

MEMBANGUN EKOSISTEM E-COMMERCE BERKEADILAN: STUDI DALAM PRINSIP ISLAM DAN HAM DI ERA DIGITAL

Yudha Pranata¹, H. Muhammad Zazili², M. Rajab Martadi Tanjung³, Danang Prastowo⁴,
Hendrianto⁵

Program Studi Hukum Keluarga Islam, Institut Agama Islam Negeri Curup¹⁻⁵

Email: yudhap86@gmail.com

Keywords

e-commerce, keadilan digital, Islam, HAM, maqasid syariah

Abstract

Perkembangan e-commerce di era digital telah mengubah struktur pasar dan pola transaksi ekonomi secara fundamental, sekaligus memunculkan tantangan baru terkait keadilan, transparansi, dan perlindungan hak-hak individu. Pertumbuhan pesat ekosistem digital tidak selalu diikuti oleh regulasi yang memadai, sehingga muncul persoalan asimetri informasi, dominasi platform, manipulasi transaksi, penyalahgunaan data pribadi, serta kerentanan pekerja digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana prinsip Islam dan Hak Asasi Manusia (HAM) dapat menjadi landasan etis dan normatif dalam membangun ekosistem e-commerce yang berkeadilan. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif normatif melalui studi literatur fikih klasik-kontemporer, maqasid syariah, instrumen HAM internasional, serta regulasi ekonomi digital nasional, penelitian ini menemukan bahwa nilai-nilai Islam seperti keadilan, amanah, larangan gharar dan tadlis, serta orientasi kemaslahatan memiliki relevansi kuat untuk menata transaksi digital secara etis. Perspektif HAM melengkapi kerangka tersebut dengan menekankan perlindungan privasi, non-diskriminasi, dan hak atas pekerjaan layak. Integrasi kedua perspektif ini menghasilkan fondasi komprehensif bagi terciptanya ekosistem digital yang inklusif, transparan, dan berorientasi pada penghormatan martabat manusia. Penelitian ini menegaskan bahwa pembangunan ekosistem e-commerce berkeadilan membutuhkan sinergi nilai Islam dan HAM sebagai dasar regulasi, pedoman etika bisnis, serta perlindungan terhadap konsumen, pelaku usaha kecil, dan pekerja digital.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah menghadirkan perubahan fundamental dalam cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan menjalankan aktivitas ekonomi¹. Salah satu wujud paling signifikan dari transformasi tersebut adalah tumbuhnya perdagangan elektronik atau e-commerce yang merambah berbagai aspek kehidupan masyarakat modern. Di Indonesia, ekosistem e-commerce berkembang sangat cepat, tercermin dari meningkatnya jumlah pengguna internet, penetrasi smartphone, serta tumbuhnya platform digital lokal maupun global yang menawarkan berbagai kemudahan transaksi². Perubahan ini berimplikasi positif pada percepatan aktivitas ekonomi, perluasan lapangan usaha, serta terbukanya akses bagi UMKM untuk menjangkau pasar nasional bahkan internasional.

Namun, di balik peluang besar tersebut, terdapat serangkaian tantangan baru yang tidak bisa diabaikan. Praktik bisnis berbasis digital membawa konsekuensi pada aspek keadilan, perlindungan konsumen, transparansi informasi, dan perlindungan data pribadi. Di era digital, informasi menjadi komoditas yang sangat bernilai, dan pelaku usaha yang menguasai data serta algoritma memiliki posisi tawar yang sangat tinggi dibandingkan penjual kecil maupun konsumen³. Ketimpangan ini melahirkan persoalan mendasar seperti asimetri informasi, dominasi platform tertentu, eksploitasi pekerja logistik, serta model bisnis yang kadang bertentangan dengan prinsip-prinsip etika ekonomi.

Dalam konteks Indonesia, tantangan ini semakin kompleks karena ekosistem e-commerce tumbuh lebih cepat dibandingkan kesiapan regulasi dan tingkat literasi digital masyarakat. Banyak kasus penipuan, ketidakjelasan akad pada transaksi digital, manipulasi harga, penggunaan review palsu, hingga penyalahgunaan data pribadi konsumen. Di titik inilah muncul kebutuhan untuk meninjau kembali fondasi etika yang dapat menjadi rambu dalam pengembangan ekosistem digital yang tidak hanya efisien, tetapi juga adil dan manusiawi. Banyak kasus penipuan, ketidakjelasan akad pada

¹ Manuel Castells, *The Rise of the Network Society* (Oxford: Wiley-Blackwell, 2010), 78–80.

