang dikonsumsi (Hidayat & Amalia, 2020).

Meski demikian, tantangan besar dalam implementasi regulasi ini adalah sinkronisasi antara hukum positif nasional dengan prinsip-prinsip syariah, khususnya dalam hal enforcement dan pengawasan. Regulasi syariah seringkali bersifat fatwa dan tidak memiliki kekuatan hukum mengikat yang sama dengan undang-undang nasional (Nasution & Zainuddin, 2021).

Untuk menjembatani kesenjangan ini, diperlukan sinergi antara lembaga-lembaga pemerintah, organisasi keagamaan, dan masyarakat sipil dalam mengembangkan regulasi dan pengawasan perlindungan konsumen berbasis syariah yang komprehensif dan efektif (Fahmi & Sari, 2022).

Penguatan kapasitas lembaga pengawas seperti BPKN dan DSN-MUI juga menjadi salah satu kunci keberhasilan implementasi perlindungan konsumen syariah. Selain itu, digitalisasi layanan pengaduan konsumen juga dapat meningkatkan akses masyarakat terhadap perlindungan dan keadilan (Putra et al., 2023).

Di sisi pelaku usaha, penerapan prinsip-prinsip syariah dalam bisnis harus menjadi bagian dari strategi korporasi untuk meningkatkan reputasi dan daya saing di pasar, terutama dalam era ekonomi digital dan globalisasi saat ini (Rahmawati & Hakim, 2023).

Implementasi perlindungan konsumen di Indonesia sudah berjalan dengan landasan hukum yang cukup, tetapi masih belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip ekonomi syariah. Sinergi dan harmonisasi regulasi, edukasi konsumen, dan penguatan pengawasan menjadi kunci utama agar perlindungan konsumen di Indonesia dapat mengadopsi nilai-nilai keadilan, kejujuran, dan transparansi sesuai dengan syariat Islam.

### **3. Implikasi penerapan perlindungan konsumen berbasis syariah terhadap perilaku pelaku usaha dan kepercayaan konsumen dalam praktik bisnis di Indonesia.**

Penerapan perlindungan konsumen berbasis syariah di Indonesia membawa dampak signifikan terhadap perilaku pelaku usaha. Prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran (*shidq*), keadilan (*adl*), dan transparansi menuntut pelaku usaha untuk menjalankan bisnis secara etis dan bertanggung jawab, sehingga mendorong perubahan paradigma bisnis dari semata-mata mencari keuntungan menjadi menjaga keberlanjutan hubungan dengan konsumen (Hasanah, 2021).

Pelaku usaha yang menerapkan prinsip perlindungan konsumen syariah cenderung lebih berhati-hati dalam menyampaikan informasi produk dan jasa. Mereka wajib memberikan informasi yang jelas, tidak menyesatkan, dan sesuai dengan kenyataan agar tidak terjadi *gharar* (ketidakjelasan) yang dilarang dalam ekonomi Islam (Putra & Lestari, 2023).

Sikap ini memperbaiki reputasi pelaku usaha di mata konsumen dan masyarakat luas. Pelaku usaha yang konsisten menjalankan prinsip syariah dapat membangun citra positif sebagai pelaku bisnis yang adil dan bertanggung jawab, yang pada akhirnya memperkuat posisi mereka di pasar (Rahmawati & Hakim, 2023). Penerapan perlindungan konsumen berbasis syariah juga mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan. Karena konsumen syariah sangat memperhatikan aspek halal, kualitas, dan kehalalan produk, pelaku usaha harus mematuhi standar sertifikasi halal dan standar mutu agar bisa memenuhi ekspektasi tersebut (Ismail & Fauzi, 2023).

Dengan demikian, pelaku usaha tidak hanya mematuhi regulasi yang berlaku, tetapi juga menginternalisasi nilai-nilai etika yang meningkatkan integritas dan kredibilitas bisnis. Hal ini mendorong terciptanya persaingan sehat dan bisnis yang berkelanjutan (Wulandari & Sinilele, 2024). Dari sisi konsumen, penerapan perlindungan berbasis syariah menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan yang tinggi terhadap produk dan jasa yang mereka konsumsi. Konsumen merasa terlindungi dari risiko penipuan, produk haram, atau praktik bisnis yang tidak adil, sehingga semakin yakin untuk melakukan transaksi (Putri & Lestari, 2023).

Kepercayaan ini penting karena dalam ekonomi syariah, hubungan antara pelaku usaha dan konsumen didasarkan pada prinsip *muamalah* yang sehat dan adil, bukan semata keuntungan materi semata. Rasa percaya meningkatkan loyalitas konsumen yang berdampak pada stabilitas dan pertumbuhan usaha (Sari, 2022). Dalam penelitian oleh Hasanah (2021), konsumen yang memahami hak-hak mereka menurut prinsip syariah cenderung lebih selektif dan kritis dalam memilih produk, sehingga memaksa pelaku usaha untuk lebih transparan dan bertanggung jawab.

