



Regulasi Potongan Ongkir Tanpa Konfirmasi Seller: Analisis Fatwa DSN-MUI No. 117/2018 pada Kasus Shopee

Ardiansyah Putra¹, Uswatun Hasanah²

^{1 2} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

E-mail Correspondent: ardiansyah0204192109@uinsu.ac.id uswatunhasanah@uinsu.ac.id

Abstract

This study aims to examine the policy of automatic shipping fee deductions and service charges implemented by the Shopee e-commerce platform from the perspective of Islamic economic law, specifically referring to Fatwa DSN-MUI No. 117/DSN-MUI/II/2018 on Information Technology-Based Financing Services in accordance with Sharia Principles. The findings indicate that, as of July 1, 2024, Shopee unilaterally enrolled all sellers into the *Free Shipping XTRA* program, accompanied by automatic service fee deductions without explicit consent from the sellers. This practice raises concerns over violations of fundamental principles of Islamic contracts, namely *tarāḍī* (mutual consent), *ta'yīn* (clarity of contract terms), and transparency of information. In several cases, sellers have experienced financial losses due to unabsorbed shipping discrepancies and unexpected service charges. Based on contemporary Islamic commercial jurisprudence and *maqāṣid al-sharī'ah* (objectives of Islamic law), such a policy may be categorized as *al-'uqūd al-mukrahah* (coerced contracts), containing elements of *ghabn fāḥisy* (excessive unfair pricing) and *gharar* (deliberate ambiguity). These contradict key sharia principles of justice (*'adl*), public benefit (*maṣlaḥah*), and wealth protection (*ḥifẓ al-māl*), as stated in Qur'anic verses such as Surah An-Nisa [4]:29 and Al-Baqarah [2]:188, which are among the foundations of DSN-MUI fatwas. This study recommends a policy reform that includes explicit digital consent mechanisms, transparent fee disclosures, and the provision of opt-out rights for sellers, to ensure valid contracts and balance in technology-based commerce.

Keywords: E-commerce, Automatic Shipping Fee, Islamic contract, DSN-MUI Fatwa No. 117/2018.

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kebijakan pemotongan ongkos kirim otomatis dan biaya layanan pada platform e-commerce Shopee dalam perspektif hukum ekonomi syariah, khususnya merujuk pada Fatwa DSN-MUI No. 117/DSN-MUI/II/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah. Temuan menunjukkan bahwa sejak 1 Juli 2024, Shopee secara sepihak memasukkan seluruh penjual ke dalam program *Gratis Ongkir XTRA*, yang disertai dengan pemotongan

Copyright © 2025 by the authors.

Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (CC BY SA)

biaya layanan otomatis tanpa adanya persetujuan eksplisit dari pihak penjual. Praktik ini menimbulkan potensi pelanggaran terhadap prinsip dasar akad dalam muamalah, yaitu *tarādī* (kerelaan), *ta'yīn* (kejelasan syarat), dan *transparansi informasi*. Dalam beberapa kasus, seller mengalami kerugian akibat selisih ongkir yang tidak ditanggung penuh oleh platform serta biaya layanan yang muncul tanpa pemberitahuan yang memadai. Berdasarkan analisis fikih muamalah kontemporer dan *maqāsid al-syarī'ah*, kebijakan ini berpotensi termasuk dalam kategori *al-'uqūd al-mukrahah* (akad yang dipaksakan), serta mengandung unsur *ghabn fāḥisy* (kecurangan nilai yang merugikan) dan *gharar* (ketidakpastian yang disengaja). Hal ini bertentangan dengan prinsip keadilan (*'adl*), kemaslahatan (*maṣlaḥah*), dan perlindungan harta (*ḥifz al-māl*) sebagaimana dijelaskan dalam QS. An-Nisa' ayat 29 dan QS. Al-Baqarah ayat 188, yang menjadi dasar pertimbangan fatwa DSN-MUI. Penelitian ini merekomendasikan adanya reformulasi kebijakan melalui mekanisme *digital consent* yang eksplisit, transparansi biaya dalam sistem digital, serta pemberian hak opt-out bagi seller demi menjaga keabsahan akad dan keseimbangan dalam transaksi berbasis teknologi.

Kata kunci: E-Commerce, Ongkir Otomatis, Akad Syariah, Fatwa DSN-MUI No. 117/2018

PENDAHULUAN

Fenomena perdagangan elektronik (e-commerce) di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan dalam satu dekade terakhir. Perkembangan ini dipicu oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, perubahan perilaku konsumen, serta strategi pemasaran yang agresif dari berbagai platform digital. Salah satu platform e-commerce terbesar dan paling dominan di Indonesia adalah Shopee, yang tidak hanya menawarkan kemudahan dalam transaksi jual beli, tetapi juga berbagai insentif kepada konsumen, seperti diskon, cashback, hingga program potongan ongkos kirim (ongkir). Program potongan ongkir menjadi salah satu daya tarik utama Shopee dalam menarik perhatian konsumen dan mempertahankan loyalitas pengguna (Kementerian Kominfo, 2021; Rofiq et al., 2023; Pangestu & Widodo, 2022). Namun, keberhasilan ini juga membawa konsekuensi pada dinamika hubungan antara platform dan mitra penjual yang patut dikaji lebih dalam.

Namun, di balik kemudahan tersebut, muncul persoalan krusial yang menyentuh aspek keadilan dan etika bisnis. Dalam praktiknya, Shopee sering kali menerapkan pemotongan ongkir secara otomatis kepada para penjual (seller) tanpa adanya proses konfirmasi atau persetujuan secara eksplisit. Kebijakan ini menimbulkan ketidaknyamanan bahkan keluhan dari banyak penjual yang merasa bahwa margin keuntungan mereka

tergerus tanpa pemberitahuan yang memadai (Isnaini, 2021; Siregar, 2022; Taufik, 2023). Situasi ini kemudian mengundang pertanyaan penting dalam perspektif hukum ekonomi syariah, khususnya terkait prinsip-prinsip akad, kejelasan dalam transaksi (gharar), dan kerelaan kedua belah pihak dalam kontrak ('an tarāḍin). Apakah kebijakan potongan ongkir secara otomatis oleh Shopee dapat dibenarkan secara syar'i, atau justru bertentangan dengan nilai-nilai muamalah Islam?

Dalam tradisi fikih muamalah, akad merupakan elemen paling fundamental dalam legalitas suatu transaksi. Validitas akad mensyaratkan adanya kejelasan objek dan subjek hukum, tidak adanya unsur penipuan (tadlis), pemaksaan (ikrah), serta adanya kerelaan dan persetujuan dari kedua belah pihak (Al-Zuhayli, 2003; Hanafiah, 2017; Karim, 2020). Jika salah satu unsur ini tidak terpenuhi, maka akad dapat dianggap cacat (fasid), bahkan tidak sah (batil). Dalam konteks Shopee, ketika potongan ongkir diterapkan secara otomatis tanpa adanya transparansi atau kesepakatan tertulis, maka hal ini berpotensi menyalahi prinsip dasar akad. Selain itu, relasi antara marketplace dan seller menjadi timpang karena kebijakan sepihak ini cenderung menempatkan seller sebagai pihak yang pasif dan dirugikan (Hidayatullah, 2020; Aziz, 2021; Nata, 2019).