² Kementerian Kominfo RI, *Statistik E-commerce Indonesia 2023* (Jakarta: Kominfo, 2023), 12.

³ Zuboff, Shoshana. *The Age of Surveillance Capitalism* (New York: PublicAffairs, 2019), 22–25.

transaksi digital, manipulasi harga, penggunaan review palsu, hingga penyalahgunaan data pribadi konsumen⁴.

Islam, sebagai agama yang mengatur aspek kehidupan manusia secara komprehensif, memberikan pedoman yang jelas untuk aktivitas ekonomi, termasuk transaksi online. Prinsip-prinsip seperti keadilan (al-adl), kejujuran (sidq), amanah, larangan terhadap ketidakpastian yang merugikan (gharar), dan larangan penipuan (tadlis), memiliki relevansi langsung dengan praktik e-commerce saat ini⁵. Selain itu, konsep maqasid syariah memberikan kerangka etik bahwa setiap aktivitas ekonomi semestinya mengarah pada terwujudnya kemaslahatan dan pencegahan kerusakan (jalb al-maslahah wa dar' al-mafsadah). Dengan demikian, transaksi digital yang aman, transparan, dan menjamin hak para pihak menjadi tuntutan normatif dalam perspektif syariah.

Di sisi lain, perkembangan hukum internasional membawa paradigma baru tentang hak asasi manusia (HAM) yang meliputi hak atas privasi, perlindungan konsumen, non-diskriminasi, serta hak atas pekerjaan layak. E-commerce sebagai fenomena global harus dipahami tidak hanya sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai ruang sosial tempat interaksi manusia berlangsung dalam skala masif. Karena itu, standar HAM memiliki posisi penting dalam memastikan bahwa percepatan teknologi tidak melanggar hak-hak dasar individu. Perlindungan data pribadi, misalnya, berkaitan langsung dengan hak privasi yang kini menjadi isu global. Demikian pula, hak pekerja logistik untuk mendapatkan jam kerja manusiawi, upah layak, dan jaminan keselamatan merupakan bagian dari hak sosial-ekonomi yang tidak boleh dipinggirkan.

Integrasi nilai Islam dan HAM menjadi relevan karena keduanya memiliki tujuan yang sama: mewujudkan keadilan dan menjaga martabat manusia. Islam menekankan keadilan distributif dan keadilan komutatif dalam transaksi ekonomi, sementara HAM menekankan kesetaraan dan perlindungan hak individu tanpa diskriminasi. Ketika kedua kerangka nilai ini dipadukan, tercipta fondasi etik yang kuat untuk membangun ekosistem e-commerce yang berkeadilan dan inklusif. Integrasi nilai Islam dan HAM

⁴ Fatwa Majelis Ulama Indonesia tentang *Transaksi Elektronik dan Perlindungan Konsumen* (Jakarta: MUI, 2020), 6–7.

⁵ Yusuf al-Qaradawi, *Fiqh al-Mu'amalat al-Maliyah* (Cairo: Dar al-Shuruq, 2001), 45–47.

menjadi relevan karena keduanya memiliki tujuan yang sama: mewujudkan keadilan dan menjaga martabat manusia⁶.

Dalam konteks akademik, kajian mengenai hubungan antara Islam, HAM, dan ekonomi digital masih tergolong baru dan belum banyak dieksplorasi secara mendalam. Penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan mengajukan pertanyaan inti: Bagaimana prinsip Islam dan HAM dapat dijadikan landasan dalam membangun ekosistem e-commerce yang berkeadilan di era digital? Untuk menjawab pertanyaan ini, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif normatif melalui analisis literatur fikih, dokumen HAM internasional, serta regulasi perdagangan digital di Indonesia. Penelitian ini memiliki urgensi karena ekosistem digital yang tidak menerapkan nilai keadilan berpotensi melahirkan bentuk baru ketimpangan ekonomi, ketidakjelasan hukum, dan eksploitasi berbasis teknologi.