Implikasi lain adalah perubahan dalam strategi pemasaran pelaku usaha. Mereka harus menyusun promosi yang tidak hanya menarik, tetapi juga jujur dan sesuai dengan syariah, menghindari klaim berlebihan yang dapat menyesatkan konsumen (Hidayat & Amalia, 2020). Pelaku usaha juga lebih terdorong untuk mengedepankan layanan purna jual yang baik, karena kepuasan konsumen

menjadi bagian dari nilai keadilan dalam muamalah syariah. Layanan yang responsif dan adil memperkuat ikatan antara konsumen dan bisnis (Rahman et al., 2020).

Dalam konteks bisnis online dan digital, penerapan perlindungan konsumen berbasis syariah menuntut transparansi data dan keamanan transaksi, sehingga mendorong pelaku usaha untuk memperkuat sistem keamanan dan menjaga privasi konsumen (Putra et al., 2023). Pelaku usaha yang gagal menerapkan prinsip-prinsip syariah dapat menghadapi risiko hilangnya kepercayaan konsumen, yang berdampak pada penurunan penjualan dan reputasi. Oleh karena itu, perlindungan konsumen syariah juga berfungsi sebagai mekanisme kontrol sosial dan pasar (Nasution & Zainuddin, 2021).

Kepercayaan yang dibangun melalui perlindungan konsumen syariah juga memperluas basis pasar bagi produk syariah, karena konsumen merasa yakin akan kualitas dan kehalalan produk, termasuk segmen non-Muslim yang mulai tertarik dengan produk etis ini (Rahmawati & Hakim, 2023). Implikasi lain adalah peningkatan tanggung jawab sosial pelaku usaha. Dengan menempatkan konsumen sebagai mitra, pelaku usaha didorong untuk turut berkontribusi pada pembangunan sosial ekonomi yang berkeadilan dan berkelanjutan (Fahmi & Sari, 2022).

Pengaruh positif dari perlindungan konsumen berbasis syariah juga tercermin dalam peningkatan partisipasi dan kesadaran masyarakat dalam mengawasi praktik bisnis. Konsumen yang sadar haknya dapat berperan sebagai pengawas sosial yang efektif terhadap pelaku usaha (Ismail & Fauzi, 2023).

Namun demikian, penerapan perlindungan konsumen syariah juga menghadapi tantangan, seperti rendahnya pemahaman konsumen dan pelaku usaha tentang prinsip-prinsip syariah, serta keterbatasan sumber daya untuk pengawasan dan edukasi (Sari, 2022).

Implikasi penerapan perlindungan konsumen berbasis syariah sangat luas, mencakup perubahan perilaku pelaku usaha yang lebih bertanggung jawab, peningkatan kepercayaan dan loyalitas konsumen, serta terciptanya praktik bisnis yang adil, transparan, dan berkelanjutan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

## **V. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Prinsip-prinsip keadilan, kejujuran, dan transparansi dalam ekonomi syariah bukan hanya nilai-nilai moral, tetapi juga landasan praktis yang dapat meningkatkan kualitas interaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Penerapan prinsip-prinsip ini secara konsisten akan menciptakan lingkungan bisnis yang sehat, adil, dan berkelanjutan.
2. Implementasi perlindungan konsumen di Indonesia sudah berjalan dengan landasan hukum yang cukup, tetapi masih belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip ekonomi syariah. Sinergi dan harmonisasi regulasi, edukasi konsumen,

- dan penguatan pengawasan menjadi kunci utama agar perlindungan konsumen di Indonesia dapat mengadopsi nilai-nilai keadilan, kejujuran, dan transparansi sesuai dengan syariat Islam.
3. Implikasi penerapan perlindungan konsumen berbasis syariah sangat luas, mencakup perubahan perilaku pelaku usaha yang lebih bertanggung jawab, peningkatan kepercayaan dan loyalitas konsumen, serta terciptanya praktik bisnis yang adil, transparan, dan berkelanjutan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

### Daftar Pustaka

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Dengan Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ashabul Kahpi, M. (2020). *Perlindungan Konsumen dalam Penyelesaian Sengketa Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*. El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, 2(2).
- Elyani. (2023). *Perlindungan Konsumen dalam Bingkai Syariah di Era Digital*. Jurnal Syiar-Syiar, 3(2), 58-68. <https://doi.org/10.36490/syiar.v3i2.1081>Journal UTND
- Fahmi, A., & Sari, R. (2022). Sinergi Lembaga dalam Perlindungan Konsumen Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Syariah*, 8(1), 45-60.
- Harjoni, et al. (2023). *Perlindungan Konsumen dalam Akad Jual Beli Diskon Akhir Tahun Perspektif Ekonomi Syariah*. Jurnal Al-Mizan, 11(2).
- Hasanah, N. (2021). Prinsip Ekonomi Syariah dalam Perlindungan Konsumen. *Jurnal Muamalat dan Ekonomi Islam*, 12(2), 112-130.
- Hayati, S. (2020). *Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli Barang Bekas Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah*. Adzkiya: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah, 7(2), 259-278.
- Hidayat, R., & Amalia, D. (2020). Transparansi dan Perlindungan Konsumen pada Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 7(3), 89-102.
- Ismail, F., & Fauzi, M. (2023). Tantangan Sertifikasi Halal pada UMKM Syariah. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam*, 9(2), 77-91.
- Ja'far, A. K. (2014). *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Bisnis Islam*. ASAS: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, 6(1). <http://dx.doi.org/10.24042/asas.v6i1.1709>Ejournal Raden Intan