Persoalan ini semakin relevan jika dikaji dalam kerangka maqashid al-shariah, yaitu tujuan-tujuan utama syariat Islam, yang di antaranya mencakup perlindungan terhadap harta (ḥifẓ al-māl), keadilan ('adl), serta tanggung jawab kolektif (mas'uliyah). Marketplace yang bertindak sepihak dalam menentukan skema potongan ongkir dapat dianggap menciderai prinsip keadilan dan perlindungan hak milik (Chapra, 2000; Kamali, 2008; Affandi, 2022). Dalam jangka panjang, kondisi ini dapat menciptakan distrust di kalangan pelaku usaha kecil dan menengah yang menjadi mitra utama dalam ekosistem digital tersebut. Ketika prinsip maqashid tidak lagi menjadi landasan dalam pengambilan kebijakan, maka risiko ketimpangan sosial dan eksploitasi dalam relasi ekonomi digital menjadi semakin besar (Yusuf, 2020; Ma'ruf, 2019; Lubis, 2023).

Fatwa DSN-MUI No. 117/DSN-MUI/II/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah menjadi dokumen normatif penting yang dapat dijadikan acuan dalam mengkaji permasalahan ini. Fatwa tersebut menekankan bahwa setiap transaksi berbasis digital harus memenuhi unsur akad yang sah menurut syariah, transparansi, dan kesepakatan sukarela dari para pihak yang terlibat (DSN-MUI, 2018; Hasan, 2021; Saepudin, 2022). Lebih lanjut, fatwa ini juga melarang adanya praktik pemotongan sepihak atau unsur yang dapat merugikan salah satu pihak tanpa dasar yang

jelas dan disepakati sebelumnya. Maka dari itu, evaluasi terhadap kebijakan Shopee perlu dilakukan untuk mengetahui sejauh mana praktik potongan ongkir otomatis tersebut sejalan atau bertentangan dengan ketentuan syariah, termasuk potensi pelanggaran prinsip keadilan dan kejelasan dalam akad.

Dalam beberapa kajian sebelumnya, praktik e-commerce telah dibahas dari berbagai sudut pandang, seperti dari aspek hukum perlindungan konsumen, efektivitas pemasaran digital, dan perubahan perilaku konsumen (Wijaya, 2021; Susanti, 2022; Fajri, 2023). Namun, masih sangat sedikit kajian yang secara spesifik menyoroti kebijakan potongan ongkir secara otomatis dari perspektif hukum ekonomi syariah dan fatwa DSN-MUI. Hal ini menunjukkan adanya *research gap* yang penting untuk diisi, terutama mengingat besarnya dampak kebijakan ini terhadap kesejahteraan pelaku usaha mikro dan kecil yang sangat bergantung pada marketplace sebagai kanal utama distribusi barang dagangan mereka (Amalia & Fauzan, 2022; Rizal, 2023; Prasetyo, 2023).

Selain sebagai kontribusi akademik, penelitian ini juga memiliki dimensi praktis yang signifikan. Analisis terhadap praktik potongan ongkir oleh Shopee dapat menjadi masukan yang konstruktif bagi regulator, seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS), dalam merumuskan regulasi yang adil, transparan, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Nugroho, 2021; Lestari & Andika, 2023; Harahap, 2023). Di sisi lain, hasil penelitian ini juga dapat memperkuat posisi pelaku usaha dalam memperjuangkan hak-hak mereka secara legal dan etis dalam ekosistem digital yang semakin kompleks.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan analisis mendalam dan normatif terhadap kebijakan potongan ongkir otomatis oleh Shopee dengan menggunakan pendekatan hukum ekonomi syariah, serta mengkaji kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip akad, keadilan, dan fatwa DSN-MUI No. 117/2018. Selain itu, kajian ini juga akan membahas implikasi etis dan sosial dari praktik tersebut terhadap keberlanjutan usaha seller, perlindungan konsumen, dan pembangunan ekosistem digital yang sehat dan berkeadaban (Azizah, 2022; Wahyuni, 2021; Yusuf, 2024). Diharapkan hasil penelitian ini tidak hanya menjadi kontribusi teoritik dalam diskursus fikih muamalah kontemporer, tetapi juga menjadi pijakan praktis dalam pengembangan regulasi syariah yang lebih responsif terhadap tantangan zaman.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini ialah yuridis normatif yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengutamakan terhadap norma-norma hukum yang tertulis. Pendekatan konseptual dan peraturan perundang - undangan adalah dua pendekatan utama yang di kombinasikan dalam penelitian ini. Pendekatan konseptual (conceptual approach) digunakan untuk melihat pandangan Fatwa DSN-MUI No. 117/DSN-MUI/II/2018 tentang layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi berdasarkan prinsip syariah yang merujuk pada Ketentuan terkait Pedoman umum Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi yang mendalami tentang transparansi, informasi, dan tanggung jawab. Sedangkan pendekatan peraturan perundang-undangan (statute approach) pendekatan tentang segala peraturan perundang-undangan yang terkait dalam penelitian ini, diantaranya UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) (yang diubah dengan UU No. 19 Tahun 2016), Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang PMSE (Perdagangan Melalui Sistem Elektronik), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen). Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan studi dokumen, pengolahan data tersebut menggunakan metode kualitatif serta dianalisis menggunakan metode deskriptif analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kekosongan Regulasi Perlindungan Pekerja Platform Digital

Dalam era ekonomi digital yang semakin terintegrasi, platform seperti Shopee telah bertransformasi menjadi infrastruktur vital bagi distribusi barang dan jasa, terutama bagi pelaku usaha mikro dan kecil. Namun di balik efisiensi dan kecepatan transaksi yang ditawarkan, tersembunyi persoalan sistemik yang mengindikasikan relasi kerja yang timpang dan minim perlindungan hukum. Salah satu praktik yang menimbulkan kekhawatiran besar adalah pemotongan ongkos kirim (ongkir) secara otomatis terhadap saldo seller tanpa notifikasi atau persetujuan eksplisit.

Pemotongan ini biasanya terjadi ketika terdapat ketidaksesuaian antara estimasi berat dan dimensi barang yang dicantumkan seller dengan hasil penimbangan aktual pihak ekspedisi. Shopee secara algoritmik menghitung selisih ongkir yang kemudian dibebankan ke penjual. Praktik ini menimbulkan keresahan karena tidak hanya mengurangi margin keuntungan secara tiba-tiba, tetapi juga terjadi tanpa kontrol atau klarifikasi langsung dari

pihak yang dirugikan. Sebagaimana dicatat dalam riset oleh Nariswari (2024), ketidakjelasan mengenai siapa yang bertanggung jawab atas perbedaan ongkir dan kurangnya transparansi sistem informasi Shopee telah menjadi sumber utama keluhan seller.