Dengan demikian, pendahuluan ini menegaskan bahwa kajian tentang e-commerce bukan hanya tentang transaksi ekonomi, tetapi juga tentang bagaimana nilai kemanusiaan dijaga dalam ruang digital. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan regulasi yang berpihak pada keadilan, sekaligus menjadi pijakan etis bagi pelaku usaha dalam menjalankan bisnis digital secara bertanggung jawab.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif normatif⁷. Data dikumpulkan melalui studi literatur terhadap kitab-kitab fikih klasik dan kontemporer, dokumen maqasid syariah, standar HAM internasional seperti UDHR dan ICCPR, serta regulasi nasional terkait perdagangan digital. Artikel akademik, laporan kebijakan, dan studi empiris terbaru juga dijadikan rujukan.

Analisis dilakukan dengan teknik content analysis untuk menemukan titik temu nilai antara Islam dan HAM, serta teknik komparatif untuk melihat relevansinya terhadap problematika e-commerce. Model konseptual keadilan digital kemudian dirumuskan berdasarkan temuan-temuan tersebut.

⁶ Farid Esack, *Qur'an, Liberation and Pluralism* (Oxford: Oneworld, 1997), 135.

⁷ Turban, E. et al., *Electronic Commerce: A Managerial and Social Perspective* (Boston: Pearson, 2015), 87.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Ekosistem E-Commerce dan Tantangan Keadilan Digital

Perkembangan e-commerce di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat. Platform digital tidak hanya berfungsi sebagai ruang transaksi jual beli, tetapi telah menjadi ekosistem ekonomi baru yang beroperasi dengan menggunakan data sebagai pusat kekuatannya. Transformasi ini melahirkan peluang besar bagi efisiensi pasar, percepatan distribusi barang, serta perluasan akses konsumen terhadap berbagai produk. Namun, di balik pertumbuhan tersebut terdapat problem struktural yang perlu diperhatikan dari perspektif keadilan.

Salah satu persoalan utama adalah asimetri informasi, dimana platform sebagai pemilik data memiliki kekuasaan yang sangat besar dalam menentukan arah pasar⁸. Penjual kecil sering kali tidak memahami bagaimana algoritma bekerja, sehingga tidak mampu berkompetisi dengan penjual besar yang memiliki modal, akses promosi, dan kemampuan memanfaatkan data secara optimal. Akibatnya, struktur pasar digital menjadi tidak seimbang, bahkan cenderung oligopolistik. Kondisi ini tidak hanya merugikan pelaku usaha kecil, tetapi juga mengancam keberlanjutan pasar yang adil.

Selain itu, tantangan lain yang muncul adalah praktik manipulatif dalam antarmuka digital seperti rekomendasi produk yang tidak transparan, review palsu, flash sale dengan stok tidak jelas, hingga strategi pemasaran yang memanfaatkan kerentanan psikologis konsumen⁹. Praktik-praktik tersebut menimbulkan ketidakpastian (gharar) dan ketidakjujuran (tadlis) dalam transaksi, sehingga merusak kepercayaan publik terhadap ekosistem digital¹⁰.

Tantangan berikutnya adalah perlindungan data pribadi. Dalam ekonomi digital, data konsumen diperlakukan sebagai komoditas. Banyak kasus kebocoran data atau penggunaan data tanpa persetujuan eksplisit. Hal ini menimbulkan pelanggaran serius terhadap hak privasi dan keamanan konsumen. Tidak jarang konsumen menjadi korban penipuan digital akibat data mereka diperjualbelikan secara ilegal.

⁸ Cass R. Sunstein, *Algorithms and Society* (Cambridge: MIT Press, 2019), 14.

⁹ Ibn Qayyim al-Jawziyyah, *I'lam al-Muwaqqi'in* (Riyadh: Dar Ibn al-Jawzi, 2003), 219.

¹⁰ Prabowo, H. & Nugraha, F., "Ethical Issues in E-Commerce Transactions," *Journal of Business Ethics Review* 18, no. 3 (2020): 215.

