

Keadilan Transaksional dalam E-Commerce Halal: Tinjauan Ekonomi Syariah

A. Rahman¹

Universitas Muhammadiyah Bima, NTB, Indonesia
jiman282@gmail.com

Feri Sofiyan

Universitas Muhammadiyah Bima, NTB, Indonesia
ferisofiyan00@gmail.com

Zuhrah

Universitas Muhammadiyah Bima, NTB, Indonesia
zhoemachy@gmail.com

Submission	Accepted	Published
26 Desember 2025	12 Juli 2026	12 Juli 2026

Abstract

This study aims to examine the concept of transactional justice in halal e-commerce from the perspective of Islamic economic law and to reconstruct the principles of digital transactions in line with the objectives of Maqāsid al-Sharī'ah. This research employs a qualitative library research design using a normative juridical approach through conceptual and statutory approaches. Primary sources consist of the Qur'an, Hadith, Fatwas of the Indonesian National Sharia Council (DSN-MUI), and regulations governing electronic commerce, while secondary sources include Scopus-indexed journal articles, scholarly books, and relevant literature on Islamic economic law. Data were analyzed using descriptive-analytical methods supported by content analysis. The findings reveal that transactional justice in halal e-commerce extends beyond the halal status of products and requires fairness throughout the entire digital transaction process. This includes reconstructing digital contracts to prevent gharar through information transparency and algorithmic accountability, strengthening consumer protection by implementing digital khiyār as a corrective mechanism against information asymmetry, and promoting distributive justice through platform governance that supports fair competition and empowers micro, small, and medium enterprises (MSMEs). This study contributes by proposing transactional justice as an integrative

¹ Corresponding Author

framework that connects digital contractual principles, consumer protection, and distributive justice, thereby enriching the discourse on Islamic economic law and providing a normative foundation for the development of a fair and sustainable halal e-commerce ecosystem.

Keywords: *halal e-commerce; transactional justice; Islamic economic.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis konsep keadilan transaksional dalam *e-commerce* halal melalui perspektif hukum ekonomi syariah serta merekonstruksi prinsip-prinsip transaksi digital yang selaras dengan nilai *maqāsid al-syarī'ah*. Penelitian menggunakan metode kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan kualitatif dan metode yuridis-normatif melalui *conceptual approach* dan *statute approach*. Data primer bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, Fatwa DSN-MUI, serta peraturan perundang-undangan terkait perdagangan elektronik, sedangkan data sekunder diperoleh dari artikel ilmiah terindeks Scopus, buku, dan literatur hukum ekonomi syariah. Analisis data dilakukan secara deskriptif-analitis menggunakan teknik *content analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keadilan transaksional dalam *e-commerce* halal tidak hanya ditentukan oleh kehalalan produk, tetapi juga oleh keadilan dalam keseluruhan proses transaksi digital. Rekonstruksi akad digital diperlukan untuk mencegah *gharar* melalui transparansi informasi dan akuntabilitas algoritma. Perlindungan hak konsumen perlu diperkuat melalui implementasi *khiyar* digital sebagai mekanisme korektif terhadap ketidakseimbangan informasi, sedangkan keadilan distributif diwujudkan melalui tata kelola platform yang mendukung persaingan usaha yang sehat dan memperkuat posisi UMKM. Penelitian ini menawarkan konsep keadilan transaksional sebagai paradigma integratif yang menghubungkan aspek kontraktual, perlindungan konsumen, dan distribusi keadilan dalam ekosistem *e-commerce* halal.

Kata Kunci: *E-commerce* halal; keadilan transaksional; ekonomi syariah.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi fundamental dalam aktivitas perdagangan global melalui hadirnya *electronic commerce* (*e-commerce*) sebagai model transaksi yang semakin dominan. Digitalisasi tidak hanya mengubah cara pelaku usaha memasarkan produk dan jasa, tetapi juga mengubah konstruksi hubungan hukum antara penjual, pembeli, dan penyedia platform digital (Mulyawan et al., 2025). Kemudahan akses, efisiensi biaya, serta jangkauan pasar yang luas menjadikan *e-commerce* sebagai instrumen penting dalam pertumbuhan ekonomi, termasuk di negara-negara dengan populasi

Muslim yang besar. Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk dan layanan halal, konsep *halal e-commerce* berkembang sebagai ekosistem perdagangan yang tidak hanya memperhatikan kehalalan produk, tetapi juga menuntut kepatuhan terhadap prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah dalam keseluruhan proses transaksi (Tran-Pham et al., 2025). Dalam perspektif tersebut, keabsahan suatu transaksi tidak semata ditentukan oleh objek yang diperdagangkan, melainkan juga oleh mekanisme akad, transparansi informasi, perlindungan hak para pihak, serta terciptanya keadilan dalam hubungan kontraktual. Oleh karena itu, perkembangan *e-commerce* halal memerlukan kerangka hukum yang mampu mengintegrasikan inovasi digital dengan nilai-nilai keadilan yang menjadi karakter utama ekonomi syariah.

Pada tataran praktik, dinamika *e-commerce* menunjukkan bahwa kemajuan teknologi belum selalu diikuti dengan terwujudnya keadilan transaksional (Mulyawan et al., 2025). Asimetri informasi antara penjual dan konsumen, desain algoritma yang tidak transparan, praktik *dark patterns*, keterbatasan mekanisme perlindungan hak konsumen, hingga ketimpangan posisi UMKM dalam persaingan digital merupakan persoalan yang semakin nyata dalam ekosistem perdagangan elektronik. Sebagian besar regulasi maupun kajian akademik masih menitikberatkan pada aspek keamanan transaksi, perlindungan data, atau kepatuhan terhadap fatwa syariah, sementara dimensi keadilan transaksional sebagai prinsip yang menghubungkan pembentukan akad, pelaksanaan hak konsumen, dan distribusi kesempatan ekonomi belum memperoleh perhatian yang memadai. Kondisi ini menunjukkan bahwa perkembangan *e-commerce* halal tidak cukup diukur dari terpenuhinya aspek legalitas formal, tetapi juga harus dinilai berdasarkan kemampuan sistem digital menciptakan hubungan ekonomi yang adil, transparan, dan seimbang sesuai dengan prinsip *maqāṣid al-syarī'ah*.

