



Transaksi E-Commerce dalam Sudut Pandang Perdagangan Internasional

Amelia¹, Tasya Syasmita², Rini Apriyanti³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Bengkalis, Indonesia

*Corresponding author, email; amelia170203@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received 2 Januari 2024

Revised 15 Februari 2024

Accepted 30 Maret 2024

Available online

<http://journal.uaindonesia.ac.id/index.php/JSE>

Keywords:

E-Commerce, Transactions, Economu, Sharia, Online

Turabian style in citing this article: [Citation Heading]

Amelia, Tasya Syasmita, Rini Apriyanti " Transaksi E-Commerce dalam Sudut Pandang Perdagangan Internasional" *Journal of Sharia Economics* 6, No. 1 June: 179-201. 2024.

ABSTRACT

E-commerce allows cross-border transactions to occur, so the United Nations (UN) has an interest in regulating it through a body called UNCITRAL. UNCITRAL as an international organization under the United Nations (UN) supports and develops discussions regarding the development of information technology and its impact on electronic commerce. This research aims to analyze E-Commerce transactions from a sharia economic perspective. The research method used is a literature study approach. Qualitative legal research is usually known as document study, which uses secondary data as its source, such as court decisions, doctrines, regulations, legal theories or official documents, books, reports and journals regarding explaining the juridical review of E-Commerce transactions from a different perspective. sharia economics. The results of this research show that technological developments have brought changes to daily living habits, people who previously shopped in traditional markets are now switching to e-commerce because it is considered more effective, efficient and also cheaper. The impact of technological developments extends to Indonesia. This is marked by the proliferation of e-commerce businesses. In Islam, all efforts must be made in accordance with applicable legal provisions so that no group or party is harmed. Technological developments have brought changes to daily living habits, people who previously shopped in traditional markets are now switching to e-commerce because it is considered more effective, efficient and also cheaper

2024 Journal of Sharia Economics with CC BY SA license.

Pendahuluan

E-commerce memungkinkan terjadinya transaksi lintas negara, sehingga Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) berkepentingan untuk mengaturnya melalui badan yang disebut UNCITRAL. E-Commerce telah berkembang pesat sejak

munculnya web di seluruh dunia (internet) pada tahun 1991, tetapi akhirnya dapat ditelusuri kembali ke Blokade Berlin untuk pemesanan dan pengiriman barang melalui teleks antara 24 Juni 1948 dan 12 Mei 1949¹. Sejak saat itu, perkembangan teknologi baru, peningkatan konektivitas internet, dan adopsi konsumen dan bisnis yang meluas, e-commerce telah membantu banyak perusahaan untuk berkembang. Transaksi e-commerce pertama terjadi dengan Boston Computer Exchange yang meluncurkan platform e-commerce pertamanya pada tahun 1982. Potensi pertumbuhan e-commerce secara langsung terkait dengan penetrasi internet. Peningkatan penggunaan perangkat seluler/smartphone di seluruh dunia telah mendorong pertumbuhan e-commerce. Dengan perangkat seluler, individu menjadi lebih fleksibel dan pasif dalam membeli dan menjual melalui internet.

Pertumbuhan tenaga kerja milenial yang melek digital, keberadaan perangkat seluler di mana-mana, dan optimalisasi teknologi e-commerce yang terus menerus mendorong kecepatan pasar B2B yang secara historis bergerak lambat. Industri e-commerce B2B yang bernilai hampir US\$ 1 Miliar akan segera menghadapi badai yang mendorong pertumbuhan bisnis B2C. Kini, e-commerce telah membentuk kembali pasar ritel global. Pengamatan menunjukkan bahwa e-commerce sangat dinamis dan merupakan model bisnis yang terus berkembang; masa depannya bahkan lebih kompetitif dari sebelumnya, dengan meningkatnya daya beli pembeli global, menjamurnya pengguna media sosial, serta infrastruktur dan teknologi yang semakin maju².

Analisis tren pertumbuhan e-commerce, terutama sejak tahun 2015, menjelaskan bahwa konsumen online terus mengutamakan fleksibilitas dan cakupan belanja online. Dengan kemudahan membeli dan mengembalikan barang secara lokal, peritel online akan meningkatkan jejak mereka. Saat ini, e-commerce berkembang di seluruh negara dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 15% antara tahun 2014 dan 2020; kemungkinan besar akan tumbuh sebesar 25% antara tahun 2020 dan 2025. Analisis lebih lanjut mengenai

¹ Sunismi et al "International Journal of Social Science Research and Review," *International Journal of Social Science Research and Review* 5 (1) (2022): 159–65.

² Farras Syafiq Nasution, "Perlindungan Hukum Terhadap Pekerja Migran Perempuan Menurut Hukum Internasional" 2 (2022): 178–85, <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/18090>.

bisnis e-commerce mengungkapkan bahwa penetrasi internet akan mencapai hampir 60% dari populasi di tahun 2020, dan penetrasi smartphone telah mencapai hampir 42%. Di antara para pengguna, 31% berada di kelompok usia 25-34 tahun, diikuti oleh 24% di antara kelompok usia 35-44 tahun dan 22% di usia 18-24 tahun. Infrastruktur dan jaringan yang begitu luas telah memastikan lebih dari 70% aktivitas e-commerce global di kawasan Asia-Pasifik. Sementara Cina sendiri menyumbang US\$740 miliar, Amerika Serikat menyumbang lebih dari US\$560 miliar.

Dalam dunia bisnis, terdapat klausula baku/perjanjian baku yang menempatkan posisi yang tidak seimbang antara pelaku usaha dan konsumen, yang pada akhirnya berakibat pada perjanjian yang merugikan salah satu pihak dalam hal ini konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak merumuskan pengertian perjanjian baku tetapi menggunakan istilah klausula baku yang menurut Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dirumuskan sebagai berikut: "Klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen".

Terkait dengan klausula baku dalam perjanjian, Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani (2011) menyatakan bahwa UU Perlindungan Konsumen tidak melarang pelaku usaha untuk membuat klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian transaksi perdagangan barang dan/atau jasa, selama dan sepanjang perjanjian baku dan/atau klausula baku tersebut tidak mencantumkan ketentuan sebagaimana yang dilarang dalam Pasal 18 ayat (1) dan tidak berbentuk "baku" sebagaimana yang dilarang dalam Pasal 18 ayat (2) UU Perlindungan Konsumen".

Syariah mengacu pada tujuan tertinggi hukum Islam yang ditetapkan untuk mencapai keadilan sosial ekonomi. Syariah mempunyai tiga komponen utama, yaitu unsur kebutuhan/esensial, unsur pelengkap, dan hiasan. Menurut teori tersebut, kebutuhan merupakan unsur penting dalam kehidupan manusia, yang jika tidak ada dapat menimbulkan kerusakan atau kerugian bagi kehidupan manusia. Contohnya adalah makanan, pakaian, dan tempat tinggal. Kebutuhan tersebut dibagi lagi menjadi lima unsur pelestarian. Keputusan syariah terutama bertujuan untuk

melindungi kelima elemen ini dari bahaya apa pun. Unsur-unsur pelengkap adalah unsur-unsur yang melengkapi unsur-unsur yang diperlukan. Hal ini berkaitan dengan kelalaian unsur-unsur tersebut tidak mengakibatkan kehancuran masyarakat, melainkan penderitaan sosial tertentu. Dengan kata lain, mereka dituntut untuk meringankan kesulitan masyarakat. Contoh barang pelengkap antara lain pernikahan, makanan sehat, alat komunikasi, alat transportasi. Hiasan-hiasan tersebut tidak wajib dalam syariat, namun memberikan kontribusi bagi kesempurnaan masyarakat jika dilakukan. Contohnya adalah pekerjaan amal dan filantropis.

