

BAB IV
ANALISIS TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN PADA JUAL BELI BARANG
YANG DIKLAIM BERKHASIAH DAN MENYEMBUHKAN BERBAGAI PENYAKIT
(STUDI KOMPARATIF HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM)

A. Perlindungan Konsumen Pada Jual Beli Barang yang Diklaim Berkhasiat dan Menyembuhkan Berbagai Penyakit dalam Perspektif Hukum Positif

Perdagangan barang yang diklaim memiliki khasiat untuk menyembuhkan berbagai penyakit saat ini semakin berkembang seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap alternatif pengobatan di luar layanan medis konvensional. Berbagai produk seperti gelang kesehatan, kalung terapi, air kesehatan, herbal, maupun alat kesehatan alternatif banyak dipasarkan melalui media sosial maupun penjualan langsung dengan menawarkan berbagai klaim manfaat kesehatan. Tidak jarang pelaku usaha menyampaikan informasi bahwa produk yang dipasarkan mampu menyembuhkan penyakit tertentu tanpa didukung oleh bukti ilmiah maupun izin dari instansi yang berwenang.¹

Di Indonesia, praktik penjualan barang dengan klaim kesehatan yang tidak dapat dibuktikan secara ilmiah berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen. Kerugian tersebut tidak hanya berupa kerugian materil akibat pembelian produk yang tidak sesuai dengan manfaat yang dijanjikan, tetapi juga dapat berupa kerugian kesehatan apabila konsumen menghentikan pengobatan medis dan bergantung pada produk yang dibelinya. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap konsumen menjadi sangat penting untuk menjamin hak-hak konsumen

¹ Agustin, W., & Rahmawati, D. “Perlindungan Hukum Konsumen terhadap Produk dengan Klaim Kesehatan yang Menyesatkan”. Jurnal Hukum dan Pembangunan, Vol. 53 No. 2. (2023). 28

dalam memperoleh informasi yang benar dan jujur mengenai barang yang diperdagangkan.

Perlindungan konsumen dalam hukum positif Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pasal 4 huruf c UUPK memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa. Hak tersebut merupakan bentuk perlindungan upaya pencegahan yang dilakukan oleh pemerintah yang bertujuan agar konsumen dapat membuat keputusan pembelian berdasarkan informasi yang akurat. Dengan demikian, setiap klaim mengenai khasiat atau kemampuan suatu produk dalam menyembuhkan penyakit harus dapat dibuktikan secara objektif dan tidak boleh menyesatkan masyarakat.²

Apabila pelaku usaha memasarkan barang dengan menyatakan bahwa produk tersebut mampu menyembuhkan berbagai penyakit tanpa dasar ilmiah yang jelas, maka tindakan tersebut dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 8 dan Pasal 9 UUPK. Pasal 8 melarang pelaku usaha memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan keterangan, mutu, manfaat, atau kondisi sebagaimana yang dinyatakan dalam label maupun promosi. Sementara itu, Pasal 9 melarang pelaku usaha menawarkan atau mengiklankan barang secara tidak benar, seolah-olah memiliki manfaat tertentu yang belum terbukti kebenarannya.

² Verenika Pauth, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Akibat Mengonsumsi Barang dan Jasa Berdasarkan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen", *Lex Privatum*, Vol. 6, No. 10, 2025.

Dalam konteks penelitian ini, barang yang diklaim berkhasiat menyembuhkan penyakit dapat dikategorikan sebagai bentuk *misleading information* (informasi menyesatkan) apabila manfaat yang dijanjikan tidak dapat dibuktikan secara medis maupun ilmiah. Pelaku usaha yang menyampaikan klaim tersebut pada dasarnya telah memengaruhi keputusan konsumen melalui informasi yang menyesatkan. Akibatnya, konsumen membeli barang dengan harapan memperoleh manfaat kesehatan tertentu yang pada kenyataannya tidak sesuai dengan yang dijanjikan.³

Tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen diatur dalam Pasal 19 UUPK. Ketentuan tersebut menegaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Bentuk ganti rugi dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang, biaya pengobatan, atau bentuk kompensasi lainnya sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Selain tanggung jawab perdata, pelaku usaha yang terbukti melanggar ketentuan Pasal 8 dan Pasal 9 UUPK juga dapat dikenakan sanksi pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 62 UUPK. Ketentuan tersebut memberikan ancaman pidana penjara paling lama lima tahun atau denda paling banyak dua miliar rupiah. Sanksi tersebut dimaksudkan sebagai upaya represif untuk memberikan efek jera kepada pelaku usaha agar tidak melakukan praktik perdagangan yang merugikan konsumen.

³ Hayati, Adis Nu, Al Araf Assadallah Marzuki, dan Nurangga Firmanditya. "Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Digital dan Informasi Menyesatkan." *Masyarakat Indonesia*, Vol. 49, No. 1, 2023.

Meskipun regulasi mengenai perlindungan konsumen telah tersedia, penerapannya dalam kasus barang yang diklaim berkhasiat menyembuhkan penyakit masih menghadapi berbagai kendala. Salah satu kendala utama adalah sulitnya pembuktian mengenai kebenaran atau ketidakbenaran klaim yang disampaikan oleh pelaku usaha. Dalam banyak kasus, pelaku usaha menggunakan testimoni konsumen sebagai dasar promosi tanpa didukung hasil penelitian ilmiah yang memadai. Selain itu, masih rendahnya tingkat kesadaran hukum masyarakat menyebabkan banyak konsumen tidak melaporkan kerugian yang dialaminya kepada pihak yang berwenang.⁴

Apabila konsumen merasa dirugikan akibat penggunaan barang yang diklaim berkhasiat menyembuhkan penyakit, maka konsumen dapat mengajukan pengaduan kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), mengajukan gugatan perdata ke pengadilan berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdata, maupun melaporkan pelaku usaha kepada instansi pemerintah yang berwenang seperti Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) atau Kementerian Perdagangan. Upaya-upaya tersebut merupakan bentuk perlindungan hukum yang diberikan negara untuk menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen.

