

Hukum Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis di Era Teknologi Kecerdasan Buatan: Perlindungan Pengguna dan Tanggung Jawab Perusahaan

Muhamad Ammar Muhtadi¹, Sahrul²

¹Universitas Nusa Putra dan muhamad.ammar_mn19@nusaputra.ac.id

²Sekolah Tinggi Ilmu Hukum (STIH) Sultan Adam dan sahrul@stihsa-bjm.ac.id

Article Info

Article history:

Received Sept, 2023

Revised Sept, 2023

Accepted Sept, 2023

Kata Kunci:

Hukum, Perlindungan, Konsumen, Etika Bisnis, Era Teknologi, Kecerdasan Buatan, Tanggung Jawab Perusahaan

Keywords:

Law, Protection, Consumer, Business Ethics, Technology Era, Artificial Intelligence, Corporate Responsibility

ABSTRAK

Kemunculan teknologi Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence/AI) telah mengantarkan era transformatif bagi bisnis di seluruh dunia, menghadirkan peluang dan tantangan yang tak tertandingi. Dalam konteks Indonesia, negara dengan perekonomian yang berkembang pesat, penelitian ini mengeksplorasi interaksi antara Hukum Perlindungan Konsumen, Etika Bisnis, dan ranah AI yang sedang berkembang. Melalui lensa multidisiplin, penelitian ini meneliti kerangka hukum yang ada, pertimbangan etika, dan tanggung jawab perusahaan yang terkait dengan teknologi AI. Dengan menggunakan pendekatan metode campuran, termasuk analisis hukum, wawancara kualitatif, dan survei, penelitian ini bertujuan untuk mengajukan rekomendasi untuk meningkatkan perlindungan pengguna dan tanggung jawab perusahaan dalam lanskap AI di Indonesia. Temuan ini berkontribusi pada wacana global tentang penyelarasan dimensi hukum, etika, dan perusahaan di era AI.

ABSTRACT

The emergence of Artificial Intelligence (AI) technology has ushered in a transformative era for businesses around the world, presenting unparalleled opportunities and challenges. In the context of Indonesia, a rapidly developing economy, this research explores the interplay between Consumer Protection Law, Business Ethics, and the emerging field of AI. Through a multidisciplinary lens, this research examines the existing legal framework, ethical considerations, and corporate responsibilities associated with AI technologies. Using a mixed-method approach, including legal analysis, qualitative interviews, and surveys, this research aims to propose recommendations to improve user protection and corporate responsibility in the AI landscape in Indonesia. The findings contribute to the global discourse on aligning legal, ethical, and corporate dimensions in the AI era.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Name: Sahrul

Institution: Sekolah Tinggi Ilmu Hukum (STIH) Sultan Adam

Email: sahrul@stihsa-bjm.ac.id

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi Kecerdasan Buatan (AI) telah membawa banyak perubahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang pendidikan. Transformasi kurikulum menjadi salah satu langkah penting untuk memastikan pendidikan yang relevan di masa depan, mengingat perubahan cepat yang terjadi akibat kemajuan teknologi (Liriwati, 2023). AI memiliki potensi besar dalam membantu transformasi kurikulum, karena kemampuannya untuk mengumpulkan, menganalisis, dan memproses data besar dengan cepat (Liriwati, 2023). Dalam konteks pendidikan, AI dapat digunakan untuk memperbaiki kurikulum yang ada dan menciptakan pendidikan yang lebih relevan dengan kebutuhan dan tuntutan zaman. Salah satu cara AI dapat membantu dalam transformasi kurikulum adalah dengan memungkinkan adanya pembelajaran yang personal dan disesuaikan dengan kebutuhan individu (Liriwati, 2023).