Sebagai sebuah organisasi, sebagian besar sistem perbankan syariah telah merancang budaya perusahaannya berdasarkan nilai-nilai Islam. Perbankan Syariah berfungsi sebagai representasi keyakinan bersama dan nilai-nilai bersama, yang memoderasi norma-norma perilaku Islami. Perbankan dapat mewakili lingkungan internal organisasi, diwujudkan dalam asumsi, berbagi keyakinan dan nilai-nilai, juga diwujudkan dalam perilaku dan sikap seluruh pemangku kepentingan. Hal ini juga berfungsi sebagai dasar untuk merancang prosedur, meningkatkan kemampuan menjadi faktor yang lebih kohesif, dan memberikan peluang untuk memecahkan tantangan organisasi, sehingga mendukung dan meningkatkan pencapaian target organisasi.

Karena pengabdianya pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai Syariah, keuangan Islam telah menarik perhatian besar dalam beberapa tahun terakhir sebagai alternatif terhadap keuangan tradisional. Dengan meningkatnya penggunaan teknologi di bidang keuangan, keuangan Islam telah mengadaptasi dan mengintegrasikan teknologi keuangan (fintech) untuk memberikan layanan keuangan yang lebih efisien dan mudah diakses kepada konsumennya. Munculnya fintech telah menciptakan kemungkinan dan kesulitan baru bagi industri keuangan Islam, memberikan solusi kreatif terhadap permasalahan keuangan lama sekaligus meningkatkan permasalahan peraturan dan etika baru. Hal ini menghasilkan semakin banyak literatur yang menilai kemungkinan pengaruh keuangan Islam dan fintech terhadap sektor ini dan kliennya, serta mengatasi kesulitan dan prospek pertumbuhan dan pembangunan.

Keuangan Islam semakin populer dalam beberapa tahun terakhir karena komitmennya terhadap aturan dan nilai-nilai Syariah. Dengan kemajuan pesat dalam teknologi keuangan (fintech), keuangan syariah telah memanfaatkan fintech untuk meningkatkan layanannya dan memberikan solusi keuangan yang lebih efisien dan mudah diakses kepada konsumennya. Salah satu manfaat menggabungkan fintech dengan keuangan Islam adalah kemungkinan peningkatan inklusi keuangan, yang memungkinkan lebih banyak individu dan perusahaan mengakses barang dan jasa keuangan sesuai syariah. Fintech juga dapat meningkatkan transparansi dan efisiensi transaksi keuangan Islam, menurunkan biaya dan memperluas akses.

Namun, ada beberapa kelemahan dalam menggabungkan teknologi dengan pembiayaan Islam. Salah satu kelemahan yang mungkin terjadi adalah kemungkinan adanya eksklusi finansial, karena mereka yang tidak memiliki akses atau familiar dengan teknologi mungkin akan tertinggal. Ada juga permasalahan dalam memastikan bahwa platform fintech mengikuti prinsip dan hukum Syariah, yang mungkin rumit dan memerlukan pemantauan yang ketat. Selain itu, terdapat pertanyaan mengenai implikasi etis dari fintech, seperti penggunaan kecerdasan buatan dalam pengambilan keputusan dan kemungkinan bias dalam algoritma. Selanjutnya, konvergensi teknologi dan keuangan syariah menawarkan berbagai manfaat namun juga menimbulkan permasalahan yang harus ditangani melalui analisis dan regulasi yang cermat.

Keuangan Islam telah menjadi topik kajian yang semakin populer dan penting dalam beberapa tahun terakhir, dengan semakin banyak literatur yang membahas gagasan dan praktiknya. Pada saat yang sama, pertumbuhan teknologi keuangan (fintech) telah menciptakan potensi dan kesulitan baru bagi industri keuangan syariah. Meskipun semakin banyak literatur yang mempelajari konvergensi keuangan Islam dan fintech, masih banyak yang perlu dipelajari tentang perkembangan dan tren masa depan dalam bidang ini. Sistem perbankan syariah dan fintech adalah dua sektor industri keuangan yang progresif dan berkembang pesat. Fintech adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan penggunaan teknologi untuk memberikan layanan keuangan dan meningkatkan pengalaman klien secara keseluruhan. Sebaliknya, perbankan syariah adalah jenis perbankan yang

mematuhi hukum Islam, yang melarang pembebanan bunga atas pinjaman dan investasi di sektor tertentu seperti industri perjudian dan minuman beralkohol. Sistem Fintech dan perbankan Islam lebih unggul dibandingkan bank konvensional dalam beberapa hal. Bisnis Fintech memanfaatkan teknologi untuk memberikan layanan keuangan yang lebih cepat, mudah, dan lebih disesuaikan dengan biaya yang lebih murah. Pelanggan yang menghargai nilai-nilai ini mungkin tertarik pada penekanan sistem perbankan Islam pada investasi yang beretika dan sadar sosial. Meski demikian, sistem fintech dan perbankan syariah sama-sama menghadapi kesulitan. Bisnis Fintech harus bersaing dengan lembaga keuangan yang ada sambil menghadapi peraturan yang rumit. Sistem perbankan Islam dapat mengalami kesulitan dalam memikat nasabah yang tidak memahami prinsip dan prosedur keuangan Islam. Menarik untuk dicermati bagaimana fintech dan sistem perbankan syariah terus berekspansi dan berinovasi di sektor keuangan seiring dengan persaingan mereka dengan bank tradisional.

Aturan kepercayaan memiliki manfaat yang signifikan untuk prosedur transaksi. Karena konsep "itikad baik" bersifat subjektif dan ambigu, kepercayaan dalam praktiknya membutuhkan banyak titik acuan spesifik dalam itikad baik. Risiko penipuan atau kesalahpahaman lainnya dapat terjadi ketika kedua belah pihak dalam transaksi online tidak hadir secara langsung. Masalah muncul ketika salah satu pihak yang terlibat dalam e-commerce gagal memenuhi kewajibannya sesuai perjanjian dan kontrak³.

Hasil dan Diskusi

Jurnal "E-Commerce dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangannya di Era Teknologi Digital: Bukti Empiris di Tingkat UE-27" oleh Roxana Maria Bădîrcea, Alina Georgiana Manta, Nicoleta Mihaela Florea, Jenica Popescu, Florin Liviu Manta, dan Silvia Puiu (2021) bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi e-commerce dan mengevaluasi dampak jangka panjang dan pendek terhadap perkembangan aktivitas e-commerce. Setelah

³ Sardjana Orba Manullang et al., "Revisiting the Consumer Protection Law in the Digital-Based Business Era: A Study of Trade Law," *Budapest International Research and Critics Institute-Journal* 5, no. 4 (2022): 28962–73, <https://www.bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/7048>.

menetapkan hipotesis untuk memverifikasi, kami menggunakan regresi panel berganda untuk menguji pengaruh tingkat pendidikan, tempat tinggal konsumen, status pasar tenaga kerja konsumen, internet banking, pengguna seluler dan non-seluler terhadap perkembangan e-commerce. Oleh karena itu, dalam makalah ini, dengan mengadopsi metode kuadrat terkecil biasa yang dimodifikasi sepenuhnya (FMOLS) dan model koreksi kesalahan vektor (VECM), kami melakukan analisis empiris terhadap hubungan antara tingkat pendidikan, tempat tinggal konsumen, status pasar tenaga kerja konsumen, dan status pasar tenaga kerja konsumen. internet banking dan pengguna seluler dan non-seluler serta e-commerce, berdasarkan data panel untuk negara-negara UE-27 dari tahun 2011 hingga 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel yang terlibat dalam kedua model ekonometrik dan dikaitkan dengan tingkat pendidikan, tempat tinggal konsumen, status pasar tenaga kerja, internet banking, pengguna seluler dan non-seluler, semuanya memiliki dampak signifikan terhadap perkembangan e-commerce. Sebagian besar variabel berpengaruh positif terhadap perkembangan e-commerce kecuali pembelian internet oleh individu yang menganggur dan pembelian internet oleh pengguna non-ponsel yang berkorelasi negatif dengan aktivitas e-commerce⁴.