- Janati, N., Afriyanti, D., & Melina, F. (2023). *Perlindungan Konsumen Pada Platform Belanja Online Perspektif Hukum Ekonomi Islam*. Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, 6(1).  
[https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).13839journal2.uir.ac.id](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).13839journal2.uir.ac.id)
- Kurniawan, R., & Hartono, S. (2021). Regulasi Perlindungan Konsumen di Sektor Jasa Keuangan Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 6(1), 35-50.
- Li, Y., Wang, H., Jin, X. R., Li, X., Pender, M., Song, C. P., Tang, S. L., Cao, J., Wu, H., & Wang, Y. G. (2018). Experiences and challenges in the health protection of medical teams in the Chinese Ebola treatment center, Liberia: a qualitative study. *Infectious Diseases of Poverty*, 7(1), 92
- Marzali, A.-. (2016). Menulis Kajian Literatur. *Etnosia : Jurnal Etnografi Indonesia*, 1(2), 27.
- Mubarokah, A., & Saputra, T. (2022). Gharar dan Tadlis dalam Transaksi Bisnis di Indonesia. *Jurnal Syariah dan Hukum*, 10(1), 55-70.
- Nasution, H., & Zainuddin, M. (2021). Enforcement Fatwa DSN-MUI dalam Praktik Bisnis Syariah. *Jurnal Hukum Islam*, 11(4), 101-120.
- Nisrina, D. N. (2020). *Upaya Perlindungan Konsumen terhadap Akad Klausula Baku (Studi pada Pengadilan Agama Makassar Klas IA)*. Jurnal Al-Qadau: Peradilan dan Hukum Keluarga Islam, 5(2).
- Nisrina, D. N. (2020). Upaya Perlindungan Konsumen terhadap Klausula Baku. *Jurnal Al-Qadau*, 15(2), 30-44.
- Nursalam. (2017). *Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan: Pendekatan Praktis*. Ed. 4. Jakarta: Salemba Medika.
- Pirdayanti, M. (2023). Perlindungan Konsumen dalam Fintech Syariah. *Al-Amwal*, 5(1), 22-36.
- Putra, A., Ramadhani, L., & Putri, F. (2023). Digitalisasi Layanan Pengaduan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(1), 15-29.
- Putri, S., & Lestari, N. (2023). Loyalitas Konsumen pada Produk Syariah. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Islam*, 8(2), 67-81.
- Rahman, M., Sari, N., & Wijaya, H. (2020). Harmonisasi Regulasi Keuangan Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2), 98-112.
- Rahman, M., Sari, N., & Wijaya, H. (2020). Harmonisasi Regulasi Keuangan Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2), 98-112.

- Rahmawati, D., & Hakim, A. (2023). Strategi Korporasi dalam Bisnis Syariah. *Jurnal Bisnis Islam*, 11(1), 43-58.
- Saryono. (2009). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Nuha Medika.
- Widyaningsih, H. E., Lawang, H., & Akil, M. (2024). *Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Skincare Share In Jar Ditinjau Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*. Mujaddid: Jurnal Penelitian dan Pengkajian Islam, 2(1). <https://jurnal.fai.umi.ac.id/index.php/mujaddid/article/view/1175jurnal.fai.umi.ac.id>
- Widyaningsih, S., et al. (2024). *Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli Produk Skincare Share in Jar Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*. Mujaddid: Jurnal Pemikiran Hukum dan Hukum Islam, 8(1).
- Wulandari, A. W., & Sinilele, A. (2024). *Perlindungan Konsumen Pengguna Asuransi Gagal Klaim Berdasarkan Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*. El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, 6(1).
- Wulandari, A. W., & Sinilele, A. (2024). *Perlindungan Konsumen Pengguna Asuransi Gagal Klaim*. El-Iqthisady, 6(1), 78-92.
- Yasin, M. (2022). *Perlindungan Hak Spiritual Konsumen dalam Penyelesaian Sengketa Wanprestasi Pembiayaan Murabahah Pasca Putusan MK No. 18/PUU-XVII/2019*. Al-Huqu
- Yulfira, Y., Nur Darwis, F., & Pradhana, R. (2024). *Perlindungan Hak Konsumen dalam Perspektif Ibn Taymiyyah di Era E-Commerce*. Izdihar: Journal of Arabic Language Teaching, Linguistics, and Literature, 7(1).
- Yusri, A. (2019). *Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam dan Positif*. Al-Mizan, 5(2), 150-165.