Masalah ini memperlihatkan kekosongan regulasi dalam perlindungan pelaku usaha digital, khususnya dalam konteks ekonomi platform. Bukan hanya seller, pekerja lapangan seperti kurir Shopee Express juga turut menjadi korban dari sistem algoritmik yang menekan biaya dengan memotong insentif secara sepihak. Pada April 2024, terjadi aksi mogok kerja dari ribuan kurir yang memprotes penurunan tarif dari Rp2.000 menjadi Rp1.500 per paket. Aksi tersebut viral dengan tagar #ShopeeTindasKurir dan menggema luas di media sosial, memperlihatkan besarnya ketegangan antara efisiensi bisnis platform dan hak-hak dasar pekerja lapangan (Fatimatuz Zahro, 2024).

Dalam konteks regulasi kerja digital, Dewi Anggraeni (2022) menyoroti bahwa algoritma yang menjadi jantung pengambilan keputusan dalam platform seperti Shopee saat ini cenderung beroperasi sebagai *black box*. Ketika algoritma menentukan penalti, distribusi pesanan, hingga klasifikasi performa tanpa partisipasi atau pemahaman dari pengguna, maka terjadi ketimpangan relasional yang melanggar prinsip akuntabilitas. Absennya regulasi yang secara spesifik mengatur keterbukaan sistem otomatis ini memperbesar potensi eksploitasi terhadap dua kelompok rentan: pelaku UMKM digital dan pekerja informal di sektor logistik. Heru Mulyanto (2024) dalam kajiannya menekankan pentingnya intervensi negara melalui regulasi kerja platform yang tidak hanya berfokus pada perlindungan konsumen, tetapi juga pada keadilan distribusi dalam rantai nilai digital.

Ke depan, pendekatan perlindungan yang lebih menyeluruh perlu dilakukan. Platform seperti Shopee harus diwajibkan menyediakan sistem notifikasi otomatis dan jelas atas setiap pemotongan dana, serta menyediakan kanal keberatan atau banding yang responsif. Selain itu, struktur logistik perlu dijelaskan secara terbuka, termasuk perhitungan ongkir dan ketentuan pemotongan agar seller dapat melakukan evaluasi. Shopee juga perlu diwajibkan mencantumkan estimasi risiko pemotongan dalam kontrak digital yang disepakati bersama, sebagaimana disarankan oleh Prasilowati (2024) dalam buku referensinya mengenai praktik komunikasi bisnis digital. Terakhir, tekanan sosial yang datang dari viralnya isu kurir (#ShopeeTindasKurir) menunjukkan bahwa konsumen pun mulai menyadari ketimpangan yang terjadi di balik layar sistem algoritmik. Maka, regulasi

transparansi algoritma menjadi semakin mendesak sebagai bentuk perlindungan kolektif dalam ekosistem digital.

Transparansi algoritma dalam platform digital adalah pilar mendasar dalam menciptakan keadilan dan akuntabilitas di tengah ekonomi digital yang terus berkembang di Indonesia. Dalam konteks ekosistem e-commerce dan ekonomi platform, algoritma telah menjadi aktor yang menentukan berbagai keputusan penting—mulai dari pemeringkatan produk, distribusi insentif, penilaian seller, hingga pemotongan ongkos kirim secara otomatis. Ketika logika dan parameter algoritmik ini tertutup dan tidak dapat diakses atau dipahami oleh pihak yang terdampak, maka terjadi ketimpangan struktural antara pemilik platform dan pengguna.

Sebagaimana diuraikan oleh Firman & Hakim (2024), keterbukaan algoritma bukan hanya persoalan teknis, tetapi menyentuh aspek etika dan hukum. Ketertutupan logika digital menimbulkan asimetri informasi yang merugikan pelaku usaha kecil dan menengah. Platform seringkali melakukan perubahan sistem secara sepihak, termasuk dalam hal pengurangan insentif atau pemotongan ongkir, tanpa adanya transparansi atau komunikasi yang adil. Hal ini mencederai prinsip keadilan ekonomi digital dan kontradiktif dengan prinsip *fiqh muamalah* tentang kejelasan dalam akad.

Keadilan ekonomi dalam platform digital, menurut Nugraha (2025), hanya bisa dicapai apabila sistem pengambilan keputusan digital dapat diaudit dan dipertanggungjawabkan. Transparansi algoritma bukan berarti membuka kode sumber secara penuh, tetapi memberikan kejelasan kepada pengguna tentang bagaimana data mereka digunakan dan bagaimana keputusan yang memengaruhi pendapatan mereka ditentukan. Dengan cara ini, hak atas informasi dan hak untuk tidak didiskriminasi dapat ditegakkan.

Lebih lanjut, Ridhani & Lazuardi (2023) menekankan bahwa prinsip transparansi dan keadilan merupakan nilai-nilai utama dalam ekonomi Islam yang relevan diterapkan dalam dunia digital. Mereka menyoroti bahwa ketidakjelasan algoritmik termasuk dalam kategori *gharar* atau ketidakpastian yang dilarang dalam transaksi syariah. Maka dari itu, regulasi yang memaksa platform untuk menjelaskan secara periodik dan terbuka parameter penilaian serta klasifikasi sangat diperlukan.

Untuk menjawab tantangan ini, Romadhonia (2025) dan Nasoha et al. (2025) mengusulkan model kolaborasi multi-pemangku kepentingan yang melibatkan pemerintah

sebagai regulator, akademisi sebagai pengkritik sistemik, industri sebagai pelaksana, dan masyarakat sipil sebagai penjaga akuntabilitas publik. Hanya dengan pendekatan semacam ini, intervensi regulatif akan benar-benar inklusif dan adaptif terhadap dinamika digital.

Dalam kerangka ini, Pemerintah Indonesia perlu segera membentuk badan pengawas independen atau *algorithm audit body* yang berwenang melakukan audit terhadap sistem algoritmik platform besar. Sebagaimana diuraikan dalam kajian Alberthine (2024), hal ini juga mendesak mengingat banyaknya laporan diskriminasi algoritmik terhadap seller kecil dan UMKM dalam skema marketplace saat ini. Dari sudut pandang perlindungan hukum, Junus dan Elfikri (2025) menyoroti bahwa regulasi transparansi algoritma harus diintegrasikan dengan upaya pemberdayaan pelaku UMKM agar mereka tidak hanya menjadi objek sistem, tetapi juga subjek yang mampu menegosiasikan hak digitalnya. Dengan demikian, transparansi algoritmik adalah bukan hanya tuntutan teknis atau normatif, melainkan syarat mutlak bagi keberlanjutan ekosistem digital yang adil, inklusif, dan berkeadaban.

Dinamika Tuntutan untuk Terjadinya Transparansi Transaksi pada Platform E – Commerce di Indonesia

Perkembangan pesat e-commerce di Indonesia sejak akhir 1990-an telah menghadirkan transformasi besar dalam perilaku konsumen dan pelaku usaha. Namun, seiring dengan masifnya adopsi transaksi digital, muncul pula berbagai persoalan serius yang menyangkut transparansi, kepercayaan, dan perlindungan konsumen (Ahlan, 2022; Yulianingsih & Putra, 2024). Dinamika ini tidak sekadar berkaitan dengan aspek teknologi, tetapi juga melibatkan dimensi regulasi, sosial, dan ekonomi yang kompleks.

