

ABSTRAK

Rahma Nazila Ramadhani (1223020128): Penggunaan *Dark Patterns* dalam Jual Beli pada Toko Kosong.Ltd Official Store di Aplikasi Shopee Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Perkembangan digitalisasi ekonomi menghadirkan ruang transaksi yang lebih fleksibel melalui aplikasi *e-commerce*. Kehadiran Shopee sebagai salah satu *platform e-commerce* terpopuler di Indonesia mendorong berbagai strategi promosi guna meningkatkan volume penjualan. Berdasarkan hasil pengamatan pada toko Kosong.Ltd Official Store di aplikasi Shopee ditemukan praktik penggunaan *dark patterns* yang mengandung unsur *gharar*, seperti *false scarcity* (kelangkaan palsu), *hidden costs* (biaya tersembunyi), *false urgency* (tekanan waktu semu), dan *confirmshaming* (narasi penggiringan yang menyesatkan). Praktik tersebut menimbulkan ketidakjelasan informasi dan memengaruhi proses pengambilan keputusan pembeli sehingga kerelaan (*antarādin*) dalam akad jual beli tidak terbentuk secara hakiki, melainkan dipengaruhi oleh manipulasi desain. Hal ini berimplikasi terhadap keabsahan akad menurut hukum ekonomi syariah karena tidak terpenuhinya prinsip kejelasan, kejujuran, dan kerelaan dalam transaksi.

Penelitian ini bertujuan untuk pertama, mengidentifikasi praktik pelaksanaan *dark patterns* pada toko Kosong.Ltd Official Store di aplikasi Shopee, kedua, menganalisis penggunaan *dark patterns* pada toko Kosong.Ltd Official Store di aplikasi Shopee perspektif hukum ekonomi syariah.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini didasarkan pada rukun dan syarat sah akad jual beli, konsep kerelaan (*antarādin*), faktor-faktor yang menghilangkan kerelaan, konsep *gharar* dalam akad, serta teori mengenai jenis dan strategi penggunaan *dark patterns* dalam *e-commerce*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan empiris, suatu pendekatan yang mengandalkan bukti-bukti lapangan yang teramati sebagai dasar pembuktian hipotesis. Metode penelitian yang diterapkan adalah metode deskriptif analisis, dengan tujuan memberikan gambaran secara sistematis fakta dan fenomena yang terjadi di lapangan kemudian dianalisis dengan teori atau aturan hukum ekonomi syariah. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yang diperoleh melalui teknik pengumpulan data berupa wawancara dengan pihak-pihak terkait, studi dokumentasi pada tampilan toko di aplikasi Shopee, serta studi pustaka yang mendukung landasan teoritis penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pertama, toko Kosong.Ltd Official Store memanfaatkan beberapa fitur pemasaran yang memiliki karakteristik *dark patterns*, yaitu jenis *false urgency*, *confirmshaming*, *hidden costs*, dan *false scarcity*. Kedua, secara formal rukun akad jual beli telah terpenuhi, namun ditemukan unsur *gharar* pada syarat akad yaitu *gharar fi al-waqt*, *gharar fi al-ridha*, *gharar fi al-tsaman*, dan *gharar fi al-mawjud* yang dapat dikategorikan sebagai *gharar fāhish* karena menyangkut aspek fundamental dalam akad. Kondisi tersebut menyebabkan kerelaan atau *antaradin* tidak terbentuk secara sempurna sehingga akad dapat dikategorikan sebagai akad *fasid* dan menyimpang dari prinsip-prinsip syariah.