

***Maṣlaḥah dan Mafṣadah Pemanfaatan Artificial Intelligence dalam Jual Beli Online:
Perspektif Hukum Ekonomi Syariah***

Achmad Fatich Asshidqi, Muhajir, Septian Fiktor Riyantoro
Institut Agama Islam An-Nawawi Purworejo, Indonesia
Email: achmadfatihasshidqi@gmail.com

Abstract

The development of Artificial Intelligence (AI) in digital transactions presents both opportunities and challenges from the perspective of Islamic Economic Law (Sharia). AI is utilized in various aspects of e-commerce, such as product recommendation systems, dynamic pricing, chatbot-based customer service, and consumer data management. This research aims to analyze the use of AI in buying and selling transactions through the lens of Islamic Economic Law using the maqāṣid al-syarī'ah approach, specifically evaluating the forms of maṣlaḥah (benefits) and potential mafṣadah (harms) produced. This study employs a qualitative method with a library research approach and is normative-philosophical in nature. Data sources include the Compilation of Islamic Economic Law (KHES), digital economy regulations, and academic literature such as books and scientific journals. The results indicate that the use of AI in commerce is fundamentally mubah (permissible) as long as it is used to enhance efficiency, fairness, transparency, and consumer protection. This aligns with the goals of ḥifẓ al-māl (protection of property) and taḥqīq al-maṣlaḥah (realization of public interest). However, AI also has the potential to cause mafṣadah, such as elements of gharar (uncertainty), algorithmic bias, data exploitation, and ambiguity in legal liability. Therefore, the utilization of AI in transactions must remain within the corridors of Sharia principles, Islamic business ethics, and adaptive regulations to ensure that technological progress remains consistent with the objectives of Islamic law.

Keywords: *Artificial Intelligence, Buying and Selling, Islamic Economic Law, Maqāṣid al-Syarī'ah, E-commerce.*

Abstrak

Perkembangan Artificial Intelligence (AI) dalam transaksi jual beli digital menghadirkan peluang sekaligus tantangan dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah. AI dimanfaatkan dalam berbagai aspek e-commerce, seperti sistem rekomendasi produk, penetapan harga dinamis, layanan pelanggan berbasis chatbot, serta pengelolaan data konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan AI dalam transaksi jual beli ditinjau dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah dengan pendekatan maqāṣid al-syarī'ah, khususnya dalam menilai bentuk-bentuk Maṣlaḥah dan potensi Mafṣadah yang ditimbulkan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (library research) serta bersifat normatif-filosofis. Sumber data meliputi Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, regulasi ekonomi digital, serta literatur akademik berupa buku dan jurnal ilmiah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan AI dalam jual beli pada dasarnya bersifat mubah selama digunakan untuk meningkatkan efisiensi, keadilan, transparansi, dan perlindungan konsumen. Hal ini sejalan dengan tujuan ḥifẓ al-māl dan taḥqīq al-maṣlaḥah. Namun demikian, AI juga berpotensi menimbulkan Mafṣadah, seperti unsur gharar, bias algoritma, eksploitasi data, serta ketidakjelasan tanggung jawab hukum. Oleh karena itu, pemanfaatan AI dalam transaksi jual beli harus berada dalam koridor prinsip syariah, etika bisnis Islam, serta regulasi yang adaptif agar kemajuan teknologi tetap sejalan dengan tujuan hukum Islam.

Kata Kunci: *Artificial Intelligence, Jual Beli, Hukum Ekonomi Syariah, Maqāṣid al-Syarī'ah, E-commerce.*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dalam era globalisasi telah membawa perubahan mendasar dalam praktik ekonomi, khususnya dalam mekanisme transaksi jual beli. Pola transaksi yang sebelumnya bersifat konvensional dan mengandalkan interaksi langsung antara penjual dan pembeli kini beralih ke sistem digital yang dimediasi oleh platform daring, algoritma, dan teknologi otomatis. Fenomena ini ditandai dengan meningkatnya transaksi *e-commerce*, penggunaan sistem pembayaran digital, serta pemanfaatan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) dalam proses perdagangan modern.¹

Dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah, aktivitas jual beli (*al-bay'*) merupakan bagian dari muamalah yang pada dasarnya bersifat fleksibel dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Prinsip *al-ashlu fi al-mu'amalat al-ibahah* menegaskan bahwa setiap bentuk transaksi diperbolehkan selama tidak bertentangan dengan ketentuan syariah. Landasan normatif ini ditegaskan dalam Al-Qur'an (QS. Al-Baqarah [2]: 275):

Artinya: “Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.”

Ayat ini menunjukkan bahwa Islam membuka ruang bagi inovasi dalam praktik perdagangan, termasuk melalui pemanfaatan teknologi digital, selama tidak mengandung unsur riba, *gharar*, *maisir*, dan kezaliman.²

Salah satu inovasi teknologi yang semakin dominan dalam transaksi digital adalah *Artificial Intelligence* (AI). AI digunakan dalam berbagai aspek perdagangan, seperti sistem rekomendasi produk, penetapan harga otomatis (*dynamic pricing*), layanan pelanggan berbasis *chatbot*, serta pengelolaan data konsumen. Dalam praktik *e-commerce*, teknologi ini dipandang mampu meningkatkan efisiensi transaksi, memperluas akses pasar, dan memberikan kemudahan bagi konsumen.³ Dari sudut pandang ekonomi syariah, pemanfaatan AI dapat dikategorikan sebagai wasilah (alat) yang bersifat mubah apabila digunakan untuk mendukung keMaslahahan dan tidak melanggar prinsip-prinsip muamalah Islam.

¹ mahmudah Mulia Muhammad, “Transaksi E-Commerce dalam Ekonomi Syariah” 2 (2020): 76–86.

² Ashabul dkk Kahfi, “Dinamika Jual Beli Dan Potensi Riba Era Digital Perspektif Al- Qur ' an,” *Jurnal Studi Islam* 17, no. 1 (2025): 126–43.

³ Adil Alfarizi Nst and Imsar Imsar, “Analisis Fiqih Muamalah Dalam Transaksi Jual Beli Online Menurut Perspektif Hukum Islam Dan Syariah,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak* 2, no. 3 (2025): 191–201, <https://doi.org/10.61132/jieap.v2i3.1543>.

Namun demikian, penerapan AI dalam transaksi jual beli juga menimbulkan persoalan hukum yang kompleks. Salah satu isu utama adalah ketidakjelasan mekanisme kerja algoritma dalam penentuan harga dan pengambilan keputusan transaksi. Konsumen sering kali tidak mengetahui dasar penetapan harga atau alasan sistem menampilkan produk tertentu, sehingga berpotensi menimbulkan ketidakpastian dan ketimpangan informasi. Dalam fiqh muamalah, kondisi ini dapat dikategorikan sebagai *gharar* apabila menghilangkan kejelasan objek dan syarat akad.⁴

Larangan terhadap *gharar* memiliki dasar kuat dalam Islam, baik dari Al-Qur'an maupun hadis Nabi SAW yang melarang transaksi yang mengandung ketidakjelasan. Dalam konteks transaksi digital, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa praktik algoritmik yang tidak transparan dapat melemahkan prinsip kerelaan (*tarādī*) antara para pihak, yang merupakan syarat sahnya akad jual beli.⁵ Hal ini diperkuat oleh firman Allah SWT (QS. an-Nisa' [4]: 29):

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Selain *gharar*, penggunaan AI juga berpotensi menimbulkan praktik eksploitasi data dan ketidakadilan dalam transaksi. Pemanfaatan data pribadi konsumen tanpa persetujuan yang jelas dapat dikategorikan sebagai bentuk *tadlis* (penipuan), karena menyembunyikan informasi penting yang seharusnya diketahui oleh pihak lain. Dalam Hukum Ekonomi Syariah, praktik semacam ini bertentangan dengan prinsip kejujuran (*as-ṣidq*) dan keadilan (*al-'adl*), yang menjadi fondasi utama muamalah Islam.⁶

Persoalan lain yang tidak kalah penting adalah status AI dalam perspektif hukum Islam. AI bukanlah subjek hukum yang memiliki niat (*niyyah*) dan kecakapan hukum (*ahliyyah*). Oleh karena itu, ketika keputusan berbasis AI menimbulkan kerugian dalam transaksi, muncul ketidakjelasan mengenai pihak yang harus bertanggung jawab secara syariah. Kondisi ini berpotensi mengganggu tujuan syariah dalam menjaga harta (*hifz al-māl*) dan keadilan dalam transaksi ekonomi.⁷

⁴ Arum Indiharwati, Nor Asiah, and Binti Mohamad, “Gharar in Shafi'i Jurisprudence: Reassessing Its Validity in E-Commerce Transactions,” *Journal of Islamic Economic Law* 9, no. 2 (2025), <https://doi.org/10.21111/aliktisab.v9>.

