

Perlindungan Konsumen Atas Pemblokiran Akun Akibat Pemberian Rating Satu pada Aplikasi Shopee Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif

Rizki Erlangga, Relit Nur Edi, Yusika Sumanto

Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung, Indonesia

Email: rizkierlangga2004@gmail.com

Abstract

*The growth of e-commerce in Indonesia has made it easier for the public to conduct digital buying and selling transactions. A key feature of online marketplaces is the rating and review system, which serves as a means to evaluate product and service quality. However, in practice, a phenomenon has emerged where consumer accounts are blocked after assigning a one-star rating to specific products or services. This situation raises legal issues regarding the protection of consumer rights to express opinions and lodge complaints. This study aims to analyze the practice of account blocking resulting from one-star ratings on Shopee and to examine legal protections for consumers from the perspectives of both Islamic law and Indonesian positive law. The study employs a qualitative method with a normative-juridical approach, utilizing literature reviews and an analysis of various statutory regulations and Islamic legal sources. The findings indicate that unilateral account blocking without a clear reason potentially violates consumer rights as stipulated in Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. From an Islamic legal perspective, such actions contravene the principles of justice (*al-'adl*) and trustworthiness (*amanah*), as well as the maxim *la dharar wa la dhirar* (no harm and no reciprocating harm), which prohibits any act that causes detriment to others. Therefore, transparent and accountable mechanisms are required for the management of rating systems and account-blocking policies by marketplaces.*

Keywords: *Consumer Protection, Shopee, One-Star Rating, Islamic Law, Positive Law*

Abstrak

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia telah memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli secara digital. Salah satu fitur penting dalam marketplace adalah sistem rating dan ulasan yang berfungsi sebagai sarana evaluasi kualitas produk dan layanan. Namun, dalam praktiknya ditemukan fenomena pemblokiran akun konsumen setelah memberikan rating satu terhadap produk atau layanan tertentu. Kondisi ini menimbulkan persoalan hukum terkait perlindungan hak konsumen dalam menyampaikan pendapat dan keluhan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik pemblokiran akun akibat pemberian rating satu di Shopee serta mengkaji perlindungan hukum terhadap konsumen berdasarkan perspektif hukum Islam dan hukum positif di Indonesia. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan yuridis normatif melalui studi kepustakaan dan analisis berbagai peraturan perundang-undangan serta sumber hukum Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemblokiran akun secara sepihak tanpa alasan yang jelas berpotensi melanggar hak konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam perspektif hukum Islam, tindakan tersebut bertentangan dengan prinsip keadilan (*al-'adl*), amanah, dan kaidah *la dharar wa la dhirar* yang melarang segala bentuk perbuatan yang merugikan pihak lain. Oleh karena itu, diperlukan mekanisme yang transparan dan akuntabel dalam pengelolaan sistem rating dan kebijakan pemblokiran akun oleh *marketplace*.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Shopee, Rating Satu, Hukum Islam, Hukum Positif

A. Pendahuluan

Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.¹ Perlindungan konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen disebutkan “adanya kepastian hukum terhadap segala perolehan kebutuhan konsumen”. Perlindungan konsumen dilakukan apabila dalam suatu transaksi terdapat kesalahan dari pihak penjual yang merugikan konsumen. Hukum perlindungan konsumen merupakan salah satu bagian dari hukum konsumen yang memuat berbagai asas-asas dan kaidah-kaidah yang memiliki sifat mengatur serta melindungi kepentingan konsumen agar mereka tidak mengalami kerugian akibat ulah penjual yang tidak bertanggung jawab atas barang dan/atau jasa yang diproduksi.² Hukum perlindungan konsumen dibutuhkan apabila kondisi pihak-pihak yang mengadakan hubungan hukum atau bermasalah dalam masyarakat itu tidak seimbang. Pada dasarnya baik hukum konsumen maupun hukum perlindungan konsumen membicarakan hal yang sama, yaitu kepentingan hukum (hak-hak) konsumen.³