Berdasarkan ketentuan tersebut, tanggung jawab pelaku usaha mencakup tiga aspek utama, yaitu tanggung jawab atas kerusakan yang ditimbulkan oleh produk, tanggung jawab atas pencemaran yang mungkin terjadi akibat penggunaan produk, dan tanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen. Dengan

⁴ Modjo, Rizky Dwitama Bagaskara, Nirwan Junus, dan Waode Mustika. "Perlindungan Konsumen Terhadap Kerusakan Barang yang Diakibatkan Oleh Perusahaan." *Journal of Comprehensive Science*, Vol. 2, No. 5, (2023). 90

demikian, pelaku usaha tidak dapat melepaskan diri dari tanggung jawab hanya dengan alasan bahwa produk tersebut telah digunakan oleh konsumen secara sukarela.⁵

Selain pertanggungjawaban secara perdata, pelaku usaha juga dapat dikenakan sanksi pidana apabila terbukti melakukan pelanggaran terhadap ketentuan perlindungan konsumen. Pasal 62 UUPK memberikan ancaman pidana berupa penjara paling lama lima tahun atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan Pasal 8 dan Pasal 9 UUPK. Pemberian sanksi pidana tersebut menunjukkan bahwa negara memberikan perlindungan yang serius terhadap hak-hak konsumen.

Meskipun demikian, penerapan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam kasus barang yang diklaim berkhasiat menyembuhkan penyakit masih menghadapi berbagai kendala. Salah satu kendala utama adalah sulitnya pembuktian mengenai hubungan antara klaim yang disampaikan pelaku usaha dengan kerugian yang dialami konsumen. Selain itu, banyak konsumen yang belum memahami hak-haknya sehingga tidak melakukan pengaduan ketika mengalami kerugian.

Kendala lainnya adalah masih maraknya penggunaan media digital sebagai sarana promosi. Melalui media sosial, pelaku usaha dapat menyebarkan informasi kepada masyarakat dalam waktu yang sangat cepat. Akibatnya, pengawasan terhadap kebenaran klaim produk menjadi lebih sulit dilakukan. Dalam kondisi

⁵ Illa, Lin Lie Bintan dan Khoirul Hidayah. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Sistem Transaksi Quick Commerce Modern." *Journal of Islamic Business Law*, Vol. 7, No. 3, (2023). 120

demikian, diperlukan peran aktif pemerintah, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), Kementerian Perdagangan, serta lembaga perlindungan konsumen untuk meningkatkan pengawasan terhadap produk-produk yang beredar di masyarakat.

Apabila konsumen merasa dirugikan, terdapat beberapa upaya hukum yang dapat ditempuh. Pertama, konsumen dapat mengajukan pengaduan kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Kedua, konsumen dapat mengajukan gugatan perdata ke pengadilan berdasarkan Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata mengenai perbuatan melawan hukum. Ketiga, konsumen dapat melaporkan pelaku usaha kepada BPOM atau instansi terkait apabila produk yang dipasarkan tidak memiliki izin edar atau menyampaikan klaim kesehatan yang tidak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Keempat, apabila ditemukan unsur penipuan, konsumen dapat menempuh jalur pidana dengan melaporkan pelaku usaha kepada aparat penegak hukum.

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, testimoni sering digunakan oleh pelaku usaha sebagai strategi untuk memengaruhi perilaku dan keputusan konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa. Testimoni tersebut sengaja dibuat sesuai dengan kepentingan pelaku usaha dan dikemas seolah-olah berasal dari konsumen yang benar-benar telah menggunakan atau merasakan manfaat dari produk maupun jasa yang ditawarkan. Dalam praktiknya, testimoni yang bernada

positif bertujuan untuk membentuk persepsi masyarakat bahwa produk atau jasa tersebut memiliki kualitas yang baik dan layak untuk dibeli.⁶

Tindakan tersebut dapat memenuhi unsur yang diatur dalam Pasal 35 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), karena mengandung unsur manipulasi informasi elektronik yang dapat menyesatkan pihak lain. Berkaitan dengan pelanggaran tersebut, Pasal 51 ayat (1) UU ITE menyatakan bahwa setiap orang yang terbukti melanggar ketentuan Pasal 35 dapat dikenakan sanksi pidana berupa penjara paling lama 12 (dua belas) tahun dan/atau denda paling banyak Rp12.000.000.000,00 (dua belas miliar rupiah). Selain itu, Pasal 52 ayat (4) UU ITE juga mengatur bahwa apabila tindak pidana tersebut dilakukan oleh korporasi, maka pidana yang dijatuhkan dapat diperberat dengan penambahan dua pertiga dari pidana pokok yang telah ditentukan.⁷

Dengan demikian, perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli barang yang diklaim berkhasiat dan menyembuhkan berbagai penyakit telah tersedia dalam berbagai instrumen hukum di Indonesia. Akan tetapi, efektivitas perlindungan tersebut sangat bergantung pada kesadaran hukum masyarakat, pengawasan pemerintah, serta konsistensi penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang melakukan pelanggaran.

⁶ Annaba, Regina Audi, Susilowati, dan Agus Suwandono. (2023). *“Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Kerugian Konsumen yang Disebabkan Oleh Deskripsi Barang yang Tidak Sesuai.” COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, Vol. 3 No. 7. 90

⁷ Annaba, Regina Audi, Susilowati, dan Agus Suwandono. *“Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Kerugian Konsumen yang Disebabkan Oleh Deskripsi Barang yang Tidak Sesuai Dengan Aslinya Dalam Jual Beli Online Ditinjau Dari UUPK.” COMSERVA*, Vol. 3, No. 7, (2023).