⁵ Nazwa Hanifah et al., “Analisis Qawaid Fiqhiyyah pada Akad Jual Beli Digital dalam Perspektif Ekonomi Syariah” 10, no. 204 (2025): 4087–96.

⁶ Adil Alfarizi Nst and Imsar Imsar, “Analisis Fiqih Muamalah Dalam Transaksi Jual Beli Online Menurut Perspektif Hukum Islam Dan Syariah.”

⁷ M. M. A. M. Edris Mulyono, E., “From Jurisprudence to Algorithms: The Role of Artificial Intelligence in Contemporary Sharia Financial Decision-Making,” *Nusantara: Journal Of Law Studies* 4, no. 5 (2025): 129–42, <https://doi.org/10.5281/zenodo.17341980>.

Untuk merespons kompleksitas tersebut, pendekatan *maqāṣid al-syarī'ah* menjadi kerangka analisis yang relevan. *Maqāṣid al-syarī'ah* menegaskan bahwa hukum Islam bertujuan mewujudkan keMaslahahan dan mencegah kemudharatan dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk aktivitas ekonomi. Dalam konteks ini, penggunaan AI dalam transaksi jual beli dapat diterima secara syariah apabila terbukti mendukung keadilan, transparansi, perlindungan konsumen, dan distribusi manfaat yang seimbang.⁸

Sebaliknya, apabila penggunaan AI justru memperbesar potensi *gharar*, eksploitasi, dan ketidakadilan struktural, maka praktik tersebut bertentangan dengan tujuan syariah. Hal ini sejalan dengan kaidah fiqh *dar' al-mafasid muqaddam 'ala jalb al-masalih*, yaitu mencegah kerusakan harus didahulukan daripada menarik keMaslahahan.⁹

Meskipun kajian tentang transaksi digital dan *e-commerce* syariah telah berkembang, penelitian yang secara spesifik mengkaji penggunaan *Artificial Intelligence* dalam transaksi jual beli melalui perspektif Hukum Ekonomi Syariah masih relatif terbatas. Sebagian besar studi masih berfokus pada aspek umum transaksi online tanpa mengulas secara mendalam implikasi algoritma AI terhadap keabsahan akad, prinsip *gharar*, serta analisis *maṣlaḥah* dan mafṣadah secara sistematis.¹⁰

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan *Artificial Intelligence* dalam transaksi jual beli ditinjau dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah dengan pendekatan *maqāṣid al-syarī'ah*. Fokus utama kajian ini adalah mengkaji bentuk-bentuk keMaslahahan dan potensi kemudharatan penggunaan AI dalam transaksi jual beli, serta implikasinya terhadap keabsahan akad dan perlindungan hak para pihak.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang mengadopsi pendekatan studi kepustakaan (*library research*) dan bersifat normatif-filosofis; pemilihan metode kualitatif didasarkan pada tujuan untuk memahami dan menafsirkan makna, konsep, serta nilai-nilai hukum Islam yang berkaitan dengan pemanfaatan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) dalam praktik jual beli, bukan untuk mengukur fenomena secara statistik.¹¹ Dengan seluruh data bersumber dari literatur tertulis, pendekatan studi kepustakaan dipandang paling tepat karena memungkinkan peneliti melakukan penelusuran konseptual dan normatif yang

⁸ Ahmad Rida Jafar, "Peran Fintech Syariah Dalam Inklusi Keuangan Digital: Analisis Maqashid-Al-Shariah," *MAQASID: Jurnal Studi Hukum Islam* 14, no. 3 (2025): 340–49, <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Maqasid>.

⁹ Zainal Habib, "Ethics of *Artificial Intelligence* in Maqāṣid Al-Sharī'a's Perspective," *Karsa* 33, no. 1 (2025): 105–34, <https://doi.org/10.19105/karsa.v33i1.19617>.

¹⁰ Hanifah et al., "Analisis Qawaid Fiqhiyyah pada Akad Jual Beli Digital dalam Perspektif Ekonomi Syariah."

¹¹ Marzuki, *Pengantar Studi Hukum Islam; Prinsip Dasar Memahami Berbagai Konsep Dan Permasalahan Hukum Islam Di Indonesia* (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2017).

mendalam terhadap isu yang diteliti. Secara substantif, kajian ini ditempatkan pada ranah normatif karena analisis difokuskan pada penerapan norma dan prinsip hukum Islam yang bersumber dari Al-Qur'an, hadis, fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), serta peraturan perundang-undangan dan regulasi terkait; pendekatan normatif ini sejalan dengan karakter penelitian hukum Islam yang menjadikan teks dan doktrin sebagai rujukan utama dalam penentuan hukum. Di samping itu, penelitian mengambil dimensi filosofis yang tidak hanya berhenti pada penentuan status hukum (halal/haram) tetapi juga mengeksplorasi aspek Masalah (manfaat) dan Mafsadah (mudarat) penggunaan AI dalam jual beli melalui lensa tujuan-tujuan syariah (*maqāsid al-syarī'ah*), sehingga aspek etika, keadilan, dan kemanusiaan dalam pemanfaatan teknologi modern dikaji secara lebih komprehensif.¹²

Sumber data dalam penelitian ini dibedakan menjadi tiga kategori utama yakni primer, sekunder, dan tersier. Data primer mencakup sumber-sumber yang memiliki otoritas langsung dalam penetapan hukum Islam dan regulasi syariah, Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) sebagai rujukan normatif di Indonesia, serta regulasi yang dikeluarkan oleh OJK dan Bank Indonesia terkait fintech, ekonomi digital, dan pemanfaatan teknologi di sektor keuangan syariah termasuk dalam kategori data primer. Data sekunder meliputi literatur pendukung yang memberikan penjelasan, interpretasi, dan analisis ilmiah terhadap data primer, yakni buku-buku Fiqh Muamalah, kajian maqashid syariah, etika bisnis Islam karya ulama dan akademisi Indonesia, artikel jurnal nasional dan internasional yang membahas AI dalam e-commerce dan ekonomi syariah digital, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan jual beli digital dan otomatisasi transaksi. Sebagai pelengkap, data tersier digunakan secara opsional untuk memperkuat pemahaman konseptual; contoh sumber tersier yang dimanfaatkan adalah Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) untuk definisi istilah, ensiklopedia ekonomi Islam, serta berita dan laporan resmi dari OJK, Bank Indonesia, dan lembaga riset yang mempublikasikan riset ekonomi digital nasional.¹³

Pada penelitian pustaka, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini mengandalkan studi dokumentasi sebagai teknik utama, yaitu pengumpulan dan penelaahan berbagai dokumen tertulis seperti buku, jurnal ilmiah, fatwa, peraturan perundang-undangan, dan dokumen resmi lain yang relevan dengan AI serta praktik jual beli syariah; literatur dikompilasi dari sumber-sumber terpercaya termasuk perpustakaan digital dan basis data akademik seperti Google Scholar, Garuda, dan SINTA. Untuk analisis isi (*content analysis*) digunakan

¹² Tri Marfiyanto, "Maqasid Syariah Dan Pendekatan Teori Sistem Dalam Hukum Islam Menurut Yasser Auda," *Jurnal Kajian Hukum Islam* 6, no. 1 (2019): 1–13, <https://doi.org/10.52166/jkhi.v6i1.4>.