Jurnal “Tren Baru dalam Penelitian E-Commerce: Menghubungkan Perdagangan Sosial dan Berbagi Perdagangan: Tinjauan Literatur yang Sistematis” oleh Razaz Waheeb Attar, Ahlam Almusharraf, Areej Alfawaz, dan Nick Hajli (2022) menghubungkan E-Commerce dan berbagi perdagangan masih dalam tahap awal. Berfokus pada aspek ini, penelitian ini melakukan tinjauan sistematis untuk mengidentifikasi pertanyaan penelitian yang relevan dengan E-Commerce dan sharing commerce, tantangan terkait, dan manfaat menghubungkan E-Commerce dengan sharing commerce. Sebanyak 143 studi dipilih menggunakan kata kunci dan protokol tinjauan, yang dianalisis untuk mengidentifikasi definisi, tema, isu, dan manfaat yang terkait dengan E-Commerce dan sharing commerce. Hasil yang

⁴ Roxana Maria Bădîrcea et al., “E-Commerce and the Factors Affecting Its Development in the Age of Digital Technology: Empirical Evidence at EU-27 Level,” *Sustainability (Switzerland)* 14, no. 1 (2022): 1–17, <https://doi.org/10.3390/su14010101>.

diperoleh dijelaskan dan dibahas dalam penelitian ini. Hasilnya memberikan landasan teoretis bagi munculnya topik perdagangan berbagi⁵.

Jurnal “Perkembangan dan Tantangan E-Commerce Lintas Batas di Tiongkok: Tinjauan Literatur yang Sistematis” oleh Aijun Liu, Maurice Osewe, Yangyan Shi, Xiaofei Zhen, dan Yanping Wu (2021) meninjau artikel ilmiah utama yang berlaku untuk industri logistik, dan khususnya yang berkaitan dengan e-commerce lintas batas di Tiongkok. Para penulis fokus meninjau artikel tentang status terkini e-commerce lintas batas di Tiongkok dan faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangannya, dengan tujuan menyoroti kesenjangan literatur. Para penulis menggunakan tinjauan literatur sistematis (SLR) untuk mengidentifikasi, mengumpulkan, dan menganalisis 60 makalah utama yang dipilih dari jurnal peer-review internasional dan prosiding konferensi internasional antara tahun 2001 dan 2020. E-commerce lintas batas Tiongkok telah mengalami tren kemajuan yang stabil, meskipun masih terdapat beberapa tantangan. Tantangan-tantangan ini termasuk, namun tidak terbatas pada, rendahnya efisiensi bea cukai, pemantauan dan pengawasan yang rumit, tantangan penyelesaian rabat pajak, risiko pembayaran, kurangnya talenta dalam industri Tiongkok, dan kurangnya pedoman manajemen ilmiah. Kontribusi signifikan dari makalah ini mencakup sorotan penting mengenai kesenjangan saat ini dan tema penelitian di masa depan⁶.

Jurnal “Menjelajahi Dampak Perdagangan Elektronik terhadap Tingkat Lapangan Kerja: Bukti Data Panel dari Negara-negara Uni Eropa” oleh Stefan Cristian Gherghina, Mihai Alexandru Botezatu, dan Liliana Nicoleta Simionescu (2021) bertujuan untuk mengeksplorasi dampak perdagangan elektronik terhadap tingkat lapangan kerja dengan sampel yang mencakup seluruh 27 Negara Anggota Uni Eropa (EU-27), dari tahun 2010 hingga 2019. Selain itu, penelitian ini mengeksplorasi kelompok negara yang mengacu pada adopsi perdagangan elektronik. dan dinamika tingkat lapangan kerja. Hasil analisis kluster menunjukkan

⁵ Razaz Waheeb Attar et al., “New Trends in E-Commerce Research: Linking Social Commerce and Sharing Commerce: A Systematic Literature Review,” *Sustainability (Switzerland)* 14, no. 23 (2022), <https://doi.org/10.3390/su142316024>.

⁶ Aijun Liu et al., “Cross-Border e-Commerce Development and Challenges in China: A Systematic Literature Review,” *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 17, no. 1 (2022): 69–88, <https://doi.org/10.3390/jtaer17010004>.

bahwa Eropa Barat menunjukkan pasar e-commerce paling berkembang di EU-27, ditunjukkan oleh aksesibilitas Internet dan tingkat penetrasi alat digital yang tinggi, dan angka terendah tercatat di Eropa Timur. Selain itu, temuan empiris dari efek tetap data panel dan regresi kuadrat terkecil menunjukkan bahwa perdagangan elektronik mempengaruhi tingkat lapangan kerja secara positif. Dengan memasukkan variabel kontrol tingkat negara (tingkat pertumbuhan PDB riil, pengeluaran penelitian dan pengembangan, pekerja spesialis TIK, perusahaan yang memiliki akses Internet), hasilnya menunjukkan bahwa ada satu persentase perubahan dalam total omset perusahaan dari penjualan e-commerce, omset perusahaan dari penjualan web, dan perusahaan dengan penjualan e-niaga minimal 1% omset akan meningkatkan tingkat lapangan kerja sebesar 0,205, 0,258, dan 0,350 poin persentase. Selain itu, bukti ekonometrik dari metode model regresi kuantil momen dengan efek tetap memperkuat temuan kami. Total omset perusahaan dari penjualan e-commerce dan persentase perusahaan dengan penjualan e-commerce minimal 1% omzet berpengaruh positif terhadap tingkat penyerapan tenaga kerja untuk semua kuintil, namun dalam kasus omzet perusahaan dari penjualan web, pengaruhnya hanya positif. untuk kuintil berkisar antara 0,5–0,8⁷.

Jurnal “Pengaruh E-Commerce Lintas Batas terhadap Perdagangan Internasional Tiongkok: Studi Empiris Berdasarkan Analisis Biaya Transaksi” oleh Yu Wang (Avery. W), Yi Wang, dan Soo Hee Lee (2017) menyelidiki dampak e-commerce lintas batas terhadap perdagangan internasional dalam konteks Tiongkok, terutama dari perspektif ekonomi biaya transaksi bersama dengan model keunggulan komparatif tradisional dengan menganalisis biaya informasi, biaya negosiasi, biaya transportasi, tarif, dan biaya perantara. terpisah. Pertama, model teoritis baru ini menunjukkan bahwa e-commerce lintas batas negara mungkin mempunyai peran positif dalam mendorong perdagangan internasional hanya jika dampak negatif yang disebabkan oleh biaya tarif dan biaya transportasi dapat

⁷ Ștefan Cristian Gherghina, Mihai Alexandru Botezatu, and Liliana Nicoleta Simionescu, “Exploring the Impact of Electronic Commerce on Employment Rate: Panel Data Evidence from European Union Countries,” *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 16, no. 7 (December 1, 2021): 3157–83, <https://doi.org/10.3390/jtaer16070172>.

diimbangi. Kedua, hasil kami menunjukkan bahwa e-commerce lintas batas mempunyai dampak positif terhadap pertumbuhan perdagangan internasional Tiongkok setiap tahunnya. Namun, dampak positifnya tidak menunjukkan pertumbuhan yang meningkat dari waktu ke waktu, hal ini mungkin disebabkan oleh lemahnya penerapan kebijakan-kebijakan yang menguntungkan di bidang perdagangan, selain karena menyusutnya perdagangan global⁸.