Kemunculan e-commerce pada 1999 ditandai oleh pendirian forum KASKUS yang kemudian disusul oleh berbagai platform seperti Bhinneka.com, Tokobagus, Tokopedia, Bukalapak, hingga Go-Jek dan Traveloka. Meski pada awalnya masyarakat Indonesia masih enggan melakukan transaksi secara daring karena ketidaktahuan teknis dan rasa tidak aman, perlahan kepercayaan mulai tumbuh seiring dengan meningkatnya penetrasi internet yang mencapai 139 juta pengguna pada 2015. Masyarakat semakin terdorong untuk bertransaksi secara daring karena alasan efisiensi, kenyamanan, dan kecepatan, namun belum sepenuhnya dilengkapi dengan sistem perlindungan konsumen yang memadai (Saputra et al., 2025).

Masalah transparansi mulai muncul saat gelombang penipuan online melanda beberapa platform. Terdapat banyak kasus di mana konsumen tertipu setelah melakukan pembayaran namun barang yang dibeli tidak pernah sampai. Penipuan semacam ini tercatat terjadi di berbagai platform seperti TokoBagus, KASKUS, hingga penipuan berkedok nama perusahaan transportasi daring seperti Go-Jek. Minimnya fitur keamanan seperti rekening bersama, sistem refund, dan verifikasi penjual menambah rentan posisi konsumen dalam sistem e-commerce yang sedang bertumbuh (Prayuti, 2024).

Keadaan tersebut mendorong munculnya tuntutan yang kuat dari masyarakat terhadap adanya transparansi transaksi dan sistem perlindungan konsumen yang jelas. Konsumen mulai mendesak agar platform menyediakan informasi produk dan penjual secara terbuka dan akurat, termasuk identitas hukum, alamat usaha, dan jaminan kualitas barang. Desakan ini menjadi makin relevan ketika jumlah pelaku usaha digital meningkat drastis setelah 2010, menandai perluasan basis ekonomi digital secara signifikan (Tobing et al., 2024).

Pemerintah merespons dinamika ini dengan menetapkan sejumlah regulasi. Salah satu tonggak awalnya adalah Surat Edaran Dirjen Pajak pada 1998 yang mewajibkan pelaku e-commerce untuk memenuhi kewajiban perpajakan. Regulasi semakin diperkuat dengan hadirnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen tahun 1999 dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik tahun 2008. Dalam UU ITE, pelaku usaha diwajibkan memberikan informasi yang benar, lengkap, dan dapat dipertanggungjawabkan (Putri et al., 2024; Halim et al., 2024). Aspek hukum juga diperkuat melalui Kitab Undang-Undang Hukum Pidana yang mengatur sanksi terhadap penipuan transaksi elektronik (Rahman, 2024).

Di sisi lain, perkembangan nilai transaksi e-commerce mencerminkan respons positif masyarakat terhadap sistem belanja online yang semakin matang. Nilai transaksi meningkat dari kurang dari 10 triliun rupiah sebelum 2010 menjadi 50 triliun rupiah pada tahun 2015. Peningkatan ini sekaligus menandakan pergeseran budaya ekonomi masyarakat dari belanja konvensional ke digital, yang turut memengaruhi eksistensi toko fisik dan pelaku usaha tradisional (Santoso, 2024).

Dalam konteks yang lebih luas, tuntutan transparansi juga mencerminkan pentingnya membangun sistem ekonomi digital yang etis dan berkelanjutan. Transparansi transaksi menjadi indikator penting dari akuntabilitas, kepercayaan, dan kualitas layanan. Selain melindungi konsumen, transparansi juga membantu pelaku usaha, khususnya UMKM, untuk bersaing secara sehat dan memperluas pasar. Ketika platform e-commerce mulai

menyediakan fitur pengembalian dana, sistem penilaian, dan pembayaran pasca-terima barang, kepercayaan masyarakat meningkat dan ekosistem digital semakin mapan (Zuleika et al., 2024).

Tabel: Perkembangan Nilai Transaksi E-Commerce di Indonesia

Tahun	Nilai Transaksi E-Commerce (Rp triliun)
1999–2010	<10
2011	13
2012	19
2013	25
2014	37
2015	42,5
2016	69,8
2017	108,4
2018	144,1
2019	205,5
2020	266,3
2021	401–403 (lonjakan pandemi)
2022	453,8
2023	453,8–474
2024	487,0

Dalam beberapa tahun awal, transaksi e-commerce di Indonesia masih berada pada kisaran belasan hingga puluhan triliun rupiah, menunjukkan pertumbuhan yang stabil namun belum signifikan. Perubahan besar terjadi pada tahun 2021, saat nilai transaksi melonjak lebih dari 50 persen dan mencapai kisaran Rp401 hingga Rp403 triliun. Lonjakan ini tidak dapat dilepaskan dari dampak pandemi COVID-19, yang mendorong masyarakat beralih ke platform digital sebagai alternatif utama untuk memenuhi kebutuhan konsumsi harian. Momen ini mencerminkan fase kritis dalam perkembangan ekonomi digital, di mana kecepatan adopsi teknologi tidak sepenuhnya diimbangi dengan kesiapan sistem, terutama terkait transparansi dan keamanan dalam bertransaksi.

Pertumbuhan terus berlanjut hingga 2022, dengan nilai transaksi mencapai sekitar Rp454 triliun. Kendati pada tahun 2023 terjadi sedikit koreksi nilai transaksi, yang berkisar antara Rp453,8 hingga Rp474 triliun, tren ini kembali menunjukkan perbaikan pada tahun 2024 dengan capaian sebesar Rp487 triliun, mencerminkan kenaikan sebesar 7,3 persen. Data ini menunjukkan adanya stabilisasi dalam struktur transaksi elektronik nasional serta meningkatnya tingkat kepercayaan konsumen terhadap platform digital, walaupun

persoalan transparansi masih menjadi tantangan utama yang belum sepenuhnya terselesaikan.



Pertumbuhan terus berlanjut hingga 2022, dengan nilai transaksi mencapai sekitar Rp454 triliun. Kendati pada tahun 2023 terjadi sedikit koreksi nilai transaksi, yang berkisar antara Rp453,8 hingga Rp474 triliun, tren ini kembali menunjukkan perbaikan pada tahun 2024 dengan capaian sebesar Rp487 triliun, mencerminkan kenaikan sebesar 7,3 persen. Data ini menunjukkan adanya stabilisasi dalam struktur transaksi elektronik nasional serta meningkatnya tingkat kepercayaan konsumen terhadap platform digital, walaupun persoalan transparansi masih menjadi tantangan utama yang belum sepenuhnya terselesaikan.