Idealnya, *e-commerce* halal dibangun di atas prinsip *'adl*, *amanah*, *tarāḍin*, dan larangan *gharar*, sehingga seluruh proses transaksi berlangsung secara transparan, memberikan perlindungan yang setara kepada konsumen dan pelaku usaha, serta menciptakan distribusi manfaat yang adil bagi seluruh pelaku ekonomi. Namun realitasnya, praktik perdagangan digital masih memperlihatkan berbagai bentuk ketidakadilan, mulai dari ketidakjelasan informasi dalam akad elektronik, lemahnya implementasi hak konsumen setelah transaksi berlangsung, hingga dominasi platform digital yang berpotensi mempersempit ruang kompetisi bagi UMKM. Kesenjangan antara prinsip normatif ekonomi syariah dan praktik *e-commerce* tersebut menjadi masalah utama penelitian ini, yaitu belum adanya konstruksi konseptual mengenai keadilan transaksional yang mampu mengintegrasikan aspek akad digital, perlindungan hak konsumen, dan keadilan distributif dalam tata kelola *e-commerce* halal.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis dan merekonstruksi konsep keadilan transaksional dalam *e-commerce* halal melalui perspektif hukum ekonomi syariah, dengan menitikberatkan pada rekonstruksi akad digital untuk mencegah *gharar*, implementasi *khiyar* digital sebagai instrumen perlindungan hak konsumen, serta penguatan keadilan distributif bagi UMKM dalam ekosistem platform digital. Kontribusi penelitian ini terletak pada pengembangan kerangka konseptual yang memosisikan keadilan transaksional sebagai paradigma integratif dalam hukum ekonomi syariah.

Kerangka tersebut tidak hanya memperluas diskursus mengenai *sharia compliance* dalam transaksi elektronik, tetapi juga menawarkan landasan normatif bagi pengembangan tata kelola *e-commerce* halal yang lebih transparan, akuntabel, inklusif, dan selaras dengan tujuan *maqāṣid al-syarī'ah* dalam mewujudkan kemaslahatan serta keseimbangan hubungan ekonomi digital.

Kajian mengenai keadilan transaksional dalam *e-commerce* halal bukanlah tema yang sepenuhnya baru. Berbagai penelitian telah mengkaji transaksi digital dari perspektif keterbukaan informasi, perlindungan konsumen, maupun kepatuhan syariah. Namun, penelitian-penelitian tersebut umumnya masih bersifat parsial dan belum mengintegrasikan dimensi akad digital, perlindungan hak konsumen, serta keadilan distributif dalam satu kerangka hukum ekonomi syariah yang utuh.

Trang Minh Tran-Pham et al., dalam artikel “Information Disclosure of Electronic Commerce in Vietnam: Expectancy and Social Contract Theory Perspectives”, menganalisis pentingnya keterbukaan informasi dalam transaksi *e-commerce* melalui pendekatan *Expectancy Theory* dan *Social Contract Theory*. Penelitian tersebut menemukan bahwa transparansi informasi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen dan legitimasi hubungan kontraktual (Tran-Pham et al., 2025). Persamaan penelitian ini dengan kajian penulis terletak pada pentingnya transparansi sebagai fondasi transaksi yang adil. Perbedaannya, penelitian Trang Minh Tran-Pham et al. berorientasi pada teori kontrak sosial dan perilaku konsumen, sedangkan penelitian ini merekonstruksi transparansi sebagai instrumen pencegahan *gharar* dalam akad digital berdasarkan prinsip hukum ekonomi syariah.

P. Rott, dalam artikel “Digital Fairness and the Burden of Proof”, membahas konsep *digital fairness* dalam perlindungan konsumen melalui reformulasi beban pembuktian pada sengketa transaksi digital. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa ketimpangan informasi akibat dominasi platform digital memerlukan model perlindungan hukum yang lebih adaptif (Rott, 2025). Persamaannya terletak pada orientasi mewujudkan keadilan dalam transaksi elektronik. Perbedaannya, penelitian Rott berfokus pada hukum perlindungan konsumen, sedangkan penelitian ini mengembangkan konsep keadilan transaksional melalui implementasi *khiyar* digital dan prinsip *maqāṣid al-syarī'ah*.

Dewi Anggriyani dan Ali Achmad Muhajir, dalam artikel “Analysis of Sharia Compliance in Halal E-Commerce Transaction Mechanisms in Indonesia: Literature Study and DSN-MUI Fatwa”, mengkaji kesesuaian mekanisme *e-commerce* dengan Fatwa DSN-MUI melalui studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *e-commerce* pada prinsipnya telah sesuai dengan ketentuan syariah, meskipun implementasinya masih menghadapi berbagai tantangan (Anggriyani & Muhajir, 2026). Persamaan penelitian ini terletak pada fokus terhadap transaksi *e-commerce* halal. Perbedaannya, penelitian tersebut menilai aspek *sharia compliance*, sedangkan penelitian ini membangun model normatif keadilan transaksional yang mencakup akad digital, perlindungan konsumen, dan tata kelola platform.

Syifa Rohmaniatul Hidayah, dalam artikel “Analisis Konsep Cashback Dalam Transaksi E-Commerce: Perspektif Hukum Ekonomi Islam”, membahas legalitas praktik *cashback* berdasarkan prinsip hukum ekonomi Islam. Penelitian tersebut

menyimpulkan bahwa *cashback* diperbolehkan selama tidak mengandung unsur *riba*, *gharar*, maupun praktik yang merugikan salah satu pihak (Hidayah, 2023). Persamaan penelitian ini terletak pada penggunaan perspektif hukum ekonomi Islam dalam mengkaji transaksi digital. Perbedaannya, penelitian Syifa hanya berfokus pada instrumen promosi *cashback*, sedangkan penelitian ini mengkaji struktur keadilan transaksi secara menyeluruh dalam ekosistem *e-commerce* halal.

Berdasarkan penelitian terdahulu, terlihat bahwa kajian mengenai *e-commerce* halal masih berfokus pada isu-isu spesifik, seperti transparansi informasi, *digital fairness*, kepatuhan syariah, atau mekanisme promosi transaksi. Belum terdapat penelitian yang mengintegrasikan ketiga dimensi utama, yaitu rekonstruksi akad digital untuk mencegah *gharar*, implementasi *khiyar* digital sebagai perlindungan hak konsumen, dan keadilan distributif bagi UMKM dalam tata kelola platform digital. Penelitian ini mengisi kesenjangan tersebut dengan menawarkan konsep keadilan transaksional sebagai paradigma integratif dalam hukum ekonomi syariah yang menghubungkan aspek kontraktual, perlindungan konsumen, dan keadilan pasar digital dalam satu kerangka analisis yang komprehensif.

Artikel ini merupakan penelitian kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan adalah yuridis-normatif melalui pendekatan konseptual (*conceptual approach*) dan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) (Creswell et al., 2007). Sumber data primer meliputi Al-Qur'an, Hadis, Fatwa DSN-MUI, dan peraturan perundang-undangan terkait perdagangan melalui sistem elektronik, sedangkan sumber data sekunder berasal dari artikel ilmiah terindeks Scopus, buku, dan literatur hukum ekonomi syariah yang relevan. Data dianalisis secara deskriptif-analitis dengan teknik *content analysis*, sedangkan validitas data diuji melalui triangulasi sumber dan telaah kritis terhadap konsistensi normatif (Dodgson, 2017). Penyusunan naskah dilakukan secara deduktif, dari konsep umum keadilan transaksional menuju analisis spesifik mengenai akad digital, *khiyar* digital, dan keadilan distributif dalam ekosistem *e-commerce* halal.