B. Perlindungan Konsumen Pada Jual Beli Barang yang Diklaim Berkhasiat dan Menyembuhkan Berbagai Penyakit dalam Perspektif Hukum Islam

Dalam sudut pandang hukum Islam, kegiatan membeli dan menjual adalah salah satu aspek muamalah yang harus dilakukan dengan mengacu pada prinsip kejujuran, transparansi, dan keadilan. Islam mewajibkan bahwa setiap Transaksi berlangsung secara sukarela tanpa adanya elemen penipuan, manipulasi, atau pengelapan informasi yang bisa merugikan salah satu pihak..⁸

Allah SWT berfirman dalam QS. An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Transaksi yang sah menurut Islam harus didasarkan pada kerelaan para pihak yang lahir dari informasi yang benar dan transparan. Oleh karena itu, penjual dilarang memberikan informasi palsu mengenai kualitas, manfaat, maupun khasiat suatu barang. Praktik menjual barang dengan klaim mampu menyembuhkan berbagai penyakit tanpa bukti yang jelas dapat dikategorikan sebagai bentuk *tadlīs* (penipuan). *Tadlīs* terjadi ketika salah satu pihak menyembunyikan fakta atau memberikan informasi yang tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya sehingga pihak lain melakukan Transaksi berdasarkan kekeliruan informasi.

⁸ Muhammad Iqbal dan Rahmad Hidayat, "Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam terhadap Praktik Manipulasi Informasi dalam Transaksi Digital", *As-Syar'i: Jurnal Bimbingan dan Konseling Keluarga*, Vol. 6, No. 2, (2024), . 878.

Selain mengandung unsur *tadlīs*, praktik tersebut juga dapat mengandung unsur *gharar* karena terdapat ketidakjelasan mengenai manfaat dan efektivitas barang yang dijual. Konsumen membeli produk dengan harapan memperoleh kesembuhan, sementara manfaat yang dijanjikan belum dapat dipastikan kebenarannya. Keadaan ini bertentangan dengan prinsip kejelasan objek Transaksi yang menjadi syarat sah muamalah dalam Islam.⁹

Dalam perspektif hukum Islam, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk menyampaikan informasi yang benar mengenai barang yang diperjualbelikan. Informasi yang diberikan harus sesuai dengan kondisi dan kualitas barang yang sebenarnya sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman bagi konsumen. Apabila suatu produk diklaim mampu menyembuhkan berbagai penyakit, maka klaim tersebut harus didasarkan pada bukti yang dapat dipertanggungjawabkan. Penyampaian informasi yang berlebihan atau tidak sesuai dengan fakta dapat dikategorikan sebagai bentuk penipuan yang dilarang dalam Islam.¹⁰ Rasulullah SAW bersabda bahwa siapa saja yang melakukan penipuan maka ia bukan termasuk golongan umat beliau. Hadis tersebut menunjukkan bahwa kejujuran merupakan prinsip utama yang harus dijunjung tinggi dalam aktivitas perdagangan.

⁹ Hendi Suhendi, “Fiqh Muamalah” (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2019), 83

¹⁰ Abdul Kodir Alhamdani, Rika Anggraini, dan Muhammad Zaky Mubarak, “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Implementasi Khiyar Dalam Jual Beli Online Pada Marketplace Shopee,” *Iqtishad Sharia: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah dan Keuangan Islam*, Vol. 1, No. 1, 2023, . 21.

Allah Swt berfirman Q.S Al Anfal/8 : 27

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٢٧﴾

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul serta janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedangkan kamu mengetahui”. (Q.S Al Anfal 27)

Dalam Transaksi jual beli barang yang diklaim berkhasiat dan mampu menyembuhkan berbagai penyakit, keakuratan informasi yang diberikan kepada konsumen memiliki peran yang sangat penting. Klaim mengenai manfaat produk sering kali menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian, terutama pada produk kesehatan, obat herbal, maupun suplemen. Dari sudut pandang pelaku usaha, klaim tersebut digunakan sebagai media promosi untuk meningkatkan kepercayaan dan minat konsumen terhadap produk yang dipasarkan.¹¹

Namun, dari perspektif konsumen, informasi mengenai khasiat produk merupakan hak yang harus diperoleh secara benar, jelas, dan jujur. Dalam hukum Islam, penyampaian informasi yang tidak sesuai dengan kenyataan atau mengandung unsur berlebihan dapat dikategorikan sebagai bentuk *tadlis* yang dilarang karena berpotensi menyesatkan konsumen. Oleh karena itu, perlindungan konsumen dalam Transaksi semacam ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap klaim yang disampaikan oleh pelaku usaha memiliki dasar yang jelas sehingga tidak menimbulkan kerugian baik dari segi ekonomi maupun kesehatan bagi konsumen.

¹¹ Muhammad Iqbal dan Rahmad Hidayat, “Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam terhadap Manipulasi Informasi Produk,” *As-Syar'i: Jurnal Bimbingan dan Konseling Keluarga*, Vol. 6, No. 2, 2024, . 878.

Praktik penjualan barang yang diklaim memiliki khasiat dan mampu menyembuhkan berbagai penyakit dapat dianalisis dengan menggunakan konsep Transaksi yang dilarang dalam hukum Islam, salah satunya adalah *ba'i najasy*. Kesamaan keduanya terletak pada adanya upaya untuk memengaruhi keputusan konsumen melalui penyampaian informasi yang berpotensi menimbulkan persepsi yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya. Dalam praktik *ba'i najasy*, seseorang berusaha meningkatkan minat pembeli terhadap suatu barang dengan cara memberikan kesan bahwa barang tersebut memiliki nilai atau kualitas yang tinggi, padahal informasi tersebut tidak didasarkan pada keadaan yang sebenarnya.

Demikian pula, klaim mengenai kemampuan suatu produk untuk menyembuhkan berbagai penyakit tanpa didukung bukti yang jelas dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian berdasarkan harapan yang dibangun melalui promosi tersebut. Akibatnya, konsumen berisiko mengalami kerugian apabila manfaat yang dijanjikan tidak sesuai dengan kenyataan. Oleh karena itu, praktik semacam ini perlu ditinjau secara kritis dalam perspektif hukum Islam karena berpotensi mengandung unsur penipuan (*tadlis*), ketidakjelasan (*gharar*), dan bertentangan dengan prinsip kejujuran yang menjadi dasar dalam Transaksi muamalah.¹²

عَنْ ابْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَى عَنِ النَّجْشِ

"Dari Ibnu Umar r.a., sesungguhnya Rasulullah Saw melarang praktik najasy (rekayasa dalam jual beli)."¹³

¹² Ahmad Fauzi dan Siti Nurjanah, "Konsep Tadlis dan Gharar dalam Perlindungan Konsumen Perspektif Hukum Ekonomi Syariah," *Jurnal Al-Muamalat*, Vol. 8, No. 2 (2022), . 119.