Peningkatan nilai transaksi secara makro menandakan bahwa masyarakat semakin percaya terhadap layanan e-commerce, yang diperkuat oleh berbagai perbaikan sistemik yang dilakukan oleh pelaku usaha digital. Namun, nilai ekonomi bukanlah satu-satunya indikator keberhasilan. Kebutuhan akan transparansi lebih didorong oleh pengalaman konsumen yang pernah mengalami kerugian akibat transaksi yang tidak adil. Masalah seperti penipuan, identitas penjual yang tidak jelas, serta absennya jaminan pengembalian barang atau dana masih membayangi sebagian aktivitas perdagangan digital, khususnya pada masa-masa awal kemunculannya.

Dalam menjawab persoalan ini, respons sistemik berkembang dalam tiga arah utama. Pertama, dorongan regulasi dari pemerintah melalui pengesahan Undang-Undang Perlindungan Konsumen tahun 1999 dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik tahun 2008 berfungsi sebagai landasan yuridis untuk menuntut keterbukaan informasi dalam setiap transaksi digital. Kedua, inovasi platform e-commerce berkembang

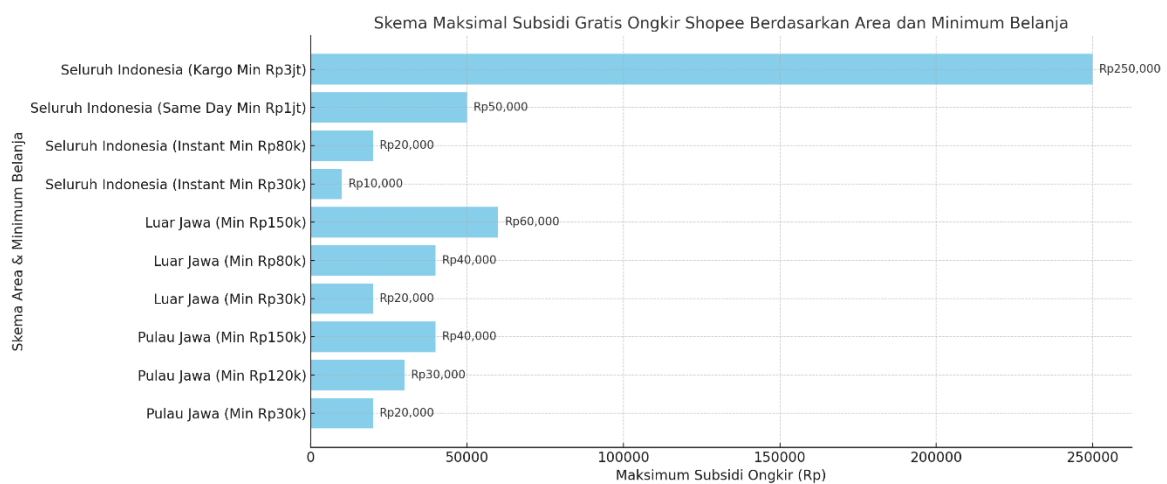
pesat dengan menyertakan fitur keamanan tambahan seperti verifikasi identitas penjual, sistem pembayaran yang lebih aman, jaminan pengembalian dana, dan mekanisme penilaian berbasis pengalaman pengguna. Ketiga, munculnya kesadaran digital dari konsumen yang menuntut transparansi dan keadilan dalam ekosistem perdagangan daring juga turut mempercepat pergeseran norma transaksi menuju sistem yang lebih etis dan bertanggung jawab (Santoso, 2024; Ahlan, 2022; Halim et al., 2024).

Dengan demikian, dinamika transaksi e-commerce tidak hanya mencerminkan perubahan kuantitatif dalam nilai ekonomi, tetapi juga transformasi kualitatif dalam cara masyarakat dan institusi memahami pentingnya akuntabilitas dan keterbukaan. Transparansi menjadi fondasi utama dalam membangun ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan, di mana perlindungan konsumen dan keadilan transaksi menjadi norma yang tak dapat ditawar. Dari dinamika ini dapat disimpulkan bahwa transparansi dalam transaksi e-commerce bukan sekadar tuntutan teknis, melainkan keharusan etis dan yuridis yang menentukan keberlanjutan ekonomi digital Indonesia. Tanggung jawab tidak hanya berada pada pemerintah melalui regulasi, tetapi juga pada platform digital untuk terus meningkatkan integritas sistem mereka, serta pada masyarakat untuk aktif dan kritis sebagai konsumen. Dengan kolaborasi ini, diharapkan ekosistem e-commerce Indonesia tidak hanya berkembang secara kuantitatif, tetapi juga secara berkualitas, berlandaskan keadilan dan perlindungan yang setara bagi semua pihak.

Potongan Ongkir Tanpa Konfirmasi dalam Perspektif Fatwa DSN-MUI 117/2018

Perkembangan industri e-commerce di Indonesia telah membawa berbagai bentuk efisiensi dalam rantai distribusi barang, salah satunya adalah melalui skema subsidi ongkos kirim atau yang dikenal sebagai program *Gratis Ongkir XTRA*. Namun, di balik kemudahan tersebut, muncul dinamika baru yang menimbulkan problematika dari sudut pandang keadilan kontraktual dan kepastian hukum bagi pelaku usaha, khususnya seller. Isu yang paling menonjol adalah praktik potongan ongkir otomatis tanpa konfirmasi yang dilakukan oleh platform kepada penjual, terutama ketika terjadi selisih ongkir aktual dan estimasi sistem. Shopee, sebagai salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia, menerapkan berbagai skema subsidi ongkir berdasarkan area dan minimum pembelian. Tabel berikut menunjukkan bahwa subsidi ongkir bisa berkisar antara Rp10.000 hingga Rp250.000 tergantung pada jenis layanan dan nilai minimum belanja.

Namun sejak 1 Juli 2024, Shopee menetapkan kebijakan baru di mana seluruh penjual langsung diikutsertakan dalam program Gratis Ongkir XTRA tanpa perlu persetujuan eksplisit. Dalam implementasinya, sistem secara otomatis menarik biaya layanan sebesar Rp20.000 untuk transaksi sebesar Rp500.000, terlepas dari apakah penjual secara sadar mendaftarkan diri dalam program tersebut atau tidak. Ini terpisah dari biaya admin yang telah lebih dulu dikenakan (sekitar 5–6%), sehingga total potongan terhadap hasil penjualan seller bisa menjadi signifikan. Beberapa penjual bahkan menyebut kebijakan ini sebagai bentuk pemotongan yang menjebak, terutama bagi seller yang tidak rutin mengecek rincian transaksi di dasbor mereka.



Dari perspektif Fatwa DSN-MUI No. 117/DSN-MUI/II/2018, kebijakan ini bertentangan dengan prinsip dasar syariah dalam muamalah, yaitu *tarāḍī* (keridhaan antar pihak). Ketika penjual tidak memberikan persetujuan atau tidak diberi informasi yang memadai atas potongan layanan tertentu, maka akad antara platform dan seller menjadi cacat secara hukum syariah. Akad dalam muamalah harus dilakukan secara sukarela dan didasarkan pada transparansi informasi, sebagaimana termaktub dalam prinsip akad *syar'i* yang menyatakan tidak adanya penipuan (*tadlis*) dan ketidaktahuan yang disengaja (*gharar*) (Obaidullah, 2005; Al-Suwailem, 2006).