Rekonstruksi Akad Digital untuk Mencegah *Gharar* dalam *E-Commerce* Halal

Transformasi perdagangan menuju ekosistem digital telah mengubah karakter hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen dari interaksi tatap muka menjadi interaksi berbasis sistem elektronik. Perubahan ini tidak hanya memengaruhi mekanisme pertukaran barang dan jasa, tetapi juga menggeser konstruksi akad yang semula dibangun melalui pernyataan kehendak secara langsung menjadi persetujuan yang dimediasi oleh algoritma, aplikasi, dan *user interface*. Dalam perspektif ekonomi syariah, perubahan tersebut menimbulkan konsekuensi normatif karena keabsahan akad tidak hanya ditentukan oleh terpenuhinya syarat formal transaksi, melainkan juga oleh kualitas informasi, tingkat kepastian objek, dan keseimbangan kehendak para pihak. Digitalisasi perdagangan menghadirkan peluang efisiensi yang besar, namun pada saat yang sama memperluas ruang terjadinya ketidakjelasan informasi yang berpotensi

melahirkan *gharar* (Heriyanto & Taufiq, 2024). Oleh sebab itu, rekonstruksi akad digital menjadi kebutuhan konseptual agar prinsip-prinsip syariah tetap terinternalisasi dalam arsitektur transaksi elektronik yang terus berkembang.

Dalam hukum ekonomi syariah, *gharar* dipahami sebagai keadaan ketidakjelasan yang menimbulkan spekulasi, ketidakpastian, atau ketidakseimbangan informasi sehingga salah satu pihak berpotensi mengalami kerugian yang tidak dapat diprediksi sejak awal transaksi (Lichasanah & Kurniawati, 2026). Larangan terhadap *gharar* tidak semata-mata berorientasi pada aspek moral, tetapi merupakan instrumen perlindungan terhadap keadilan kontraktual (*contractual justice*) yang memastikan setiap pihak mengambil keputusan berdasarkan informasi yang cukup dan benar. Konsep tersebut menjadi semakin relevan dalam praktik *e-commerce*, ketika konsumen tidak dapat memeriksa barang secara fisik, bergantung pada deskripsi digital, foto produk, sistem penilaian, maupun rekomendasi algoritmik. Ketika informasi yang diterima tidak mencerminkan kondisi barang yang sebenarnya, akad kehilangan unsur kerelaan (*tarāḍin*) yang menjadi fondasi utama transaksi dalam Islam. Persetujuan yang lahir dari informasi yang menyesatkan secara substansial tidak lagi mencerminkan kehendak bebas para pihak, melainkan hasil dari asimetri informasi yang dikonstruksi oleh sistem digital.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa sumber *gharar* dalam *e-commerce* modern tidak lagi terbatas pada objek transaksi, tetapi juga melekat pada desain teknologi yang mengelola proses jual beli. Algoritma pencarian, sistem rekomendasi produk, mekanisme penentuan harga secara dinamis, hingga teknik pemasaran berbasis *personalized advertising* memiliki kemampuan membentuk preferensi konsumen tanpa disertai transparansi mengenai dasar pengambilan keputusan sistem. Dalam kondisi demikian, konsumen tidak hanya membeli barang, tetapi juga merespons informasi yang telah difilter dan diprioritaskan oleh algoritma platform. Ketertutupan mekanisme tersebut berpotensi menciptakan *algorithmic opacity*, yaitu keadaan ketika pengguna tidak memahami mengapa suatu produk ditampilkan, memperoleh peringkat tertentu, atau ditawarkan dengan harga yang berbeda. Situasi ini memperluas dimensi *gharar* dari ketidakjelasan objek menuju ketidakjelasan proses pengambilan keputusan yang memengaruhi terbentuknya akad.

Permasalahan berikutnya terletak pada desain *user interface* yang sering kali dikembangkan dengan orientasi peningkatan transaksi, bukan peningkatan kualitas persetujuan konsumen (Ismail et al., 2026). Berbagai praktik seperti *dark patterns*, informasi yang disembunyikan, biaya tambahan yang baru muncul pada tahap akhir pembayaran, tombol persetujuan yang lebih dominan dibandingkan opsi pembatalan, maupun penggunaan bahasa hukum yang sulit dipahami menunjukkan bahwa teknologi dapat menjadi instrumen manipulasi perilaku pengguna. Dalam perspektif ekonomi syariah, kondisi tersebut bertentangan dengan prinsip keterbukaan (*bayān*) dan kejujuran (*ṣidq*) yang menghendaki seluruh informasi material diketahui sebelum akad disepakati. Persetujuan yang diperoleh melalui desain antarmuka yang manipulatif secara substansial mengurangi kualitas kerelaan para pihak karena keputusan konsumen lebih banyak dipengaruhi oleh rekayasa desain daripada pertimbangan rasional terhadap objek transaksi (Saragih et al., 2026).

Rekonstruksi akad digital menuntut perubahan paradigma bahwa desain teknologi bukan sekadar persoalan teknis, melainkan bagian integral dari tata kelola hukum transaksi syariah. Algoritma perlu diposisikan sebagai instrumen yang memiliki tanggung jawab etik dan hukum untuk menjamin transparansi informasi, bukan semata-mata mengoptimalkan keuntungan platform. Dalam kerangka ini, setiap tahapan transaksi harus mampu memperlihatkan identitas pelaku usaha, spesifikasi barang, kondisi produk, harga akhir, biaya tambahan, mekanisme pengiriman, hingga prosedur penyelesaian sengketa secara jelas sebelum persetujuan diberikan. Keterbukaan tersebut bukan hanya memenuhi prinsip perlindungan konsumen modern, tetapi juga merealisasikan tujuan syariah dalam menjaga harta (*hifz al-māl*) melalui pencegahan transaksi yang mengandung ketidakpastian dan penyesatan informasi (Sasty & Damayanti, 2026).

Pada tataran normatif, rekonstruksi akad digital juga memerlukan reinterpretasi terhadap konsep *ijab* dan *qabul* dalam lingkungan elektronik. Persetujuan melalui klik, sentuhan layar, maupun autentikasi digital pada dasarnya dapat dipandang sebagai bentuk ekspresi kehendak yang sah sepanjang memenuhi prinsip kesadaran, kebebasan, dan kepastian hukum. Namun demikian, validitas persetujuan elektronik tidak boleh hanya diukur dari keberadaan tombol *agree* atau *checkout*, melainkan harus dianalisis berdasarkan kualitas informasi yang mendahului persetujuan tersebut. Akad digital baru dapat memenuhi prinsip syariah apabila kehendak para pihak terbentuk melalui proses yang transparan, tidak menyesatkan, serta memberikan kesempatan yang memadai untuk memahami seluruh konsekuensi hukum transaksi. Pendekatan ini memperluas pemaknaan akad dari sekadar tindakan formal menuju proses komunikasi hukum yang berkeadilan.