Jurnal “Logistik Internasional dan Perdagangan E-Commerce Lintas Batas: Kepentingan Siapa?” oleh Yugang He, Renhong Wu, dan Yong-Jae Choi (2021) menjadikan negara-negara Organisasi untuk Kerja Sama dan Pembangunan Ekonomi (OECD) sebagai contoh untuk mengeksplorasi interaksi dinamis antara logistik internasional dan perdagangan e-commerce lintas batas. Data panel untuk periode 2000–2018 akan digunakan untuk melakukan analisis empiris melalui sejumlah teknik ekonometrik, seperti uji akar unit panel, uji kointegrasi panel, uji kausalitas panel, dan model koreksi kesalahan vektor panel. Jika digabungkan dengan variabel kontrol lainnya, kami menemukan bahwa terdapat hubungan jangka panjang antara logistik internasional dan perdagangan e-commerce lintas batas. Secara khusus, dalam jangka panjang, logistik internasional mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perdagangan e-commerce lintas batas. Namun, dalam jangka pendek, logistik internasional mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap perdagangan e-commerce lintas batas. Lebih lanjut, hasil penelitian menunjukkan bahwa penyimpangan dari sistem kointegrasi perdagangan e-commerce lintas batas dan logistik internasional akan menyebabkan perubahan perdagangan e-commerce lintas batas dan logistik internasional dalam kisaran sekitar 2,2% hingga 47,2% di masa depan. periode. Oleh karena itu, mengacu pada temuan-temuan ini, pemerintahan masing-masing negara OECD harus mengambil kebijakan yang sesuai untuk memastikan pembangunan berkelanjutan baik logistik internasional maupun perdagangan e-commerce lintas batas⁹.

⁸ Yu Wang, Yi Wang, and Soo Hee Lee, “The Effect of Cross-Border e-Commerce on China’s International Trade: An Empirical Study Based on Transaction Cost Analysis,” *Sustainability (Switzerland)* 9, no. 11 (2017): 1–13, <https://doi.org/10.3390/su9112028>.

⁹ Yugang He, Renhong Wu, and Yong Jae Choi, “International Logistics and Cross-Border e-Commerce Trade: Who Matters Whom?,” *Sustainability (Switzerland)* 13, no. 4 (2021): 1–20, <https://doi.org/10.3390/su13041745>.

Jurnal “Dampak Fasilitas Perdagangan terhadap Transaksi E-Commerce Lintas Batas: Analisis Berdasarkan Praktik Logistik Lintas Batas Laut dan Darat antara Tiongkok dan Negara-negara di sepanjang “Satu Sabuk Satu Jalan”” oleh Yingying Liang, Liangliang Guo, Jianlu Li, Shuang Zhang, dan Xiangyun Fei (2021) menemukan bahwa infrastruktur transportasi laut dan darat mempunyai dampak yang paling besar, sedangkan lingkungan perizinan bea cukai dan lingkungan pemerintahan-pemerintahan mempunyai dampak yang paling kuat kedua dan sebanding. Temuan penelitian ini semakin memperjelas perbedaan penerapan langkah-langkah fasilitas logistik lintas batas yang berbeda, dan memberikan landasan teoritis untuk meningkatkan ketepatan waktu transaksi e-commerce lintas batas dan mengurangi biaya perdagangan serta referensi untuk realisasinya. integrasi darat-laut dan interkoneksi darat-laut di bawah inisiatif “Belt and Road”¹⁰.

Jurnal “Dampak Perdagangan Elektronik Internasional terhadap Perdagangan Ekspor: Bukti dari Tiongkok” oleh Chenggang Wang, Tiansen Liu, Duo Wen, Dongrong Li, Galash Vladislav, dan Yu Zhu (2021) bertujuan untuk mengeksplorasi mekanisme dampak IEC terhadap perdagangan Tiongkok, dan diharapkan untuk mempelajari perubahan struktural temporal dari dampak kegiatan IEC terhadap perdagangan ekspor Tiongkok berdasarkan variabel krisis keuangan dan krisis utang Eropa. Inovasi makalah ini terutama tercermin dalam besarnya sampel perdagangan Tiongkok yang dipilih dalam makalah ini. Hal ini juga dapat mengetahui perubahan dampak jarak perdagangan internasional di era IEC, dan mengungkap mekanisme dimana penerapan IEC membantu perusahaan perdagangan luar negeri mengatasi krisis ekonomi. Empat kesimpulan utama diperoleh sebagai berikut. Pertama, perkembangan IEC telah secara signifikan mendorong perluasan skala perdagangan ekspor Tiongkok. Kedua, dalam konteks krisis keuangan global dan krisis utang Eropa, dampak positif promosi IEC terhadap ekspor tidak signifikan. Ketiga, dampak promosi IEC terhadap ekspor Tiongkok ke negara-negara berkembang dan maju sangatlah signifikan, dan dampaknya terhadap ekspor negara-negara maju sedikit lebih besar. Keempat, meskipun jarak

¹⁰ Yingying Liang et al., “The Impact of Trade Facilitation on Cross-Border e-Commerce Transactions: Analysis Based on the Marine and Land Cross-Border Logistical Practices between China and Countries along the ‘Belt and Road,’” *Water (Switzerland)* 13, no. 24 (2021), <https://doi.org/10.3390/w13243567>.

geografis untuk mengukur biaya transportasi mempunyai dampak negatif terhadap ekspor Tiongkok, dampak tersebut sudah sangat melemah¹¹.

Jurnal “Platform Digital, Transformasi Digital Perusahaan, dan Kinerja Perusahaan E-Commerce Lintas Batas Dari Perspektif Transformasi Digital dan Elemen Data” oleh Yunpeng Yang, Nan Chen, dan Hongmin Chen (2023) mengeksplorasi dampak faktor-faktor ini terhadap kinerja perusahaan e-commerce lintas negara, dengan kemampuan transformasi digital sebagai mediatornya. Penelitian empiris mengungkapkan bahwa kemampuan layanan platform digital terdiri dari kemampuan komunikasi rantai pasokan dan pengendalian biaya, yang secara parsial memediasi hubungan antara kemudahan layanan platform digital dan kinerja perusahaan e-commerce lintas batas. Selain itu, kemampuan layanan platform digital dan kemampuan transformasi digital perusahaan e-commerce lintas negara mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan¹².

Jurnal “Klaster Perdagangan dan Industri E-Commerce Lintas Batas: Bukti dari Tiongkok” oleh Chenggang Wang, Tiansen Liu, Jinliang Wang, Dongrong Li, Duo Wen, Polina Ziomkovskaya, dan Yang Zhao (2022) bertujuan untuk mengusulkan saran-saran yang relevan untuk mendorong pembangunan terkoordinasi berkelanjutan dari klaster perdagangan dan industri e-commerce lintas batas dengan mengungkap hukum ilmiah yang melekat pada pembangunan terkoordinasi berkelanjutan di dalamnya. Dengan menggunakan metode survei literatur, metode persamaan struktural, dan metode analisis sistem, berdasarkan konstruksi model pengembangan terkoordinasi klaster perdagangan dan industri e-commerce lintas batas, makalah ini melakukan analisis empiris mendalam yang dikombinasikan dengan relevansi data penelitian dan menarik kesimpulan penelitian. Kesimpulan penelitian makalah ini adalah sebagai berikut: (1) Makalah ini memverifikasi seluruh hipotesis penelitian yang diajukan. Seluruh hipotesis

¹¹ Y Wang, C., Liu, T., Wen, D., Li, D., Vladislav, G., & Zhu, “The Impact of International Electronic Commerce on Export Trade: Evidence from China,” *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 16 (7) (2021): 2579–93, <https://doi.org/10.3390/jtaer16070142>.