Lebih lanjut, Shopee mengandalkan sistem otomatis yang mengeluarkan nomor resi, menentukan berat berdasarkan input seller, dan memproses pencairan dana sesuai data sistem. Akan tetapi, sistem ini mengandung risiko jika berat atau dimensi yang diinput seller tidak akurat, karena selisih ongkir akan dibebankan kepada penjual, tanpa prosedur sengketa atau klarifikasi yang memadai. Ketentuan yang menyatakan bahwa Shopee hanya mengganti ongkir sesuai dengan data mitra logistik, meskipun seller mungkin mendapat

diskon atau terkena kesalahan input, semakin menunjukkan ketimpangan posisi tawar antara seller dan platform (Kamla & Haque, 2019).

Situasi ini semakin kompleks dengan adanya ketentuan “reimbursement” yang dijanjikan Shopee hanya sebatas batas maksimal subsidi tertentu (misalnya Rp20.000 atau Rp40.000), dan apabila pengiriman melebihi batas tersebut, maka kekurangannya akan ditanggung oleh pembeli atau seller, tergantung konfigurasi sistem checkout. Dalam banyak kasus, karena sistem yang tidak fleksibel, beban tersebut akhirnya tetap jatuh kepada penjual. Kebijakan otomatisasi program dan penarikan biaya layanan oleh platform e-commerce seperti Shopee, yang diberlakukan tanpa persetujuan eksplisit dari penjual, secara substansi dapat dikategorikan sebagai bentuk pemaksaan akad (al-‘uqūd al-mukrahah) dalam konteks sistem digital. Dalam fikih muamalah, akad yang dilakukan di bawah tekanan, keterpaksaan, atau ketidaktahuan salah satu pihak tergolong fasid (rusak) atau bahkan bāṭil (batal) karena tidak memenuhi unsur keridhaan (tarāḍī) dan kejelasan syarat (ta’yīn), sebagaimana menjadi syarat sah akad dalam seluruh mazhab fikih (Nienhaus, 2011).

Praktik otomatisasi tanpa keterlibatan aktif dari pihak seller juga melanggar prinsip keadilan (‘adl), kemaslahatan (maṣlaḥah), dan perlindungan harta (ḥifz al-māl), yang merupakan bagian dari lima prinsip utama dalam maqāṣid al-syarī‘ah. Ketiga prinsip tersebut memiliki landasan kuat dalam dalil-dalil Al-Qur’an maupun Hadis yang menjadi rujukan utama DSN-MUI dalam mengeluarkan fatwa, termasuk Fatwa No. 117/DSN-MUI/II/2018 (Dusuki & Abozaid, 2007). Dalam konteks ini, QS. Al-Baqarah ayat 188 menjadi salah satu rujukan utama karena secara tegas melarang praktik memakan harta orang lain secara batil. Tafsir ayat ini menegaskan bahwa segala bentuk pengambilan harta tanpa izin atau tanpa akad yang sah, termasuk melalui manipulasi sistem, adalah bentuk kezaliman. Demikian pula, QS. An-Nisa’ ayat 29 menggarisbawahi pentingnya melakukan transaksi secara sukarela (an tarāḍin minkum), yang dalam tafsir al-Maraghi dan al-Qurthubi ditekankan sebagai larangan terhadap segala bentuk transaksi yang melibatkan unsur pemaksaan, penipuan, dan manipulasi informasi (Saepudin, 2022; Hasan, 2021).

DSN-MUI dalam fatwa-fatwanya, termasuk Fatwa No. 117/2018, juga secara konsisten mengedepankan prinsip at-tafāhūm wa at-tafāqul al-mubāsyir (saling memahami dan menyepakati) antara pengguna jasa dan penyelenggara teknologi. Ketiadaan pilihan untuk menyetujui atau menolak program Gratis Ongkir XTRA yang otomatis diberlakukan

bagi semua seller tanpa informasi yang memadai dan akses keluar (opt-out) jelas tidak mencerminkan prinsip tersebut (Affandi, 2022).

Dalam praktiknya, banyak pelaku UMKM yang bergantung pada platform digital sebagai sarana utama perdagangan justru mengalami akumulasi potongan biaya yang tidak mereka sadari. Biaya layanan yang muncul tiba-tiba, potongan ongkir karena ketidaksesuaian estimasi berat, serta kenaikan biaya admin secara bertahap, semuanya membentuk struktur biaya yang merugikan secara akumulatif. Dari perspektif fikih, hal ini termasuk dalam kategori *ghabn fāḥisy* (kecurangan nilai yang merugikan secara signifikan), yang oleh mayoritas ulama dianggap cukup untuk memberikan hak *khiyār* (hak pembatalan akad) kepada pihak yang dirugikan (Hasan, 2011).

Jika kebijakan ini dibiarkan tanpa pengawasan syariah yang ketat, maka akan terjadi praktik penyalahgunaan dominasi digital oleh penyedia platform, yang secara substansi bertentangan dengan *maqashid* syariah dan nilai-nilai dasar keadilan dalam Islam. Oleh karena itu, penting bagi regulator, termasuk Dewan Syariah Nasional, untuk mengaudit dan memberikan penilaian fikih terhadap algoritma dan kebijakan digital platform yang berdampak langsung terhadap distribusi nilai dalam transaksi. Ini bukan sekadar soal efisiensi teknologi, melainkan tentang menjaga keadilan distribusi dalam sistem ekonomi digital yang berlandaskan etika syariah. Dengan demikian, langkah korektif berupa rekonstruksi akad digital, pembentukan mekanisme persetujuan eksplisit (*explicit digital consent*), dan pemberian hak kontrol bagi seller terhadap fitur-fitur berbayar harus menjadi bagian dari desain sistem e-commerce yang selaras dengan semangat syariah. Pendekatan ini tidak hanya mencegah terjadinya akad batil, tetapi juga menjaga agar seluruh ekosistem perdagangan berbasis teknologi tetap berada dalam koridor halal, adil, dan bermaslahat.

Dengan mempertimbangkan keseluruhan argumentasi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kebijakan potongan ongkir dan biaya layanan otomatis tanpa konfirmasi eksplisit bertentangan dengan prinsip muamalah syariah sebagaimana diatur dalam Fatwa DSN-MUI No. 117/2018. Oleh karena itu, diperlukan mekanisme persetujuan digital (*digital consent*), sistem informasi yang adil dan transparan, serta opsi keluar (opt-out) bagi seller dari program tertentu, agar seluruh proses berlangsung dalam kerangka akad yang sah dan etis menurut perspektif syariah.