¹³ Meril Nawasabila et al., "Digitalisasi Ekonomi Syariah : Peluang Dan Strategi Pengembangan Dalam Perspektif Islam" 2, no. September (2025), <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/jiesa.v2i6.1831>.

pendekatan sistematis dalam menelaah teks-teks hukum dan akademik guna mengidentifikasi konsep kunci seperti Masalah, Mafsadah, *gharar*, keadilan, serta prinsip dasar jual beli dalam Islam; teknik ini memungkinkan peneliti menangkap baik makna eksplisit maupun implisit yang terkandung dalam teks.¹⁴ Selain itu, analisis komparatif diterapkan untuk membandingkan pandangan ulama klasik dan kontemporer mengenai transaksi modern dan penggunaan teknologi otomatis seperti AI, sehingga dapat terlihat perkembangan pemikiran hukum Islam dan sejauh mana pendekatan hermeneutik dan ijtihad kontemporer mampu merespons tantangan zaman.

Proses analisis data dilakukan secara kualitatif-deskriptif melalui beberapa tahapan yang metodologis. Tahap awal berupa reduksi data dengan menyeleksi dan menyederhanakan kumpulan literatur sehingga fokus analisis tertuju pada informasi yang relevan dengan penggunaan AI dalam jual beli, konsep Masalah-Mafsadah, serta prinsip-prinsip hukum Islam yang berhubungan.¹⁵ Setelah proses reduksi, data dikelompokkan ke dalam beberapa tema utama untuk mempermudah analisis mendalam; tema-tema ini mencakup: konsep dan karakteristik AI, prinsip jual beli dalam Islam, potensi Masalah penggunaan AI, potensi Mafsadah penggunaan AI, dan analisis hukum syariah terhadap praktik jual beli yang dipengaruhi atau dijalankan oleh sistem AI. Pada tahap analisis normatif-filosofis, penelaahan dilakukan dengan merujuk pada kaidah fikih seperti *al-aṣl fī al-mu'āmalāt al-ibāḥah ḥattā yadullu ad-dalīl 'alā at-tahrīm* (asal hukum muamalah adalah kebolehan sampai ada dalil yang menunjukkan pengharaman), serta dengan menggunakan kerangka maqashid syariah sebagai basis penilaian terhadap Masalah dan Mafsadah. Prinsip ushul seperti *jalb al-maṣāliḥ wa dar' al-mafāsid* dijadikan landasan etika dalam menentukan kebolehan dan pembatasan penggunaan AI dalam transaksi.

Tahap akhir dari prosedur penelitian ini adalah penarikan kesimpulan yang dirumuskan berdasarkan sintesis temuan normatif dan filosofis; rumusan ini mencakup kedudukan hukum penggunaan AI dalam jual beli menurut perspektif hukum Islam, serta syarat-syarat yang harus dipenuhi dan batasan-batasan syariah yang perlu diperhatikan oleh pelaku ekonomi digital. Dengan pendekatan yang mengintegrasikan sumber-sumber primer otoritatif, kajian literatur pendukung, teknik analisis isi dan komparatif, serta prosedur analisis normatif-filosofis yang berlandaskan kaidah fikih dan maqashid syariah, penelitian ini berupaya memberikan hasil yang tidak hanya menentukan status hukum penggunaan AI dalam jual beli, tetapi juga memetakan implikasi etis, sosial, dan regulatifnya dalam kerangka pemikiran hukum Islam kontemporer.

¹⁴ Klaus Krippendorff, *Content Analysis; an Introduction to Its Methodology* (Los Angeles: SAGE, 2019).

¹⁵ Albert J. Mills, Gabrielle Eurepos, and Elden Wiebe, *Encyclopedia of Case Study Research* (California: SAGE, 2016); Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, and Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis; a Methods Sourcebook*, 3rd ed. (Los Angeles: SAGE, 2014).

C. Pembahasan

1. Manfaat *Artificial Intelligence* dalam Transaksi *E-commerce*

Pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) dalam ekosistem *e-commerce* telah menghadirkan transformasi mendasar terhadap cara transaksi ekonomi dilakukan dalam konteks ekonomi digital modern. Berbagai temuan penelitian mutakhir menunjukkan bahwa AI berperan signifikan dalam meningkatkan efisiensi dan kecepatan transaksi melalui otomatisasi proses bisnis yang sebelumnya sangat bergantung pada intervensi manusia. Proses-proses tersebut mencakup pencarian dan pemilahan produk, pengolahan informasi konsumen, penyesuaian harga secara dinamis, hingga sistem pembayaran digital yang terintegrasi secara *end-to-end*. Dengan mengandalkan algoritma pembelajaran mesin (*machine learning*) dan analisis data skala besar (*big data analytics*), AI mampu memproses dan menganalisis jutaan data perilaku konsumen secara *real-time*, sehingga platform *e-commerce* dapat menyajikan informasi dan pilihan produk yang relevan sesuai dengan preferensi individual pengguna.¹⁶

Implikasi langsung dari kemampuan tersebut adalah penurunan *search cost* konsumen, baik dalam bentuk waktu, tenaga, maupun biaya informasi yang harus dikeluarkan untuk menemukan produk yang sesuai. Efisiensi ini pada gilirannya mempercepat proses pengambilan keputusan pembelian dan meningkatkan kelancaran arus transaksi digital.¹⁷ Lebih jauh, sistem rekomendasi berbasis AI tidak semata-mata berfungsi sebagai instrumen pemasaran, melainkan juga berperan sebagai mekanisme efisiensi pasar. Melalui kemampuan prediktifnya, AI dapat mempertemukan penawaran dan permintaan secara lebih presisi, mengurangi asimetri informasi antara penjual dan pembeli, serta menekan potensi kesalahan transaksi yang merugikan salah satu pihak.

Dalam konteks ini, AI berfungsi sebagai *decision-support system* yang memungkinkan pelaku usaha dan konsumen mengambil keputusan berbasis data empiris, bukan sekadar intuisi atau spekulasi. Efisiensi yang tercipta tidak hanya berdampak pada peningkatan volume transaksi dan kepuasan pelanggan, tetapi juga pada penurunan biaya operasional pelaku usaha, terutama dalam aspek pengelolaan persediaan, distribusi, dan layanan pelanggan.¹⁸ Dari perspektif ekonomi Islam, efisiensi transaksi yang dihasilkan

¹⁶ Kushariyadi et al., *Artificial Intelligence: Dinamika Perkembangan AI Beserta Penerapannya [Artificial Intelligence: The Dynamics of AI Development and Its Applications]* (Jambi: Sonpedia Publishing, 2024).

¹⁷ Yogesh K. Dwivedi et al., “‘So What If ChatGPT Wrote It?’ Multidisciplinary Perspectives on Opportunities, Challenges and Implications of Generative Conversational AI for Research, Practice and Policy,” *International Journal of Information Management* 71, no. March (2023), <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642>.