Penguatan akad digital juga memerlukan integrasi prinsip *good faith* dengan nilai *amanah* sebagai fondasi hubungan antara platform, penjual, dan konsumen. Platform digital tidak lagi dapat diposisikan hanya sebagai perantara teknologi yang netral, melainkan sebagai aktor yang memiliki tanggung jawab terhadap kualitas informasi yang beredar dalam ekosistemnya. Ketika platform mengetahui adanya manipulasi deskripsi produk, ulasan palsu, identitas penjual fiktif, atau praktik penjualan yang menyesatkan namun tetap membiarkannya berlangsung, maka platform secara fungsional turut berkontribusi terhadap lahirnya *gharar*. Oleh karena itu, kewajiban melakukan verifikasi data, pengawasan terhadap konten komersial, serta pengembangan sistem deteksi penipuan merupakan manifestasi dari prinsip *amanah* dalam tata kelola *e-commerce* halal yang berorientasi pada perlindungan seluruh pihak.

Selain dimensi hukum, rekonstruksi akad digital juga memiliki dimensi kelembagaan yang berkaitan dengan pengembangan standar kepatuhan syariah bagi platform digital. Selama ini sertifikasi halal lebih banyak berorientasi pada produk, sedangkan proses transaksi digital belum memperoleh perhatian yang proporsional. Padahal kualitas akad merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehalalan aktivitas ekonomi secara keseluruhan. Pengembangan indikator *sharia compliance* yang mencakup transparansi algoritma, kejelasan informasi produk, perlindungan data konsumen, mekanisme persetujuan elektronik, dan akuntabilitas sistem digital akan memperkuat kepercayaan publik terhadap ekosistem *e-commerce* halal (Mursilah et al., 2025). Pendekatan tersebut

menunjukkan bahwa kepatuhan syariah tidak berhenti pada substansi barang yang diperdagangkan, tetapi juga mencakup integritas proses transaksi yang melandasi perpindahan hak dan kewajiban para pihak.

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan, *machine learning*, dan otomatisasi kontrak digital menghadirkan tantangan baru yang menuntut hukum ekonomi syariah terus melakukan pembaruan konseptual. Akad digital tidak lagi berlangsung semata-mata antara dua individu, tetapi melibatkan sistem cerdas yang mampu memengaruhi pilihan, memprediksi perilaku konsumen, dan mengambil keputusan secara otomatis berdasarkan data. Kondisi ini mengharuskan prinsip larangan *gharar* dipahami secara lebih progresif, bukan hanya sebagai larangan terhadap ketidakjelasan objek transaksi, tetapi juga sebagai kewajiban menciptakan transparansi teknologi, akuntabilitas algoritma, dan keseimbangan informasi dalam seluruh proses pembentukan akad. Rekonstruksi tersebut menempatkan teknologi sebagai sarana untuk mewujudkan nilai keadilan transaksional, sehingga inovasi digital tetap berjalan seiring dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah yang menjunjung keterbukaan, kejujuran, dan perlindungan terhadap kemaslahatan para pihak.

Implementasi *Khiyar* Digital dalam Perlindungan Hak Konsumen

Perkembangan *e-commerce* telah menciptakan pola transaksi yang semakin cepat, efisien, dan lintas batas, tetapi pada saat yang sama memperbesar kerentanan konsumen terhadap risiko ketidaksesuaian barang, informasi yang tidak akurat, hingga praktik perdagangan yang tidak transparan. Karakter transaksi digital yang berlangsung tanpa pertemuan fisik menyebabkan konsumen harus mengambil keputusan berdasarkan representasi visual, deskripsi produk, ulasan pengguna, dan sistem rekomendasi yang disediakan platform. Kondisi tersebut memperlebar kesenjangan informasi antara penjual dan pembeli sehingga posisi tawar konsumen cenderung lebih lemah dibandingkan pelaku usaha maupun penyelenggara platform digital. Dalam perspektif ekonomi syariah, relasi yang tidak seimbang tersebut memerlukan mekanisme korektif yang mampu mengembalikan keseimbangan hak dan kewajiban para pihak. Salah satu instrumen yang memiliki relevansi tinggi dalam konteks transaksi digital ialah konsep *khiyar*, yaitu hak memilih untuk melanjutkan atau membatalkan akad setelah mempertimbangkan kondisi objek maupun proses transaksi secara lebih utuh (Wahyudi et al., 2026). Reaktualisasi konsep ini menjadi penting karena perlindungan konsumen tidak cukup hanya mengandalkan regulasi positif, tetapi juga memerlukan instrumen etik yang berakar pada prinsip keadilan transaksional dalam syariah.

Secara konseptual, *khiyar* merupakan mekanisme hukum yang memberikan ruang bagi para pihak untuk memastikan bahwa akad benar-benar lahir atas dasar kerelaan (*tarāḍin*) dan pengetahuan yang memadai mengenai objek transaksi (Ramadhan & Nurlatifatusolihah, 2026). Dalam literatur fikih muamalah, dikenal beberapa bentuk *khiyar*, antara lain *khiyar majlis*, *khiyar syarat*, *khiyar ru'yah*, dan *khiyar 'aib*, yang masing-masing dirancang untuk menghindarkan para pihak dari kerugian akibat kekeliruan, ketidaktahuan, maupun cacat pada objek akad. Hak tersebut menunjukkan bahwa hukum ekonomi syariah sejak awal tidak

memandang akad sebagai peristiwa yang bersifat kaku, melainkan sebagai hubungan hukum yang tetap membuka ruang evaluasi apabila ditemukan keadaan yang mengurangi kualitas persetujuan. Filosofi *khiyar* mencerminkan orientasi syariah terhadap perlindungan pihak yang rentan, sehingga tujuan transaksi tidak semata-mata menghasilkan perpindahan hak milik, tetapi juga menjamin terwujudnya keadilan, kepastian, dan kemaslahatan bagi seluruh pihak yang terlibat (Sofyan & Arifin, 2026).