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi besar dalam sektor perdagangan melalui munculnya berbagai platform *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Bukalapak. Kehadiran *marketplace* digital memungkinkan masyarakat melakukan transaksi secara cepat, mudah, dan efisien tanpa dibatasi ruang dan waktu. Perubahan pola transaksi ini tidak hanya meningkatkan kemudahan dalam kegiatan jual beli, tetapi juga menghadirkan berbagai mekanisme baru untuk membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli. Salah satu mekanisme yang memiliki peran penting adalah fitur *rating* dan ulasan konsumen yang menjadi sarana evaluasi terhadap kualitas produk maupun pelayanan penjual.⁴

Sistem *rating* berfungsi sebagai bentuk umpan balik (*feedback*) yang diberikan konsumen berdasarkan pengalaman transaksi yang telah dilakukan. Melalui *rating* dan ulasan, konsumen dapat menyampaikan tingkat kepuasan maupun ketidakpuasannya terhadap barang atau jasa yang diterima. Informasi tersebut kemudian menjadi referensi bagi calon pembeli dalam menentukan keputusan pembelian sekaligus menjadi instrumen bagi penjual untuk meningkatkan kualitas produk dan layanannya. Dengan demikian, sistem *rating* merupakan bagian penting dalam menciptakan transparansi, akuntabilitas, dan kepercayaan dalam transaksi elektronik. Namun, dalam praktiknya masih ditemukan berbagai persoalan yang menunjukkan belum optimalnya perlindungan terhadap hak-hak konsumen di platform digital. Salah satu

¹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

² Sidartha, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta: PT Grasindo, 2004), hal 12.

³ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen” : Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2014), hal 12.

⁴ Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hal 1.

permasalahan yang mulai banyak diperbincangkan adalah tindakan pemblokiran akun konsumen setelah memberikan *rating* rendah, khususnya *rating* satu bintang, terhadap produk atau pelayanan yang diterima. Pemblokiran akun secara sepihak tanpa adanya penjelasan yang memadai berpotensi membatasi hak konsumen untuk menyampaikan pendapat dan keluhan secara jujur. Kondisi tersebut menimbulkan ketidakseimbangan hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen serta berpotensi mengurangi fungsi sistem *rating* sebagai instrumen evaluasi yang objektif.⁵

Perspektif hukum Islam, dalam setiap aktivitas muamalah harus dilaksanakan berdasarkan prinsip keadilan (*al-'adl*), kejujuran (*ash-shidq*), keterbukaan (*amanah*), dan larangan melakukan tindakan yang menimbulkan kemudharatan (*la dharar wa la dhirar*).⁶ Oleh karena itu, setiap pihak yang terlibat dalam transaksi wajib menghormati hak dan kewajiban masing-masing sehingga tidak terjadi tindakan yang merugikan salah satu pihak. Sementara itu, dalam hukum positif Indonesia, hak konsumen untuk menyampaikan pendapat, kritik, maupun keluhan telah dijamin dalam ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai perlindungan konsumen.⁷ Dengan demikian, pemblokiran akun akibat pemberian *rating* yang sesuai dengan pengalaman konsumen perlu dikaji dari aspek perlindungan hukum serta kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip hukum Islam. Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas berbagai aspek perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik.⁸ Penelitian mengenai perlindungan konsumen dalam *e-commerce* umumnya menitikberatkan pada hak konsumen atas informasi, keamanan transaksi elektronik, tanggung jawab pelaku usaha, penyelesaian sengketa, serta efektivitas penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam lingkungan digital. Penelitian lain juga mengkaji pengaruh sistem *rating* dan ulasan terhadap keputusan pembelian serta tingkat kepercayaan konsumen terhadap *marketplace*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *rating* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap reputasi penjual dan perilaku konsumen dalam menentukan pilihan produk.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dan

⁵ Andrian Purnama Nugraha et al., "Pengaruh Review Dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Berau" 1, no. 1 (2025).

⁶ Eka Sakti Habibullah, "Prinsip-Prinsip Muamalah Dalam Islam," *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2018, 25–48.

⁷ Daffa Rizqy Naufal, "Pelindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Menyampaikan Ulasan Atas Suatu Produk Melalui Platform Media Sosial," *Jurnal Hukum & Pembangunan* 55, no. 1 (2025), <https://doi.org/10.21143/jhp.vol55.no.1.1813>.