AI dapat menganalisis data belajar siswa secara mendalam dan memberikan rekomendasi pembelajaran yang sesuai dengan kemampuan dan minat mereka (Liriwati, 2023). Dengan demikian, AI dapat membantu guru dalam mengidentifikasi kebutuhan belajar siswa dan merancang strategi pengajaran yang lebih efektif. Selain itu, AI juga dapat digunakan untuk mengembangkan metode evaluasi yang lebih akurat dan objektif, sehingga dapat memberikan umpan balik yang lebih baik kepada siswa dan guru.

Namun, penerapan AI dalam pendidikan juga menimbulkan beberapa masalah etika yang perlu diatasi, seperti masalah privasi data, kesenjangan digital, dan potensi penggantian peran guru oleh teknologi (Rahardja, 2022). Oleh karena itu, penting bagi para pemangku kepentingan dalam pendidikan untuk menciptakan keseimbangan yang baik antara pemanfaatan AI dan perlindungan hak-hak serta kepentingan siswa dan guru. Dalam konteks Indonesia, penerapan AI dalam pendidikan dapat membantu mengatasi berbagai tantangan, seperti meningkatkan kualitas pendidikan, mengurangi ketimpangan sosial, dan menciptakan lapangan pekerjaan baru (L. I. Putri, 2017). Namun, perlu ada kerjasama antara pemerintah, industri, dan institusi pendidikan untuk memastikan bahwa AI dapat diintegrasikan ke dalam sistem pendidikan secara efektif dan etis, serta memberikan manfaat yang optimal bagi masyarakat.

Evolusi teknologi AI tidak hanya merupakan pergeseran paradigma teknologi, tetapi juga pergeseran paradigma sosial-hukum. Indonesia, seperti banyak negara lain, sedang menavigasi perairan yang belum dipetakan untuk mengatur dan memandu pemanfaatan AI secara etis di berbagai sektor. Penelitian ini berusaha untuk menavigasi medan yang rumit ini, dengan fokus khusus pada pertemuan antara Hukum Perlindungan Konsumen, Etika Bisnis, dan ranah teknologi AI yang sedang berkembang di Indonesia (Dewianawati et al., 2022; Husain, 2013; L. S. Putri et al., 2022; Rosmiati et al., 2019; Trinoto & Valentino, 2021). Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk membedah dan menganalisis kerangka hukum yang ada yang mengatur perlindungan konsumen di Indonesia terkait AI. Melalui eksplorasi mendalam terhadap undang-undang seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen, peraturan perlindungan data, dan undang-undang terkait, kami bertujuan untuk memastikan kecukupan dan relevansi undang-undang saat ini dalam melindungi hak-hak konsumen Indonesia dalam lanskap digital yang berkembang pesat. Sejalan dengan analisis hukum, penelitian ini berusaha untuk menggali pertimbangan etika yang timbul dari integrasi AI dalam praktik bisnis. Penelitian ini akan meneliti isu-isu seperti transparansi, akuntabilitas, dan

potensi bias yang tertanam dalam algoritme AI. Dengan mengacu pada standar etika internasional, penelitian ini berupaya mengevaluasi keselarasan praktik-praktik AI dengan norma-norma yang ada.

Lebih lanjut, penelitian ini bertujuan untuk meneliti peran entitas perusahaan dalam memastikan perlindungan pengguna dalam lanskap AI. Penelitian ini akan mengeksplorasi praktik, tanggung jawab, dan pedoman etika perusahaan, serta menilai bagaimana perusahaan di Indonesia menghadapi tantangan etika yang ditimbulkan oleh AI. Melalui studi kasus dan wawancara dengan para ahli, penelitian ini bertujuan untuk menyaring praktik-praktik terbaik yang berkontribusi pada kerangka kerja tanggung jawab perusahaan yang kuat. Pentingnya penelitian ini digarisbawahi oleh peran penting yang dimainkan oleh teknologi AI dalam membentuk dinamika hubungan konsumen dan perusahaan. Seiring dengan upaya Indonesia untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan inovasi teknologi, sangat penting untuk memastikan bahwa kerangka hukum, pertimbangan etika, dan tanggung jawab perusahaan selaras, sehingga dapat melindungi konsumen dari potensi risiko yang terkait dengan AI.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia

Undang-undang perlindungan konsumen di Indonesia merupakan landasan untuk melindungi hak-hak dan kepentingan warga negaranya. Undang-Undang Perlindungan Konsumen, bersama dengan peraturan terkait lainnya, menyediakan kerangka kerja untuk menangani isu-isu seperti keamanan produk, praktik perdagangan yang adil, dan penyelesaian sengketa (Apriani & Syafrinaldi, 2022; Krisharyanto & Setyowati, 2019; Yuliana, 2022). Pemeriksaan kritis terhadap undang-undang ini akan dilakukan untuk memastikan penerapan dan keefektifannya dalam konteks teknologi AI yang berkembang pesat (Janitra et al., 2021; Kristiyanti, 2022).

Meskipun kerangka hukum yang ada dapat memberikan dasar yang kuat, literatur akan diteliti untuk mencari bukti tantangan dan kesenjangan dalam menangani masalah perlindungan konsumen terkait AI. Contoh-contoh ambiguitas hukum, peraturan yang sudah ketinggalan zaman, dan kesenjangan dalam mekanisme penegakan hukum akan dieksplorasi untuk memahami keterbatasan lanskap hukum saat ini (Bui & Nguyen, 2023; Chatterjee et al., 2021; Hosny et al., 2018).

Untuk memperkaya pemahaman mengenai posisi hukum Indonesia, analisis komparatif akan dilakukan dengan yurisdiksi lain yang telah bergulat dengan tantangan serupa. Hal ini akan memberikan wawasan tentang praktik terbaik global dan model potensial untuk meningkatkan undang-undang perlindungan konsumen Indonesia di era AI.

2.2 Etika Bisnis di Era Kecerdasan Buatan

Ketika sistem AI menjadi semakin kompleks, masalah transparansi menjadi pusat dari praktik bisnis yang etis. Literatur akan disurvei untuk mengeksplorasi bagaimana bisnis dapat menjaga transparansi dalam algoritma AI dan proses pengambilan keputusan. Selain itu, konsep akuntabilitas, baik secara hukum maupun etika, akan ditelaah untuk memahami bagaimana bisnis dapat bertanggung jawab atas hasil keputusan yang didorong oleh AI. (Haidine et al., 2021; Liu, 2022; Volini et al., 2019)

Sistem AI rentan terhadap bias yang secara tidak sengaja dapat mendiskriminasi kelompok demografis tertentu. Tinjauan literatur akan membahas studi dan kasus yang mengeksplorasi bias dalam algoritme dan metodologi AI untuk mengungkap strategi untuk mengurangi bias dan memastikan keadilan. Pertimbangan etis dalam menerapkan sistem AI yang bias dalam konteks yang berhubungan dengan konsumen akan menjadi titik focus (Hasan, 2021; Kitsios & Kamariotou, 2021).

Dimensi etika dari persetujuan pengguna dan privasi data dalam lanskap AI akan dieksplorasi. Literatur akan menjelaskan tantangan yang dihadapi bisnis dalam memperoleh persetujuan pengguna yang berarti untuk aplikasi AI dan mempertahankan standar privasi. Wawasan tentang norma-norma yang berkembang dan tolok ukur etika dalam manajemen data pengguna akan diambil dari perspektif internasional.

2.3 Tanggung Jawab Perusahaan dalam AI

Literatur akan ditelaah untuk mencari kasus dan studi yang menyoroti praktik-praktik perusahaan yang patut dicontoh dalam menavigasi tantangan etika yang ditimbulkan oleh AI. Perusahaan yang telah berhasil mengintegrasikan AI dengan memprioritaskan perlindungan pengguna dan pertimbangan etika akan diteliti untuk menyaring praktik-praktik terbaik yang dapat diterapkan dalam konteks Indonesia (Assifa et al., 2020; Hartati, 2020; Umam & Auliya, 2018).

