

Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Tentang Perlindungan Konsumen pada Transaksi Jual Beli di *Live Streaming* Tiktok Shop

Bung Hijaj Sulthonuddin¹, Tegar Abdul Fatah Muttaqin²

STAI Al Musaddadiyah

bung.hijaj@stai-musaddadiyah.ac.id

tegar.abdul.2005@stai-musaddadiyah.ac.id

DOI : 10.37968/jhesy.v3i2.912

ARTICLE HISTORY

Submitted: 26-07-2024

Accepted: 14-01-2024

Published: 15-01-2025

Abstrak

Dalam perkembangannya di era digital, transaksi jual beli mengalami transformasi yang cukup signifikan. Hadirnya layanan *e-commerce* seperti Shopee, Lazada, Tokopedia dan lainnya menjadi trend baru dalam transaksi jual beli. Bukan hanya *platform e-commerce* yang khusus diperuntukan bagi kegiatan jual beli, bahkan *platform* media sosial seperti Facebook dengan *marketplaceny*, TikTok dengan *Live streaming* TikTok Shopnya gencar menggarap fitur *shopping* dalam mengakomodir *trend* belanja *online* ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mekanisme transaksi jual beli di *live streaming* Tiktok shop, bagaimana perspektif Hukum Ekonomi syariah tentang terhadap transaksi jual beli di *live streaming* Tiktok shop dan untuk mengetahui bagaimana implementasi perlindungan konsumen perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah pada transaksi jual beli di *Live Streaming* Tik Tok Shop. Penelitian ini merupakan sebuah penelitian berjenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode *library research* (studi kepustakaan). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Melalui pendekatan pemenuhan hak terhadap konsumen, peneliti mengambil kesimpulan bahwasannya perlindungan konsumen apabila diambil dari sudut pandang hak-hak konsumen pada transaksi jual beli di *live streaming* Tiktok shop sudah terpenuhi dan sesuai dengan perspektif hukum ekonomi syariah.

Kata Kunci: *Hukum Ekonomi Syariah; Perlindungan Konsumen; Tiktok Shop*

The Perspective of Sharia Economic Law on Consumer Protection in Buying and Selling Transactions on TikTok Shop Live Streaming

Abstract

In its development in the digital era, buying and selling transactions have undergone a significant transformation. The presence of e-commerce services such as Shopee, Lazada, Tokopedia and others has become a new trend in buying and selling transactions. Not only e-commerce platforms that are specifically intended for buying and selling activities, even social media platforms such as Facebook with its marketplace, TikTok with its Live streaming TikTok Shop are intensively working on the shopping feature in accommodating this online shopping trend. This study aims to find out how the mechanism of buying and selling transactions in Tiktok shop live streaming, what is the perspective of Sharia Economic Law on buying and selling transactions in Tiktok shop live streaming and to find out how to implement consumer protection from the perspective of Sharia Economic Law on buying and selling transactions in TikTok Shop Live Streaming. This research is a qualitative research using the library research method. The results of this study show that

through the approach of fulfilling consumer rights, the researcher concludes that consumer protection when taken from the perspective of consumer rights in buying and selling transactions on Tiktok shop live streaming has been fulfilled and in accordance with the perspective of sharia economic law.

Keywords: Consumer Protection; Sharia Economic Law; Tiktok Shop

1. Pendahuluan

Pengaruh dari era digitalisasi menyebabkan peningkatan angka penetrasi internet di seluruh negara termasuk Indonesia. Dilansir dari Badan Pusat Statistik (BPS) disebutkan bahwa angka penetrasi internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, disebutkan bahwa 67 dari 100 orang di Indonesia diasumsikan telah melek internet (BPS, 2022).

