



Transparansi Biaya Tambahan Sebelum Akad Elektronik: Analisis Hukum Ekonomi Syariah Dan Perlindungan Konsumen di Indonesia

Muh. Hasir¹, Maria Fransisca²

Program Studi Magister Ekonomi Syariah, STEBI Global Mulia, Cikarang, Indonesia.

hasirkibee@gmail.com

Article Info

Article history:

Received Oktober 04, 2026

Revised Oktober 20, 2026

Accepted Oktober 30, 2026

Keywords:

additional-cost transparency, consumer protection, electronic contract, electronic commerce, Islamic economic law

ABSTRACT

The growth of electronic commerce has made transactions more convenient, while raising concerns about additional-cost transparency when fees are not disclosed completely before consent to an electronic contract is given. This issue concerns price certainty, informed consumer consent, and fairness in digital transactions. This article analyzes the transparency of additional costs under Indonesian positive law and Islamic economic law and formulates indicators to strengthen consumer protection. It employs a qualitative library-research method using normative legal and conceptual approaches. Data are collected from legislation, fatwas, books, and relevant scholarly articles, then examined through descriptive-narrative and completeness of cost information, timing of disclosure, clarity of the total amount payable, and consumer consent based on adequate information. These indicators are consistent with the Islamic principles of amanah (trustworthiness), honesty, an-tarāḍin (mutual consent), and the prohibition of tadlis (deceptive concealment of material information). The article proposes an analytical framework linking consumer-protection final consent so consumers can make informed and fair decisions. Future research should empirically examine cost-disclosure practices across electronic-commerce platforms.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Article Info

Article history:

Received Oktober 04, 2026

Revised Oktober 20, 2026

Accepted Oktober 30, 2026

Keywords:

akad elektronik, hukum ekonomi syariah, perdagangan elektronik, perlindungan konsumen, transparansi biaya

ABSTRAK

Perkembangan perdagangan elektronik meningkatkan kemudahan transaksi, tetapi juga menimbulkan persoalan transparansi biaya tambahan yang berpotensi merugikan konsumen apabila informasi biaya tidak disampaikan secara lengkap sebelum persetujuan akad elektronik diberikan. Persoalan ini berkaitan dengan kepastian informasi harga, kualitas persetujuan konsumen, dan prinsip keadilan dalam transaksi digital. Artikel ini bertujuan menganalisis transparansi biaya tambahan berdasarkan hukum positif Indonesia dan hukum ekonomi syariah serta merumuskan indikator untuk memperkuat perlindungan konsumen. Penelitian menggunakan metode kualitatif melalui studi kepustakaan dengan pendekatan hukum normatif dan konseptual. Data diperoleh dari peraturan perundang-undangan, fatwa, buku, dan artikel ilmiah, kemudian dianalisis secara deskriptif-naratif dan komparatif. Hasil kajian merumuskan empat indikator transparansi, yaitu kelengkapan informasi biaya, ketepatan waktu pengungkapan, kejelasan total pembayaran, dan persetujuan konsumen berdasarkan informasi yang memadai. Indikator tersebut sejalan dengan prinsip amanah, kejujuran, an-tarāḍin, dan larangan tadlis dalam hukum ekonomi syariah. Disimpulkan bahwa seluruh biaya perlu diungkapkan secara jelas sebelum persetujuan akhir agar konsumen dapat mengambil keputusan secara sadar dan adil. Penelitian selanjutnya disarankan menguji kerangka tersebut melalui studi empiris pada berbagai platform perdagangan elektronik.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



***Corresponding Author:*****Muh. Hasir**

STEBI Global Mulia

E-mail: hasirkibee@gmail.com

Pendahuluan

Perdagangan elektronik mengubah cara konsumen mencari informasi, membandingkan penawaran, dan menyelesaikan transaksi. Proses pembelian yang sebelumnya berlangsung melalui interaksi langsung kini banyak dilakukan melalui antarmuka digital yang menyajikan harga, deskripsi barang, pilihan pengiriman, metode pembayaran, dan syarat transaksi pada tahapan yang berbeda. Perubahan ini memberikan kemudahan, tetapi juga menimbulkan tantangan ketika konsumen tidak memperoleh gambaran utuh mengenai jumlah yang harus dibayar sebelum menyetujui transaksi. Informasi harga yang tampak sederhana pada halaman awal belum tentu mencakup seluruh biaya yang muncul pada tahap pembayaran.