Eksplorasi pedoman etika yang ada untuk bisnis yang memanfaatkan AI akan dilakukan. Hal ini termasuk pedoman dari organisasi internasional, asosiasi industri, dan badan-badan pemerintah (Hasan, 2021; Kitsios & Kamariotou, 2021; Liu, 2022). Literatur akan dianalisis untuk mengidentifikasi kesamaan dan perbedaan dalam kerangka kerja etika dan bagaimana mereka menyelaraskannya dengan kebutuhan spesifik bisnis di Indonesia.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode campuran, mengintegrasikan analisis hukum, wawancara kualitatif, dan survei untuk menyelidiki secara komprehensif dinamika rumit Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Etika Bisnis, dan Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence/AI) di Indonesia. Triangulasi metodologis ini memastikan pemahaman yang mendalam tentang interaksi yang kompleks antara kerangka kerja hukum, pertimbangan etika, dan tanggung jawab perusahaan. Analisis hukum mempelajari:

- a) Undang-Undang Perlindungan Konsumen: Pemeriksaan yang cermat terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen Indonesia dan undang-undang terkait.
- b) Undang-Undang Perlindungan Data: Pemeriksaan terhadap peraturan yang mengatur perlindungan data untuk memahami bagaimana informasi pribadi dilindungi.
- c) Undang-undang yang Relevan: Investigasi undang-undang di luar undang-undang perlindungan konsumen langsung yang dapat berdampak pada aplikasi AI.

3.1 Metode Analisis Hukum

- a) Analisis Tematik: Mengidentifikasi tema-tema utama dalam undang-undang perlindungan konsumen yang terkait dengan AI, seperti privasi data, penyelesaian sengketa, dan tanggung jawab.

- b) Analisis Kasus: Menelaah kasus-kasus hukum yang terkait dengan hak-hak konsumen dan teknologi AI untuk mendapatkan wawasan tentang interpretasi yudisial.
- c) Analisis Komparatif: Membandingkan kerangka hukum Indonesia dengan kerangka hukum internasional untuk memahami praktik-praktik terbaik di dunia.

3.2 Wawancara Kualitatif

- a) Ahli Hukum: Melibatkan para sarjana dan praktisi hukum yang memiliki keahlian di bidang perlindungan konsumen dan hukum teknologi.
- b) Ahli Etika: Keterlibatan ahli etika untuk memberikan wawasan tentang pertimbangan etika yang terkait dengan AI dalam praktik bisnis.
- c) Perwakilan Bisnis: Wawancara dengan para profesional dari bisnis yang secara aktif memanfaatkan teknologi AI.

Metodologi Wawancara

- a) Wawancara Terbuka: Melakukan wawancara mendalam dan terbuka untuk mendapatkan perspektif yang beragam.
- b) Pendekatan Semi-Terstruktur: Pendekatan semi-terstruktur yang memungkinkan fleksibilitas sambil memastikan topik-topik utama tercakup.
- c) Pengkodean Tematik: Menggunakan pengkodean tematik dari transkrip wawancara untuk mengidentifikasi tema-tema yang berulang dan sudut pandang yang beragam.

Survei

- a) Perspektif Konsumen: Merancang survei untuk mengumpulkan wawasan tentang sikap, pengalaman, dan kekhawatiran konsumen mengenai teknologi AI.
- b) Inklusivitas Demografis: Memastikan inklusivitas dengan mempertimbangkan demografi yang beragam untuk menangkap spektrum perspektif yang luas.

3.3 Analisis Data

- a) Triangulasi: Mengintegrasikan temuan-temuan dari analisis hukum, wawancara kualitatif, dan survei untuk membangun wawasan yang komprehensif.
- b) Verifikasi Silang: Melakukan verifikasi silang terhadap data dari berbagai sumber untuk meningkatkan keandalan temuan.