Dalam pengaruhnya, tingginya angka penetrasi internet mempengaruhi perkembangan transaksi jual beli di era digital ini, hadirnya fasilitas jaringan internet membuat jual beli melalui *e-commerce* seperti Shopee, Lazada, Tokopedia dan yang lainnya menjadi sebuah tren baru di tengah masyarakat. Tren ini pun membuat *platform-platform* lain yang tidak berfokus pada *e-commerce* melainkan sebuah *platform* sosial media mengikuti tren ini dan mengeluarkan fitur *online shopping* seperti Facebook dengan *marketplaceny* dan Tiktok dengan Tiktok *shopnya* (Putri, 2023).

Dilansir dari data yang dikeluarkan firma riset *we are sosial* (2023) menunjukkan bahwa dalam periode 2022-2023 sebanyak 178,9 juta masyarakat di Indonesia telah melakukan transaksi *online shopping* dengan estimasi transaksi hingga US\$55,97 atau sekitar Rp.851 triliun. Data ini menunjukkan tingginya aktifitas *online shop* di Indonesia melalui seluruh *platform e-commerce* ataupun *platform* sosial media yang menyediakan fitur *online shop*. Diantara *platform* sosial media yang sering digunakan masyarakat Indonesia untuk melaksanakan transaksi *online shop* adalah Tiktok *shop* yang menduduki peringkat utama dengan jumlah persentase penggunaan mencapai 45%, disusul dengan *platform* lain seperti Whatsapp 21%, Facebook *marketplace* 10% dan Instagram 10% (Riyanto & Pertiwi, 2023).

Tiktok Sendiri merupakan suatu *platform* sosial media asal tiongkok yang diluncurkan pertama kali pada tahun 2016 dan masuk pertama kali ke Indonesia tahun 2018 (Wijoyo, 2023). *Platform* sosial media Tiktok ini sendiri memiliki fitur awal untuk membuat dan menonton video dengan durasi pendek, akan tetapi dengan melejitnya tren *online shop*, *platform* ini mulai merilis fitur Tiktok *shop* (Wijoyo, 2023). Salah satu fitur yang paling digemari konsumen pada saat melakukan *online shop* di Tiktok *shop* adalah *live streaming* Tiktok *Shop* karena di sana banyak terdapat tawaran produk dengan harga yang menarik dan bisa melihat secara langsung bentuk produk maupun testimoni terhadap produk tersebut.

Seiring dengan maraknya penggunaan fitur Tiktok *shop* dengan *live streamingnya* sebagai *platform* untuk melakukan *online shop*, maka terdapat isu yang cukup menarik untuk dibahas yaitu “bagaimana perlindungan konsumen pada transaksi jual beli di *live streaming* Tiktok *shop*”. Perlindungan konsumen merupakan suatu isu yang sangat penting jika kita membahas suatu transaksi jual beli. Dalam hukum ekonomi syariah sendiri perlindungan konsumen menjadi hal yang sangat penting diperhatikan dalam transaksi jual beli, hal ini mengingat bahwa prinsip keadilan, transparansi dan kepatuhan syariah menjadi salah satu prinsip utama dalam jual beli menurut perspektif hukum ekonomi syariah. Konsep perlindungan konsumen ini hadir sebagai bentuk perlindungan kepada para konsumen supaya terhindar dari *kedzaliman* yang mungkin saja diterima dari proses transaksi jual beli. Hal ini sebagaimana disebutkan dalam firman Allah SWT surah Al-Baqarah ayat 279::

.... وَإِنْ تَبْتِغُوا فَلَكُمْ رِءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

“.... Akan tetapi, jika kamu bertobat, kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan).” (Kemenag RI, 2017)

Berdasarkan permasalahan di atas, maka peneliti mencoba untuk melakukan sebuah penelitian yang lebih mendalam mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli yang dilakukan pada *platform* Tiktok melalui fitur *live streaming* Tiktok *shop* dalam perspektif hukum ekonomi syariah dengan judul “Perspektif Hukum Ekonomi Syari’ah Tentang Perlindungan Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Di Live Streaming Tiktok Shop”.