¹³ HR. Al-Bukhari No. 2142 dan Muslim No. 1516

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَرَّ عَلَى صُبْرَةٍ طَعَامٍ فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا فَنَالَتْ أَصَابِعُهُ بَلَلًا فَقَالَ: مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ؟ قَالَ: أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ، قَالَ: أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَيْ يَرَاهُ النَّاسُ، مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي

"Dari Abu Hurairah r.a., Rasulullah SAW melewati setumpuk makanan. Beliau memasukkan tangannya ke dalam tumpukan tersebut dan mendapati bagian dalamnya basah. Beliau bertanya, 'Apa ini wahai pemilik makanan?' Ia menjawab, 'Makanan itu terkena hujan, wahai Rasulullah.' Beliau bersabda, 'Mengapa tidak engkau letakkan bagian yang basah itu di atas agar orang-orang dapat melihatnya? Barang siapa menipu maka ia bukan termasuk golonganku.'"¹⁴

Menurut penulis, praktik penjualan barang yang disertai klaim berlebihan mengenai kemampuan menyembuhkan berbagai penyakit memiliki kesamaan karakteristik dengan praktik *bai' najasy* yang dilarang dalam hukum Islam. Meskipun bentuknya berbeda, keduanya sama-sama bertujuan membentuk persepsi tertentu pada calon pembeli agar tertarik melakukan Transaksi berdasarkan informasi yang tidak sepenuhnya benar. Dalam *bai' najasy*, seseorang menaikkan penawaran harga tanpa niat membeli untuk menciptakan kesan bahwa barang tersebut memiliki nilai yang tinggi dan banyak diminati. Sementara dalam praktik jual beli barang yang diklaim berkhasiat menyembuhkan penyakit, pelaku usaha berusaha membangun keyakinan konsumen bahwa produk yang dipasarkan memiliki manfaat kesehatan yang luar biasa, meskipun manfaat tersebut belum tentu dapat dibuktikan secara ilmiah maupun syar'i.¹⁵

¹⁴ HR. Muslim No. 102

¹⁵ Ahmad Fauzi dan Siti Nurjanah, "Konsep Tadlis dan Gharar dalam Perlindungan Konsumen Perspektif Hukum Ekonomi Syariah," *Jurnal Al-Muamalat*, Vol. 8, No. 2 (2022), . 119.

Kesamaan lainnya terlihat pada adanya upaya memengaruhi keputusan konsumen melalui penciptaan persepsi yang menyesatkan. Dalam praktik *bai' najasy*, pembeli terdorong melakukan Transaksi karena menganggap barang tersebut bernilai tinggi dan diminati oleh banyak orang. Demikian pula dalam penjualan barang yang diklaim mampu menyembuhkan berbagai penyakit, konsumen terdorong membeli produk karena percaya bahwa produk tersebut dapat memberikan kesembuhan atau manfaat kesehatan tertentu sebagaimana yang dijanjikan oleh penjual. Padahal, tidak jarang klaim tersebut tidak didukung oleh bukti ilmiah yang memadai sehingga berpotensi merugikan konsumen.

Selain itu, praktik semacam ini sering kali didukung oleh penggunaan testimoni atau pengalaman pribadi yang dijadikan alat promosi untuk memperkuat keyakinan konsumen. Walaupun testimoni dapat menjadi salah satu bentuk pengalaman pengguna, penggunaannya sebagai dasar utama untuk membuktikan khasiat suatu produk berpotensi menimbulkan kesalahpahaman apabila tidak disertai informasi yang objektif dan dapat diverifikasi. Akibatnya, konsumen dapat mengambil keputusan pembelian berdasarkan informasi yang tidak lengkap atau bahkan menyesatkan.

Dalam hukum Islam, tindakan yang mengandung unsur penyesatan informasi seperti ini dapat dikategorikan sebagai *tadlīs* (penipuan) dan *gharar* (ketidakjelasan). Unsur *tadlīs* muncul ketika penjual memberikan keterangan yang tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya mengenai manfaat barang yang dijual. Adapun unsur *gharar* terjadi karena adanya ketidakjelasan mengenai efektivitas dan manfaat produk yang dijanjikan kepada konsumen. Kedua unsur tersebut

merupakan praktik yang dilarang dalam muamalah karena bertentangan dengan prinsip keadilan dan kejujuran yang menjadi dasar Transaksi dalam Islam.

Di Indonesia, pedoman mengenai aktivitas muamalah di ruang digital telah diatur oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) melalui Fatwa DSN-MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial. Fatwa tersebut memberikan landasan etis bagi umat Islam dalam melakukan interaksi dan Transaksi di media digital agar tetap selaras dengan prinsip-prinsip syariah. Pada ketentuan hukum pertama ditegaskan bahwa setiap muslim dalam menjalankan aktivitas muamalah, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun melalui media sosial, wajib berlandaskan pada nilai keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT, menjunjung tinggi kebajikan (*mu'asyarah bil ma'ruf*), memperkuat persaudaraan (*ukhuwwah*), saling menasihati dalam kebenaran (*al-haqq*), serta mendorong perbuatan baik (*al-amr bi al-ma'ruf*) dan mencegah segala bentuk kemungkaran (*al-nahyu 'an al-munkar*).