⁸ Yanci Libria Fista and Aris Machmud, "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau Dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen" 12 (2023): 177–89, <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>.

pendekatan komparatif terhadap prinsip-prinsip Hukum Islam.⁹ Data yang digunakan berupa bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang dianalisis secara kualitatif melalui studi kepustakaan. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami pemblokiran akun akibat memberikan *rating* satu pada aplikasi Shopee menurut hukum positif Indonesia serta menelaah kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip Hukum Islam.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan yuridis normatif. Pendekatan ini digunakan untuk menelaah berbagai ketentuan hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik, khususnya mengenai pemblokiran akun akibat pemberian rating satu pada platform Shopee.¹⁰ Bahan hukum primer meliputi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan data penelitian lainnya diperoleh melalui studi kepustakaan dengan mengkaji literatur hukum, jurnal ilmiah, dan sumber hukum Islam berupa Al-Qur'an, hadis, serta kaidah fiqhiyah. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*) dengan menelaah berbagai sumber hukum dan literatur yang berkaitan dengan objek penelitian. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif-analitis melalui pendekatan komparatif antara hukum positif dan hukum Islam.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Praktik Pemblokiran Akun Akibat Pemberian Rating Satu di Aplikasi Shopee

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola transaksi masyarakat dari sistem konvensional menuju sistem elektronik yang lebih praktis dan efisien. Salah satu platform yang banyak digunakan masyarakat Indonesia adalah Shopee.¹¹ Dalam menjalankan aktivitas perdagangan elektronik, Shopee menyediakan berbagai fitur yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepercayaan pengguna, salah satunya adalah fitur rating dan ulasan. Fitur ini memungkinkan konsumen memberikan penilaian terhadap produk maupun pelayanan yang diterima setelah transaksi selesai dilakukan.

⁹ Hardi Fardiansyah Nanda Dwi Rizkia, *METODE PENELITIAN HUKUM (NORMATIF DAN EMPIRIS)* (Jakarta: Penerbit Widina, 2023).

¹⁰ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), hal 14.

¹¹ Graciela Ervina Wijaya and Chandra Kuswoyo, "Pengaruh Kemenarikan Desain Website Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee" 6, no. 65 (2022): 115–26, <https://doi.org/https://doi.org/10.33603/jibm.v6i1.6468>.

Rating diberikan dalam bentuk bintang satu hingga lima, sedangkan ulasan berisi pendapat, kritik, maupun pengalaman konsumen selama melakukan transaksi.¹²

Keberadaan sistem rating memiliki fungsi yang sangat penting dalam mekanisme perdagangan digital. Rating menjadi indikator kualitas suatu produk dan pelayanan yang dapat dijadikan pertimbangan oleh calon pembeli sebelum melakukan transaksi. Produk yang memiliki rating tinggi cenderung lebih dipercaya oleh konsumen dibandingkan produk yang memiliki rating rendah.¹³ Oleh karena itu, sistem rating dan ulasan tidak hanya memberikan manfaat bagi pembeli, tetapi juga menjadi alat evaluasi bagi penjual untuk meningkatkan kualitas barang dan pelayanannya. Namun, dalam praktiknya terdapat berbagai persoalan yang muncul berkaitan dengan penggunaan fitur rating. Salah satu permasalahan yang sering menjadi perhatian adalah adanya dugaan pemblokiran akun konsumen setelah memberikan rating satu terhadap produk atau layanan tertentu.¹⁴ Pemblokiran akun tersebut menyebabkan pengguna kehilangan akses terhadap berbagai layanan yang tersedia dalam aplikasi. Konsumen tidak dapat melakukan transaksi, mengakses riwayat pembelian, maupun menggunakan fitur-fitur lain yang sebelumnya tersedia pada akun tersebut.¹⁵

Pemblokiran akun yang dilakukan secara sepihak menimbulkan ketidak pastian hukum bagi konsumen. Dalam banyak kasus, konsumen tidak memperoleh informasi yang jelas mengenai alasan pemblokiran akun yang dialaminya. Padahal sebagai pengguna layanan digital, konsumen memiliki hak untuk mengetahui dasar kebijakan yang diterapkan oleh penyelenggara platform.¹⁶ Ketidakjelasan tersebut berpotensi menimbulkan kerugian baik secara materiil maupun immateriil karena konsumen kehilangan akses terhadap layanan yang telah digunakannya. Dari sudut pandang perlindungan konsumen, pemberian rating satu sebenarnya merupakan bentuk kebebasan konsumen dalam menyampaikan pendapat berdasarkan pengalaman yang diperoleh selama melakukan transaksi.¹⁷ Rating rendah tidak selalu menunjukkan adanya niat buruk dari konsumen, melainkan dapat menjadi bentuk evaluasi terhadap kualitas produk yang

¹² Lailatul Fadilla et al., "Pengaruh Harga , Rating , Dan Ulasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Di Marketplace Shopee" 4, no. 6 (2025): 8932–40.