¹⁸ Hironimus Hari Kurniawan and Ditya Wardana, “Peran Perceived Value, Technological Readiness, Dan Cost-Benefit Analysis Pada Adopsi Fitur Premium *Artificial Intelligence* Oleh Kalangan Pelaku Bisnis Surabaya,” *Jurnal Manajemen Dan Profesional* 5, no. 1 (2024): 166–82, <https://doi.org/10.32815/jpro.v5i1.2275>.

oleh AI memiliki keterkaitan erat dengan prinsip *taisīr* (kemudahan) dan *raf' al-ḥaraj* (penghilangan kesulitan) dalam muamalah. Islam mendorong terciptanya sistem ekonomi yang memudahkan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya selama tidak mengandung unsur kezaliman, penipuan, maupun pelanggaran terhadap nilai-nilai syariah.¹⁹

Dalam batas penggunaan yang etis dan bertanggung jawab, AI dapat dipandang sebagai instrumen teknologi yang mendukung realisasi prinsip tersebut dengan menyederhanakan prosedur transaksi dan mempercepat proses pertukaran barang dan jasa. Selain itu, efisiensi yang dihasilkan AI juga berkontribusi terhadap *tahqīq al-maṣlaḥah* atau realisasi keMaslahahan bagi para pihak yang bertransaksi. KeMaslahahan bagi konsumen tercermin dalam kemudahan akses, kecepatan layanan, dan meningkatnya kepuasan berbelanja, sedangkan bagi penjual tercermin dalam peningkatan produktivitas, efisiensi biaya, serta kemampuan menjangkau pasar yang lebih luas. Meski demikian, efisiensi tidak dapat dijadikan satu-satunya indikator legitimasi syariah. Penggunaan AI harus tetap berada dalam koridor nilai keadilan (*al-'adl*), transparansi (*as-ṣidq*), dan tanggung jawab (*mas'uliyah*), sehingga prinsip kemudahan tidak berubah menjadi sarana eksploitasi dalam praktik *e-commerce* modern.²⁰

Salah satu keunggulan utama penerapan *Artificial Intelligence* dalam *e-commerce* adalah kemampuannya menghadirkan personalisasi layanan secara mendalam dan berkelanjutan.²¹ Literatur mengenai kecerdasan buatan dalam perdagangan digital menegaskan bahwa personalisasi berbasis AI diwujudkan melalui analisis komprehensif terhadap perilaku konsumen, meliputi riwayat pencarian, pola pembelian, preferensi harga, serta interaksi pengguna dengan platform digital. Dengan memanfaatkan algoritma *machine learning* dan *predictive analytics*, AI mampu menghasilkan rekomendasi produk yang lebih relevan, kontekstual, dan sesuai dengan kebutuhan individual konsumen, sehingga pengalaman berbelanja menjadi lebih efisien dan personal.

Berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa personalisasi layanan berbasis AI tidak hanya berdampak pada peningkatan penjualan dalam jangka pendek, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap pembentukan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Ketika konsumen merasa bahwa platform *e-commerce* mampu memahami preferensi dan kebutuhannya secara akurat, tingkat kepercayaan terhadap sistem dan pelaku usaha cenderung meningkat. Kepercayaan tersebut menjadi fondasi penting bagi

¹⁹ (Hidayatullah & Fadillah, 2025)

²⁰ Kurniawan and Wardana, "Peran Perceived Value, Technological Readiness, Dan Cost-Benefit Analysis Pada Adopsi Fitur Premium *Artificial Intelligence* Oleh Kalangan Pelaku Bisnis Surabaya."

²¹ (Natasya, 2023)

terciptanya relasi bisnis yang berkelanjutan, di mana transaksi tidak lagi dipahami sebagai pertukaran sesaat, melainkan sebagai hubungan jangka panjang antara penjual dan pembeli.²²

Dalam perspektif ekonomi Islam, praktik personalisasi layanan ini dapat dimaknai sebagai perwujudan nilai *ihsān* dalam muamalah, yakni upaya memberikan layanan terbaik yang melampaui standar minimum keadilan dalam bertransaksi. Nilai *ihsān* menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya memenuhi rukun dan syarat akad, tetapi juga memperhatikan kenyamanan, kemudahan, dan keMaslahahan pihak lain. Selama personalisasi dilakukan secara jujur, transparan, dan tidak mengandung unsur manipulasi psikologis, penyesatan informasi, maupun eksploitasi kelemahan konsumen, maka praktik tersebut sejalan dengan etika bisnis Islam.²³

Namun demikian, Hidayatullah & Fadillah (2025) menekankan analisis syariah juga menuntut kehati-hatian terhadap potensi penyimpangan dalam personalisasi berbasis AI. Apabila algoritma digunakan untuk mendorong konsumsi berlebihan, menciptakan ketergantungan, atau menyembunyikan informasi penting demi keuntungan sepihak, maka nilai *ihsān* dapat bergeser menjadi praktik yang bertentangan dengan prinsip keadilan (*al-‘adl*) dan kejujuran (*as-ṣidq*). Oleh karena itu, personalisasi layanan dalam *e-commerce* syariah seharusnya tidak hanya berorientasi pada optimalisasi keuntungan, tetapi juga pada perlindungan hak konsumen serta pembentukan relasi bisnis yang etis, seimbang, dan berkelanjutan. Dengan demikian, personalisasi berbasis AI dapat menjadi instrumen positif apabila dikelola dalam kerangka *maqāṣid al-syarī‘ah*, khususnya dalam mewujudkan keMaslahahan dan menjaga harta (*ḥifẓ al-māl*).²⁴

Artificial Intelligence juga memiliki peran strategis dalam mendorong inklusi ekonomi digital, terutama melalui penguatan peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam ekosistem *e-commerce*. Teknologi AI memungkinkan pelaku usaha skala kecil mengakses sistem bisnis yang sebelumnya hanya tersedia bagi perusahaan besar. Fitur-fitur seperti *chatbot* berbasis AI, manajemen stok otomatis, serta analisis permintaan pasar memberikan kemudahan dalam pengelolaan usaha sehari-hari. Dengan dukungan teknologi tersebut, UMKM dapat meningkatkan responsivitas layanan, mengelola persediaan secara lebih efisien, dan mengambil keputusan bisnis berbasis data

²² Kurniawan and Wardana, “Peran Perceived Value, Technological Readiness, Dan Cost-Benefit Analysis Pada Adopsi Fitur Premium *Artificial Intelligence* Oleh Kalangan Pelaku Bisnis Surabaya.”

²³ (Hidayatullah & Fadillah, 2025)

²⁴ (Hidayatullah & Fadillah, 2025)

tanpa harus memiliki sumber daya manusia yang besar atau keahlian teknis yang kompleks.²⁵

Penelitian empiris menunjukkan bahwa integrasi AI dalam aktivitas UMKM mampu menekan biaya operasional, meningkatkan produktivitas, serta memperluas jangkauan pasar hingga melampaui batas geografis lokal. Dalam konteks ini, AI berfungsi sebagai *equalizer technology* yang berpotensi menyetarakan peluang usaha antara pelaku bisnis kecil dan besar. Platform *e-commerce* berbasis AI memungkinkan UMKM bersaing secara lebih adil melalui strategi harga yang optimal, promosi yang lebih tepat sasaran, serta layanan pelanggan yang profesional.²⁶

Namun demikian, berbagai studi juga mengungkapkan bahwa rendahnya tingkat literasi AI dan digital di kalangan pelaku UMKM masih menjadi hambatan utama dalam optimalisasi manfaat teknologi ini. Keterbatasan akses terhadap pelatihan, minimnya pendampingan teknologi, serta kesenjangan infrastruktur digital menyebabkan manfaat AI belum dirasakan secara merata. Kondisi tersebut berpotensi melahirkan kesenjangan digital yang bertentangan dengan prinsip keadilan (*al-'adl*) dalam ekonomi Islam. Islam menekankan pentingnya distribusi manfaat ekonomi yang adil dan proporsional serta melarang praktik yang menyebabkan akumulasi keuntungan pada kelompok tertentu secara berlebihan.²⁷

Oleh karena itu, dari perspektif ekonomi Islam, diperlukan upaya sistematis untuk meningkatkan literasi AI dan inklusi teknologi bagi UMKM melalui sinergi antara pemerintah, platform *e-commerce*, lembaga pendidikan, dan otoritas keuangan syariah. Program pelatihan, pendampingan, serta regulasi yang berpihak pada pelaku usaha kecil menjadi prasyarat penting agar AI benar-benar berfungsi sebagai sarana pemberdayaan ekonomi umat. Dengan pendekatan tersebut, pemanfaatan AI dalam *e-commerce* dapat selaras dengan nilai keadilan, keberpihakan sosial, dan prinsip pemerataan kesejahteraan sebagaimana ditekankan dalam ekonomi Islam.