Lebih lanjut, fatwa tersebut menjelaskan bahwa penggunaan media sosial harus diarahkan pada aktivitas yang membawa kemaslahatan serta menghindari segala bentuk tindakan yang dapat menimbulkan kemudharatan, baik bagi diri sendiri maupun orang lain. Setiap muslim yang memanfaatkan media sosial diwajibkan menjaga nilai-nilai keislaman dalam setiap aktivitasnya dan menghindari perbuatan yang mengarah pada kebohongan, penipuan, fitnah, maupun penyebaran informasi yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

Selain itu, Fatwa DSN-MUI Nomor 24 Tahun 2017 juga menekankan pentingnya menjaga dan mempererat hubungan persaudaraan dalam berbagai aspek kehidupan, baik persaudaraan sesama umat Islam (*ukhuwwah Islamiyyah*), persaudaraan kebangsaan (*ukhuwwah wathaniyyah*), maupun persaudaraan kemanusiaan (*ukhuwwah insaniyyah*). Nilai-nilai tersebut bertujuan untuk mewujudkan keharmonisan sosial, memperkuat persatuan, serta menciptakan hubungan yang baik antara sesama masyarakat, antarumat beragama, maupun antara masyarakat dengan pemerintah.

Apabila dikaitkan dengan praktik jual beli barang yang diklaim berkhasiat dan mampu menyembuhkan berbagai penyakit, fatwa tersebut memberikan penegasan bahwa setiap informasi yang disampaikan dalam kegiatan promosi dan pemasaran harus didasarkan pada prinsip kejujuran dan kebenaran. Penyampaian klaim yang berlebihan, tidak dapat dibuktikan, atau berpotensi menyesatkan konsumen bertentangan dengan nilai-nilai muamalah yang diajarkan Islam. Oleh karena itu, pelaku usaha berkewajiban menyampaikan informasi secara transparan dan bertanggung jawab agar hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar tetap terlindungi sesuai dengan prinsip keadilan dan kemaslahatan dalam hukum Islam.

Dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial ditegaskan bahwa setiap muslim wajib menghindari segala bentuk aktivitas yang dapat menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Perbuatan seperti menyebarkan informasi bohong, fitnah, ujaran kebencian, provokasi, serta berbagai bentuk tindakan yang bertentangan dengan

nilai-nilai syariah merupakan perbuatan yang dilarang. Selain itu, penyebaran informasi yang tidak benar atau tidak dapat dipertanggungjawabkan juga termasuk perbuatan yang harus dihindari karena berpotensi menyesatkan masyarakat dan menimbulkan kerugian bagi pihak lain.

Apabila ketentuan tersebut dikaitkan dengan praktik jual beli barang yang diklaim berkhasiat dan mampu menyembuhkan berbagai penyakit, maka penyampaian klaim yang tidak sesuai dengan fakta atau tidak didukung oleh bukti ilmiah yang memadai dapat dikategorikan sebagai bentuk penyampaian informasi yang menyesatkan. Pelaku usaha yang menawarkan suatu produk dengan menyatakan bahwa produk tersebut mampu menyembuhkan penyakit tertentu tanpa dasar yang jelas pada dasarnya telah memberikan informasi yang berpotensi menimbulkan kesalahpahaman bagi konsumen. Akibatnya, konsumen dapat mengambil keputusan pembelian berdasarkan informasi yang tidak benar sehingga mengalami kerugian baik secara ekonomi maupun kesehatan.¹⁶

Dalam perspektif hukum Islam, tindakan memberikan klaim yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya dapat dikategorikan sebagai bentuk *tadlis* (penipuan) dan *ghisy* (kecurangan) dalam Transaksi. Perbuatan tersebut bertentangan dengan prinsip kejujuran (*sidq*) dan amanah yang menjadi landasan utama dalam kegiatan muamalah. Oleh karena itu, praktik penjualan barang yang diklaim berkhasiat dan menyembuhkan berbagai penyakit tanpa bukti yang dapat

¹⁶ Muhammad Iqbal dan Rahmad Hidayat, "Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam terhadap Manipulasi Informasi Produk," *As-Syar'i: Jurnal Bimbingan dan Konseling Keluarga*, Vol. 6, No. 2 (2024), . 885.

dipertanggungjawabkan termasuk perbuatan yang dilarang (haram) karena mengandung unsur penyesatan dan berpotensi merugikan konsumen. Larangan tersebut sekaligus menunjukkan adanya perlindungan terhadap hak-hak konsumen dalam hukum Islam agar setiap Transaksi berlangsung secara adil dan transparan.

Sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen, hukum Islam mengenal konsep khiyar, yaitu hak yang diberikan kepada para pihak untuk menentukan apakah Transaksi akan dilanjutkan atau dibatalkan setelah mengetahui kondisi yang sebenarnya dari objek yang diperjualbelikan. Konsep khiyar merupakan salah satu instrumen perlindungan konsumen yang bertujuan mencegah terjadinya ketidakadilan dalam Transaksi.

Dalam konteks jual beli barang yang diklaim berkhasiat dan menyembuhkan berbagai penyakit, hak khiyar dapat diterapkan apabila konsumen menemukan bahwa manfaat produk yang diterima tidak sesuai dengan klaim yang disampaikan oleh pelaku usaha. Bentuk khiyar yang relevan dalam kondisi tersebut adalah khiyar *aib*, yaitu hak pembeli untuk membatalkan Transaksi karena terdapat cacat atau ketidaksesuaian yang sebelumnya tidak diketahui. Selain itu, dapat pula diterapkan khiyar *syarat*, yaitu hak yang diberikan kepada para pihak untuk mempertimbangkan kembali Transaksi dalam jangka waktu tertentu sebelum akad menjadi mengikat secara penuh.

Apabila setelah menggunakan produk konsumen mengetahui bahwa klaim kesembuhan yang dijanjikan tidak terbukti atau tidak sesuai dengan informasi yang diberikan pada saat Transaksi, maka konsumen berhak membatalkan akad serta

meminta pengembalian hak-haknya. Dengan demikian, konsep khiyar dalam hukum Islam memberikan perlindungan hukum kepada konsumen agar tidak menjadi korban praktik perdagangan yang mengandung unsur penipuan, ketidakjelasan (*gharar*), maupun penyampaian informasi yang menyesatkan. Mekanisme tersebut menunjukkan bahwa hukum Islam tidak hanya menekankan aspek moral dan kejujuran dalam Transaksi, tetapi juga menyediakan instrumen perlindungan yang konkret bagi konsumen yang dirugikan akibat perbuatan pelaku usaha.