¹³ Muhammad Arif Zubaidi, Gabriel Caleb Omar Aharan, and Fahmi Febriansyah, "Pengaruh Rating Produk Terhadap Minat Beli Konsumen: Studi Pada Platform E-Commerce Shopee" 7482 (2026): 1–13.

¹⁴ "Jurnal Diversifikasi. (2025). Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Memberikan Pengaruh Positif Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Shopee. Jurnal Manajemen Diversifikasi, 5 (1), 1–10.," n.d.

¹⁵ Elisatris Gultom Fially Claude Makasuci, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Transaksi Barang Elektronik Melalui Transaksi Jual-Beli Online Shopee" 2, no. 7 (2021): 1155–72.

¹⁶ "Priyono, T. (n.d.). Analisis Kepuasan Pengguna e-Commerce Aplikasi Shopee (Universitas Bina Sarana Informatika)..

¹⁷ Alfina Maharani dan Adnand Darya Dzikra, "Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia: Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review)," *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 6 (2021): 659–666, <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6.607>.

tidak sesuai dengan deskripsi atau pelayanan yang tidak memuaskan. Oleh karena itu, rating satu merupakan bagian dari hak konsumen yang harus dihormati oleh pelaku usaha maupun penyelenggara *marketplace*.¹⁸

Apabila pemblokiran akun dilakukan hanya karena konsumen memberikan rating satu berdasarkan pengalaman yang sebenarnya, maka tindakan tersebut dapat dianggap sebagai bentuk pembatasan hak konsumen untuk menyampaikan pendapat.¹⁹ Kondisi ini tentu bertentangan dengan tujuan sistem rating itu sendiri yang dirancang untuk menciptakan transparansi, akuntabilitas, dan peningkatan kualitas layanan dalam transaksi elektronik. Dengan demikian, perlu dilakukan kajian lebih lanjut mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami pemblokiran akun akibat pemberian rating satu di aplikasi Shopee.

2. Perlindungan Konsumen Menurut Hukum Positif

Perlindungan konsumen di Indonesia diatur secara khusus dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini memberikan jaminan hukum terhadap hak-hak konsumen agar terhindar dari tindakan yang merugikan. Dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa konsumen memiliki hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. Ketentuan ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki kebebasan untuk memberikan penilaian terhadap produk maupun layanan yang diterimanya.²⁰ Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan secara tegas bahwa hak - hak konsumen sebagai berikut:

- a. Hak atas keamanan, kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa.
- b. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar, kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa.
- d. Hak untuk didengarkan pendapat, keluhan atas barang yang digunakan.
- e. Hak untuk dapat digunakan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk diperlakukan secara jujur tanpa diskriminatif.
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi atau penggantian barang jika barang tidak sesuai dan tidak sebagaimana mestinya.
- i. Hak lainnya yang diatur dalam peraturan perundang - undangan lainnya.²¹

¹⁸ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014), hal 17.

¹⁹ Niru Anita Sinaga dan Nunuk Sulisrudatin, "Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara* no 2 (2018): 71–87, <https://doi.org/10.35968/jh.v5i2.110>.

²⁰ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen., "Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen."

²¹ Perlindungan Konsumen, "Undang-Undang RI Nomor 8 Tahun 1999," *BAB II, PASAL 4*, 1999.