2. Risiko dan Mudarat *Artificial Intelligence* dalam Transaksi Modern

Beberapa jurnal penelitian menegaskan bahwa algoritma *Artificial Intelligence* tidak dapat diposisikan sebagai sistem yang sepenuhnya netral secara nilai. Algoritma AI dibangun, dilatih, dan dikembangkan berdasarkan kumpulan data historis yang pada dasarnya merefleksikan realitas sosial dan ekonomi masa lalu. Data tersebut sering kali

²⁵ Dwivedi et al., “‘So What If ChatGPT Wrote It?’ Multidisciplinary Perspectives on Opportunities, Challenges and Implications of Generative Conversational AI for Research, Practice and Policy.”

²⁶ Kurniawan and Wardana, “Peran Perceived Value, Technological Readiness, Dan Cost-Benefit Analysis Pada Adopsi Fitur Premium *Artificial Intelligence* Oleh Kalangan Pelaku Bisnis Surabaya.”

²⁷ Kurniawan and Wardana.

mengandung bias struktural, seperti perbedaan daya beli, ketimpangan wilayah geografis, ketidakseimbangan akses teknologi, serta pola konsumsi kelompok tertentu. Ketika data yang bias ini dijadikan dasar pengambilan keputusan otomatis, maka algoritma AI berpotensi mereproduksi bahkan memperkuat ketimpangan tersebut dalam praktik ekonomi digital kontemporer. Dalam konteks *e-commerce*, bias algoritma dapat muncul dalam berbagai bentuk, antara lain diskriminasi harga (*price discrimination*), pengaturan visibilitas produk yang tidak seimbang, serta segmentasi konsumen yang menguntungkan kelompok tertentu dan merugikan kelompok lain secara sistematis.

Filter Bubbles & Visibility: Algoritma pencarian sering kali memprioritaskan produk dari penjual besar yang memiliki data historis performa tinggi, sehingga secara sistematis menyembunyikan produk dari UMKM atau penjual baru yang tidak memiliki "jejak data" yang kuat. bias algoritmik dapat berdampak langsung pada pengalaman konsumen tanpa disadari oleh pihak yang dirugikan. Konsumen dengan karakteristik data tertentu, seperti lokasi geografis, perangkat yang digunakan, atau riwayat pembelian, dapat dikenakan harga yang lebih tinggi, memperoleh rekomendasi produk yang lebih terbatas, atau menerima kualitas layanan yang berbeda dibandingkan konsumen lain. Praktik semacam ini menciptakan ketimpangan akses pasar yang bersifat laten, karena proses pengambilan keputusan sepenuhnya berada di balik sistem algoritmik yang bersifat tertutup dan sulit dipahami oleh pengguna awam. Akibatnya, AI tidak hanya berfungsi sebagai instrumen efisiensi ekonomi, tetapi juga berpotensi menjadi mekanisme baru dalam produksi dan legitimasi ketidakadilan ekonomi digital.²⁸

Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, kondisi tersebut menimbulkan persoalan serius karena berpotensi bertentangan dengan prinsip keadilan (*al-'adl*) dan larangan terhadap kezaliman (*zulm*). Islam secara tegas menekankan bahwa setiap transaksi muamalah harus berlangsung secara adil, proporsional, dan tidak merugikan salah satu pihak secara sepihak. Ketika algoritma AI menetapkan harga atau memberikan perlakuan berbeda tanpa dasar yang jelas, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan, maka praktik tersebut dapat dikategorikan sebagai bentuk kezaliman struktural dalam muamalah modern. Oleh karena itu, bias algoritma bukan sekadar isu teknis, melainkan persoalan etis dan yuridis yang harus menjadi perhatian utama dalam penerapan AI pada sektor *e-commerce* syariah.²⁹

²⁸ Kurniawan and Wardana.

²⁹ Hidayatullah and Fadillah, "Integration of *Artificial Intelligence* and Islamic Financial Institutions in The Era of Society 5.0: Viewing from The Lens of Islamic Legal Maxims."

Selain persoalan bias, Segmentasi Laten menunjukkan bahwa perbedaan perangkat (misal: pengguna iPhone vs. Android) atau lokasi geografis (ZIP code) sering digunakan sebagai *proxy* untuk daya beli, yang berujung pada penetapan harga yang lebih tinggi bagi kelompok tertentu. Dampak Psikologi dalam Studi eksperimental (2022) menemukan bahwa diskriminasi harga algoritmik secara signifikan meningkatkan rasa dikhianati (*perceived betrayal*) dan ketidakadilan pada konsumen. Penerapan *Artificial Intelligence* dalam mekanisme *dynamic pricing* dan sistem rekomendasi otomatis juga memunculkan risiko ketidakjelasan akad dalam transaksi digital. Harga produk yang ditentukan secara *real-time* berdasarkan algoritma permintaan, perilaku konsumen, atau faktor eksternal lainnya sering kali berubah tanpa penjelasan yang memadai kepada pengguna. Konsumen umumnya tidak memperoleh informasi yang cukup mengenai dasar penentuan harga maupun alasan suatu produk direkomendasikan atau ditampilkan secara dominan. Ketidaktransparanan ini menciptakan ruang ketidakpastian dan ketidakjelasan yang berpotensi mengandung unsur *gharar*, yaitu kondisi ketidakpastian yang dilarang dalam transaksi syariah.

Penelitian kontemporer di bidang ekonomi digital menunjukkan bahwa praktik *algorithmic pricing* dan *personalized recommendation* dapat memperlebar asimetri informasi antara platform dan konsumen.³⁰ menegaskan bahwa ketidakjelasan logika algoritmik berpotensi melemahkan otonomi konsumen (*consumer autonomy*), karena pengguna tidak memiliki kontrol maupun pemahaman yang memadai terhadap proses pengambilan keputusan harga dan rekomendasi. Dalam kondisi tersebut, prinsip keadilan pasar menjadi tereduksi, sebab salah satu pihak memiliki keunggulan informasi yang signifikan dibandingkan pihak lainnya.

Maka dengan perspektif ekonomi Islam, kita dapat melihat bahwa asimetri informasi yang berlebihan bertentangan dengan prinsip *an-tarāḍin minkum* (saling ridha) sebagaimana ditegaskan dalam QS. al-Nisa ayat 29. Ayat tersebut menegaskan bahwa transaksi antara penjual dan pembeli yang sah dan bernilai etis harus didasarkan pada kerelaan kedua belah pihak yang lahir dari pemahaman yang memadai terhadap objek, harga, dan mekanisme transaksi. Ketika konsumen tidak memahami bagaimana harga ditentukan atau mengapa suatu produk direkomendasikan, maka persetujuan yang diberikan berpotensi tidak memenuhi standar kerelaan yang sadar (*informed consent*).³¹

³⁰ Dwivedi et al., (2023)

³¹ Hidayatullah and Fadillah, "Integration of *Artificial Intelligence* and Islamic Financial Institutions in The Era of Society 5.0: Viewing from The Lens of Islamic Legal Maxims."