2. Metode Penelitian

Peneliti melakukan sebuah penelitian berjenis kualitatif dengan metode yang digunakan yaitu metode penelitian *library research* (studi kepustakaan) penelitian berjenis kualitatif merupakan sebuah penelitian dengan menyusun rangkaian keterangan dalam bentuk uraian untuk menggambarkan penjelasan dan penemuan dari penelitian ini (Sugianto, 2020). Adapun metode penelitian *library research* merupakan suatu metode penelitian dimana melaksanakan rangkaian kegiatan yang berkenaan dengan pengumpulan data pustaka dan kajian literature, serta membaca, mencatat, dan mengolah bahan data tersebut untuk menunjang sebuah penelitian (Zeid, 2018).

3. Pembahasan dan Hasil Penelitian

3.1. Pembahasan

3.1.1. Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan sebuah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum terhadap para konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal yang berpotensi merugikan. Perlindungan konsumen ini meliputi perlindungan terhadap hak yang seharusnya mereka miliki. Dalam Hukum ekonomi syariah, perlindungan konsumen ini sangat penting dan juga mengacu pada indikasi halal dan haram (Nurhalis, 2015).

Perlindungan konsumen dalam hukum ekonomi syari’ah tercermin dalam prinsip-prinsip mu’amalah diantaranya proses transaksi jual beli harus terhindar dari *gharar* (ketidakpastian yang dapat menyebabkan kerugian bagi konsumen), *maisir* (perjudian), *riba*, dan paksaan.

Salah satu dalil yang menerangkan tentang perlindungan konsumen terdapat dalam hadis Rasulullah SAW yang berbunyi:

المُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ لَا يَحِلُّ لِمُسْلِمٍ بَاعَ مِنْ أَخِيهِ بَيْعًا وَفِيهِ غَيْبٌ إِلَّا بَيَّنَّهُ لَهُ

“seorang muslim adalah saudara muslim yang lain. Tidaklah halal bagi seorang muslim untuk menjual barang bagi saudaranya yang mengandung kecacatan, kecuali jika menjelaskannya lebih dahulu” (H.R. Ibnu Majah)

3.1.2. Jual Beli

Jual beli merupakan sebuah kegiatan yang cukup dikenal dan sering dilakukan dikalangan masyarakat. Jual beli diartikan sebagai sebuah ikatan persetujuan antara pihak penjual dan pembeli (KBBI digital). Secara jelas jual beli ini didefinisikan sebagai sebuah transaksi yang meliputi pertukaran barang dan harta antara penjual dengan pembeli yang didasarkan pada harga yang sudah disepakati (Sudarti, 2018).

Dalam bahasa arab istilah jual beli ini disemaknakan dengan beberapa terminologi, diantaranya adalah *al-bai'* yang berarti penyerahan barang dan penerimaan pembayaran, *al-syira'* yang berarti pemasukan zat menjadi hak milik diiringi dengan imbalan (Al-Jaziri, 1987), *al-tijarah* yang berarti perniagaan yang dilakukan antar umat manusia, dan *al-mubaadah* yang berarti pertukaran (Munawwir, 1948).

Dasar hukum dari jual beli ini diantaranya terdapat dalam surah al-Baqarah ayat 275 dan an-Nisa ayat 29:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ
مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ
وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

275. 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. (QUR'AN KEMENAG, 2019)

an-Nisa ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

29. 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. (QUR'AN KEMENAG, 2019)

Dalam dalil lain disebutkan dalam hadis Rasulullah SAW yang berbunyi:

عَنْ رَفِيعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ. أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، سُئِلَ: أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ
بَيْعٍ مَبْرُورٍ

“Dari Rif’ah bin Rafi’ r.a. sesungguhnya Nabi SAW pernah ditanya seorang sahabat mengenai usaha atau pekerjaan apakah yang paling baik? Rasul SAW menjawab usaha seorang dengan tangannya sendiri dan jual beli yang baik.” (H.R. al-Bazzar dan al-Hakim)