Dalam konteks *e-commerce*, implementasi *khiyar* mengalami tantangan karena proses pembentukan akad berlangsung melalui sistem elektronik yang tidak menyediakan kesempatan bagi konsumen untuk memeriksa barang secara langsung sebelum transaksi diselesaikan. Berbeda dengan transaksi konvensional, pembeli baru dapat mengetahui kualitas barang setelah produk diterima, sementara persetujuan telah diberikan jauh sebelumnya melalui mekanisme *checkout* dan pembayaran digital. Situasi tersebut memperbesar kemungkinan munculnya ketidaksesuaian antara ekspektasi dan kondisi riil barang, baik terkait spesifikasi, kualitas, ukuran, warna, maupun fungsi produk. Hak *khiyar* dalam lingkungan digital tidak lagi dipahami sebagai hak yang muncul selama para pihak masih berada dalam satu majelis, tetapi direkonstruksi menjadi hak yang dapat dijalankan setelah konsumen memperoleh kesempatan yang nyata untuk melakukan pemeriksaan terhadap objek transaksi. Pergeseran ini menunjukkan bahwa substansi *khiyar* tetap relevan meskipun bentuk interaksi ekonomi telah mengalami transformasi digital.

Rekonstruksi *khiyar* digital menuntut perubahan paradigma bahwa kebijakan *return*, *refund*, dan pembatalan transaksi bukan sekadar layanan tambahan yang diberikan oleh platform, melainkan merupakan manifestasi konkret dari prinsip keadilan dalam hukum ekonomi syariah (Saputra & Nabila, 2025). Selama ini berbagai platform menyediakan fasilitas pengembalian barang dengan persyaratan yang sangat beragam, bahkan tidak jarang dibatasi oleh prosedur administratif yang rumit sehingga menyulitkan konsumen untuk memperoleh haknya. Dalam perspektif syariah, mekanisme tersebut seharusnya tidak dirancang untuk mempersulit pembatalan akad, tetapi justru memfasilitasi koreksi apabila ditemukan unsur *gharar*, cacat tersembunyi, atau ketidaksesuaian informasi. Implementasi *khiyar* digital menghendaki adanya prosedur yang sederhana, transparan, dan proporsional sehingga konsumen dapat menggunakan haknya tanpa menghadapi hambatan teknis maupun biaya yang tidak rasional. Hak pembatalan menjadi bagian dari perlindungan terhadap kebebasan berkontrak yang dijalankan secara bertanggung jawab.

Implementasi *khiyar* digital juga harus didukung oleh desain teknologi yang memberikan ruang bagi konsumen untuk melakukan evaluasi sebelum akad memperoleh kekuatan yang tidak dapat dibatalkan. Dalam praktik *e-commerce*, berbagai fitur seperti ringkasan pesanan, konfirmasi ulang sebelum pembayaran, informasi biaya secara rinci, hingga masa tunggu sebelum transaksi diproses dapat dipandang sebagai bentuk modernisasi konsep *khiyar syarat*. Kehadiran fitur-fitur tersebut memberikan kesempatan kepada konsumen untuk meninjau kembali keputusan yang telah diambil tanpa tekanan psikologis maupun manipulasi sistem. Sebaliknya, praktik yang mendorong konsumen melakukan pembelian secara impulsif melalui hitung mundur palsu, promosi yang menyesatkan, atau notifikasi

yang bersifat manipulatif justru mengurangi kualitas kebebasan memilih dan bertentangan dengan semangat *khiyar*. Oleh karena itu, desain *user experience* perlu diarahkan bukan hanya pada peningkatan konversi penjualan, tetapi juga pada penguatan kualitas persetujuan hukum yang terbentuk dalam transaksi elektronik.

Aspek lain yang memiliki urgensi tinggi adalah implementasi *khiyar 'aib* dalam penyelesaian sengketa akibat cacat produk atau ketidaksesuaian kualitas barang. Perkembangan perdagangan digital menunjukkan bahwa sebagian besar pengaduan konsumen berkaitan dengan barang yang berbeda dari deskripsi, produk rusak saat diterima, atau kualitas yang jauh di bawah informasi yang dipublikasikan. Dalam perspektif ekonomi syariah, keadaan tersebut memberikan legitimasi kepada konsumen untuk membatalkan akad atau meminta penggantian yang setara tanpa harus dibebani pembuktian yang berlebihan. Platform digital seharusnya membangun mekanisme verifikasi yang objektif melalui dokumentasi elektronik, rekam jejak transaksi, dan sistem penyelesaian sengketa berbasis bukti digital agar proses klaim berlangsung secara cepat dan adil. Pendekatan tersebut tidak hanya meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen, tetapi juga memperkuat akuntabilitas pelaku usaha dalam menjaga kualitas produk yang diperdagangkan.

Implementasi *khiyar* digital tidak dapat dilepaskan dari tanggung jawab kelembagaan platform sebagai pengelola ekosistem perdagangan elektronik. Selama ini posisi platform sering dipandang sebatas penyedia layanan teknologi yang mempertemukan penjual dan pembeli. Padahal, platform memiliki kontrol yang sangat besar terhadap alur transaksi, mekanisme pembayaran, distribusi informasi, hingga penyelesaian sengketa. Dalam perspektif ekonomi syariah, kekuasaan tersebut melahirkan tanggung jawab untuk memastikan bahwa hak *khiyar* benar-benar dapat diakses dan dijalankan oleh konsumen secara efektif. Platform perlu mengembangkan kebijakan yang menjamin transparansi syarat pengembalian, batas waktu yang proporsional, sistem mediasi yang independen, serta mekanisme evaluasi terhadap penjual yang berulang kali melakukan pelanggaran. Tanggung jawab tersebut mencerminkan prinsip *amanah* dalam pengelolaan pasar digital yang menempatkan perlindungan hak sebagai bagian dari tata kelola yang berkeadilan (Syabani et al., 2025).

Implementasi *khiyar* digital perlu diposisikan sebagai bagian dari penguatan tata kelola *e-commerce* halal yang berbasis *maqāṣid al-syarī'ah*. Hak untuk membatalkan transaksi atau memperoleh penggantian bukan hanya bertujuan melindungi kepentingan ekonomi individu, tetapi juga menjaga harta (*ḥifẓ al-māl*), menciptakan kepastian hukum, serta membangun kepercayaan publik terhadap sistem perdagangan digital. Semakin efektif mekanisme *khiyar* dijalankan, semakin kecil peluang berkembangnya praktik penipuan, manipulasi informasi, maupun eksploitasi terhadap konsumen. Kepercayaan tersebut menjadi modal sosial yang sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi digital berbasis syariah karena keberlanjutan pasar tidak hanya ditentukan oleh kemajuan teknologi, tetapi juga oleh legitimasi moral yang dibangun melalui perlindungan terhadap hak-hak para pihak.