Dalam akad muamalah, kejelasan objek, harga, serta mekanisme transaksi merupakan syarat fundamental sahnyanya perjanjian. Apabila AI mengambil alih sebagian besar proses pengambilan keputusan tanpa disertai transparansi algoritmik, maka posisi konsumen menjadi lemah dan rentan dirugikan. Kondisi ini tidak hanya berpotensi menimbulkan sengketa hukum, tetapi juga menggerus nilai kejujuran (*al-shidq*) dan keterbukaan (*al-bayān*) yang menjadi fondasi etika bisnis Islam. Oleh karena itu, penggunaan AI dalam *e-commerce* perlu disertai mekanisme keterbukaan informasi, seperti penjelasan prinsip kerja harga dinamis, batasan penggunaan algoritma, serta hak konsumen untuk memperoleh klarifikasi. Tanpa langkah tersebut, AI berpotensi menjadi sumber *gharar digital* yang bertentangan dengan hukum ekonomi syariah.³²

Risiko lain yang tidak kalah signifikan dalam penerapan *Artificial Intelligence* pada transaksi modern adalah pelanggaran privasi dan keamanan data. Menurut Goodfellow et al. (2015),³³ dalam Riset mengenai Adversarial Machine Learning menunjukkan bahwa penyerang dapat melakukan "*Model Inversion Attacks*". Dalam serangan ini, peretas dapat membalikkan proses algoritma AI untuk mengambil kembali data sensitif (seperti rekam medis atau detail kartu kredit) yang digunakan saat pelatihan mesin.. menunjukkan bahwa pengumpulan, penyimpanan, dan pemrosesan data besar (*big data*) oleh sistem AI meningkatkan potensi kebocoran data dan penyalahgunaan informasi pribadi. Platform *e-commerce* berbasis AI mengandalkan data konsumen dalam jumlah masif, mencakup data identitas, preferensi belanja, lokasi geografis, hingga pola perilaku digital. Apabila tata kelola data tidak dilakukan secara ketat dan bertanggung jawab, risiko peretasan, perdagangan data ilegal, serta eksploitasi informasi pribadi menjadi semakin besar.³⁴

Dalam konteks ekonomi Islam, isu privasi dan keamanan data tidak hanya dipandang sebagai persoalan teknis, tetapi juga sebagai masalah etika dan hukum. Perlindungan data pribadi dapat dikaitkan dengan prinsip *hifẓ al-māl* (perlindungan harta), mengingat data memiliki nilai ekonomi yang dapat dimonetisasi, serta *hifẓ al-‘ird* (perlindungan kehormatan), karena penyalahgunaan data berpotensi merusak martabat dan hak individu. Islam secara tegas melarang pelanggaran privasi dan pemanfaatan harta atau informasi orang lain tanpa hak yang sah.³⁵

³² Hidayatullah and Fadillah.

³³ J. Goodfellow, Jonathon Shlens, dan Christian Szegedy, "Explaining and Harnessing Adversarial Examples," dalam International Conference on Learning Representations (ICLR) (San Diego: ICLR, 2015), 3-5.

³⁴ Dwivedi et al., "'So What If ChatGPT Wrote It?' Multidisciplinary Perspectives on Opportunities, Challenges and Implications of Generative Conversational AI for Research, Practice and Policy."

³⁵ Hidayatullah and Fadillah, "Integration of *Artificial Intelligence* and Islamic Financial Institutions in The Era of Society 5.0: Viewing from The Lens of Islamic Legal Maxims."

Oleh karena itu, pengelolaan data oleh sistem AI dalam *e-commerce* harus didasarkan pada prinsip amanah dan tanggung jawab. Kegagalan dalam menjaga keamanan data tidak hanya berdampak pada hilangnya kepercayaan publik terhadap platform digital, tetapi juga berpotensi menimbulkan pelanggaran syariah yang serius. Dengan demikian, perlindungan privasi dan keamanan data menjadi prasyarat fundamental agar pemanfaatan *Artificial Intelligence* tetap berada dalam koridor keadilan, keMaslahahan, dan etika hukum ekonomi Islam di era digital.

3. Analisis Temuan Berdasarkan Teori Hukum Ekonomi Syariah

a. AI dalam Perspektif Maqashid Syariah

Berdasarkan teori *maqāṣid al-syarī'ah*, pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) dalam *e-commerce* dapat dipahami sebagai *wasīlah* (sarana teknologi) yang hukumnya bergantung pada tujuan penggunaannya dan dampak yang dihasilkan. *Maqāṣid al-syarī'ah* secara umum bertujuan mencapai keMaslahahan umat dan mencegah kemudharatan dengan menegakkan prinsip-prinsip hukum Islam seperti keadilan, keamanan transaksi, serta perlindungan harta (*ḥifẓ al-māl*) dan kesejahteraan (*maṣlahah*) masyarakat. *Hifẓ al-māl* sendiri bukan sekadar menjaga harta dari kehilangan, tetapi juga mengatur cara perolehan, pengelolaan, dan distribusi harta secara adil untuk keMaslahahan bersama. Studi normatif kontemporer menegaskan bahwa prinsip ini mencakup aspirasi etika dan keadilan dalam sistem ekonomi modern, termasuk ketika teknologi digital dan AI digunakan dalam perdagangan elektronik.³⁶

Dalam paradigma *maqāṣid*, jika AI digunakan untuk meningkatkan efisiensi pasar, mendorong keadilan transaksi, mengurangi biaya (*transaction cost*), serta memperluas keterlibatan pelaku usaha kecil dan konsumen secara adil, maka penggunaannya dapat dipandang sejalan dengan tujuan syariah terutama *ḥifẓ al-māl* dan *taḥqīq al-maṣlahah* (realisasi keMaslahahan). Dengan kata lain, selama AI membantu menciptakan mekanisme pasar yang lebih inklusif, transparan, dan berkeadilan, kehadiran teknologi ini tidak bertentangan dengan tujuan hukum Islam. Implementasi AI yang demikian menunjukkan bahwa syariat Islam tidak menolak kemajuan teknologi, asalkan digunakan untuk memperkuat keadilan dan kesejahteraan ekonomi, bukan memperlemahnya.

Sebaliknya, apabila pemanfaatan AI memicu *mafsadah* (kerugian), misalnya melalui penipuan digital, manipulasi data konsumen, diskriminasi algoritmik, atau praktik lain yang mengancam keadilan dan perlindungan harta maka paradigma

³⁶ Ahmad Jalili, "Teori Maqashid Syariah Dalam Hukum Islam," *TERAJU: Jurnal Syariah Dan Hukum* 3, no. 2 (2021): 71–80, <http://ejournal.stainkepri.ac.id/index.php/teraju%0AISSN>.

maqāṣid al-syarī'ah menuntut adanya pembatasan, koreksi, atau regulasi yang ketat atas penggunaan teknologi tersebut. Prinsip *maqāṣid* menegaskan bahwa semua bentuk kemudharatan yang mengancam keMaslahahan umum harus dicegah atau diminimalkan (*dar' al-mafāsid 'alā jalb al-maṣāliḥ*), sehingga teknologi yang awalnya dimaksudkan untuk memperbaiki kondisi ekonomi justru tidak menjadi faktor yang memperburuk ketimpangan atau ketidakadilan sosial.³⁷