Analisis Tematik

- a) Kerangka Hukum: Analisis tematik terhadap dokumen hukum untuk mengidentifikasi kesenjangan dan kekuatan dalam kerangka hukum yang ada.
- b) Perspektif Ahli: Analisis tematik terhadap transkrip wawancara untuk memahami perspektif ahli tentang perlindungan konsumen terkait AI.
- c) Pengalaman Konsumen: Analisis kuantitatif terhadap tanggapan survei untuk mengidentifikasi tren dan pola dalam pengalaman konsumen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia

Analisis hukum terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia menunjukkan adanya landasan yang kuat untuk melindungi konsumen. Namun, dalam konteks

teknologi AI, terdapat kesenjangan terkait kekhususan peraturan yang membahas perlindungan data dan tanggung jawab bisnis yang menggunakan AI.

Pemeriksaan kasus-kasus hukum menyoroti tantangan dalam menafsirkan hukum yang ada dalam konteks AI. Ambiguitas mengenai pertanggungjawaban dalam kasus-kasus yang melibatkan keputusan yang digerakkan oleh AI menimbulkan tantangan bagi konsumen yang mencari ganti rugi. Selain itu, tidak adanya ketentuan eksplisit untuk aplikasi AI yang sedang berkembang menimbulkan kesenjangan regulasi.

Perbandingan dengan kerangka kerja internasional menunjukkan bahwa meskipun Indonesia selaras dengan norma-norma global dalam beberapa aspek, masih ada ruang untuk perbaikan. Praktik terbaik dalam perlindungan data dan pertanggungjawaban dari yurisdiksi lain dapat menjadi masukan untuk menyempurnakan kerangka hukum Indonesia.

4.2 Etika Bisnis di Era Kecerdasan Buatan

Tinjauan literatur dan wawancara kualitatif menggarisbawahi semakin pentingnya transparansi dalam sistem AI. Namun, masih ada tantangan dalam mengoperasionalkan transparansi, terutama dalam algoritme yang dipatenkan. Diskusi ini menekankan perlunya mekanisme pelaporan yang terstandarisasi untuk meningkatkan akuntabilitas.

Temuan-temuan menunjukkan bahwa bias dalam sistem AI, baik yang tidak disengaja maupun yang disengaja, merupakan masalah yang merajalela. Praktik perusahaan dalam memitigasi bias tidak konsisten, sehingga membutuhkan standar di seluruh industri. Diskusi ini menyoroti keharusan etis bagi perusahaan untuk mengatasi bias dalam aplikasi AI, terutama yang memengaruhi kelompok konsumen yang rentan.

Literatur memaparkan kompleksitas seputar persetujuan pengguna dan privasi data. Kekhawatiran konsumen termasuk ketidakjelasan syarat dan ketentuan dan potensi penyalahgunaan data pribadi. Pertimbangan etika menekankan perlunya mekanisme persetujuan yang jelas dan dapat dipahami untuk memberdayakan pengguna dalam ekosistem AI.

4.3 Tanggung Jawab Perusahaan dalam AI

Praktik-praktik perusahaan yang patut dicontoh dalam aplikasi AI muncul dari wawancara kualitatif. Perusahaan dengan kerangka kerja etika yang kuat memprioritaskan perlindungan pengguna, menerapkan AI yang dapat dijelaskan, dan terlibat dalam dialog yang berkelanjutan dengan para pemangku kepentingan. Diskusi ini menggarisbawahi peran komitmen kepemimpinan dalam menumbuhkan budaya penggunaan AI yang bertanggung jawab.

Sintesis pedoman etika mengungkapkan lanskap yang bervariasi, dengan beberapa sektor industri yang tidak memiliki standar yang jelas. Diskusi ini menyerukan pengembangan pedoman etika khusus sektoral, menyelaraskan dengan praktik terbaik global, dan pembentukan mekanisme untuk menegakkan kepatuhan terhadap pedoman ini.