Dalam literatur pemasaran dan perilaku konsumen, praktik pengungkapan biaya secara bertahap dikenal sebagai drip pricing. Praktik ini terjadi ketika harga dasar ditampilkan lebih dahulu, sedangkan biaya tambahan baru diungkapkan ketika konsumen bergerak lebih jauh dalam proses pembelian. Inderst dan Obradovits (2023) menjelaskan bahwa konsumen dapat berfokus pada harga utama dan mengabaikan biaya total yang terkait dengan suatu produk atau layanan. Laurent dan Vanhuele (2023) memperlihatkan bahwa konsumen memiliki proses perhatian dan pengodean harga yang tidak selalu identik dengan asumsi sederhana tentang cara membaca angka. Seim dan Vitorino (2025), dalam konteks biaya kursus mengemudi, juga mengkaji bagaimana biaya tambahan dapat kurang diantisipasi konsumen. Penelitian Moriuchi dan Murdy (2025) menunjukkan relevansi persepsi keadilan harga dalam memahami respons konsumen terhadap drip pricing. Literatur tersebut memberi dasar untuk menilai bahwa waktu pengungkapan biaya sama pentingnya dengan ketersediaan informasi itu sendiri.

Persoalan ini juga berhubungan dengan desain antarmuka digital. Witte et al. (2025) menunjukkan bahwa pola desain manipulatif dalam ritel daring dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas informasi dan kebebasan memilih. Doublet dan Koenig (2023) mengkaji isyarat kelangkaan pada situs e-commerce dan menunjukkan relevansi desain antarmuka terhadap pengalaman pengguna. Penelitian Zahratunnisa et al. (2025) terhadap pengguna e-commerce di Indonesia menemukan bahwa tidak semua partisipan dapat mengenali pola desain manipulatif, terutama ketika informasi antarmuka tidak jelas atau strategi pemasaran bercampur dengan elemen yang berpotensi menyesatkan. Temuan tersebut tidak membuktikan bahwa semua platform menyembunyikan biaya, tetapi menegaskan perlunya mengkaji cara informasi transaksi disajikan dan dipahami.

Dari sisi hukum Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan dasar normatif mengenai hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur serta kewajiban pelaku usaha dalam menyampaikan informasi terkait barang dan/atau jasa. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik menjadi dasar lain untuk memahami kewajiban dalam kegiatan perdagangan digital. Ketentuan-ketentuan tersebut perlu dianalisis secara sistematis dengan memperhatikan lingkup masing-masing aturan. Fokus kajian bukan menganggap setiap biaya tambahan sebagai



pelanggaran, melainkan menilai apakah informasi biaya disampaikan secara memadai sehingga konsumen dapat memahami konsekuensi transaksi sebelum memberikan persetujuan akhir.

Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, keterbukaan informasi berhubungan dengan amanah, kejujuran, keadilan, kerelaan para pihak (an-tarāḍin), dan larangan tadlis. Fatwa DSN-MUI Nomor 146/DSN-MUI/XII/2021 tentang Online Shop Berdasarkan Prinsip Syariah menyediakan kerangka normatif yang relevan untuk menilai pelaksanaan perdagangan daring. Kajian Sani (2025), Riyadi (2025), serta Zuheri dan Ghozali (2025) membahas penerapan prinsip syariah dalam operasional toko daring, termasuk transparansi, tanggung jawab, dan pencegahan kemudarat. Namun, pengungkapan biaya tambahan sebelum persetujuan akhir perlu ditempatkan sebagai fokus analisis yang lebih spesifik.

Penelitian terdahulu dapat dikelompokkan ke dalam tiga ranah: penelitian mengenai perilaku konsumen terhadap pengungkapan harga bertahap, penelitian hukum mengenai perlindungan konsumen dalam e-commerce, dan penelitian hukum ekonomi syariah mengenai prinsip transaksi daring. Ketiga ranah tersebut memberi fondasi penting, tetapi membutuhkan sintesis yang secara eksplisit menghubungkan waktu pengungkapan biaya, kecukupan persetujuan konsumen, dan prinsip transaksi syariah dalam konteks hukum Indonesia. Artikel ini mengisi ruang analisis tersebut dengan merumuskan empat indikator transparansi, yaitu kelengkapan informasi biaya, ketepatan waktu pengungkapan, kejelasan total pembayaran, dan persetujuan berdasarkan informasi yang memadai. Tujuan artikel adalah menganalisis transparansi biaya tambahan berdasarkan hukum positif Indonesia dan hukum ekonomi syariah serta menyusun kerangka konseptual yang dapat digunakan untuk menilai perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik.