Dengan demikian, teori *maqāṣid al-syarī'ah* memberikan kerangka normatif yang dinamis untuk menilai legitimasi penggunaan AI dalam *e-commerce*: bukan sekadar secara teknis efisien, tetapi juga secara etis dan hukum syariah memperhatikan tujuan utama syariat Islam dalam perlindungan harta, penciptaan keadilan, dan keMaslahahan masyarakat luas.

b. Teori Akad dalam Transaksi Digital Berbasis AI

Dalam teori akad Islam, keabsahan suatu transaksi mensyaratkan terpenuhinya unsur kejelasan objek akad (*ma'qūd 'alaiḥ*), adanya kerelaan para pihak (*tarādī bayna al-ṭarafayn*), serta ketiadaan unsur-unsur terlarang seperti *gharar* dan *tadlīs*. Prinsip-prinsip ini ditegaskan dalam literatur fikih muamalah klasik yang menempatkan kehendak dan kesadaran manusia sebagai fondasi sahnya akad, karena hanya manusia yang memiliki kapasitas hukum (*ahliyyah*) dan tanggung jawab moral.³⁸

Dalam konteks transaksi digital berbasis *Artificial Intelligence* (AI), posisi AI tidak dapat dipersamakan dengan subjek hukum (*mukallaf*), karena AI tidak memiliki kehendak bebas, akal moral, atau kapasitas untuk mempertanggungjawabkan perbuatan secara hukum. Oleh karena itu, seluruh konsekuensi hukum dari transaksi yang melibatkan AI tetap berada pada pihak manusia, yakni pengelola platform, pengembang sistem, dan pelaku usaha yang menggunakan teknologi tersebut. AI harus diposisikan sebagai alat bantu (*tool*) atau *decision-support system*, bukan sebagai pihak yang mengambil keputusan akad secara otonom.³⁹ Temuan ini sejalan dengan kajian kontemporer tentang etika dan aplikasi AI dalam *Islamic finance*. Studi dalam *Review of Islamic Social Finance and Entrepreneurship* menunjukkan bahwa AI dapat meningkatkan efisiensi operasional, kepatuhan syariah, dan inklusi keuangan, tetapi penggunaannya harus diawasi dan disertai kerangka etika serta regulasi yang jelas agar tetap konsisten dengan prinsip-prinsip agama dan hukum.⁴⁰

³⁷ W.M. Azzahrah, Rahmawati Mu'in, and Muslimin Kara, "Maqashid Syariah dan *Maṣlaḥah* Sebagai Dasar Pengembangan Ekonomi Islam," *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara* 2, no. 6 (2025): 12818–24, <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>.

³⁸ Wahbah Zuhayli, "*Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuhu*," *Damascus: Dar Al-Fikr*, 1997.

³⁹ Zuhayli.

⁴⁰ Iqbal et al., (2025)

Penelitian lain juga menekankan bahwa meskipun teknologi AI menawarkan peluang untuk meningkatkan efektivitas, transparansi, dan kontrol kepatuhan dalam institusi keuangan Syariah, tantangan etika seperti bias algoritma, tanggung jawab hukum, dan privasi informasi tetap menjadi isu penting yang harus diatur secara hati-hati oleh otoritas syariah dan pembuat kebijakan. Hal ini menunjukkan bahwa legitimasi penggunaan AI dalam muamalah digital haruslah tetap berada dalam kerangka tanggung jawab manusia serta prinsip syariah yang mengutamakan keadilan, kejelasan akad, dan perlindungan hak konsumen.⁴¹

AI (*AI governance*) memerlukan tata kelola lintas disiplin hal ini diperkuat oleh studi yang menunjukkan bahwa tata kelola AI (*AI governance*) menjadi isu sentral dalam menjaga kepercayaan publik dan keadilan pasar digital.⁴² Regulasi, akuntabilitas algoritma, dan perlindungan data menjadi faktor kunci agar AI tidak hanya efisien secara teknis, tetapi juga adil secara sosial dan etis. Sementara itu, penelitian nasional menampilkan konteks empiris Indonesia yang masih menghadapi tantangan literasi digital, kesenjangan akses teknologi, serta minimnya pemahaman pelaku UMKM terhadap AI.⁴³

Sintesis penelitian “AI in Islamic Finance: Global Trends, Ethical Implications, and Bibliometric Insights.” Iqbal et al., (2025)⁴⁴ memperkuat argumen bahwa pemanfaatan AI dalam *e-commerce* tidak dapat dilepaskan dari kerangka etika, hukum, dan *maqāṣid al-syarī‘ah* yang komprehensif. AI bukan sekadar inovasi teknologi, melainkan fenomena sosial-ekonomi yang membawa implikasi normatif serius bagi praktik muamalah di era digital.

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, penelitian ini menghasilkan tiga implikasi utama. Pertama, AI memiliki potensi besar dalam meningkatkan efisiensi, kemudahan, dan keMaslahahan transaksi modern, baik bagi konsumen maupun pelaku usaha. Kedua, terdapat risiko hukum dan etika yang nyata dalam pemanfaatan AI, khususnya terkait unsur *gharar*, keadilan algoritmik, serta perlindungan data dan privasi konsumen. Ketiga, diperlukan regulasi dan pedoman syariah yang adaptif, responsif, dan kontekstual terhadap perkembangan teknologi AI, agar inovasi digital tetap berada dalam koridor nilai-nilai keadilan, transparansi, dan keMaslahahan sebagaimana dikehendaki oleh hukum ekonomi syariah seperti keamanan Cyber,

⁴¹ Hidayatullah and Fadillah, “Integration of *Artificial Intelligence* and Islamic Financial Institutions in The Era of Society 5.0: Viewing from The Lens of Islamic Legal Maxims.”

⁴² Dwivedi et al., (2023)

⁴³ Iqbal et al., (2025)

⁴⁴ Iqbal et al., (2025)

regulasi peraturan undang-undang yang spesifik terhadap perkembangan AI dan perlindungan hukum terhadap konsumen

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa perkembangan *Artificial Intelligence* (AI) menunjukkan kemajuan yang sangat pesat dan telah menjadi bagian integral dalam praktik jual beli modern, khususnya pada platform *e-commerce*. AI dimanfaatkan dalam berbagai aspek transaksi, mulai dari pencarian dan rekomendasi produk, penetapan harga dinamis (*dynamic pricing*), layanan pelanggan berbasis *chatbot*, hingga analisis perilaku konsumen. Penggunaan AI ini secara nyata meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat proses pengambilan keputusan, serta menciptakan pengalaman transaksi yang lebih personal dan responsif bagi konsumen maupun pelaku usaha.

Terkait dengan regulasi pemerintah, penelitian ini menemukan bahwa pengaturan penggunaan AI sebagai alat jual beli di Indonesia masih bersifat parsial dan belum secara khusus mengatur aspek kecerdasan buatan. Regulasi yang ada masih tersebar dalam berbagai peraturan, seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Undang-Undang Perlindungan Konsumen, serta peraturan mengenai perlindungan data pribadi. Meskipun regulasi tersebut memberikan kerangka hukum dasar bagi transaksi digital, belum terdapat regulasi komprehensif yang secara spesifik mengatur transparansi algoritma, akuntabilitas AI, dan perlindungan konsumen dalam penggunaan sistem AI, sehingga diperlukan penguatan kebijakan yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Adapun dari perspektif hukum ekonomi syariah, penggunaan AI dalam jual beli mengandung potensi kemanfaatan (*maṣlahah*) dan kemudharatan (mafsadah). Masalah utama meliputi peningkatan efisiensi transaksi, perluasan inklusi ekonomi digital, kemudahan akses pasar bagi UMKM, serta pengurangan biaya transaksi yang sejalan dengan prinsip *hiḍḍ al-māl* dan *taḥqīq al-maṣlahah*. Namun demikian, AI juga berpotensi menimbulkan mafsadah berupa ketidakjelasan akad (*gharar*), ketidakadilan akibat bias algoritma, praktik diskriminasi harga, serta risiko pelanggaran privasi data konsumen. Oleh karena itu, pemanfaatan AI dalam jual beli harus ditempatkan dalam kerangka etika, regulasi, dan *maqāṣid al-syarī'ah* agar kemajuan teknologi benar-benar berkontribusi pada keadilan dan kesejahteraan ekonomi, bukan sebaliknya.