Analisis ini menekankan keseimbangan antara kepatuhan hukum dan pertimbangan etika. Meskipun kerangka kerja hukum memberikan dasar, para narasumber yang diwawancarai

menekankan perlunya inisiatif perusahaan yang proaktif yang melampaui kepatuhan semata. Diskusi ini mengeksplorasi potensi pengaturan mandiri dalam komunitas bisnis.

4.4 Sintesis Temuan

Sintesis temuan hukum, etika, dan perusahaan menyoroti tantangan dan peluang yang saling berhubungan. Diskusi ini menggarisbawahi perlunya pendekatan terpadu yang menyelaraskan kerangka hukum, pedoman etika, dan tanggung jawab perusahaan untuk memperkuat perlindungan pengguna di era AI di Indonesia.

5. KESIMPULAN

Perjalanan penelitian ke dalam hubungan yang rumit antara Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Etika Bisnis, dan Kecerdasan Buatan (AI) di Indonesia telah mengungkap lanskap yang ditandai dengan peluang, tantangan, dan keharusan untuk berevolusi. Dalam mengkaji Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia, kami melihat adanya kerangka kerja regulasi yang kuat namun mengidentifikasi adanya kesenjangan yang membutuhkan kekhususan dalam lanskap AI yang berkembang pesat. Pemeriksaan terhadap Etika Bisnis menyoroti pentingnya transparansi, keadilan, dan persetujuan pengguna dalam aplikasi AI, yang menekankan perlunya mekanisme pelaporan yang terstandardisasi. Tanggung Jawab Perusahaan muncul sebagai landasan, dengan praktik-praktik teladan yang menekankan penerapan AI secara etis dan keterlibatan proaktif dengan para pemangku kepentingan.

Sintesis dari dimensi-dimensi ini menggarisbawahi sifat yang saling berhubungan antara pertimbangan hukum, etika, dan perusahaan. Pendekatan yang selaras, menurut kami, sangat penting untuk memperkuat perlindungan pengguna di era AI di Indonesia. Rekomendasi yang diusulkan mencakup reformasi hukum, pedoman etika sektoral, dan inisiatif perusahaan yang dirancang untuk mendorong praktik yang bertanggung jawab. Seiring dengan kompleksitas pengaturan dan panduan etika AI di Indonesia, penelitian ini memberikan wawasan yang dapat ditindaklanjuti oleh para pembuat kebijakan, pelaku bisnis, dan konsumen. Penelitian ini merupakan ajakan untuk bertindak bagi penyempurnaan hukum, kerangka kerja etika kolaboratif, dan budaya tanggung jawab yang memprioritaskan kepentingan dan hak-hak pengguna di era digital. Ketika komunitas global bergulat dengan dimensi etika dan hukum AI, Indonesia memiliki kesempatan untuk memimpin dengan memberi contoh, mendorong ekosistem AI yang dinamis dan bertanggung jawab yang berfungsi sebagai model bagi orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, D., & Syafrinaldi, S. (2022). Konflik Norma Antara Perlindungan Usaha Kecil Menurut Hukum Persaingan Usaha Indonesia Dengan Perlindungan Konsumen. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 4(1), 14–33.
- Assifa, S. N., Suprihatin, T., & ... (2020). Tinjauan Prinsip Etika Bisnis Islam pada Strategi Pemasaran di Restoran Royal Kashimura Bandung. ... *Hukum Ekonomi Syariah*.
- Bui, T. H., & Nguyen, V. P. (2023). The impact of artificial intelligence and digital economy on Vietnam's legal system. *International Journal for the Semiotics of Law-Revue Internationale de Sémiotique Juridique*, 36(2), 969–989.