Dalam perspektif hukum Islam, perlindungan konsumen terhadap praktik jual beli barang yang diklaim berkhasiat dan menyembuhkan berbagai penyakit dapat dikaitkan dengan konsep khiyar, yaitu hak yang diberikan kepada para pihak untuk menentukan apakah Transaksi akan dilanjutkan atau dibatalkan setelah mengetahui kondisi yang sebenarnya dari objek yang diperjualbelikan. Konsep khiyar merupakan salah satu bentuk perlindungan yang diberikan syariat Islam guna menjamin keadilan dan menghindari kerugian dalam Transaksi muamalah.¹⁷

Penerapan hak khiyar dalam praktik jual beli barang yang diklaim memiliki manfaat kesehatan dapat dijelaskan melalui beberapa bentuk. Pertama, khiyar *aib*, yaitu hak yang dimiliki konsumen untuk membatalkan Transaksi apabila ditemukan cacat atau ketidaksesuaian pada barang yang sebelumnya tidak diketahui. Dalam konteks penelitian ini, konsumen berhak menggunakan khiyar *aib* apabila produk yang dibeli ternyata tidak memiliki manfaat sebagaimana yang diklaim oleh pelaku

¹⁷ Syamsul Hilal, "Urgensi Kaidah Fiqhiyyah Dalam Pengembangan Ekonomi Islam," *Al-Adalah* 8, no. 1 (2025): 5, <https://doi.org/10.24042/adalah.v13i3.161>.

usaha atau terdapat informasi penting yang disembunyikan pada saat Transaksi berlangsung.

Kedua, *khiyar syarat*, yaitu hak yang diberikan kepada para pihak berdasarkan kesepakatan tertentu untuk mempertimbangkan kembali Transaksi dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Hak ini menjadi relevan dalam jual beli barang kesehatan atau produk yang diklaim berkhasiat, karena konsumen memerlukan waktu untuk memastikan kesesuaian antara manfaat yang dijanjikan dengan kondisi nyata setelah produk digunakan.

Ketiga, *khiyar majlis*, yaitu hak bagi para pihak untuk membatalkan Transaksi selama akad masih berlangsung dan para pihak belum berpisah dari majelis akad. Hak ini menunjukkan bahwa Islam memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mempertimbangkan kembali keputusannya sebelum Transaksi menjadi sempurna dan mengikat secara penuh.

Ibnu Rusyd dalam *Bidāyat al-Mujtahid* menjelaskan bahwa *khiyār al-'aib* merupakan hak bagi pembeli untuk membatalkan akad apabila ditemukan cacat atau ketidaksesuaian pada barang yang sebelumnya tidak diketahui.¹ Beliau menegaskan bahwa unsur kerelaan (*al-tarāḍī*) menjadi pilar utama dalam akad jual beli, dan apabila terdapat penipuan (*tadlīs*) yang membuat kerelaan itu cacat, maka pembeli berhak membatalkan transaksi. Dalam konteks penelitian ini, ketika konsumen mengetahui klaim khasiat penyembuhan yang disampaikan penjual

ternyata palsu, maka hak *khiyār al-'aib* dapat diterapkan sebagai bentuk perlindungan agar konsumen tidak dirugikan.¹⁸

Praktik penjualan barang yang disertai klaim berlebihan mengenai kemampuan menyembuhkan berbagai penyakit pada hakikatnya bertentangan dengan tujuan muamalah dalam Islam, yaitu menciptakan ketenangan, kepuasan, dan kerelaan di antara para pihak yang bertransaksi. Dalam Transaksi yang sesuai syariat, konsumen seharusnya melakukan pembelian berdasarkan informasi yang benar dan lengkap sehingga timbul rasa Ridha terhadap barang yang diperoleh. Sebaliknya, apabila keputusan pembelian didasarkan pada informasi yang tidak benar atau klaim yang menyesatkan, maka unsur kerelaan tersebut menjadi cacat karena konsumen tidak mengetahui keadaan yang sebenarnya.

Prinsip kerelaan para pihak (*an tarāḍin minkum*) merupakan salah satu prinsip fundamental dalam hukum ekonomi Islam. Prinsip ini menegaskan bahwa suatu Transaksi hanya dapat dianggap sah apabila dilakukan atas dasar persetujuan dan kerelaan kedua belah pihak tanpa adanya unsur paksaan, penipuan, maupun penyembunyian informasi. Untuk mewujudkan kerelaan tersebut, para pihak harus memiliki akses terhadap informasi yang lengkap dan benar mengenai barang yang diperjualbelikan, termasuk terkait kualitas, manfaat, harga, dan karakteristik produk.¹⁹

¹⁸ Ibnu Rusyd, *Bidāyat al-Mujtahid wa Nihāyat al-Muqtaṣid*, Jilid II (Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 1995), hlm. 150-155.

¹⁹ Abdul Kodir Alhamdani dkk., “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Implementasi Khiyar Dalam Jual Beli Online Pada Marketplace Shopee,” *IQTISHAD SHARIA: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah dan Keuangan Islam*, (2025). 90

Dalam konteks jual beli barang yang diklaim berkhasiat dan menyembuhkan berbagai penyakit, penyampaian klaim yang tidak dapat dibuktikan secara ilmiah berpotensi menghilangkan unsur kerelaan karena konsumen melakukan pembelian berdasarkan informasi yang keliru. Dalam hukum Islam, kondisi demikian dikenal sebagai *tadlis* (penipuan), yaitu tindakan menyembunyikan fakta atau memberikan informasi yang tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya sehingga merugikan pihak lain.

Selain prinsip *an tarāḍin minkum*, Islam juga mengenal prinsip *lā taẓlimūna wa lā tuẓlamūn* yang berarti tidak menzalimi dan tidak dizalimi. Prinsip ini menghendaki agar setiap Transaksi dilakukan secara adil tanpa merugikan salah satu pihak. Oleh karena itu, segala bentuk praktik yang mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan), *tadlis* (penipuan), *bai' najasy* (rekayasa permintaan), maupun bentuk manipulasi lainnya dilarang karena bertentangan dengan tujuan syariat dalam menjaga keadilan dan kemaslahatan.