Transformasi digital yang semakin dipengaruhi oleh kecerdasan buatan, *machine learning*, dan otomatisasi layanan membuka peluang untuk

mengembangkan implementasi *khiyar* yang lebih adaptif terhadap kompleksitas transaksi modern (Mulyawan et al., 2025). Sistem digital dapat dirancang untuk mendeteksi potensi sengketa sejak awal, memberikan peringatan terhadap informasi produk yang tidak konsisten, memfasilitasi proses pengembalian secara otomatis, serta menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih cepat melalui analisis data berbasis teknologi. Inovasi tersebut tetap harus berada dalam koridor prinsip syariah yang menempatkan manusia sebagai subjek utama perlindungan hukum. Hak *khiyar* tidak boleh direduksi menjadi sekadar fitur layanan pelanggan, tetapi harus dipahami sebagai instrumen normatif yang menjaga keseimbangan hubungan kontraktual, memperkuat kebebasan memilih, dan memastikan bahwa setiap transaksi digital berlangsung berdasarkan kejujuran, transparansi, serta penghormatan terhadap martabat dan hak konsumen.

Keadilan Distributif bagi UMKM dalam Ekosistem *E-Commerce* Halal

Perkembangan *e-commerce* telah memperluas akses pasar bagi pelaku usaha dalam skala yang belum pernah terjadi sebelumnya. Digitalisasi memungkinkan produk dipasarkan tanpa dibatasi oleh ruang geografis, waktu operasional, maupun kapasitas toko fisik. Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), transformasi ini membuka peluang untuk meningkatkan daya saing melalui penetrasi pasar nasional bahkan global dengan biaya yang relatif lebih efisien. Namun, kemudahan akses tersebut tidak secara otomatis menciptakan keadilan ekonomi karena struktur pasar digital cenderung terkonsentrasi pada platform besar yang mengendalikan arus informasi, distribusi permintaan, serta mekanisme pembentukan harga. Dalam perspektif ekonomi syariah, keberhasilan pasar tidak hanya diukur dari tingginya volume transaksi, tetapi juga dari kemampuan sistem menciptakan distribusi manfaat yang proporsional bagi seluruh pelaku usaha (Ismail et al., 2026). Oleh sebab itu, pembahasan mengenai *e-commerce* halal tidak dapat dilepaskan dari persoalan keadilan distributif sebagai fondasi terciptanya pasar yang inklusif, kompetitif, dan berorientasi pada kemaslahatan bersama.

Konsep keadilan distributif dalam ekonomi syariah berangkat dari prinsip bahwa aktivitas ekonomi harus menghasilkan distribusi kesempatan, keuntungan, dan akses yang seimbang tanpa menciptakan dominasi oleh kelompok tertentu (Hermawan et al., 2026). Prinsip ini memiliki keterkaitan erat dengan nilai *'adl*, *mīzān*, dan *maqāṣid al-syarī'ah* yang menghendaki agar kekayaan tidak hanya berputar di kalangan pelaku ekonomi yang memiliki modal terbesar. Al-Qur'an menempatkan distribusi yang adil sebagai bagian dari tata kelola ekonomi yang mencegah terjadinya konsentrasi kekuasaan pasar pada segelintir pihak. Dalam konteks perdagangan digital, prinsip tersebut menuntut agar platform tidak hanya berfungsi sebagai penyedia infrastruktur teknologi, tetapi juga sebagai pengelola pasar yang menjamin kesempatan yang setara bagi seluruh pelaku usaha, termasuk UMKM yang memiliki keterbatasan modal, teknologi, dan kapasitas promosi. Keadilan distributif menjadi parameter etik yang membedakan pasar digital berbasis syariah dari pasar yang semata-mata berorientasi pada efisiensi ekonomi.

Tantangan utama dalam ekosistem *e-commerce* modern terletak pada munculnya konsentrasi kekuatan ekonomi berbasis data (*data concentration*) yang memberikan keuntungan kompetitif sangat besar kepada platform dan pelaku usaha berskala besar (Sawalni, 2025). Algoritma pencarian, sistem rekomendasi, fitur promosi berbayar, hingga analisis perilaku konsumen memungkinkan produk tertentu memperoleh visibilitas yang jauh lebih tinggi dibandingkan produk lain. Situasi ini menciptakan fenomena *algorithmic market concentration*, yaitu kondisi ketika peluang pasar tidak lagi sepenuhnya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi oleh kemampuan mengakses mekanisme digital yang dikendalikan platform. UMKM sering kali berada pada posisi yang kurang menguntungkan karena keterbatasan anggaran pemasaran menyebabkan produk mereka sulit muncul dalam hasil pencarian utama atau rekomendasi kepada konsumen. Ketimpangan akses terhadap visibilitas digital tersebut merupakan bentuk baru ketidakadilan distributif yang belum sepenuhnya diakomodasi oleh regulasi perdagangan konvensional.

Permasalahan menjadi semakin kompleks ketika persaingan harga dimanfaatkan sebagai strategi untuk menguasai pasar melalui praktik *predatory pricing*. Dalam banyak kasus, pelaku usaha yang memiliki dukungan modal besar mampu menjual produk di bawah harga pasar dalam jangka waktu tertentu untuk menarik konsumen sekaligus menekan keberlangsungan usaha pesaing yang lebih kecil. Setelah kompetitor melemah atau keluar dari pasar, harga kembali dinaikkan untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar. Dalam perspektif ekonomi syariah, praktik semacam ini tidak hanya bertentangan dengan prinsip persaingan yang sehat, tetapi juga mengandung unsur ketidakadilan karena memanfaatkan ketimpangan kekuatan ekonomi sebagai alat untuk menghilangkan kesempatan usaha pihak lain. Pasar yang sehat menurut syariah bukanlah pasar yang memenangkan pihak paling kuat, melainkan pasar yang memberikan ruang kompetisi berdasarkan kualitas, inovasi, dan kejujuran dalam bertransaksi (Winarsa, 2025).

Selain persoalan harga, ketidakadilan distributif juga muncul melalui struktur biaya dan kebijakan platform yang sering kali membebani UMKM secara tidak proporsional. Biaya layanan, komisi transaksi, biaya iklan digital, hingga kewajiban mengikuti program promosi tertentu dapat mengurangi margin keuntungan pelaku usaha kecil secara signifikan. Di sisi lain, pelaku usaha berskala besar memiliki kemampuan untuk menyerap biaya tersebut karena didukung oleh volume penjualan yang tinggi. Ketimpangan ini memperlihatkan bahwa netralitas teknologi sesungguhnya bersifat semu karena desain tata kelola platform dapat menghasilkan distribusi keuntungan yang tidak seimbang. Dalam kerangka ekonomi syariah, struktur biaya yang menghambat keberlangsungan usaha kelompok lemah bertentangan dengan semangat *ta'āwun* dan prinsip perlindungan terhadap aktivitas ekonomi yang produktif. Keseimbangan hubungan antara platform dan UMKM harus dibangun melalui mekanisme yang menjamin proporsionalitas hak dan kewajiban sesuai kapasitas masing-masing pelaku usaha.