Metode Penelitian

Artikel ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (library research), pendekatan hukum normatif, dan pendekatan konseptual. Penelitian tidak melibatkan responden atau pengumpulan data lapangan. Bahan kajian terdiri atas bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan dan fatwa yang relevan, serta bahan sekunder berupa artikel jurnal ilmiah dan publikasi akademik tentang drip pricing, perlindungan konsumen digital, dark patterns, dan hukum ekonomi syariah.

Penelusuran literatur dilakukan melalui portal jurnal, Google Scholar, Garuda, laman penerbit akademik, serta sumber resmi peraturan dan fatwa. Kata kunci yang digunakan meliputi transparansi biaya tambahan, biaya tersembunyi e-commerce, akad elektronik, perlindungan konsumen digital, Fatwa DSN-MUI Nomor 146, drip pricing, price transparency, electronic contracts, dan Islamic e-commerce. Literatur dipilih secara purposif berdasarkan relevansi dengan fokus kajian, kejelasan identitas bibliografis, keterlacakan sumber, dan kesesuaian substansi. Publikasi terbaru diprioritaskan, sedangkan peraturan yang lebih lama tetap digunakan apabila masih menjadi dasar hukum yang relevan.

Analisis dilakukan melalui empat tahap. Pertama, mengidentifikasi ketentuan dan gagasan utama dari setiap sumber. Kedua, mengelompokkan temuan ke dalam tema transparansi biaya, hak konsumen atas informasi, kualitas persetujuan akad, dan prinsip hukum ekonomi syariah. Ketiga, membandingkan tuntutan normatif hukum positif dengan prinsip syariah. Keempat, menyusun sintesis berupa empat indikator transparansi. Karena penelitian ini berbasis kepustakaan, hasilnya merupakan analisis normatif-konseptual dan tidak



dimaksudkan untuk menyatakan tingkat kepatuhan aktual suatu platform tanpa pemeriksaan empiris.

Hasil dan Pembahasan

Transparansi Biaya Sebagai Persoalan Informasi Dan Keputusan

Literatur yang dikaji menunjukkan bahwa harga awal dapat menjadi jangkar bagi penilaian konsumen, sementara biaya tambahan yang baru muncul pada tahap berikutnya dapat mengubah persepsi terhadap total beban transaksi. Inderst dan Obradovits (2023) membahas bagaimana fokus konsumen pada harga utama dapat menyebabkan biaya keseluruhan kurang diperhatikan. Moriuchi dan Murdy (2025) menempatkan persepsi keadilan harga sebagai salah satu aspek penting dalam respons terhadap drip pricing. Dengan demikian, transparansi perlu dianalisis dari sudut pandang urutan informasi, bukan hanya apakah suatu biaya akhirnya dicantumkan.

Kajian dark patterns juga relevan karena tampilan antarmuka dapat memengaruhi kemampuan pengguna mengenali informasi yang menyesatkan. Witte et al. (2025) menghubungkan pola desain manipulatif dengan kualitas informasi dan persepsi manipulasi konsumen. Zahratunnisa et al. (2025) menunjukkan bahwa sebagian pengguna e-commerce Indonesia mengalami kesulitan mengenali elemen antarmuka manipulatif. Temuan ini memperkuat alasan untuk menilai kejelasan dan keterlihatan informasi biaya, tetapi tidak boleh ditafsirkan sebagai bukti bahwa semua pengungkapan bertahap sengaja dirancang untuk menipu.

Kerangka Hukum Positif Indonesia

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan dasar bagi hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur serta kewajiban pelaku usaha dalam menyampaikan informasi mengenai barang atau jasa. Dalam penerapannya pada biaya tambahan, pertanyaan utama adalah apakah informasi yang disampaikan memungkinkan konsumen memahami harga dan kewajiban pembayaran sebelum transaksi disetujui. Pengungkapan yang hanya muncul setelah konsumen secara praktis berkomitmen menyelesaikan transaksi dapat mengurangi fungsi informasi sebagai dasar pilihan yang sadar.