Rukun jual beli meliputi ‘*aqidain* (dua orang yang berakad) meliputi penjual dan pembeli, *sighat* (ijab qabul), dan *ma’qud* ‘*alaih* (benda atau barang yang diperjual belikan). Selanjutnya syarat sah jual beli seseuai dengan hukum ekonomi syariah adalah sebagai berikut (Syafe’i, 2020):

1. ‘*Aqid* (orang yang berakad)

Syarat seorang ‘*aqid* adalah baligh dan berakal, tidak dipaksa atau tanpa hak, Islam, dan pembeli bukan musuh.

2. *Shighat* (ijab qabul)

Syarat sah *sighat* meliputi: Berhadap-hadapan, ditujukan pada seluruh badan yang akad, *qobul* diucapkan oleh orang yang dituju dalam *ijab*, ketika mengucapkan *sighat* harus disertai dengan niat/maksud, pengucapan *ijab* dan *qabul* harus sempurna, pengucapan *ijab* dan *qabul* tidak terpisah, antara *ijab* dan *qabul* tidak diselingi

dengan pernyataan lain, tidak berubah lafadzh, bersesuaian antara *ijab* dan *qabul* secara sempurna, tidak dikaitkan dengan sesuatu, tidak dikaitkan dengan waktu.

3. *Ma'qud 'alaih* (barang atau benda yang diakadkan)

Syarat *ma'qud 'alaih* meliputi: Suci, bermanfaat, dapat diserahkan, barang milik sendiri atau menjadi wakil dari *'aqid*, dan jelas dan diketahui oleh orang yang melakukan akad.

Jual beli *online* merupakan sebuah transaksi jual beli yang dilakukan melalui perangkat gawai, computer, tablet dan lainnya yang terkoneksi secara langsung dengan internet (Gaussian & Mirawati, 2022). Adapun hukum dari jual beli *online* ini sesuai dengan Hukum Ekonomi Syariah diperbolehkan karena masih termasuk kedalam praktek jual beli yang mana Allah SWT halalkan lewat firman-Nya dalam surah Al-Baqarah ayat 275 yang sudah disebutkan di atas, kebolehan ini berlaku apabila dalam transaksi jual beli *online* ini terpenuhi rukun beserta syarat sah jual beli pada umumnya.

3.1.3. *Live Streaming*

Live streaming atau dalam bahasa Indonesia diterjemahkan menjadi siaran langsung merupakan suatu bentuk siaran berupa video maupun audio secara *real-time* dari sebuah program melalui jaringan internet. Siaran ini memberikan sensasi kepada para penontonnya seolah mereka sedang berada di tempat kejadian, selain itu, *live streaming* juga seringkali dipakai sebagai instrument promosi yang dapat mempengaruhi keputusan *buyer* dengan menciptakan sebuah pengalaman interaktif antara *seller* dengan *buyer* sehingga koneksi antar keduanya cenderung meningkat (Rizkya, Sarah, & Wijaya, 2024).

3.1.4. *Tiktok Shop*

Tiktok shop merupakan sebuah fitur *online shop* yang disediakan oleh *platform* Tiktok dalam aplikasinya. Secara garis besar *Tiktok shop* ini tidak berebeda dengan *e-commerce* lainnya, yang membedakan adalah adanya fitur yang terintegrasi dalam satu *platform* anatar media sosial dengan *online shop* sehingga dianggap lebih meningkatkan efisiensi apabila dibandingkan dengan *platform e-commerce* biasa (Stephanie, 2021).

3.1.5. Hukum Ekonomi Syariah dan Ruang Lingkupnya

Hukum merupakan serapan dari kata dalam bahasa arab yaitu *al-hukm* yang berarti norma, kaidah, patokan, tolok ukur, ukuran atau pedoman yang menjadi pedoman dalam menilai perbuatan/tingkah laku manusia (Syaripudin & Nurul, 2022).