C. Analisis Komparatif Hukum Positif dan Hukum Islam

Dalam konteks perlindungan konsumen, hukum positif di Indonesia dan hukum Islam memiliki tujuan yang sama, yaitu memberi jaminan agar konsumen tidak dirugikan dalam setiap bentuk Transaksi, namun keduanya memiliki karakteristik, sumber, dan pendekatan yang berbeda.

Dalam sistem hukum positif Indonesia, perlindungan konsumen diatur secara formal melalui Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Undang-undang ini bertujuan memberi kepastian hukum atas

hak-hak konsumen seperti mendapatkan informasi yang benar, memilih barang, kenyamanan dan keselamatan, serta hak untuk mendapatkan kompensasi atas kerugian akibat penggunaan barang atau jasa tertentu. Negara hadir sebagai pengatur dan penegak hukum formal melalui perangkat peraturan yang ditetapkan pemerintah, termasuk institusi penyelesaian sengketa seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) serta pengaturan administratif yang meliputi sanksi administratif, perdata, dan pidana terhadap pelanggaran.²⁰

Dalam praktiknya, hukum positif memberikan ruang bagi konsumen untuk menuntut haknya di pengadilan atau melalui mekanisme non-litigasi, serta memberikan efek jera kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan perlindungan konsumen. Kajian tentang perlindungan konsumen dalam konteks *e-commerce* dan Transaksi daring menegaskan pentingnya penerapan hukum positif seperti UUPK untuk menghadapi tantangan perlindungan hak konsumen di era digital, termasuk masalah deskripsi produk yang tidak sesuai dengan kenyataan dan penipuan online.

Sementara itu, hukum Islam, khususnya dalam perspektif fikih muamalah atau hukum ekonomi syariah, tidak secara eksplisit menyebut istilah “perlindungan konsumen” seperti yang digunakan dalam hukum positif modern, tetapi nilai-nilai perlindungan konsumen telah tercakup dalam prinsip-prinsip syariah yang mengatur setiap Transaksi ekonomi. Prinsip-prinsip seperti kejujuran (*ṣidq*),

²⁰Silverius Yoseph Soeharso, dkk., “Perlindungan Konsumen Pada Platform E-Commercedi Indonesia: Perspektif Hukum Positif Dan Teori Hukum (Consumer Protection on E-Commerce Platforms in Indonesia: The Positive Law and Legal Theory Perspective),” *Universitas Tama Jagakarsa, Jakarta, Indonesia*, 120

keadilan (*'adl*), menjaga kemaslahatan (*maslahah*), serta larangan terhadap penipuan (*tadlis*) dan ketidakjelasan (*gharar*) semuanya merupakan bagian dari kerangka syariah yang menuntut agar pelaku usaha tidak merugikan konsumen.

Penelitian normatif menunjukkan bahwa hukum Islam memandang perlindungan konsumen sebagai bagian integral dari tujuan syariah (*maqāṣid al-syarī'ah*), yakni menjaga harta (*ḥifẓ al-mal*), jiwa (*ḥifẓ al-nafs*), dan kemaslahatan masyarakat secara umum. Dalam konteks ini, hukum Islam tidak hanya fokus pada aspek material atau kompensasi kerugian, tetapi juga pada dimensi moral, spiritual, dan etika dari hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, sehingga setiap Transaksi yang mengandung unsur penipuan atau bahaya untuk konsumen dipandang bertentangan dengan prinsip syariah.²¹

Perbedaan lain antara dua sistem itu terletak pada sumber hukum dan pendekatan pelaksanaannya. Hukum positif bersumber pada legislasi nasional dan ditafsirkan serta ditegakkan oleh lembaga negara seperti pengadilan umum dan BPSK. Sedangkan hukum Islam bersumber pada teks-teks suci Al-Qur'an dan Hadis, serta interpretasi ulama (ijtihad) yang termanifestasi dalam doktrin *mawāqif al-fiqh* (pendapat-pendapat hukum) dan prinsip *maqāṣid al-syarī'ah*. Misalnya dalam hukum Islam, perlindungan konsumen adalah bagian dari keadilan etis dan sosial yang luas, yang tidak hanya melindungi konsumen dari kerugian materiil tetapi juga menjamin bahwa Transaksi tersebut sejalan dengan nilai-nilai agama

²¹Rohmatul Jannah dkk., "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Syariah: Prespektif Hukum Islam," *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Pendidikan* 4, no. 1 (2025): 50

yang mengutamakan kemaslahatan dan menolak segala bentuk penipuan atau ketidakpastian (*gharar*). Penelitian yang menganalisis perlindungan konsumen dari perspektif hukum Islam menggarisbawahi bahwa syariah menempatkan dimensi moral dan tanggung jawab spiritual sebagai bagian tak terpisahkan dari perlindungan konsumen.²²

Selain itu, meskipun hukum positif memberikan mekanisme formal dalam bentuk sanksi administratif, perdata, dan pidana untuk pelanggaran perlindungan konsumen, hukum Islam lebih menekankan sanksi moral dan tanggung jawab sosial, seperti kewajiban *dhaman* (ganti rugi) yang bersifat moral sekaligus hukum dalam komunitas Muslim, serta pembatalan akad atau Transaksi yang tidak sah karena mengandung unsur penipuan atau ketidakjelasan. Dalam kerangka *maqāṣid al-syarī'ah*, perlindungan konsumen tidak terbatas pada sekadar pemberian kompensasi materiil, tetapi fokus kepada pencegahan kerugian sejak awal dan pemeliharaan kemaslahatan umum. Hal ini mencerminkan bahwa pendekatan Islam terhadap perlindungan konsumen tidak hanya formal tetapi juga etis-normatif, berakar pada prinsip universal keadilan dan kemaslahatan yang dicanangkan dalam syariat.