Pemberian rating satu pada aplikasi Shopee merupakan salah satu bentuk penyampaian pendapat yang dilakukan konsumen setelah melakukan transaksi. Rating tersebut diberikan berdasarkan pengalaman yang dirasakan secara langsung oleh konsumen. Oleh karena itu, selama penilaian tersebut dilakukan secara jujur dan tidak mengandung unsur fitnah maupun informasi palsu, maka tindakan tersebut merupakan hak yang dilindungi oleh hukum. Pasal 4 huruf c Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga menyatakan bahwa konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi suatu barang atau jasa. Sistem rating dan ulasan pada marketplace merupakan salah satu sarana yang membantu konsumen memperoleh informasi tersebut. Dengan adanya ulasan dari pengguna sebelumnya, calon pembeli dapat mengetahui kualitas produk sebelum melakukan pembelian.²² Adapun Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, beserta Perubahan melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, yang mengatur aspek hukum transaksi elektronik dan tanggung jawab pelaku usaha dalam ruang digital.

Pemblokiran akun secara sepihak tanpa alasan yang jelas berpotensi melanggar prinsip perlindungan konsumen. Tindakan tersebut dapat menghilangkan hak konsumen untuk menyampaikan pendapat sekaligus mengurangi transparansi informasi dalam marketplace.²³ Jika konsumen merasa takut memberikan ulasan negatif karena khawatir akunnya diblokir, maka fungsi sistem rating sebagai sarana evaluasi tidak akan berjalan secara optimal. Selain Undang-Undang Perlindungan Konsumen, perlindungan terhadap pengguna layanan digital juga diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Dalam regulasi tersebut ditegaskan bahwa penyelenggara sistem elektronik wajib menjalankan kegiatan usahanya secara bertanggung jawab, transparan, dan memperhatikan kepentingan pengguna layanan.²⁴

Marketplace sebagai penyelenggara sistem elektronik memiliki tanggung jawab untuk menjelaskan alasan pemblokiran akun serta memberikan kesempatan kepada pengguna untuk melakukan klarifikasi atau keberatan atas keputusan tersebut. Dengan

²² “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.”.

²³ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik Di Indonesia: Sebagai Pedoman Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-Commerce Di Indonesia* (Bandung: Nusa Media, 2019), hal 6.

²⁴ Ferdinan Situmorang, “Keabsahan Kontrak Jual Beli Secara Elektronik (E-Commerce) Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Transaksi Elektronik,” *Jurnal Hukum Prodi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Untan (Jurnal Mahasiswa S1 Fakultas Hukum)*, 2016, <https://doi.org/https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jmfh/article/view/14304>.

demikian, prinsip due process of law tetap terjaga dalam hubungan antara konsumen dan penyelenggara platform digital.

3. Tinjauan Hukum Islam terhadap Pemblokiran Akun Konsumen

Perspektif hukum Islam, transaksi perdagangan termasuk dalam ruang lingkup muamalah yang harus dilaksanakan berdasarkan prinsip keadilan, kejujuran, keterbukaan, dan tanggung jawab. Islam memberikan perhatian yang besar terhadap perlindungan hak-hak setiap pihak yang terlibat dalam transaksi agar tidak terjadi kezaliman maupun kerugian.²⁵ Prinsip keadilan dalam Islam ditegaskan dalam berbagai ayat Al-Qur'an, salah satunya dalam Surah An-Nahl ayat 90:²⁶

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat. (QS. An-Nahl: 90)

Ayat tersebut menunjukkan bahwa keadilan merupakan prinsip fundamental dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam hubungan perdagangan. Marketplace sebagai pihak yang memiliki kewenangan mengelola sistem digital wajib menerapkan kebijakan yang adil terhadap seluruh pengguna tanpa membedakan antara penjual maupun pembeli. Selain prinsip keadilan, Islam juga menekankan pentingnya kejujuran dalam transaksi. Rasulullah SAW bersabda:

مَنْ غَشَّائَنَا فَلَيْسَ مِنَّا

Artinya: "Barang siapa yang menipu kami maka ia bukan termasuk golongan kami." (HR. Muslim).

Hadis tersebut menunjukkan bahwa segala bentuk tindakan yang mengandung unsur ketidakjujuran dilarang dalam Islam. Apabila marketplace tidak memberikan informasi yang jelas mengenai alasan pemblokiran akun, maka hal tersebut bertentangan dengan prinsip transparansi yang diajarkan dalam Islam.²⁷ Dalam kajian fiqh muamalah dikenal pula kaidah:

²⁵ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007).