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik melengkapi kerangka tersebut dengan konteks kegiatan perdagangan digital. Sementara itu, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 perlu dipahami dalam lingkup perubahan ketentuan mengenai informasi dan transaksi elektronik, bukan diperlakukan sebagai satu-satunya sumber aturan transparansi harga. Analisis yang cermat harus mengidentifikasi ketentuan yang berlaku terhadap jenis pelaku usaha, model transaksi, dan komponen biaya yang sedang dinilai.

Penelitian mengenai perlindungan konsumen e-commerce di Indonesia menekankan bahwa keberadaan peraturan perlu disertai pengawasan, pemahaman konsumen, dan mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat diakses (Fista et al., 2023; Ghozali & Hardyanthi, 2024; Prayuti et al., 2024; Rahman et al., 2023). Berdasarkan hal tersebut, transparansi biaya tidak cukup diperlakukan sebagai urusan teknis antarmuka. Ia juga terkait dengan pelaksanaan hak konsumen atas informasi dan kemampuan konsumen menilai konsekuensi transaksi sebelum menyetujui akad.



Penilaian Berdasarkan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah

Prinsip amanah dan kejujuran mengarahkan pelaku usaha untuk tidak menyajikan informasi dengan cara yang membentuk kesan keliru mengenai kewajiban pembayaran. Kejelasan total harga dan pengungkapan biaya yang relevan sebelum persetujuan akhir merupakan bentuk penerapan prinsip tersebut. Prinsip keadilan juga menghendaki agar konsumen tidak dibebani biaya yang tidak dipahami atau tidak diberi kesempatan yang layak untuk dipertimbangkan.

Prinsip an-tarāḍin menempatkan kerelaan sebagai unsur penting transaksi. Dalam konteks elektronik, tindakan menekan tombol persetujuan merupakan bukti tindakan formal, tetapi penilaian etis dan normatif atas kualitas persetujuan juga perlu mempertimbangkan informasi yang tersedia pada saat keputusan dibuat. Apabila informasi mengenai biaya wajib tidak jelas atau disampaikan setelah keputusan akhir, kualitas kerelaan patut ditelaah lebih lanjut. Hal ini tidak berarti bahwa semua biaya yang muncul di halaman checkout otomatis membatalkan akad; konteks, urutan proses, dan sifat biaya harus diperiksa.

Larangan tadlis menjadi relevan apabila terdapat penyamaran atau informasi menyesatkan mengenai biaya yang material bagi keputusan konsumen. Prinsip sadd al-dharā'i' dapat digunakan sebagai pertimbangan preventif untuk mendorong desain transaksi yang mengurangi potensi salah paham dan sengketa. Kajian Sani (2025), Riyadi (2025), Syahrudin et al. (2024), serta Zuheri dan Ghozali (2025) mendukung relevansi prinsip syariah dalam perdagangan daring, tetapi penilaian atas praktik tertentu tetap memerlukan bukti yang memadai.

Empat Indikator Transparansi Biaya

Berdasarkan sintesis hukum positif, literatur perilaku konsumen, dan prinsip hukum ekonomi syariah, artikel ini mengajukan empat indikator analisis. Indikator ini merupakan hasil konseptual penelitian dan bukan daftar yang dikutip secara verbatim dari satu regulasi atau fatwa.

Indikator	Penjelasan analitis	Landasan konseptual
Kelengkapan informasi biaya	Seluruh komponen pembayaran yang relevan dijelaskan, termasuk perbedaan biaya wajib dan layanan pilihan.	Hak atas informasi; amanah dan kejujuran.
Ketepatan waktu pengungkapan	Informasi biaya disampaikan sebelum konsumen memberikan persetujuan akhir terhadap transaksi.	Kecukupan persetujuan; an-tarāḍin.
Kejelasan total pembayaran	Jumlah akhir yang harus dibayar ditampilkan secara jelas dan dapat dipahami sebelum transaksi diselesaikan.	Kepastian informasi harga; keadilan.
Persetujuan berdasarkan informasi memadai	Konsumen memiliki kesempatan yang wajar untuk membaca dan mempertimbangkan biaya sebelum menyetujui transaksi.	Persetujuan sadar; pencegahan tadlis.

Tabel 1. Kerangka indikator transparansi biaya tambahan. Sumber: Sintesis penulis berdasarkan peraturan perlindungan konsumen, Fatwa DSN-MUI Nomor 146/DSN-MUI/XII/2021, serta literatur tentang drip pricing dan perdagangan daring.