¹² Yunpeng Yang, Nan Chen, and Hongmin Chen, “The Digital Platform, Enterprise Digital Transformation, and Enterprise Performance of Cross-Border E-Commerce—From the Perspective of Digital Transformation and Data Elements,” *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 18, no. 2 (2023): 777–94, <https://doi.org/10.3390/jtaer18020040>.

penelitian yang diajukan dalam tulisan ini didukung oleh data yang valid dan telah lolos uji empiris. (2) Menggunakan data untuk membuktikan secara ilmiah bahwa terdapat korelasi positif yang jelas antara perdagangan e-commerce lintas batas dan kluster industri. (3) Terdapat interaksi positif yang jelas antara komponen utama perdagangan e-commerce lintas batas dan komponen utama kluster industri. Selain itu, di bawah pengaruh lingkungan eksternal, kedua sistem komponen juga dapat mendorong pengembangan perdagangan e-commerce lintas batas yang terkoordinasi secara berkelanjutan dan keberlanjutan kluster industri. (4) Makalah ini mengedepankan tindakan pencegahan dan saran untuk mendorong pengembangan terkoordinasi yang berkelanjutan dari kluster perdagangan dan industri e-commerce lintas batas negara¹³.

Berdasarkan review 10 jurnal yang telah dijelaskan sebelumnya dapat diketahui bahwa adanya pedoman OCED-1999 mengakui, antara lain, tiga dimensi penting perlindungan konsumen dalam e-commerce. Pertama, semua konsumen harus memiliki akses ke e-commerce. Kedua, untuk membangun kepercayaan/keyakinan konsumen terhadap e-commerce, diperlukan pengembangan mekanisme perlindungan konsumen yang transparan dan efektif untuk memeriksa praktik-praktik penipuan, penyesatan, dan ketidakadilan secara online. Ketiga, semua pemangku kepentingan-pemerintah, pelaku usaha, konsumen, dan perwakilan mereka-harus memberikan perhatian penuh untuk menciptakan sistem ganti rugi yang efektif. Pedoman ini terutama untuk transaksi lintas batas¹⁴.

Mempertimbangkan kemajuan teknologi, penetrasi internet, penggunaan ponsel pintar yang masif, dan penetrasi media sosial yang mendorong pertumbuhan e-commerce, OECD merevisi rekomendasi tahun 1999 untuk perlindungan konsumen pada tahun 2016. Pedoman tahun 2016 ini bertujuan untuk menjawab tantangan perlindungan konsumen elektronik yang terus meningkat dengan mendorong inovasi dan kompetisi, termasuk transaksi non-moneter, produk konten digital, transaksi konsumen-ke-konsumen (C2C), perangkat seluler, risiko privasi dan

¹³ Chenggang Wang et al., "Cross-Border E-Commerce Trade and Industrial Clusters: Evidence from China," *Sustainability (Switzerland)* 14, no. 6 (2022), <https://doi.org/10.3390/su14063576>.

¹⁴ Vira Aprillia Santoso, "Legal Protection on E-Commerce Transactions: Problems and Challenges in Global Business," *Semarang State University Undergraduate Law and Society Review* 1, no. 2 (July 31, 2021): 101–12, <https://doi.org/10.15294/lsr.v1i2.50552>.

keamanan, perlindungan pembayaran, dan keamanan produk. Selain itu, hal ini juga menekankan pentingnya otoritas perlindungan konsumen dalam memastikan kemampuan mereka untuk melindungi konsumen e-commerce dan bekerja sama dalam masalah lintas batas. Konferensi Perserikatan Bangsa-Bangsa tentang Perdagangan dan Pembangunan (UNCTAD), dalam catatannya di tahun 2017, juga mengakui tantangan perlindungan konsumen yang serupa dalam e-commerce¹⁵.

Transaksi adalah pertukaran barang dan jasa antara (baik individu, perusahaan, dan organisasi lain) peristiwa lain yang mempunyai pengaruh ekonomi terhadap bisnis (Astuti, R., & Febriaty, 2017). Transaksi di Ecommerce berbeda dengan transaksi langsung. Dalam Islam, segala upaya harus dilakukan sesuai ketentuan hukum yang berlaku agar tidak ada kelompok atau pihak yang dirugikan. Untuk itu usaha atau kegiatan usaha tidak boleh menyimpang dari hukum Islam atau ketentuan umum yang berlaku di suatu negara. Setiap usaha yang merugikan seseorang atau melanggar hukum akan dikenakan sanksi, sedangkan dalam Islam transaksi tersebut dianggap batal (tidak sah) (Hasan Ali, 2009). Jual beli secara etimologis adalah al-Bai, al-Tijarah dan al-Mub yang mempunyai arti mengganti, menjual dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. al-Bai dalam bahasa Arab untuk kebalikannya yaitu ash-syira (membeli).

Dengan demikian, al-Bai diartikan membeli, namun sekaligus juga dapat diartikan menjual. Dalil jual beli as-salam dapat ditemukan pada sabda Nabi Muhammad SAW, sebagaimana diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim dari Ibnu Abba.

Barang siapa yang melakukan jual beli salam, hendaknya ia melakukannya dengan takaran dan timbangan yang jelas, sampai batas waktu tertentu. Meskipun obyek transaksi salam yang dimaksud dalam hadis adalah persoalan pertanian sesuai dengan kondisi yang ada saat itu, namun saat ini tentunya tidak cukup hanya menjadi persoalan pertanian saja.

Artinya dapat dikembangkan pada aspek dan bentuk objek transaksi lainnya. Dengan penjelasan mengenai jual beli al-salam di atas maka dapat disimpulkan

¹⁵ Edy Santoso, "Opportunities and Challenges: E-Commerce in Indonesia from a Legal Perspective," *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 22, no. 3 (2022): 395, <https://doi.org/10.30641/dejure.2022.v22.395-410>.

bahwa pada prinsipnya bentuk transaksi jual beli antara al-salam dengan e-commerce adalah sama yaitu sama-sama berupa pesanan yang penyerahannya barang ditanggguhkan, sedangkan pembayarannya sama. uang tunai yang sama.

Meskipun di al-salam pembayarannya bersifat konvensional yaitu dalam bentuk tunai, sesuai dengan kondisi peradaban yang ada pada saat itu, sedangkan “tunai” dalam sistem pembayaran di e-commerce menggunakan media email dan kartu kredit. (kartu kredit) On line.

Untuk mengetahui kesesuaian transaksi e-commerce dengan keabsahan akad dalam perspektif Islam, ada beberapa hal yang perlu dikaji lebih lanjut terkait hal tersebut. Dalam rukun akad dijelaskan bahwa suatu akad akan sah apabila subjek, barang, dan hihatnya memenuhi beberapa syarat (Zuhaili, 2011). Syarat Subyek yang Melakukan Transaksi Dalam Islam ada dua syarat bagi orang yang melakukan transaksi, yaitu: Orang tersebut adalah orang yang berakal. dan mumayiz, sehingga orang gila dan anak kecil tidak sah akadnya. Barangsiapa melakukan transaksi sendiri tanpa adanya paksaan, maka akad dengan perantara atau wakil kedua belah pihak tidak sah, kecuali orang tua atau hakim.

Dalam e-commerce, semua pihak tidak bertemu secara fisik melainkan melalui internet sehingga para pihak tidak mengetahui bagaimana kondisi fisik pihak lain. Oleh karena itu, apabila pihak yang melakukan e-commerce adalah orang dewasa yang mampu bertindak sendiri, maka transaksi tersebut dianggap sah. Syarat-syarat yang berkaitan dengan objek akad Para ulama sepakat bahwa ada beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh objek akad, yaitu: Barang harus tersedia pada saat akad, kecuali akad salam.