- Chatterjee, S., Sreenivasulu, N. S., & Hussain, Z. (2021). Evolution of artificial intelligence and its impact on human rights: from sociolegal perspective. *International Journal of Law and Management*, 64(2), 184–205.
- Dewianawati, D., Efendi, M., & Oksaputri, S. R. (2022). Pengaruh Kecerdasan Emosional, Kompetensi, Komunikasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 1(3), 223–230.
- Haidine, A., Salmam, F. Z., Aqqal, A., & ... (2021). Artificial intelligence and machine learning in 5G and beyond: a survey and perspectives. ... *Technologies for 5G and ...*
- Hartati, A. (2020). *Endorsement Sebagai Strategi Pemasaran Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Hayu Olshop Metro)*. repository.metrouniv.ac.id.
- Hasan, A. R. (2021). Artificial Intelligence (AI) in accounting & auditing: A Literature review. *Open Journal of Business and Management*, 10(1), 440–465.
- Hosny, A., Parmar, C., Quackenbush, J., Schwartz, L. H., & Aerts, H. J. W. L. (2018). Artificial intelligence in radiology. *Nature Reviews Cancer*, 18(8), 500–510.
- Husain, S. A. (2013). *Pengaruh Kecerdasan Emosional (EQ) dan Kecerdasan Spiritual (SQ) terhadap kinerja karyawan: Studi kasus pada Kantor Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Janitra, R. M. S., Az, M. G., & Wisnuwardhani, D. A. (2021). Asas kebebasan berkontrak dan perlindungan konsumen dalam kontrak baku pada internet banking. *Jurnal Cakrawala Hukum*, 12(3), 334–343.
- Kitsios, F., & Kamariotou, M. (2021). Artificial intelligence and business strategy towards digital transformation: A research agenda. *Sustainability*, 13(4), 2025.
- Krisharyanto, E., & Setyowati, P. J. (2019). Pengendalian Pre-Project Selling Melalui Prinsip Perlindungan Konsumen Berdasarkan UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Perspektif*, 24(2), 124–130.
- Kristiyanti, C. T. S. (2022). *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika.
- Liriwati, F. Y. (2023). Transformasi Kurikulum; Kecerdasan Buatan untuk Membangun Pendidikan yang Relevan di Masa Depan. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 62–71.
- Liu, K. (2022). Research on the core competitiveness of short video industry in the context of big data—a case study of tiktok of bytedance company. In ... *Journal of Industrial and Business Management*. scirp.org.
- Putri, L. I. (2017). Reduksi Kemiskinan Melalui Sosiopreneurship. *Islamic Review: Jurnal Riset Dan Kajian Keislaman*, 6(1), 48–68.
- Putri, L. S., Azmi, S., Salsabila, N. H., & Hikmah, N. (2022). Pengaruh Kecerdasan Interpersonal dan Kecerdasan Matematis-Logis Terhadap Kemampuan Komunikasi Matematis. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 7(2b), 611–619.
- Rahardja, U. (2022). Masalah etis dalam penerapan sistem kecerdasan buatan. *Technomedia Journal*, 7(2 October), 181–188.
- Rosmiati, R., Supriadi, S., & Zahir, A. (2019). Pengaruh Modul Pembelajaran Terhadap Nilai Hasil Belajar Mahasiswa Pada Matakuliah Kecerdasan Buatan. *Patria Artha Technological Journal*, 3(2), 41–45.
- Trinoto, A. A., & Valentino, V. H. (2021). PENYULUHAN KECERDASAN BUATAN (AI) PADA KEHIDUPAN KITA KEPADA WARGA VILLA CASABLANCA DEPOK. *Jurnal PkM*

- (*Pengabdian Kepada Masyarakat*), 4(4), 406–409.
- Umam, M. R. K., & Auliya, Z. F. (2018). Hubungan Kausalitas Workplace Spirituality Dan Kinerja Karyawan: Perspektif Mediasi Etika Kerja Islam. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(1), 23–50.
- Volini, E., Schwartz, J., Roy, I., Hauptmann, M., & ... (2019). Leading the social enterprise: Reinvent with a human focus. *Deloitte Global Human ...*
- Yuliana, S. (2022). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP USAHA KECIL MENENGAH (UKM) BERDASARKAN UU NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN. *Justici*, 14(1), 1–14.