Sintesis, Implikasi, dan Keterbatasan



Keempat indikator saling berkaitan. Kelengkapan tanpa ketepatan waktu dapat membuat informasi kehilangan fungsi sebagai dasar keputusan; total harga yang jelas tetapi tidak disertai rincian komponen dapat menyulitkan konsumen memahami biaya; sedangkan pengungkapan yang lengkap dan tepat waktu tetap perlu disajikan dalam format yang dapat dibaca dan dipahami. Oleh karena itu, transparansi perlu dilihat sebagai proses komunikasi yang utuh dari awal penawaran hingga persetujuan akhir.

Secara teoretis, kerangka ini menghubungkan kajian harga dalam perilaku konsumen dengan hak atas informasi dalam hukum perlindungan konsumen serta etika muamalah. Secara praktis, penyelenggara perdagangan elektronik dapat menggunakan indikator tersebut untuk mengevaluasi alur checkout, menampilkan total pembayaran sebelum konfirmasi akhir, dan membedakan secara jelas biaya wajib dari layanan opsional. Regulator dan lembaga perlindungan konsumen dapat menjadikan kerangka tersebut sebagai bahan pertimbangan dalam edukasi konsumen dan evaluasi praktik pengungkapan biaya.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan bahan kepustakaan dan tidak melakukan audit antarmuka platform, wawancara konsumen, atau analisis sengketa aktual. Oleh karena itu, artikel ini tidak menyimpulkan bahwa platform tertentu telah melanggar hukum atau prinsip syariah. Penelitian lanjutan perlu menguji empat indikator melalui perbandingan alur checkout, dokumentasi tampilan harga, wawancara dengan konsumen dan pelaku usaha, serta analisis kasus yang relevan.

Simpulan

Kajian ini menunjukkan bahwa transparansi biaya tambahan sebelum akad elektronik merupakan persoalan yang menghubungkan hak konsumen atas informasi, kualitas persetujuan transaksi, dan etika hukum ekonomi syariah. Hukum positif Indonesia menyediakan dasar perlindungan melalui regulasi konsumen dan perdagangan melalui sistem elektronik, sedangkan hukum ekonomi syariah memberikan landasan etis melalui prinsip amanah, kejujuran, keadilan, an-tarāḍīn, dan larangan tadlis. Namun, penilaian terhadap biaya yang diungkapkan pada tahap akhir harus mempertimbangkan sifat biaya, kejelasan informasi, waktu pengungkapan, dan kesempatan konsumen untuk mempertimbangkannya.

Artikel ini merumuskan empat indikator untuk menilai transparansi biaya, yaitu kelengkapan informasi biaya, ketepatan waktu pengungkapan, kejelasan total pembayaran, dan persetujuan konsumen berdasarkan informasi yang memadai. Kerangka tersebut dapat membantu menganalisis apakah informasi harga telah mendukung keputusan konsumen yang sadar dan adil. Karena penelitian ini berbasis kepustakaan, kerangka tersebut merupakan usulan konseptual yang memerlukan pengujian lebih lanjut.

Pelaku usaha dan penyelenggara platform disarankan menyampaikan seluruh biaya yang wajib dibayar secara jelas sebelum konsumen memberikan persetujuan akhir, membedakan biaya wajib dan opsional, serta memastikan total pembayaran mudah ditemukan dan dipahami. Regulator dan lembaga perlindungan konsumen dapat memperkuat edukasi dan pedoman mengenai pengungkapan harga dalam transaksi digital. Penelitian selanjutnya perlu menguji indikator ini secara empiris pada berbagai platform perdagangan elektronik serta membandingkan praktik pengungkapan biaya dengan ketentuan hukum positif dan prinsip syariah yang relevan.