Rekonstruksi keadilan distributif dalam *e-commerce* halal memerlukan perubahan orientasi tata kelola platform dari sekadar optimalisasi keuntungan menuju penciptaan ekosistem perdagangan yang berkeadilan. Platform digital

perlu mengembangkan algoritma yang tidak hanya mempertimbangkan tingkat popularitas produk, tetapi juga memberikan kesempatan yang adil bagi UMKM untuk memperoleh eksposur kepada konsumen. Pendekatan *fair algorithm* dapat diwujudkan melalui mekanisme rotasi hasil pencarian, promosi berbasis kualitas produk, serta pengurangan dominasi iklan berbayar dalam menentukan visibilitas barang (Habib, 2025). Transparansi terhadap parameter pemeringkatan produk juga menjadi bagian penting dari akuntabilitas platform agar pelaku usaha memahami faktor-faktor yang memengaruhi daya saing mereka. Rekonstruksi semacam ini menempatkan teknologi sebagai instrumen pemerataan akses ekonomi, bukan sekadar alat optimalisasi pendapatan perusahaan digital.

Dari perspektif hukum ekonomi syariah, platform digital tidak dapat diposisikan hanya sebagai pihak ketiga yang bersifat pasif. Penguasaan terhadap data, algoritma, dan mekanisme distribusi transaksi menjadikan platform sebagai aktor yang memiliki fungsi strategis dalam menentukan struktur pasar. Oleh karena itu, prinsip *amanah* mengharuskan platform menjalankan kewenangan tersebut secara bertanggung jawab dengan menghindari diskriminasi algoritmik, penyalahgunaan posisi dominan, maupun kebijakan yang mempersempit ruang kompetisi bagi UMKM. Akuntabilitas platform harus diwujudkan melalui kebijakan yang menjamin transparansi sistem rekomendasi, perlindungan terhadap pelaku usaha kecil, pengawasan terhadap praktik persaingan tidak sehat, serta penyediaan mekanisme keberatan apabila pelaku usaha merasa dirugikan oleh keputusan otomatis sistem. Pendekatan ini memperluas konsep tanggung jawab hukum dari hubungan bilateral antara penjual dan pembeli menuju tanggung jawab institusional dalam pengelolaan pasar digital.

Penguatan keadilan distributif juga memerlukan dukungan regulasi publik yang mampu mengintegrasikan prinsip persaingan usaha dengan nilai-nilai ekonomi syariah (Pane et al., 2025). Selama ini regulasi *e-commerce* lebih banyak berfokus pada perlindungan konsumen dan keamanan transaksi, sedangkan aspek distribusi kesempatan ekonomi belum memperoleh perhatian yang memadai. Padahal keberlanjutan UMKM merupakan bagian penting dari ketahanan ekonomi nasional sekaligus instrumen pemerataan kesejahteraan masyarakat. Regulasi perlu diarahkan untuk mendorong transparansi algoritma, mengawasi praktik *predatory pricing*, membatasi penyalahgunaan posisi dominan platform, serta memberikan insentif bagi pengembangan UMKM halal. Sinergi antara kebijakan persaingan usaha, perlindungan konsumen, dan hukum ekonomi syariah akan menghasilkan tata kelola pasar digital yang tidak hanya efisien, tetapi juga berkeadilan sosial.

Transformasi menuju ekosistem *e-commerce* halal yang berkeadilan distributif pada hakikatnya merupakan upaya membangun keseimbangan antara inovasi teknologi dan tanggung jawab sosial. Digitalisasi tidak boleh dipahami hanya sebagai instrumen peningkatan transaksi, melainkan sebagai sarana memperluas akses ekonomi bagi seluruh lapisan masyarakat tanpa menciptakan eksklusivitas terhadap pelaku usaha kecil. Prinsip *maqāṣid al-syarī'ah* memberikan landasan normatif bahwa aktivitas ekonomi harus menjaga kemaslahatan kolektif melalui distribusi peluang yang setara, perlindungan terhadap usaha produktif, dan pencegahan konsentrasi kekuatan ekonomi yang merugikan masyarakat. Ekosistem *e-commerce* halal yang dibangun di atas prinsip tersebut akan

menghadirkan pasar digital yang tidak hanya kompetitif dan inovatif, tetapi juga mampu merealisasikan keadilan sosial, memperkuat daya tahan UMKM, serta menjadikan teknologi sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi yang berpihak pada keseimbangan dan keberlanjutan.

Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa keadilan transaksional dalam *e-commerce* halal tidak cukup dimaknai sebagai kepatuhan terhadap kehalalan produk, tetapi harus diwujudkan melalui keadilan pada seluruh proses transaksi digital. Hal tersebut direalisasikan melalui rekonstruksi akad digital yang menjamin transparansi informasi dan mencegah *gharar*, implementasi *khiyar* digital sebagai instrumen perlindungan hak konsumen, serta penguatan keadilan distributif yang memberikan kesempatan usaha secara proporsional bagi UMKM dalam ekosistem platform digital. Ketiga aspek tersebut membentuk satu kesatuan yang menempatkan prinsip *'adl*, *amanah*, dan *maqāṣid al-syarī'ah* sebagai fondasi tata kelola *e-commerce* halal yang lebih berkeadilan, akuntabel, dan berorientasi pada kemaslahatan.

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan *e-commerce* halal memerlukan rekonstruksi tata kelola digital yang tidak hanya berorientasi pada efisiensi teknologi, tetapi juga pada perlindungan hak para pihak dan keseimbangan struktur pasar. Platform digital, regulator, dan pelaku usaha perlu mengintegrasikan prinsip transparansi algoritma, perlindungan konsumen berbasis *khiyar*, serta kebijakan yang mendukung daya saing UMKM sebagai bagian dari standar *sharia compliance*. Kontribusi penelitian ini terletak pada pengembangan konsep keadilan transaksional sebagai paradigma integratif dalam hukum ekonomi syariah yang menghubungkan dimensi akad digital, perlindungan konsumen, dan keadilan distributif, sehingga memperkaya diskursus akademik sekaligus memberikan landasan konseptual bagi penguatan regulasi dan tata kelola *e-commerce* halal di masa depan.