KESIMPULAN

Perkembangan pesat industri e-commerce di Indonesia telah mendorong efisiensi dalam distribusi barang melalui berbagai program insentif digital, termasuk skema subsidi ongkos kirim seperti *Gratis Ongkir XTRA* di platform Shopee. Namun, dalam praktik implementasinya, kebijakan otomatisasi yang diterapkan sejak 1 Juli 2024 menimbulkan ketimpangan relasi kontraktual antara platform dan seller. Salah satu sorotan utama adalah diterapkannya potongan ongkir dan biaya layanan tanpa persetujuan eksplisit penjual, yang secara substansi melanggar prinsip dasar dalam akad muamalah yang sah menurut hukum Islam. Dari perspektif Fatwa DSN-MUI No. 117/DSN-MUI/II/2018, tindakan tersebut bertentangan dengan prinsip *tarāḍī* (keridhaan antar pihak), serta mengandung unsur *ghabn fāḥisy* (kecurangan nilai yang merugikan signifikan) dan *gharar* (ketidakjelasan informasi), yang dapat menggugurkan keabsahan akad. Ketidakterlibatan seller dalam pengambilan keputusan program, beban biaya yang tersembunyi, serta potensi kerugian akibat selisih ongkir yang dibebankan tanpa klarifikasi, menunjukkan dominasi algoritmik oleh platform atas hak-hak ekonomi pelaku UMKM.

Kondisi ini diperparah oleh struktur sistem *checkout* dan penentuan resi otomatis yang tidak memberikan ruang kontrol atau sanggahan dari pihak seller. Kebijakan yang menempatkan penjual sebagai pihak yang menanggung kekurangan biaya ongkir tanpa prosedur keberatan yang jelas mengarah pada praktik *al-‘uqūd al-mukrahah* (akad yang dipaksakan), yang dilarang dalam fikih muamalah. Hal ini tidak hanya bertentangan dengan asas *‘adl*, *maṣlahah*, dan *ḥifẓ al-māl* dalam *maqāṣid al-syarī‘ah*, tetapi juga melanggar nilai-nilai keadilan ekonomi Islam sebagaimana terkandung dalam QS. An-Nisa’ ayat 29 dan QS. Al-Baqarah ayat 188. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa kebijakan otomatisasi potongan ongkir dan biaya layanan Shopee perlu dikaji ulang secara hukum ekonomi syariah. Diperlukan pembentukan mekanisme *digital consent* yang eksplisit, keterbukaan informasi dalam setiap perubahan biaya, serta sistem opt-out yang adil, agar proses digital commerce tetap berada dalam koridor akad yang sah, halal, dan bermartabat. Hanya dengan pendekatan ini, ekosistem e-commerce dapat berkembang secara berkelanjutan dalam kerangka keadilan kontraktual dan perlindungan syariah bagi seluruh pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, A. (2022). *Fatwa dan Maqashid Syariah dalam Ekonomi Digital*. Iqtishadia: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Ahlan, A. (2022). *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*. Jurnal Hukum, Politik dan Ilmu Sosial, Politeknik Pratama.
- Alberthine, J. (2024). *Transformasi Peran Regulator dalam Era Digital*. Collegium Studiosum Journal.
- Al-Suwailem, S. (2006). *Hedging in Islamic finance*. Islamic Development Bank: Islamic Research and Training Institute.
- AN Hasanah, U Hasanah, C Permata. 2024. "Analisis Yuridis Penerapan Peraturan Kementerian Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Ketentuan Perizinan Usaha Pmse." *Journal of Science and Social Research* VII (2): 393–99.
- Cahyadi, O. E. (2021). *Pandangan hukum Islam terhadap tunda bayar (Paylater) dalam transaksi e-commerce pada aplikasi Shopee*. Universitas Islam Indonesia.
- Dessi Wulansari, Anindya, and Reza Noormansyah. n.d. "Mencari Peran Negara: Implikasi Kekosongan Regulasi Terhadap Hubungan Kemitraan Pada Platform Kerja Kerumunan (Crowdwork) Di Indonesia."
- Dewi Anggraeni, D. A. (2022). *Pengaruh Insentif dan Sistem Promosi terhadap Kepuasan Pengguna Shopee*. Universitas Batanghari.
- Dusuki, A. W., & Abozaid, A. (2007). A critical appraisal on the challenges of realizing maqasid al-shari'ah in Islamic banking and finance. *IIUM Journal of Economics and Management*, 15(2).
- Fajrussalam, H., & Hartiani, D. (2023). Analisis pembayaran paylater dalam aplikasi Shopee menurut perspektif Islam. *Attadib: Journal of Islamic Education*, 8(1).
- FARIS. 2024. "Mengenal Algoritma Transparansi: Pengertian, Manfaat, Dan Contohnya." Soalteknolo. [Lokercepat.Id](https://soalteknolo.lokercepat.id/pengertian-algorithmic-transparency/). 2024. <https://soalteknolo.lokercepat.id/pengertian-algorithmic-transparency/>.
- Fatimatuz Zahro, F. (2024). *Kritik Kurir dan Dampaknya terhadap Citra Shopee di Media Sosial*. IAIN Ponorogo.
- Fatwa DSN-117-DSNMUI-II-2018-2018." n.d.
- Fauziah Lubis, Sofia Ramadhani Purba. 2024. "Analisis Kritik Pembuktian Elektronik Dalam Hukum Acara Perdata: Tantangan Dan Prospek Di Era Digital." *Judge: Jurnal Hukum* 05 (02): 39–47.
- Firman, F., & Hakim, M. L. (2024). *Tata Kelola Digital di Era Big Data: Pertimbangan Etis dan Implikasi Kebijakan di Indonesia*. Konferensi Nasional UNTAG.
- Fitriani, F., & Wicaksono, A. (2020). *Transaksi pre-order di e-commerce Shopee perspektif hukum Islam (Studi kasus mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah)*. IAIN Surakarta.
- Halim, S., Franciska, W., & Noor, Z. Z. (2024). *Penegakan Hukum terhadap Perusahaan E-Commerce sebagai Perlindungan Konsumen*. SINERGI: Jurnal Riset Ilmiah.
- Hasan, R. (2021). *Transparansi dan Prinsip Syariah dalam Sistem Pembiayaan Digital*. Muamalah: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam.
- Hasan, Z. (2011). Shari'ah governance in Islamic financial institutions: An empirical study of the practice, with a particular focus on the role of the Shari'ah board in Islamic banks in Malaysia. *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 11(2), 108–119. <https://doi.org/10.1108/14720701111121082>
- Jo, Novita. 2024. "SPX Express Dan Shopee Memotong Dana Selisih Ongkir Tanpa Konfirmasi." Media Konsumen. 2024.