²⁶ Khairuddin, "Legislasi Hukum Islam Perspektif Tata Hukum Indonesia," *El-Izdiwaj: Indonesian Journal of Civil and Islamic Family Law* 1 No 1 (2020): 1–12, <https://doi.org/https://doi.org/10.24042/el-izdiwaj.v1i1.7082>.

²⁷ Hendi. Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007).

لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ

Artinya: “Tidak boleh melakukan perbuatan yang membahayakan diri sendiri maupun orang lain.”

Kaidah ini menjadi dasar bahwa segala bentuk tindakan yang menimbulkan kerugian harus dihindari. Pemblokiran akun yang mengakibatkan konsumen kehilangan akses terhadap layanan dapat dikategorikan sebagai bentuk mudarat apabila dilakukan tanpa alasan yang sah dan dapat dipertanggungjawabkan.²⁸ Hukum Islam juga mengenal konsep *hifz al-mal* dalam *maqashid syari'ah* yang bertujuan menjaga harta dan hak kepemilikan seseorang. Dalam konteks transaksi digital, akun marketplace dapat dianggap sebagai sarana yang memiliki nilai ekonomi karena digunakan untuk melakukan aktivitas perdagangan. Oleh sebab itu, pemblokiran akun tanpa dasar yang jelas dapat dipandang sebagai tindakan yang bertentangan dengan tujuan syariat dalam menjaga hak dan kepentingan individu.²⁹ Dengan demikian, menurut perspektif hukum Islam, pemblokiran akun konsumen akibat pemberian rating satu tidak dapat dibenarkan apabila dilakukan tanpa dasar yang jelas, transparan, dan adil. Setiap kebijakan yang diterapkan harus mempertimbangkan kemaslahatan seluruh pihak serta menghindari terjadinya kerugian bagi konsumen.

4. Analisis Komparatif Hukum Islam dan Hukum Positif

Berdasarkan hasil analisis, hukum positif dan hukum Islam memiliki kesamaan dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen. Kedua sistem hukum sama-sama mengakui bahwa konsumen memiliki hak untuk memperoleh perlakuan yang adil dan menyampaikan pendapat terhadap produk maupun layanan yang digunakan. Hukum positif, perlindungan tersebut diwujudkan melalui berbagai regulasi seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen, UU ITE, dan PP PMSE. Regulasi tersebut mengatur hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, serta tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik dalam memberikan layanan yang aman dan transparan.³⁰

Hukum Islam memberikan perlindungan melalui prinsip-prinsip syariah seperti keadilan (*al-'adl*), amanah, tanggung jawab (*mas'uliyah*), dan larangan melakukan tindakan yang merugikan pihak lain (*la dharar wa la dhirar*). Prinsip-prinsip tersebut menjadi dasar moral sekaligus hukum dalam mengatur hubungan antara pelaku usaha dan

²⁸ Habibullah, “Prinsip-Prinsip Muamalah Dalam Islam.”

²⁹ Mhd Amin, “Integrasi Maqashid Syariah Dan Hukum Positif Untuk Perlindungan Konsumen Muslim,” *Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan Indonesia* 4 (2025): 2659–69.

³⁰ “Basarah, M. “Kajian Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik. *Jurnal Ilmiah Hukum Dan Dinamika Sosial*, Vol. 10 No. 2, 2021.,” n.d.

konsumen.³¹ Perbedaan utama antara kedua sistem hukum terletak pada sumber hukumnya. Hukum positif bersumber dari peraturan perundang-undangan yang dibuat oleh negara, sedangkan hukum Islam bersumber dari Al-Qur'an, hadis, ijma', dan qiyas.³² Meskipun demikian, keduanya memiliki tujuan yang sama yaitu menciptakan keadilan dan memberikan perlindungan terhadap pihak yang lemah dalam hubungan hukum.³³

Berdasarkan analisis tersebut dapat dipahami bahwa pemblokiran akun konsumen akibat pemberian rating satu tanpa alasan yang jelas tidak sejalan dengan prinsip-prinsip hukum positif maupun hukum Islam. Marketplace seharusnya menerapkan kebijakan yang lebih transparan dengan menyediakan mekanisme klarifikasi, mediasi, dan keberatan sebelum menjatuhkan sanksi berupa pemblokiran akun. Oleh karena itu, diperlukan penguatan perlindungan konsumen dalam transaksi digital melalui pengawasan yang lebih ketat terhadap kebijakan marketplace. Selain itu, penyelenggara platform juga harus mengedepankan prinsip keadilan, keterbukaan, dan akuntabilitas agar tercipta hubungan yang seimbang antara pelaku usaha dan konsumen dalam ekosistem perdagangan elektronik.³⁴