Referensi

- Anggriyani, D., & Muhajir, A. A. (2026). Analysis of Sharia Compliance in Halal E-Commerce Transaction Mechanisms in Indonesia: Literature Study and DSN-MUI Fatwa. *Benefits: Journal of Economics and Tourism*, 3(1), 44–69. <https://doi.org/10.69836/benefits-jeti.v3i1.701>
- Creswell, J. W., Hanson, W. E., Clark Plano, V. L., & Morales, A. (2007). Qualitative Research Designs: Selection and Implementation. *The Counseling Psychologist*, 35(2), 236–264. <https://doi.org/10.1177/0011000006287390>
- Dodgson, J. E. (2017). About research: Qualitative methodologies. *Journal of Human Lactation*, 33(2), 355–358.
- Habib, Z. (2025). Ethics of Artificial Intelligence in Maqāṣid Al-Sharī'a's Perspective. *Karsa Journal of Social and Islamic Culture*, 33(1), 105–134.
- Heriyanto, H., & Taufiq, T. (2024). Nilai-Nilai Ekonomi dan Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 1(1), 24–37. <https://doi.org/10.71153/jimmi.v1i1.99>

- Hermawan, G. F., Gozali, D. S., & Saprudin, S. (2026). Rekonstruksi Perlindungan Hukum Kreditur Konkuren dalam Sistem Kepailitan Indonesia: Telaah Keadilan Distributif dan Kepastian Hukum. *Al-Adl: Jurnal Hukum*, 18(1), 128–147. <https://doi.org/10.31602/al-adl.v18i1.20422>
- Hidayah, S. R. (2023). Analisis Konsep Cashback dalam Transaksi E-commerce: Perspektif Hukum Ekonomi Islam. *AL-MASHALIH (Journal of Islamic Law)*, 4(2), 73–82. <https://doi.org/10.59270/mashalih.v4i2.209>
- Ismail, R. Y., Purwati, P., Jaelani, A., & Fatmasari, D. (2026). Strategi Meningkatkan Daya Saing Produk Halal di Pasar Global: Membangun Ekosistem Digital dan Integritas Rantai Nilai. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(1), 25–35. <https://doi.org/10.64845/al-mudayanah.v2i1.134>
- Lichasanah, A., & Kurniawati, F. (2026). Adaptasi Prinsip Khiyar dalam Jual Beli Digital: Kajian Fiqh Muamalah terhadap Validitas Akad Online. *WELFARE: Journal of Islamic Economics and Finance*, 4(2), 124–141. <https://doi.org/10.30821/wifi.v4i2.26670>
- Mulyawan, A. W., Abubakar, A., & Irham, M. (2025). Digitalisasi Dan Keadilan Transaksional Dalam Al-Qur'an: Telaah Tafsir Dan Implikasi Terhadap E-Commerce Syariah. *Jurnal Tana Mana*, 6(1), 321–330. <https://doi.org/10.33648/jtm.v6i1.999>
- Mursilah, P., Saadah, T. P., & Kholis, N. (2025). Peranan Ekosistem Digital Dalam Mendukung Perdagangan Produk Halal Global: Tinjauan Literatur Inovasi Dan Tantangan. *Jurnal Ekuilnomi*, 7(3), 715–725. <https://doi.org/10.36985/ydqkps95>
- Pane, A. L., Rachman, N., & Triana, T. (2025). Keadilan Distributif Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Implikasi Filosofis dan Praktis. *Karakter: Jurnal Riset Ilmu Pendidikan Islam*, 2(2), 134–143. <https://doi.org/10.61132/karakter.v2i2.547>
- Ramadhan, A., & Nurlatifatusolihah. (2026). Application Right of Khiyar as a Legal Protection Mechanism in the Ecosystem of Online Diamond Trading: A Perspective from Islamic Law and Positive Law. *Journal of Islamic Economic Studies*, 2(2), 1–18.
- Rott, P. (2025). Digital Fairness and the Burden of Proof. *Journal of Consumer Policy*, 48(3), 297–314. <https://doi.org/10.1007/s10603-025-09583-4>
- Saputra, A. A., & Nabila, N. (2025). Perlindungan Hak Konsumen dalam Jual Beli Online: Analisis Prinsip Khiyār dalam Fikih Muamalah dan Relevansinya dengan Hukum Indonesia. *Journal of Islamic Economic Studies*, 1(3), 320–329.
- Saragih, H. A., Widyana, A., Putri, K. S., & Rahman, A. (2026). Kaidah Fiqhiyyah dan Perlindungan Konsumen dalam Akad Jual Beli Syariah: Analisis terhadap Praktik Bisnis di Era Digital. *Jotika Research in Business Law*, 5(1), 39–45.
- Sasty, M. N. E., & Damayanti, W. (2026). Penerapan Hak Khiyar Dalam Transaksi Jual Beli Hp Bekas Perspektif UU Perlindungan Konsumen (Studi Di Toko Hp AFA Store). *Jurnal Tana Mana*, 7(1), 330–338. <https://doi.org/10.33648/jtm.v7i1.1549>
- Sawalni, S. (2025). Transparansi Kehalalan Produk Makanan dan Minuman dalam Platform E-Commerce: Telaah Tafsir Al-Misbah terhadap Aplikasi ShopeeFood dan GoFood. *Equality: Journal of Islamic Law (EJIL)*, 3(1), 1–12.

- Sofyan, N. B., & Arifin, A. G. (2026). Implementasi Konsep Khiyar dalam Hadis terhadap Perlindungan Konsumen E-Commerce di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam (JIMEKI)*, 40–56.
<https://doi.org/10.24815/jimeki.v8i1.1704>
- Syabani, A. H. M., Wardatusyafaqoh, H., & Rifqi. (2025). Muslim Consumer Protection in the Era of E-Commerce: A Regulatory and Social Review : Perlindungan Konsumen Muslim dalam Era E-Commerce: Tinjauan Regulasi dan Sosial. *Lentera Peradaban: Journal on Islamic Studies*, 1(3), 188–201.
<https://doi.org/10.61166/lpi.v1i3.27>
- Tran-Pham, T. M., Ton, H. N. N., Lan, D. H., & Chau, H. T. M. (2025). Information Disclosure of Electronic Commerce in Vietnam: Expectancy and Social Contract Theory Perspectives. *Science, Technology and Society*, 30(1), 53–75. <https://doi.org/10.1177/09717218241304364>
- Wahyudi, A., Heradhyaksa, B., Irfani, K., Pamesti, P. I., & Wawaysadhya. (2026). Rekonstruksi Hak Khiyār sebagai Standar Minimum Retur–Refund dalam Jual Beli Ritel di Indonesia: Harmonisasi Khes dan UU Perlindungan Konsumen: Reconstructing the Right of Option (Khiyar) As A Minimum Return-Refund Standard in Indonesian Retail Trade: Harmonizing Islamic Economic Law (Khes) and Consumer Protection Law. *BUSTANUL FUQAHA: Jurnal Bidang Hukum Islam*, 7(1), 38–56.
<https://doi.org/10.36701/bustanul.v7i1.2909>
- Winarsa, H. (2025). Implementasi Prinsip Ekonomi Syariah dalam Sistem Keuangan Modern: Sebuah Kajian Literatur Sistematis. *An Nawawi*, 5(2), 159–172. <https://doi.org/10.55252/annawawi.v5i2.81>