Barang yang ditransaksikan di e-commerce pada dasarnya sudah ada (siap dikirim) atau dipesan. Jadi pemahaman dalam transaksi ini diutamakan berupa penampakan objek di layar internet agar barang yang diperjualbelikan tergambar dengan jelas. Jika barang yang diperjanjikan sesuai dengan keterangan, maka jual beli itu sah. Namun bila ternyata berbeda, maka pihak yang tidak menyaksikan boleh memilih menerima atau tidak dengan menggunakan hak ‘khiyar’ (Dewi, 2013). Barang yang diperdagangkan merupakan barang berharga.

Objek akad harus mempunyai kejelasan dan diketahui oleh kedua belah pihak. Jadi apabila barang atau harganya tidak diketahui, maka jual beli tersebut tidak sah karena mungkin mengandung unsur penipuan. Barang tersebut merupakan hak milik pribadi, sehingga tidak sah apabila barang yang diperjualbelikan adalah barang umum seperti air sungai dan padang rumput. Barang tersebut sepenuhnya milik penjual, atau penjual diperbolehkan oleh pemiliknya untuk menjual barang tersebut, misalnya wakil atau wali. Barang tersebut harus dapat diserahkan, maka jual beli barang yang tidak dapat diserahkan seperti barang ghashab dan burung di udara dianggap tidak sah.

Karena meningkatnya adopsi fintech, nampaknya industri keuangan syariah sedang mengalami transisi besar. Kebangkitan Ekonomi Syariah yang dilatarbelakangi oleh inklusi keuangan dan praktik bisnis syariah ditunjukkan dengan kluster merah pada peta yang erat kaitannya dengan kluster biru. Meskipun memiliki koneksi yang lemah dengan kluster biru, kluster hijau sangat penting dalam penerapan platform dan teknologi digital yang menyediakan transaksi keuangan yang cepat, aman, dan efisien. Beberapa tren yang diperkirakan akan segera muncul mencakup penggabungan pertimbangan ESG dalam fintech Islam, perluasan investasi berdampak sosial, dan penerapan pembelajaran mesin dan AI untuk lebih memahami permintaan pelanggan dan menyediakan produk dan layanan keuangan yang lebih terspesialisasi. Kluster tersebut juga menekankan integrasi produk fintech ke dalam aktivitas perbankan syariah, yang diharapkan dapat meningkatkan efektivitas operasional, meningkatkan kepuasan nasabah, dan menurunkan biaya. Penggunaan teknologi blockchain di perbankan syariah juga diperkirakan akan tumbuh, sehingga menghasilkan keamanan dan transparansi yang lebih baik. Terakhir, perbankan syariah diharapkan dapat menawarkan panduan dan dukungan keuangan individual melalui penggunaan AI dan pembelajaran mesin.

Untuk memastikan kerangka hukum dan peraturan yang diperlukan untuk mendukung pertumbuhan sektor ini, diperlukan kolaborasi yang lebih besar antara bisnis fintech Islam, regulator, dan lembaga keuangan dalam penyediaan produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan syariah. Untuk menjamin bahwa

nasabah dapat mengambil keputusan yang cerdas mengenai kehidupan finansial mereka, industri ini juga perlu mengatasi kesulitan dalam literasi dan pendidikan keuangan, terutama pada populasi miskin. Meningkatnya penekanan pada pertimbangan lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG) merupakan tren lain yang diperkirakan akan mempengaruhi arah fintech Islam di masa depan. Ekonomi Syariah tidak terkecuali dalam meningkatnya kesadaran tentang bagaimana perusahaan mempengaruhi masyarakat dan lingkungan dalam beberapa tahun terakhir. Fokus yang lebih besar akan diperlukan pada berbagai permasalahan termasuk perubahan iklim, keadilan sosial, dan praktik bisnis yang etis seiring dengan berkembangnya industri ini. Hal ini mungkin akan mengarah pada penciptaan layanan dan produk keuangan baru yang dimaksudkan untuk memberikan dampak sosial atau lingkungan yang bermanfaat, seperti obligasi ramah lingkungan, dana investasi berdampak sosial, dan program keuangan mikro masyarakat yang kurang terlayani.

Ekonomi Syariah adalah sektor yang berkembang pesat dan siap untuk pertumbuhan signifikan di tahun-tahun mendatang. Integrasi teknologi baru seperti blockchain, AI, dan pembelajaran mesin diharapkan dapat mengubah cara penyampaian dan konsumsi layanan keuangan dalam industri keuangan Islam, sementara meningkatnya fokus pada faktor-faktor ESG akan mendorong pengembangan produk dan layanan baru yang mempunyai dampak sosial dan lingkungan yang positif. Namun, untuk memastikan pertumbuhan berkelanjutan di sektor ini, penting untuk mengatasi permasalahan seputar kerangka peraturan, keamanan siber, dan literasi keuangan, serta mendorong kolaborasi yang lebih besar antara bisnis Ekonomi Syariah, regulator, dan lembaga keuangan.

Catatan tersebut membahas langkah-langkah kebijakan yang mencakup undang-undang yang relevan dan penegakannya, pendidikan konsumen, praktik bisnis yang adil, dan kerja sama internasional untuk membangun kepercayaan konsumen. OECD dan UNCTAD adalah dua lembaga perlindungan konsumen global yang mempromosikan perdagangan internasional yang sehat dan kompetitif. Didirikan pada tahun 1960, Consumer International (CI) adalah sebuah kelompok yang terdiri dari sekitar 250 organisasi konsumen di lebih dari 100 negara yang

mewakili dan membela hak-hak konsumen di forum-forum kebijakan internasional dan pasar global. Lembaga internasional terkemuka lainnya yang mempromosikan persaingan yang sehat dalam perdagangan nasional dan internasional adalah European Consumer Cooperation Network (Jaringan Kerja Sama Konsumen Eropa), ECC-Net (Jaringan Pusat Konsumen Eropa), APEC Electronic Consumer Directing Group (APECESG), Iberoamerikanische Forum der Consumer Protection Agenturen (FIAGC), Lembaga Perlindungan dan Penegakan Hukum Konsumen Internasional.

ICPEN, dalam bentuk yang baru, mulai berfungsi pada tahun 2002 dan sekarang menjadi organisasi keanggotaan global yang beranggotakan otoritas perlindungan konsumen dari 64 negara, termasuk India yang bergabung pada tahun 2019 dan enam otoritas pengamat (COMESA, EU, GPEN, FIAGC, OECD, dan UNCTAD). Meskipun membahas koordinasi dan kerja sama dalam masalah penegakan perlindungan konsumen, menyebarkan informasi tentang tren perlindungan konsumen dan berbagi praktik terbaik dalam undang-undang perlindungan konsumen, situs ini tidak mengatur layanan keuangan atau keamanan produk. Melalui inisiatif berkelanjutan econsumer.gov, ICPEN, bekerja sama dengan Komisi Perdagangan Federal (FTC), menangani penipuan online internasional.

Penjahat online menargetkan informasi pribadi dan keuangan. Masalah perdagangan online melibatkan penipu yang menargetkan pelanggan yang membeli/menjual/berdagang secara online. Banyaknya pengaduan penipuan lintas batas online yang dilaporkan oleh econsumer.gov mengungkapkan bahwa penipuan internasional meningkat. Total penipuan lintas negara selama tahun 2020 (hingga 30 Juni) adalah 33.968 kasus dengan kerugian yang dilaporkan sebesar US\$91,95 juta, dibandingkan dengan 40.432 kasus dengan kerugian US\$151,3 juta dan 14.797 pengaduan dengan kerugian US\$40,83 juta selama lima tahun terakhir. Keluhan-keluhan tersebut antara lain meliputi penipuan belanja online, produk yang tidak sesuai, produk yang tidak sampai, dan masalah pengembalian dana. Menurut survei B2C E-Commerce Index 2019 dari UNCTD yang mengukur kesiapan ekonomi untuk mendukung belanja online, India berada di peringkat ke-73 dengan nilai indeks 57, tujuh kali lebih baik daripada laporan indeks peringkat ke-80 pada tahun 2018. Industri E-commerce telah muncul sebagai yang terdepan dalam ekonomi India

dengan tingkat penetrasi internet sekitar 50% sekarang, hampir 37% pengguna internet smartphone, peluncuran jaringan 4G, konten internet dalam bahasa lokal, dan peningkatan kekayaan konsumen. Dukungan infrastruktur dan kebijakan yang masif mendorong industri e-commerce mencapai US\$ 64 miliar pada tahun 2020, naik 39% dari tahun 2017 dan akan menyentuh US\$ 200 pada tahun 2026 dengan CAGR sebesar 21%.⁷ Saat ini, India membayangkan sebuah ekonomi senilai lima triliun dolar⁸ pada tahun 2024. Hal ini akan sulit dicapai dengan tingkat pertumbuhan saat ini, tetapi bukan tidak mungkin, mendorong e-governance yang kuat dan masyarakat yang diberdayakan secara digital. Berkembangnya ponsel pintar, meningkatnya akses internet dan pembayaran digital yang berkembang pesat serta reformasi kebijakan mempercepat pertumbuhan sektor e-commerce terhadap perekonomian.