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai praktik pemblokiran akun konsumen akibat pemberian rating satu di aplikasi Shopee, dapat disimpulkan bahwa pemberian rating dan ulasan merupakan hak konsumen yang dijamin dalam hukum positif Indonesia, khususnya dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hak tersebut merupakan bentuk kebebasan konsumen untuk menyampaikan pendapat berdasarkan pengalaman nyata setelah melakukan transaksi. Selain itu, sistem rating dan ulasan berfungsi sebagai sarana transparansi informasi bagi calon pembeli sekaligus menjadi bahan evaluasi bagi penjual dalam meningkatkan kualitas produk maupun pelayanannya. Oleh karena itu, pemberian rating satu yang dilakukan secara jujur dan tidak mengandung unsur fitnah maupun informasi palsu tidak dapat dijadikan alasan untuk membatasi hak konsumen.

Pemblokiran akun konsumen yang dilakukan secara sepihak tanpa penjelasan yang jelas dan tanpa memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan klarifikasi

³¹ "Alisya Hanifah Bilqis and Neysa Afmadesikha, 'Integrasi Nilai Syariah Dalam Praktik Kewirausahaan Islami: Tinjauan Hablumminallah Dan Hablumminannas,' Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan 2, No. 3 (2025): 70–78.,"

³² Maimun, "Konstruksi Qiyas Al-Gazali Dan Aplikasinya Dalam Istibat Hukum Islam Kontemporer," *El-Izdiwaj: Indonesian Journal of Civil and Islamic Family Law* 3, no. 2 (2022): 109–28, <https://doi.org/https://doi.org/10.24042/el-izdiwaj.v3i2.11383>.

³³ "Luthfi, Muhammad. 'Hak Konsumen Dalam Perspektif UU Perlindungan Konsumen Dan Syariah Islam.' *Jurnal Hukum Dan Syariah*, Vol. 10 No. 1, 2021.,".

³⁴ "Nasution, A. 'Etika Dan Perlindungan Konsumen Perspektif Fiqh Muamalah.' *Jurnal Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, Vol. 14 No. 2, 2022.,".

berpotensi bertentangan dengan prinsip perlindungan konsumen serta asas transparansi dalam penyelenggaraan perdagangan melalui sistem elektronik. Selain bertentangan dengan ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, tindakan tersebut juga tidak sejalan dengan prinsip tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang mengatur transaksi elektronik. Kebijakan pemblokiran yang tidak disertai mekanisme keberatan atau penyelesaian sengketa dapat mengakibatkan kerugian bagi konsumen, baik secara materiil maupun immateriil.

Ditinjau dari perspektif Hukum Islam, praktik pemblokiran akun akibat pemberian rating satu tidak dapat dibenarkan apabila dilakukan tanpa dasar yang sah, transparan, dan adil. Prinsip keadilan (*al-'adl*), kejujuran (*amanah*), larangan menimbulkan kemudaratan (*la dharar wa la dhirar*), serta tujuan syariat dalam menjaga hak dan harta (*hifz al-mal*) menegaskan bahwa setiap kebijakan dalam transaksi muamalah harus memberikan perlindungan terhadap seluruh pihak. Dengan demikian, baik hukum positif maupun Hukum Islam memiliki tujuan yang sama, yaitu menciptakan keadilan, keseimbangan hak dan kewajiban, serta memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dalam transaksi perdagangan elektronik.