Daftar Pustaka



- Al Mustaqim, D. (2023). Prinsip syariah dalam operasional online shop: Analisis Fatwa DSN-MUI No. 146/DSN-MUI/IX/2021. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics, 1*(1). <https://jurnal.staialbahjah.ac.id/index.php/ab-joiec/article/view/9>
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. (2021). *Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 146/DSN-MUI/XII/2021 tentang online shop berdasarkan prinsip syariah*. <https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/>
- Doublet, S., & Koenig, V. (2023). Running out of time(rs): Effects of scarcity cues on perceived task load, perceived benevolence and user experience on e-commerce sites. *Behaviour & Information Technology, 42*(14), 2281–2299. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2023.2242966>
- Dwijaya, A. G., & Harmono. (2025). Construction of marketplace responsibility in consumer protection of digital halal products in Indonesia. *Jurnal Legisci, 3*(1). <https://doi.org/10.62885/legisci.v3i1.898>
- Fista, Y. L., Machmud, A., & Suartini. (2023). Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi e-commerce ditinjau dari perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Binamulia Hukum, 12*(1). <https://ejournal.hukumunkris.id/index.php/binamulia/article/view/599>
- Ghozali, F. A., & Hardyanthi, T. (2024). Perlindungan konsumen pada platform e-commerce: Regulasi dan peran pemerintah. *Ethics and Law Journal: Business and Notary, 2*(3). <https://doi.org/10.61292/eljbn.220>
- Indonesia. (1999). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999>
- Indonesia. (2019). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/126143/pp-no-80-tahun-2019>
- Indonesia. (2024). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. <https://peraturan.bpk.go.id/>
- Inderst, R., & Obradovits, M. (2023). Excessive competition on headline prices. *International Economic Review, 64*(2), 783–808. <https://doi.org/10.1111/iere.12616>
- Laurent, G., & Vanhuele, M. (2023). How do consumers read and encode a price? *Journal of Consumer Research, 50*(3), 510–532. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucad005>
- Moriuchi, E., & Murdy, S. (2025). Consumer reactions to drip pricing: The moderating effect of price fairness in the sharing economy accommodation. *Cornell Hospitality Quarterly, 66*(3), 304–316. <https://doi.org/10.1177/19389655241271328>
- Prayuti, Y., Herlina, E., & Rasmiaty, M. (2024). Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi perdagangan di e-commerce di Indonesia. *Jurnal Hukum Mimbar Justitia, 10*(1). <https://jurnal.unsur.ac.id/index.php/jhmj/article/view/4086>
- Rahman, I., Sahrul, Mayasari, R. E., Nurapriyanti, T., & Yuliana. (2023). Hukum perlindungan konsumen di era e-commerce: Menavigasi tantangan perlindungan konsumen dalam lingkungan perdagangan digital. *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains, 2*(8). <https://wnj.westsciences.com/index.php/jhhws/article/view/605>
- Riyadi, S. S. (2025). Fatwa DSN-MUI tentang online shop syariah perspektif maqashid syariah: Analisis maqashid syariah pendekatan sistem Jasser Audah. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah, 4*(2), 1–12. <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i2.5145>



- Sani, K. (2025). Implementasi prinsip ekonomi syariah dalam Fatwa DSN-MUI No. 146 tentang online shop: Sebuah studi literatur. *LA RIBA: Jurnal Perbankan Syariah, 7*(1), 68–82. <https://doi.org/10.53649/la%20riba.v7i01.1313>
- Seim, K., & Vitorino, M. A. (2025). Drip pricing when consumers have limited foresight: Evidence from driving school fees. *The RAND Journal of Economics, 56*(4), 444–475. <https://doi.org/10.1111/1756-2171.70011>
- Syahrudin, A., Mubarak, H., & Ahmad, K. (2024). Islamic guidelines for digital commerce: Fatwa MUI No. 146 and its impact on Indonesia's e-commerce ecosystem. *Parewa Saraq: Journal of Islamic Law and Fatwa Review, 3*(1), 35–45. <https://doi.org/10.64016/parewasaraq.v3i1.35>
- Witte, J., Kenning, P., & Brock, C. (2025). Dark patterns in online retailing: An analysis based on information manipulation theory. *European Journal of Marketing, 59*(13), 596–624. <https://doi.org/10.1108/EJM-04-2023-0302>
- Zahrattunnisa, H. S., Etiveni, I., Purwandari, B., & Purwaningsih, E. H. (2025). How people recognize dark pattern in e-commerce? *Jurnal Sistem Informasi, 21*(1). <https://doi.org/10.21609/jsi.v21i1.1479>
- Zuheri, A. A., & Ghozali, M. L. (2025). Prinsip ekonomi syariah dalam operasional online shop: Analisis Fatwa DSN-MUI No. 146/DSN-MUI/XII/2021 perspektif sadd al-dzari'ah. *Ekonomika Sharia: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah, 10*(2), 391–410. <https://doi.org/10.36908/esha.v10i2.1189>