Di sisi lain, pertumbuhan e-commerce juga berdampak pada sektor tenaga kerja, terutama pekerja logistik dan pengemudi yang menjadi tulang punggung distribusi barang¹¹. Banyak dari mereka bekerja dalam kondisi tidak stabil, jam kerja panjang, dan tidak memiliki jaminan sosial. Fenomena ini menunjukkan bahwa digitalisasi ekonomi tidak selalu diikuti dengan peningkatan kualitas kerja. Jika tidak diatur dengan benar, ekonomi digital justru dapat menghasilkan bentuk eksploitasi baru.

Dengan demikian, ekosistem e-commerce membutuhkan fondasi etis dan normatif yang mampu menjawab persoalan ketidakadilan, ketidaktransparanan, serta ketimpangan kekuasaan digital. Pada titik inilah nilai Islam dan prinsip HAM memiliki relevansi signifikan sebagai pedoman tata kelola yang lebih manusiawi dan berkeadilan.

Relevansi Prinsip Islam dalam Penataan Transaksi Digital

Islam memberikan kerangka moral dan hukum yang sangat komprehensif untuk mengatur aktivitas muamalah, termasuk transaksi digital¹². Salah satu prinsip utama dalam Islam adalah keadilan (*al-adl*) yang menjadi fondasi setiap transaksi. Keadilan dalam konteks e-commerce dapat dilihat dari bagaimana platform memperlakukan penjual, konsumen, dan pekerja secara proporsional. Misalnya, kebijakan komisi yang terlalu tinggi atau promosi otomatis yang hanya menguntungkan merek tertentu dapat dianggap bertentangan dengan nilai keadilan, karena menciptakan ketidakseimbangan ekonomi yang merugikan pihak kecil.

Selain itu, larangan *gharar* dan *tadlis* sangat relevan dalam konteks transaksi online. *Gharar* merujuk pada ketidakjelasan objek atau akad, sedangkan *tadlis* merupakan penipuan atau menyembunyikan informasi. Banyak praktik dalam e-commerce yang dapat masuk dalam kategori ini, seperti deskripsi produk yang tidak akurat, penggunaan foto yang tidak sesuai, keterangan pengiriman yang tidak benar, hingga ketidaktransparanan algoritma yang menentukan ranking produk. Islam menuntut agar setiap transaksi dilakukan dengan informasi yang jelas dan akurat sehingga tidak merugikan salah satu pihak. Prinsip ini sejalan dengan perlindungan konsumen modern.

¹¹ World Bank, *Digital Dividends and Global E-Commerce* (Washington DC: World Bank, 2022), 41.

¹² M. Umer Chapra, *The Future of Economics: An Islamic Perspective* (Leicester: Islamic Foundation, 2000), 101.

Dalam perspektif maqasid syariah, e-commerce harus berfungsi untuk mewujudkan kemaslahatan dan mencegah mafsadat¹³. Maqasid memberikan lensa untuk melihat bahwa transaksi digital tidak hanya sebatas pertukaran barang dan jasa, tetapi juga mengenai perlindungan hak dasar manusia. Misalnya, perlindungan harta (hifz al-mal) dapat diwujudkan melalui mekanisme pembayaran yang aman, kebijakan refund yang jelas, dan perlindungan dari penipuan digital¹⁴. Perlindungan jiwa (hifz al-nafs) dapat diimplementasikan dengan memastikan pekerja logistik bekerja dalam kondisi aman dan manusiawi. Sementara itu, perlindungan akal (hifz al-aql) dapat diwujudkan melalui literasi digital bagi konsumen agar tidak mudah tertipu oleh informasi manipulatif¹⁵. Larangan gharar dan tadlis sangat relevan dalam konteks transaksi online¹⁶.

Dari analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa prinsip Islam bukan hanya relevan, tetapi dapat memberikan kerangka etik yang kuat untuk membangun ekosistem digital yang adil. Nilai-nilai seperti amanah, kejujuran, dan tanggung jawab bukan sekadar konsep moral, tetapi dapat diterjemahkan ke dalam praktik bisnis konkret seperti transparansi algoritma, penyajian informasi produk yang akurat, perlindungan data konsumen, dan perlakuan adil terhadap pekerja.