Dengan demikian, meskipun terdapat perbedaan metode dan pendalaman, kedua sistem hukum itu mengarah pada tujuan yang sama yaitu memastikan konsumen mendapatkan perlakuan yang adil dalam Transaksi. Hukum positif

²²Randy, Herianti, Rahman Ambo Masse, dan Nasrullah Sapa, "Model Integratif Perlindungan Konsumen Berbasis *Maqāṣid Syariah* di Indonesia," *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 3, no. 1 (2025): 210

memberikan kepastian dan mekanisme penyelesaian konflik yang konkret melalui sistem peradilan dan lembaga negara, sedangkan hukum Islam memberikan landasan moral dan etika yang kuat yang menekankan bahwa setiap bentuk pertukaran ekonomi harus meminimalkan kerugian dan memaksimalkan kemaslahatan bagi semua pihak yang terlibat dalam Transaksi ekonomi.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa praktik penjualan barang yang diklaim berkhasiat dan mampu menyembuhkan berbagai penyakit tanpa bukti yang jelas bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah Islam. Hukum Islam memberikan perlindungan kepada konsumen melalui larangan terhadap segala bentuk penipuan, kewajiban menyampaikan informasi yang benar, serta pemberian hak khiyar sebagai sarana bagi konsumen untuk membatalkan Transaksi apabila ditemukan ketidaksesuaian antara klaim yang disampaikan dengan kondisi sebenarnya dari produk yang diperjualbelikan.

Apabila dibandingkan dengan hukum positif Indonesia, baik hukum Islam maupun hukum positif sama-sama memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik perdagangan yang menyesatkan. Hukum positif memberikan perlindungan melalui ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dengan mekanisme sanksi perdata, administratif, dan pidana. Sementara itu, hukum Islam memberikan perlindungan melalui larangan

syariat terhadap penipuan, penegakan prinsip kejujuran dan keadilan, serta pemberian hak-hak tertentu kepada konsumen seperti hak khiyar.²³

Perbedaan mendasar di antara keduanya terletak pada landasan normatif yang digunakan. Hukum positif berorientasi pada ketentuan peraturan perundang-undangan dan penegakan hukum oleh lembaga negara, sedangkan hukum Islam bertumpu pada nilai-nilai moral, etika, dan pertanggungjawaban manusia di hadapan Allah SWT. Dengan demikian, hukum Islam tidak hanya menekankan aspek legalitas suatu perbuatan, tetapi juga aspek moralitas dan integritas pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan ekonomi.

Tabel 4. 1 Perbandingan Hukum Positif Dan hukum Islam

Aspek Perbandingan	Hukum Positif	Hukum Islam
Dasar Hukum	UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan UU No. 19 Tahun 2016 ITE terkait informasi elektronik yang menyesatkan.	Fatwa DSN Nomor 24 Tahun 2017 Tentang Hukum Dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial dan kitab Syeikh Wahbah Al-Zuhaili, berjudul <i>Al-Fiqh Islami Wa Adillatuhu</i> (gharar, tadlis, dan najasy), serta kaidah fikih muamalah.
Klaim Khasiat dan Penyembuhan Penyakit	Pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan manfaat barang. Klaim yang tidak	Klaim manfaat barang harus berdasarkan kejujuran dan kenyataan. Mengaku bahwa suatu produk dapat

²³ Abdul Rokhim, "Ijtihad Kontemporer terhadap Problematika Hukum Islam di Era Digital," *Journal Syariah Law Review*, t.t.

	dapat dibuktikan secara ilmiah dapat dianggap sebagai informasi menyesatkan dan melanggar hak konsumen.	menyembuhkan penyakit tanpa bukti yang jelas termasuk bentuk tadelis (penipuan) yang dilarang dalam Islam.
Prinsip Perlindungan Konsumen	Konsumen berhak memperoleh kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan informasi yang benar tentang barang yang dibeli sebagaimana diatur dalam UUPK.	Perlindungan konsumen didasarkan pada prinsip keadilan (al-'adl), kejujuran (ash-shidq), amanah, dan larangan mengambil harta orang lain dengan cara yang batil.
Kedudukan Pelaku Usaha	Pelaku usaha berkewajiban beritikad baik, memberikan informasi yang benar, serta bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan oleh produk yang diperdagangkan.	Penjual wajib bersikap jujur, amanah, dan menjelaskan kondisi barang secara terbuka. Menyembunyikan cacat atau melebih-lebihkan manfaat produk merupakan perbuatan yang haram.
Perlindungan Hukum Bagi Konsumen	Konsumen dapat mengajukan pengaduan kepada BPSK, lembaga perlindungan konsumen, atau mengajukan gugatan perdata dan pidana apabila mengalami kerugian akibat klaim palsu.	Konsumen memiliki hak khiyar untuk membatalkan Transaksi apabila ditemukan unsur penipuan, cacat, atau ketidaksesuaian antara klaim dan kenyataan produk.
Bentuk Pelanggaran	Iklan atau promosi yang menyatakan barang dapat menyembuhkan berbagai penyakit tanpa dasar ilmiah dapat dikategorikan sebagai perbuatan menyesatkan dan pelanggaran perlindungan konsumen.	Klaim penyembuhan yang tidak benar termasuk tadelis (penipuan), <i>gharar</i> (ketidakjelasan), dan dapat mengandung unsur memakan harta orang lain secara batil.

Tanggung Jawab atas Kerugian Konsumen	Pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi berupa pengembalian uang, penggantian barang, atau kompensasi sesuai ketentuan UUPK.	Pelaku usaha wajib mengganti kerugian (dhaman) yang timbul akibat penipuan atau informasi yang tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya.
Sanksi	Dapat dikenakan sanksi administratif, perdata, maupun pidana sesuai UUPK dan peraturan perundang-undangan terkait.	Perbuatan tersebut berdosa dan haram. Selain pertanggungjawaban moral di hadapan Allah SWT, pelaku dapat dikenai sanksi ta'zir oleh pemerintah sesuai kemaslahatan.
Tujuan Pengaturan	Mewujudkan kepastian hukum, perlindungan hak konsumen, dan menciptakan perdagangan yang sehat.	Mewujudkan kemaslahatan, keadilan, kejujuran, dan keberkahan dalam aktivitas muamalah.