- https://mediakonsumen.com/2024/09/26/surat-pembaca/spx-express-dan-shopee-memotong-dana-selisih-ongkir-tanpa-konfirmasi#google_vignette.
- Junus, N., & Elfikri, N. F. (2025). *Pengaturan Hukum Pasar Digital dan Perlindungan UMKM*. *Almufi Jurnal Sosial dan Hukum*.
- Kamla, R. & Haque, F. (2019). Islamic accounting and accountability: Critical perspectives on religion and politics in the Islamic world. *Critical Perspectives on Accounting*, 63, 102003. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2017.06.003>
- Khasanah, R., & Ridwan, M. (2022). Tinjauan hukum Islam tentang transaksi e-commerce aplikasi Shopee dengan metode Paylater. *Jurnal Indragiri Penelitian Mahasiswa (JIPM)*, 1(1).
- Kusumadewi, V., & Wicaksono, A. (2020). *Wanprestasi dalam akad jual beli di Shopee dalam perspektif KUHPerdara dan Fiqh Muamalah*. IAIN Surakarta.
- Mapuna, H. D. (2022). Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap transaksi jual beli pada online marketplace Shopee. *IQTHISADI: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(1).
- Milsya Maghfirah, Aisyah. 2024. "Preferensi Kaum Milenial Terhadap Aplikasi Digital Streaming (Studi Pada Followers Media Sosial Twitter @Drakorfess_)." *Jurnal Komunikasi Dan Organisasi (J-KO)* 6:23–30.
- Moneque, E. L. N. (2023). *Analisis game berhadiah pada fitur Shopee Tanam perspektif fiqh muamalah*. IAIN Madura.
- Mulyanto, H. (2024). *Manajemen Rantai Pasokan Digital dan Keadilan Logistik*. IPWIJA.
- Naomi, Fiona Pappano, and I Made Dedy Priyanto. 2020. "Perlindungan Hukum Pengguna E-Wallet Dana Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum* 9 (1): 24. <https://doi.org/10.24843/ks.2020.v09.i01.p03>.
- Nariswari, A. W. (2024). *Aspek hukum kewajiban dan tanggung jawab Shopee terkait diskon dan gratis ongkir bagi pengguna aplikasi Shopee ditinjau menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen*. Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA).
- Nariswari, A. W. (2024). *Aspek Hukum Kewajiban dan Tanggung Jawab Shopee Terkait Diskon dan Gratis Ongkir*. Universitas Islam Sultan Agung.
- Nasoha, A. M. M., Atqiyah, A. N., & Mujahidin, M. (2025). *Memahami Pancasila dalam Algoritma Media Sosial. Jembatan Hukum*.
- Nienhaus, V. (2011). Islamic finance ethics and Shari'ah law in the aftermath of the crisis: Concept and practice of Shari'ah compliant finance. *Ethical Perspectives*, 18(4), 591–623. <https://doi.org/10.2143/EP.18.4.2131100>
- Nugraha, S. (2025). *Implikasi Hukum Perdata terhadap Penggunaan AI dalam Kontrak Digital. Innovative: Journal of Social Science*.
- Nur, S., Dahmayanti, A., & Jannah, M. (2023). Shopee PayLater voucher pada jual beli online dalam perspektif fikih muamalah kontemporer. *Jurnal Khiyar: Muamalah dan Ekonomi Islam*, 3(2).
- Obaidullah, M. (2005). *Islamic Financial Services*. Islamic Research and Training Institute, IDB.
- Palapessy, Priescillia Mariana, Teng Berlianty, and Sarah Selfina Kuahaty. 2023. "Tanggung Jawab Pihak Ekspedisi Dalam Transaksi Pengiriman Barang." *PAMALI: Pattimura Magister Law Review* 3 (2): 139. <https://doi.org/10.47268/pamali.v3i2.1413>.

- Pangaribuan, Rohid Ramadani, and Cahaya Permata. 2025. "Reconstruction of Consumer Protection Regarding the Provision of Halal Features in the Marketplace from the Perspective of Maqashid Syariah" 14 (1): 118–27.
- Prasilowati, S. L. (2024). *Penerapan Komunikasi Bisnis dalam Model Bisnis Viral 5.0*. IPWIJA.
- Prayuti, Y. (2024). *Implikasi Risiko Transaksi Digital terhadap Pengaduan Konsumen di Sektor E-Commerce: Tinjauan Strategi Nasional Perlindungan Konsumen 2024*. Innovative: Journal of Social Science Research.
- Putri, C. F., Azizah, M. N., & Salsabilla, N. (2024). *Penyelesaian Sengketa Antara Konsumen dan Pelaku Usaha Era Bisnis Digital*. Ius Commercii: Jurnal Hukum dan Bisnis Digital.
- Rahman, T. A. (2024). *Analisis Regulasi E-Commerce terhadap Perlindungan Konsumen pada Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Hukum Islam*. Magister Ilmu Hukum, UNISSULA.
- Ridhani, F. R., & Lazuardi, A. A. (2023). *Ekonomi Digital dalam Perspektif Syariah*. Islamic Education Journal.
- Romadhonia, A. (2025). *Mewujudkan Peradilan Ekonomi yang Inklusif Melalui Transparansi Algoritma*. Proceeding UNMUH Jember.
- Saepudin, E. (2022). *Implementasi Fatwa DSN-MUI No. 117/DSN-MUI/II/2018 terhadap Layanan Keuangan Berbasis Teknologi Informasi*. Jurnal Hukum Ekonomi Islam.
- Santoso, M. R. S. P. (2024). *Hukum Perlindungan Konsumen dan Prinsip Ekonomi Syariah terhadap Penggunaan ShopeePay dalam Transaksi E-Commerce*. Skripsi, Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA).
- Saputra, A. F., Shafwa, A. J., & Umam, R. (2025). *Analisis Efektivitas Penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia*. Media Riset Bisnis Ekonomi dan Sosial Terapan.
- Sari, N., & Maadi, A. S. (2024). Analisis perbandingan akad pada platform Shopee dan Tokopedia dalam sistem penjualan dropshipping. *Muamalatuna: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 4(1).
- Susanto, Is, and Meki Johendra. 2024. "TRANSPARANSI JUAL BELI ONLINE : PERSPEKTIF ETIKA ISLAM DALAM PRAKTIK E-COMMERCE Pendahuluan Perdagangan Elektronik (e-Commerce) Telah Berkembang Pesat Dalam Beberapa Dekade Terakhir , Menjadi Salah Satu Sektor Yang Paling Dominan Dalam Perekonomian Glob" 2.
- Tobing, W. T. M. L., Kharisma, D., & Susanti, E. (2024). *Evaluasi Kebijakan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Digital di Indonesia: Studi Kebijakan dan Analisis SWOT*. Perkara: Jurnal Ilmu Hukum.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008." 2008. *Informasi Dan Transaksi Elektronik* 73–69: (المجلة الع ارقية للعلوم) 49 المجلد 49.
- Wahyuddin Safrillah Al-Baqarah Ayat, Iwan QS. n.d. "TAFSIR SURAH ALBAQARAH AYAT 282."
- Yulianingsih, S., & Putra, R. K. (2024). *Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen pada E-Commerce di Indonesia*. Hakim: Jurnal Ilmu Hukum dan Kenotariatan.
- Zuleika, N., Juninda, N. A., & Darwin, Y. A. (2024). *Perlindungan Konsumen terhadap Testimoni Palsu dalam E-Commerce*. Jurnal Intelek dan Cendekia Nusantara.