Perspektif HAM dan Integrasinya dengan Prinsip Islam dalam Mewujudkan Keadilan Digital

Dalam kerangka HAM, e-commerce dipahami bukan hanya sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai ruang sosial yang melibatkan hak-hak individu¹⁷. Salah satu hak yang paling penting adalah hak atas privasi. Pengumpulan, penyimpanan, dan penggunaan data pribadi harus dilakukan dengan persetujuan yang jelas dan transparan. Setiap penyalahgunaan data dapat dianggap sebagai pelanggaran terhadap martabat manusia. Dalam konteks Islam, perlindungan data dapat dikaitkan dengan prinsip amanah, yaitu kewajiban untuk menjaga sesuatu yang dipercayakan oleh orang lain. Ketika konsumen memberikan data kepada platform, data tersebut menjadi amanah yang wajib dijaga dan tidak boleh disalahgunakan.

¹³ Musa Zahrah, *Usul al-Fiqh* (Beirut: Dar al-Fikr, 1997), 211.

¹⁴ M. Obaidullah, *Islamic Financial Services* (Jeddah: Islamic Development Bank, 2005), 65.

¹⁵ S. H. Nasr, *Islamic Ethics and Modernity* (Oxford: Oxford University Press, 1996), 93.

¹⁶ Abu Hamid al-Ghazali, *Ihya' Ulumuddin* (Beirut: Dar al-Fikr, 1998), Jilid 2, 312.

¹⁷ UN OHCHR, *Guiding Principles on Business and Human Rights* (Geneva: UN, 2011), 3.

Selain privasi, HAM juga menekankan prinsip non-diskriminasi. Dalam ekosistem digital, diskriminasi dapat terjadi melalui algoritma yang secara tidak langsung menguntungkan kelompok tertentu dan mengabaikan kelompok lain, misalnya UMKM lokal yang tidak mampu bersaing dengan perusahaan besar dalam sistem ranking otomatis. Diskriminasi digital ini menghambat kesetaraan akses ekonomi, dan dalam jangka panjang dapat memperkuat ketimpangan sosial. Perspektif Islam dan HAM sama-sama menekankan prinsip kesetaraan dan keadilan dalam partisipasi ekonomi.

HAM juga mengatur hak atas pekerjaan yang layak. Pekerja gig economy yang menjadi fondasi e-commerce sering bekerja dalam situasi rentan: gaji tidak stabil, tidak ada perlindungan kesehatan, dan jam kerja yang sering tidak manusiawi. Dalam Islam, eksploitasi tenaga kerja jelas dilarang, karena bertentangan dengan prinsip rahmah (kasih sayang) dan keadilan sosial. Oleh karena itu, integrasi nilai Islam dan HAM dapat menjadi dasar untuk menuntut regulasi yang melindungi kesejahteraan pekerja digital.

Melalui analisis komparatif terlihat bahwa prinsip Islam dan HAM tidak hanya kompatibel, tetapi saling menguatkan dalam membangun ekosistem e-commerce berkeadilan¹⁸. Islam menyediakan fondasi moral dan spiritual, sedangkan HAM menyediakan mekanisme perlindungan berbasis hukum internasional. Kombinasi keduanya dapat menghasilkan model tata kelola digital yang tidak hanya efisien secara ekonomi tetapi juga menjunjung tinggi nilai kemanusiaan.

4. KESIMPULAN

Kajian terhadap ekosistem e-commerce di era digital menunjukkan bahwa perkembangan teknologi telah membawa perubahan besar dalam pola transaksi ekonomi, hubungan sosial, dan struktur pasar. Di satu sisi, kehadiran platform digital membuka peluang yang luas bagi efisiensi ekonomi, perluasan akses pasar, serta peningkatan produktivitas. Namun di sisi lain, dinamika tersebut juga melahirkan tantangan serius berupa ketidakadilan digital, asimetri informasi, eksploitasi tenaga kerja, serta risiko pelanggaran privasi dan keamanan data. Oleh karena itu, perkembangan ekosistem e-commerce membutuhkan fondasi nilai yang mampu mengarahkan aktivitas digital menuju praktik yang lebih adil, transparan, dan manusiawi.