Referensi

- Alfina Maharani, & Dzikra, A. D. (2021). Fungsi perlindungan konsumen dan peran lembaga perlindungan konsumen di Indonesia: Perlindungan, konsumen dan pelaku usaha (literature review). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6). <https://doi.org/10.31933/jems.v2i6.607>
- Amin, Mhd. (2025). Integrasi maqashid syariah dan hukum positif untuk perlindungan konsumen Muslim. *Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan Indonesia*, 4, 2659–2669.
- Barkatullah, A. H. (2019). *Hukum transaksi elektronik di Indonesia: Sebagai pedoman dalam menghadapi era digital bisnis e-commerce di Indonesia*. Nusa Media.
- Bilqis, A. H., & Afmadesikha, N. (2025). Integrasi nilai syariah dalam praktik kewirausahaan Islami: Tinjauan hablumminallah dan hablumminannas. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(3), 70–78.
- Fadilla, L., Eka, R., Santoso, A., Nastiti, K. D., & Tjiptojuwono, E. (2025). Pengaruh harga, rating, dan ulasan pelanggan terhadap keputusan pembelian barang di marketplace Shopee. 4(6), 8932–8940.
- Habibullah, E. S. (2018). Prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 25–48.
- Haroen, N. (2007). *Fiqh muamalah*. Gaya Media Pratama.
- Khairuddin. (2020). Legislasi hukum Islam perspektif tata hukum Indonesia. *El-Izdiwaj: Indonesian Journal of Civil and Islamic Family Law*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.24042/el-izdiwaj.v1i1.7082>
- Luthfi, M. (2021). Hak konsumen dalam perspektif UU Perlindungan Konsumen dan syariah Islam. *Jurnal Hukum dan Syariah*, 10(1).
- Maimun. (2022). Konstruksi qiyas Al-Gazali dan aplikasinya dalam istinbat hukum Islam kontemporer. *El-Izdiwaj: Indonesian Journal of Civil and Islamic Family Law*, 3(2), 109–128. <https://doi.org/10.24042/el-izdiwaj.v3i2.11383>
- Makasuci, F. C., & Gultom, E. (2021). Perlindungan hukum bagi konsumen atas transaksi barang elektronik melalui transaksi jual-beli online Shopee. 2(7), 1155–1172.

- Miru, A. (2011). *Prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia*. Rajawali Pers.
- Nasution, A. (2022). Etika dan perlindungan konsumen perspektif fiqh muamalah. *Jurnal Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 14(2).
- Nasution, A. Z. (2014). *Hukum perlindungan konsumen: Suatu pengantar*. Diadit Media.
- Naufal, D. R. (2025). Pelindungan hukum bagi konsumen dalam menyampaikan ulasan atas suatu produk melalui platform media sosial. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 55(1). <https://doi.org/10.21143/jhp.vol55.no.1.1813>
- Nugraha, A. P., Ganie, D., Jubaidah, W., & Dhanny, M. O. (2025). Pengaruh review dan rating terhadap keputusan pembelian di e-commerce Shopee pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Berau.(1).
- Rizkia, N. D., & Fardiansyah, H. (2023). *Metode penelitian hukum (normatif dan empiris)*. Widina.
- Sidabalok, J. (2014). *Hukum perlindungan konsumen di Indonesia*. Citra Aditya Bakti.
- Sidartha. (2004). *Hukum perlindungan konsumen Indonesia*. PT Grasindo.
- Sinaga, N. A., & Sulisrudatin, N. (2018). Pelaksanaan perlindungan konsumen di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, (2). <https://doi.org/10.35968/jh.v5i2.110>
- Situmorang, F. (2016). Keabsahan kontrak jual beli secara elektronik (e-commerce) ditinjau dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Transaksi Elektronik. *Jurnal Mahasiswa SI Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura*. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jmfh/article/view/14304>
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2012). *Penelitian hukum normatif: Suatu tinjauan singkat*. Raja Grafindo Persada.
- Suhendi, H. (2007). *Fiqh muamalah*. Raja Grafindo Persada.
- Analisis kepuasan pengguna e-commerce aplikasi Shopee*. (n.d.). Universitas Bina Sarana Informatika.
- Jurnal Diversifikasi*. (2025). Kualitas produk dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap minat beli ulang pengguna Shopee. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 5(1), 1–10.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. (1999).
- Wijaya, G. E., & Kuswoyo, C. (2022). Pengaruh kemenarikan desain website dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee. *Jurnal Investasi Bisnis dan Manajemen*, 6(1), 115–126. <https://doi.org/10.33603/jibm.v6i1.6468>
- Zubaidi, M. A., Aharan, G. C. O., & Febriansyah, F. (2026). Pengaruh rating produk terhadap minat beli konsumen: Studi pada platform e-commerce Shopee. 7482, 1–13.