Perlindungan data mungkin merupakan risiko paling berat dalam e-commerce. Pasar menyaksikan begitu banyak pelanggaran yang sering kali tampaknya semua orang diretas, yang membuatnya menjadi tantangan nyata untuk menjamin bahwa toko Anda aman dan terlindungi. Bagi perusahaan e-commerce, menjaga data merupakan biaya yang cukup besar; hal ini menunjukkan bahwa menjaga keselamatan dan keamanan privasi data konsumen e-commerce harus sesuai dengan Peraturan Perlindungan Data Umum (GDPR) di berbagai negara¹⁶.

Global Consumer Insight Survey 2020 dari PwC melaporkan bahwa meskipun kebiasaan belanja konsumen akan menjadi lebih tidak stabil pasca COVID-19, pengalaman konsumen membutuhkan keamanan, aksesibilitas, dan keterlibatan digital yang kuat dan beragam. Laporan tersebut mengungkapkan bahwa wabah COVID-19 mendorong popularitas belanja mobile. Belanja bahan makanan secara online (termasuk penggunaan telepon) telah meningkat hampir 63% pasca-COVID dibandingkan sebelum penerapan pembatasan sosial dan kemungkinan besar akan meningkat hingga 86% hingga kebijakan tersebut dihapus. Mengetahui kecepatan perubahan pasar akan menempatkan perusahaan pada posisi untuk menangani gangguan ini-74% pekerjaan dilakukan dari rumah, setidaknya untuk saat ini. Sekali

¹⁶ Sulasi Rongiyati, "Pelindungan Konsumen Dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik," *Negara Hukum* 10, no. 1 (2019): 1–25, <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/hukum/article/download/1223/pdf>.

lagi, tren ini berlaku untuk membangun kepercayaan konsumen dan bisnis. Keselamatan dan keamanan pelanggan atau perlindungan konsumen adalah hal yang sangat penting.

Dengan dasar pemikiran di atas, doktrin daya tawar yang rendah, teori eksploitasi, dan pendekatan ekonomi memberikan pembenaran teoritis untuk perlindungan konsumen. Teori ekonomi juga membenarkan transaksi elektronik dan operasi e-commerce sebagai instrumen untuk mengoptimalkan pendapatan. Teori kepercayaan yang didasarkan pada konsepsi ekonomi perilaku juga membangun hubungan antara hukum dan kepercayaan konsumen dan dengan demikian meningkatkan kepercayaan di pasar online. Premis-premis ini menjadi dasar dari penelitian ini¹⁷.

Kurangnya kepercayaan terhadap barang dan pemasok/produsen merupakan salah satu alasan utama mengapa orang tidak membeli secara online. Penetrasi internet yang meluas dan meningkatnya penggunaan komputer/tablet/smartphone telah mendorong pertumbuhan e-commerce di berbagai negara, termasuk India. Perkembangan e-commerce yang pesat telah membawa metode distribusi baru. Hal ini telah memberikan peluang baru bagi konsumen, memaksa konsumen rentan terhadap bentuk-bentuk baru perdagangan yang tidak adil dan bisnis yang tidak etis. Lebih jauh lagi, langkah-langkah pemerintah untuk melindungi hak-hak konsumen, khususnya konsumen online, tidak memadai¹⁸.

Oleh karena itu, pemerintah memberlakukan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, 2019 dan Peraturan Perlindungan Konsumen (E-commerce), 2020 dan membuatnya efektif mulai Juli 2020. Undang-undang dan Peraturan baru ini memiliki pengalaman operasional kurang dari 6 bulan, menyiratkan komentar dini tentang efektivitasnya dalam memberikan keselamatan dan keamanan kepada konsumen online. Namun, tanggapan positif dari konsumen online menunjukkan bahwa masyarakat semakin percaya diri dalam berbelanja online dengan keselamatan dan keamanan. Karena perlindungan hak-hak konsumen adalah yang terpenting dalam

¹⁷ A. A. Gde Siddhi Satrya Dharma, I Made Sarjana, and A. A. Sri Indrawati, "Kajian Yuridis Keabsahan Jual Beli Secara Elektronik (E-Commerce) Dengan Menggunakan Kartu Kredit," *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 2013, 1–11.

¹⁸ U Juswanto, S Suryanto, and Y Gunawan, "Juridical Review of Legal Protection Against E-Commerce Consumers on The Marketplace," *Legal Brief* 11, no. 4 (2022): 2534–42, <https://doi.org/10.35335/legal.xx.xx>.

pertumbuhan e-commerce, peraturan baru ini memperkuat mekanisme penanganan keluhan konsumen online, memastikan kemampuan membangun kepercayaan, keselamatan, dan keamanan mereka. "Konsumen adalah Raja yang berkuasa" sekarang. Reformasi baru, yaitu pemberlakuan kedua undang-undang tersebut, juga membantu dalam menjalankan bisnis. Beberapa komplikasi hukum mungkin akan muncul dengan lebih banyak pengalaman operasional di masa depan. Namun, dengan intervensi dan arahan dari peradilan, keselamatan dan keamanan konsumen online akan membuka jalan bagi pertumbuhan e-commerce di Indonesia.

Perdagangan elektronik, selain memberikan banyak peluang, namun dalam praktiknya memberikan tantangan tersendiri. Salah satu yang menjadi sorotan adalah terkait dengan masalah hukum. Penulis mengidentifikasi beberapa hal terkait isu hukum dalam e-commerce yang menjadi tantangan bagi penyelenggara transaksi elektronik, sebagai berikut:

1. Kurangnya Data

Perlindungan data adalah masalah hukum yang sangat penting di berbagai negara, termasuk di Eropa dan Amerika Serikat. Di Eropa, per Mei 2018, dengan berlakunya Peraturan Perlindungan Data Umum, terdapat satu set aturan perlindungan data untuk semua perusahaan yang beroperasi di Uni Eropa, di mana pun mereka berada. Ini adalah hari pertama pemberlakuan Peraturan Perlindungan Data Umum Eropa ((EU) 2016/679 ("GDPR"). Aturan yang lebih kuat tentang perlindungan data berarti orang memiliki kontrol lebih besar atas data pribadi mereka dan bisnis mendapatkan keuntungan dari lapangan bermain yang setara. Peraturan Perlindungan Data Umum adalah peraturan yang disahkan oleh Uni Eropa pada tahun 2016, yang menetapkan aturan baru tentang bagaimana perusahaan mengelola dan membagikan data pribadi. Secara teori, GDPR hanya berlaku untuk data warga negara Uni Eropa, tetapi sifat global internet berarti bahwa hampir setiap layanan online terpengaruh, dan peraturan ini telah menghasilkan perubahan signifikan bagi pengguna AS karena perusahaan berebut untuk beradaptasi.