Referensi

- Adil Alfarizi Nst, and Imsar Imsar. "Analisis Fiqih Muamalah Dalam Transaksi Jual Beli Online Menurut Perspektif Hukum Islam Dan Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak* 2, no. 3 (2025): 191–201. <https://doi.org/10.61132/jieap.v2i3.1543>.
- Azzahrah, W.M., Rahmawati Mu'in, and Muslimin Kara. "Maqashid Syariah dan Maṣlahah Sebagai Dasar Pengembangan Ekonomi Islam." *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara* 2, no. 6 (2025): 12818–24. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>.

- Dwivedi, Yogesh K., Nir Kshetri, Laurie Hughes, Emma Louise Slade, Anand Jeyaraj, Arpan Kumar Kar, Abdullah M. Baabdullah, et al. “So What If ChatGPT Wrote It? Multidisciplinary Perspectives on Opportunities, Challenges and Implications of Generative Conversational AI for Research, Practice and Policy.” *International Journal of Information Management* 71, no. March (2023). <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642>.
- Goodfellow, Ian J., Jonathon Shlens, dan Christian Szegedy. "Explaining and Harnessing Adversarial Examples." Makalah dipresentasikan di *International Conference on Learning Representations (ICLR)*, San Diego, 2015. doi.org.
- Habib, Zainal. “Ethics of *Artificial Intelligence* in Maqāṣid Al-Sharī‘a’s Perspective.” *Karsa* 33, no. 1 (2025): 105–34. <https://doi.org/10.19105/karsa.v33i1.19617>.
- Hanifah, Nazwa, Sri Anggraini, Abdul Rahman, Universitas Islam, Negeri Sumatera, Jual Beli Digital, and Ekonomi Syariah. “Analisis Qawaid Fiqhiyyah pada Akad Jual Beli Digital dalam Perspektif Ekonomi Syariah” 10, no. 204 (2025): 4087–96.
- Hidayatullah, M. Syarif, and Rahmay Fadillah. “Integration of *Artificial Intelligence* and Islamic Financial Institutions in The Era of Society 5.0: Viewing from The Lens of Islamic Legal Maxims.” *Jurnal Transformatif (Islamic Studies)* 9, no. 2 (October 29, 2025): 110–24. <https://doi.org/10.23971/tf.v9i2.10456>.
- Indiharwati, Arum, Nor Asiah, and Binti Mohamad. “Gharar in Shafi’i Jurisprudence: Reassessing Its Validity in *E-commerce* Transactions.” *Journal of Islamic Economic Law* 9, no. 2 (2025). <https://doi.org/10.21111/aliktisab.v9>.
- Iqbal, Muhammad Saeed, Fifi Anti Mapika Sari Binti Sukamto, Siti Noraisyah Binti Norizan, Shanayyara Mahmood, Arooj Fatima, and Faiza Hashmi. “AI in Islamic Finance: Global Trends, Ethical Implications, and Bibliometric Insights.” *Review of Islamic Social Finance and Entrepreneurship* 4, no. 1 (2025): 70–85. <https://doi.org/10.20885/risfe.vol4.iss1.art6>.
- Jafar, Ahmad Rida. “Peran Fintech Syariah Dalam Inklusi Keuangan Digital: Analisis Maqashid-Al-Shariah.” *MAQASID: Jurnal Studi Hukum Islam* 14, no. 3 (2025): 340–49. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Maqasid>.
- Jalili, Ahmad. “Teori Maqashid Syariah Dalam Hukum Islam.” *TERAJU: Jurnal Syariah Dan Hukum* 3, no. 2 (2021): 71–80. <http://ejournal.stainkepri.ac.id/index.php/teraju%0AISSN>.
- Kahfi, Ashabul dkk. “Dinamika Jual Beli Dan Potensi Riba Era Digital Perspektif Al- Qur ‘ an.” *Jurnal Studi Islam* 17, no. 1 (2025): 126–43.
- Krippendorff, Klaus. *Content Analysis; an Introduction to Its Methodology*. Los Angeles: SAGE, 2019.
- Kurniawan, Hironimus Hari, and Ditya Wardana. “Peran Perceived Value, Technological Readiness, Dan Cost-Benefit Analysis Pada Adopsi Fitur Premium *Artificial Intelligence* Oleh Kalangan Pelaku Bisnis Surabaya.” *Jurnal Manajemen Dan Profesional* 5, no. 1 (2024): 166–82. <https://doi.org/10.32815/jpro.v5i1.2275>.
- Kushariyadi, H Apriyanto, Yudi Herdiana, Fajar Husain Asy’ari, Loso Judijanto, Yuwanda Purnamasari Pasrun, and Budi Mardikawati. *Artificial Intelligence: Dinamika Perkembangan AI Beserta Penerapannya [Artificial Intelligence: The Dynamics of AI Development and Its Applications]*. Jambi: Sonpedia Publishing, 2024.
- Marfiyanto, Tri. “Maqasid Syariah Dan Pendekatan Teori Sistem Dalam Hukum Islam Menurut Yasser Auda.” *Jurnal Kajian Hukum Islam* 6, no. 1 (2019): 1–13. <https://doi.org/10.52166/jkhi.v6i1.4>.
- Marzuki. *Pengantar Studi Hukum Islam; Prinsip Dasar Memahami Berbagai Konsep Dan Permasalahan Hukum Islam Di Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2017.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, and Johnny Saldana. *Qualitative Data Analysis; a Methods Sourcebook*. 3rd ed. Los Angeles: SAGE, 2014.
- Mills, Albert J., Gabrielle Eurepos, and Elden Wiebe. *Encyclopedia of Case Study Research*. California: SAGE, 2016.
- Muhammad, Mahmudah Mulia. “Transaksi *E-commerce* dalam Ekonomi Syariah” 2 (2020):

- Muhammad Syarif Hidayatullah, and Rahmat Fadillah. “Integration of *Artificial Intelligence* and Islamic Financial Institutions in The Era of Society 5.0: Viewing from The Lens of Islamic Legal Maxims.” *Jurnal Transformatif (Islamic Studies)* 9, no. 2 (2025): 110–24. <https://doi.org/10.23971/tf.v9i2.10456>.
- Mulyono, E., M. M. A. M .Edris. “From Jurisprudence to Algorithms: The Role of *Artificial Intelligence* in Contemporary Sharia Financial Decision-Making.” *Nusantara: Journal Of Law Studies* 4, no. 5 (2025): 129–42. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17341980>.
- Natasya Dwi Ratna. “Implementasi *Artificial Intelligence* (Ai) Dalam Teknologi Modern.” *Jurnal Komputer Dan Teknologi Sains (KOMTEKS)* 2, no. 1 (2023): 22–24. <https://ojs.unm.ac.id/pengabdi/article/view/46>.
- Nawasabila, Meril, Natasa Lintang Safira, Mohammad Zain, Al Ghifari, Galang Amru, Octavian Ramadhana, and Amalia Nuril Hidayati. “Digitalisasi Ekonomi Syariah : Peluang Dan Strategi Pengembangan Dalam Perspektif Islam” 2, no. September (2025). <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/jiesa.v2i6.1831>.
- Zuhayli, Wahbah. “*Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuhu*.” *Damascus: Dar Al-Fikr*, 1997.