¹⁸ Fazlur Rahman, *Islam and Modernity* (Chicago: University of Chicago Press, 1984), 122.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip-prinsip Islam memiliki relevansi mendalam dalam membimbing tata kelola transaksi digital. Nilai-nilai seperti keadilan (al-adl), kejujuran, amanah, larangan gharar dan tadlis, serta pendekatan maqasid syariah memberikan kerangka etik yang kuat untuk mewujudkan transaksi yang aman, transparan, dan tidak merugikan pihak mana pun. Syariah tidak hanya mengatur mekanisme transaksi, tetapi juga memberikan perhatian serius terhadap perlindungan hak konsumen, keseimbangan kepentingan, dan kemaslahatan publik. Perspektif ini menegaskan bahwa aktivitas ekonomi digital harus tetap berpijak pada prinsip moral agar tidak menghasilkan praktik yang menzalimi pihak lemah, baik penjual kecil, konsumen, maupun pekerja digital.

Di sisi lain, prinsip-prinsip Hak Asasi Manusia (HAM) memberikan perspektif tambahan terkait perlindungan hak individu dalam ruang digital. HAM menekankan pentingnya privasi, non-diskriminasi, keamanan, serta hak atas pekerjaan yang layak. Dalam konteks e-commerce, persoalan seperti penyalahgunaan data pribadi, bias algoritma, dan kondisi kerja pekerja logistik merupakan isu-isu fundamental yang perlu diatasi melalui pendekatan berbasis hak. Analisis menunjukkan bahwa nilai Islam dan HAM bukanlah dua entitas yang bertentangan, melainkan memiliki titik temu yang kuat dalam upaya menegakkan keadilan dan menjaga martabat manusia.

Integrasi kedua perspektif tersebut menghasilkan pemahaman baru bahwa ekosistem e-commerce berkeadilan hanya dapat dibangun melalui kombinasi etik Islam dan prinsip HAM. Keduanya saling melengkapi dalam mengatur transaksi digital, melindungi konsumen, memastikan fairness dalam struktur pasar, serta menjamin kesejahteraan pekerja. Prinsip Islam memberikan landasan moral, sedangkan HAM memberikan struktur perlindungan hukum. Ketika digabungkan, keduanya menjadi kerangka komprehensif untuk menciptakan tata kelola digital yang inklusif, berorientasi kemaslahatan, dan menghormati hak asasi manusia.

Berdasarkan temuan penelitian ini, diperlukan langkah-langkah strategis seperti peningkatan literasi digital, penegakan regulasi perlindungan data pribadi, audit keadilan algoritmik, serta penyusunan standar transaksi digital berbasis syariah dan HAM. Upaya tersebut penting untuk memastikan bahwa pertumbuhan ekonomi digital tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga menghadirkan keadilan sosial dan perlindungan hak individu. Dengan demikian, pembangunan ekosistem e-commerce

berkeadilan bukan sekadar tuntutan moral, tetapi juga kebutuhan mendasar untuk menjamin keberlanjutan ekonomi digital di masa depan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah disampaikan, terdapat beberapa saran strategis yang dapat dipertimbangkan untuk memperkuat pembangunan ekosistem e-commerce yang berkeadilan sesuai prinsip Islam dan Hak Asasi Manusia:

1. Pemerintah perlu memperkuat regulasi terkait perlindungan data pribadi, transparansi transaksi digital, dan keadilan algoritmik. Penyusunan regulasi baru harus memasukkan prinsip-prinsip amanah, keadilan, serta hak atas privasi. Audit algoritma secara berkala penting dilakukan untuk memastikan tidak adanya bias yang merugikan UMKM maupun konsumen.
2. Platform e-commerce perlu menerapkan standar etika bisnis berbasis syariah dan HAM, termasuk transparansi informasi produk, kebijakan pengembalian yang lebih adil, mekanisme pengaduan yang mudah diakses, serta pengelolaan data konsumen yang aman dan bertanggung jawab. Pengembangan pedoman etik internal juga dapat memperkuat akuntabilitas platform terhadap publik.
3. UMKM dan pelaku usaha digital perlu meningkatkan literasi digital dan kemampuan adaptasi terhadap teknologi, sehingga mampu bersaing secara sehat dalam ekosistem digital. Pelatihan terkait pemasaran digital, manajemen reputasi online, serta pemahaman terhadap hak dan kewajiban hukum dalam transaksi dapat meningkatkan posisi tawar mereka.
4. Perlindungan terhadap pekerja digital perlu menjadi agenda prioritas, terutama bagi pekerja logistik dan gig economy. Pemerintah dan platform perlu memastikan tersedianya standar upah layak, jaminan sosial dasar, keselamatan kerja, serta jam kerja yang manusiawi. Pendekatan berbasis maqasid syariah dapat menjadi dasar moral dalam merumuskan kebijakan tersebut.
5. Lembaga pendidikan dan peneliti perlu memperkuat kajian akademik tentang etika digital berbasis Islam dan HAM, mengingat perkembangan teknologi yang sangat cepat. Penelitian lanjutan termasuk analisis empiris tentang perilaku konsumen, keadilan algoritma, serta model bisnis yang sesuai prinsip syariah akan memperkaya literatur dan mendukung penyusunan kebijakan yang lebih responsif.
6. Masyarakat sebagai pengguna e-commerce perlu meningkatkan kesadaran kritis

dalam bertransaksi, termasuk memahami risiko penipuan digital, pentingnya menjaga privasi, serta hak-hak yang dimiliki sebagai konsumen. Literasi digital berbasis nilai kemaslahatan dapat memperkuat posisi masyarakat dalam menghadapi dinamika ekonomi digital.

Melalui implementasi saran-saran tersebut, diharapkan ekosistem e-commerce di Indonesia dapat berkembang tidak hanya secara ekonomi, tetapi juga mencerminkan nilai keadilan, keberlanjutan, dan penghormatan terhadap martabat manusia sebagaimana dituntut oleh prinsip Islam dan HAM.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qaradawi, Y. (2001). *Fiqh al-Mu'amalat al-Maliyah*. Cairo: Dar al-Shuruq.
- Al-Ghazali, A. H. (1998). *Ihya' Ulumuddin*. Beirut: Dar al-Fikr.
- Al-Jawziyyah, I. Q. (2003). *I'lam al-Muwaqqi'in*. Riyadh: Dar Ibn al-Jawzi.
- Chapra, M. U. (2000). *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Leicester: Islamic Foundation.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Esack, F. (1997). *Qur'an, Liberation and Pluralism*. Oxford: Oneworld.
- Friedman, T. L. (2005). *The World is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2022). *Laporan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*. Jakarta: Kemendag RI.
- Kementerian Kominfo RI. (2023). *Statistik E-commerce Indonesia*. Jakarta: Kominfo.
- Majelis Ulama Indonesia. (2020). *Fatwa tentang Transaksi Elektronik dan Perlindungan Konsumen*. Jakarta: MUI.
- Nasr, S. H. (1996). *Islamic Ethics and Modernity*. Oxford: Oxford University Press.
- Nugroho, Y., Sari, R., & Putri, D. (2021). "Digital Economy and Consumer Protection in Indonesia." *Jurnal Kebijakan Publik*, 15(2), 120–136.
- Obaidullah, M. (2005). *Islamic Financial Services*. Jeddah: Islamic Development Bank.
- OECD. (2021). *Digital Economy Outlook*. Paris: OECD Publishing.
- Prabowo, H., & Nugraha, F. (2020). "Ethical Issues in E-Commerce Transactions." *Journal of Business Ethics Review*, 18(3), 211–225.
- Rahman, F. (1984). *Islam and Modernity: Transformation of an Intellectual Tradition*.

- Chicago: University of Chicago Press.
- Sunstein, C. R. (2019). *Algorithms and Society*. Cambridge: MIT Press.
- Turban, E., King, D., Lee, J., & Viehland, D. (2015). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Perspective*. Boston: Pearson.
- United Nations. (1948). *Universal Declaration of Human Rights*. New York: UN.
- United Nations OHCHR. (2011). *Guiding Principles on Business and Human Rights*. Geneva: UN.
- World Bank. (2022). *Digital Dividends and Global E-Commerce*. Washington, DC: World Bank.
- Zahrah, M. (1997). *Usul al-Fiqh*. Beirut: Dar al-Fikr.
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism*. New York: PublicAffairs.