Kesimpulan

Perkembangan teknologi membawa perubahan pada kebiasaan hidup sehari-hari, masyarakat yang tadinya berbelanja di pasar tradisional kini beralih ke

ecommerce karena dianggap lebih efektif, efisien dan juga lebih murah. Dampak perkembangan teknologi meluas hingga ke Indonesia. Hal ini ditandai dengan menjamurnya bisnis e-commerce. Dalam Islam, segala upaya harus dilakukan sesuai ketentuan hukum yang berlaku agar tidak ada kelompok atau pihak yang dirugikan.

Perkembangan teknologi membawa perubahan pada kebiasaan hidup sehari-hari, masyarakat yang tadinya berbelanja di pasar tradisional kini beralih ke ecommerce karena dianggap lebih efektif, efisien dan juga lebih murah. Dampak perkembangan teknologi meluas hingga ke Indonesia. Hal ini ditandai dengan menjamurnya bisnis e-commerce. Dalam Islam, segala upaya harus dilakukan sesuai ketentuan hukum yang berlaku agar tidak ada kelompok atau pihak yang dirugikan. Untuk itu usaha atau kegiatan usaha tidak boleh menyimpang dari hukum Islam atau ketentuan umum yang berlaku di suatu negara. Setiap usaha yang merugikan seseorang atau melanggar hukum akan dikenakan sanksi, sedangkan dalam Islam transaksi tersebut dianggap batal (tidak sah). Hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi e-commerce syariah dalam perspektif ekonomi syariah sama saja dengan transaksi jual beli, setidaknya ada 4 hal yang harus dipenuhi; yaitu pembeli, penjual, alat tukar (uang), dan barang yang diperdagangkan atau objek transaksi.

Untuk itu usaha atau kegiatan usaha tidak boleh menyimpang dari hukum Islam atau ketentuan umum yang berlaku di suatu negara. Setiap usaha yang merugikan seseorang atau melanggar hukum akan dikenakan sanksi, sedangkan dalam Islam transaksi tersebut dianggap batal (tidak sah). Hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi e-commerce syariah dalam perspektif ekonomi syariah sama saja dengan transaksi jual beli, setidaknya ada 4 hal yang harus dipenuhi; yaitu pembeli, penjual, alat tukar (uang), dan barang yang diperdagangkan atau objek transaksi.

Daftar Referensi

- Attar, Razaz Waheeb, Ahlam Almusharraf, Areej Alfawaz, and Nick Hajli. "New Trends in E-Commerce Research: Linking Social Commerce and Sharing Commerce: A Systematic Literature Review." *Sustainability (Switzerland)* 14, no. 23 (2022). <https://doi.org/10.3390/su142316024>.
- Bădîrcea, Roxana Maria, Alina Georgiana Manta, Nicoleta Mihaela Florea, Jenica Popescu, Florin Liviu Manta, and Silvia Puiu. "E-Commerce and the Factors Affecting Its Development in the Age of Digital Technology: Empirical Evidence at EU-27 Level." *Sustainability (Switzerland)* 14, no. 1 (2022): 1–17. <https://doi.org/10.3390/su14010101>.
- Dharma, A. A. Gde Siddhi Satrya, I Made Sarjana, and A. A. Sri Indrawati. "Kajian Yuridis Keabsahan Jual Beli Secara Elektronik (E-Commerce) Dengan Menggunakan Kartu Kredit." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 2013, 1–11.
- Gherghina, Ștefan Cristian, Mihai Alexandru Botezatu, and Liliana Nicoleta Simionescu. "Exploring the Impact of Electronic Commerce on Employment Rate: Panel Data Evidence from European Union Countries." *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 16, no. 7 (December 1, 2021): 3157–83. <https://doi.org/10.3390/jtaer16070172>.

- He, Yugang, Renhong Wu, and Yong Jae Choi. "International Logistics and Cross-Border e-Commerce Trade: Who Matters Whom?" *Sustainability (Switzerland)* 13, no. 4 (2021): 1–20. <https://doi.org/10.3390/su13041745>.
- Juswanto, U, S Suryanto, and Y Gunawan. "Juridical Review of Legal Protection Against E-Commerce Consumers on The Marketplace." *Legal Brief* 11, no. 4 (2022): 2534–42. <https://doi.org/10.35335/legal.xx.xx>.
- Liang, Yingying, Liangliang Guo, Jianlu Li, Shuang Zhang, and Xiangyun Fei. "The Impact of Trade Facilitation on Cross-Border e-Commerce Transactions: Analysis Based on the Marine and Land Cross-Border Logistical Practices between China and Countries along the 'Belt and Road.'" *Water (Switzerland)* 13, no. 24 (2021). <https://doi.org/10.3390/w13243567>.
- Liu, Aijun, Maurice Osewe, Yangyan Shi, Xiaofei Zhen, and Yanping Wu. "Cross-Border e-Commerce Development and Challenges in China: A Systematic Literature Review." *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 17, no. 1 (2022): 69–88. <https://doi.org/10.3390/jtaer17010004>.
- Manullang, Sardjana Orba, Irma Rachmawati Maruf, Tamaulina Br Sembiring, Yuli Purbaningsih, and Prasetyono Hendriarto. "Revisiting the Consumer Protection Law in the Digital-Based Business Era: A Study of Trade Law." *Budapest International Research and Critics Institute-Journal* 5, no. 4 (2022): 28962–73. <https://www.bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/7048>.
- Nasution, Farras Syafiq. "Perlindungan Hukum Terhadap Pekerja Migran Perempuan Menurut Hukum Internasional" 2 (2022): 178–85. <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/18090>.
- Rongiyati, Sulasi. "Pelindungan Konsumen Dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik." *Negara Hukum* 10, no. 1 (2019): 1–25. <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/hukum/article/download/1223/pdf>.
- Santoso, Edy. "Opportunities and Challenges: E-Commerce in Indonesia from a Legal Perspective." *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 22, no. 3 (2022): 395. <https://doi.org/10.30641/dejure.2022.v22.395-410>.
- Santoso, Vira Aprillia. "Legal Protection on E-Commerce Transactions: Problems and Challenges in Global Business." *Semarang State University Undergraduate Law and Society Review* 1, no. 2 (July 31, 2021): 101–12. <https://doi.org/10.15294/lsr.v1i2.50552>.
- Sunismi, et al. "International Journal of Social Science Research and Review." *International Journal of Social Science Research and Review* 5 (1) (2022): 159–65.
- Wang, C., Liu, T., Wen, D., Li, D., Vladislav, G., & Zhu, Y. "The Impact of International Electronic Commerce on Export Trade: Evidence from China." *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 16 (7) (2021): 2579–93. <https://doi.org/10.3390/jtaer16070142>.
- Wang, Chenggang, Tiansen Liu, Jinliang Wang, Dongrong Li, Duo Wen, Polina Ziomkovskaya, and Yang Zhao. "Cross-Border E-Commerce Trade and Industrial Clusters: Evidence from China." *Sustainability (Switzerland)* 14, no. 6 (2022). <https://doi.org/10.3390/su14063576>.
- Wang, Yu, Yi Wang, and Soo Hee Lee. "The Effect of Cross-Border e-Commerce on China's International Trade: An Empirical Study Based on Transaction Cost

Analysis.” *Sustainability (Switzerland)* 9, no. 11 (2017): 1–13. <https://doi.org/10.3390/su9112028>.

Yang, Yunpeng, Nan Chen, and Hongmin Chen. “The Digital Platform, Enterprise Digital Transformation, and Enterprise Performance of Cross-Border E-Commerce—From the Perspective of Digital Transformation and Data Elements.” *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 18, no. 2 (2023): 777–94. <https://doi.org/10.3390/jtaer18020040>.