Ekonomi dalam literatur bahasa arab deisemknakan dengan *al-mu'amalah* yang berarti aturan mengenai pergaulan dan hubungan manusia terkait kebutuhannya sehari-hari dan *al-iqtishad* yang diartikan sebagai suatu upaya yang cermat dalam mengatur urusan terkait kehidupan manusia (Syaripudin, Widaningsih, & Izzan, 2022). Istilah ekonomi syariah sendiri merupakan suatu kata yang populer di Indonesia dari istilah ekonomi Islam (*Islamic economy*) yang lebih dikenal di seluruh dunia. Eekonomi Islam sendiri didefinisikan oleh M Umar Chapra sebagai sebuah pengetahuan untuk merealisasikan kebahagiaan manusia melalui proses alokasi dan juga distribusi suatu sumber daya yang terbatas dan semua itu mengacu pada koridor ajaran Islam (Nasution, Setyanto, Huda, Mufraeni, & Utama, 2010). Dalam pengertian lain ekonomi syariah sebagai mana yang didefinisikan oleh M. Abdul Mannan merupakan sebuah ilmu pengetahuan sosial yang bertumpu dalam mempelajari permasalahan ekonomi masyarakat yang didasarkan pada nilai-nilai keislaman (Mannan, 1980).

Dari uraian di atas, maka Hukum Ekonomi Syari'ah dapat didefinisikan sebagai suatu rangkaian peraturan yang mengikat masyarakat dalam segala hal yang berkaitan dengan kegiatan perekonomian yang dilandasi oleh nilai-nilai berdasarkan dasar hukum Islam, sehingga proses perekonomian tidak hanya mementingkan keuntungan dan juga kepuasan, tetapi ada asas manfaat dari transaksi yang dijalankan.

Ruang lingkup dari ekonomi syariah sendiri secara umum adalah segala hal yang berhubungan secara langsung ataupun tidak dengan *muamalah*. Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah disebutkan bahwasannya ruang

lingkup dari hukum ekonomi syariah meliputi aspek-aspek ekonomi berupa *ba'i*, akad jual-beli, *musyarakah*, *mudharabah*, *murabahah*, *muzara'ah*, *musaqah*, *khiyar*, *istisna*, *ijarah*, *kafalah*, *hawalah*, *rahn*, *wadi'ah*, *ghasb*, *itlaf*, *wakalah*, *shulhu*, pelepasan hak, *ta'min*, obligasi syari'ah, pasar modal syari'ah, reksadana syari'ah, sertifikasi Bank Indoensia Syari'ah, pembiayaan multi jasa, *qardh*, pembiayaan rekening koran syari'ah, pengelolaan dana pensiun syari'ah, zakat, hibah dan akuntansi syari'ah (Pusat Pengkajian Hukum Islam dan Masyarakat Madani, 2009).

3.2. Hasil Penelitian

3.2.1. Mekanisme Transaksi Jual Beli di *Live Streaming* Tiktok Shop

Mekanisme Jual beli di *live streaming* Tiktok shop terdiri menjadi beberapa tahapan, dimulai dari membuat akun sampai akhirnya membuat pesanan. Secara lebih jelas apabila dideskripsikan menjadi sebagai berikut: *langkah pertama*, pengguna bisa mendownload aplikasi Tiktok dan masuk kedalam aplikasi tersebut, *kedua*, *log in* menggunakan akun Tiktok yang sudah dibuat sebelumnya atau *sign up* untuk mendaftar dan membuat akun Tiktok baru, *ketiga*; pengguna meng-klik *icon* keranjang yang terdapat pada bar bagian bawah yang bertuliskan Toko, *keempat*; klik bar pencarian dan tuliskan barang yang akan dibeli lalu klik *live* yang berada di bawah bar pencarian untuk menemukan toko atau *seller* yang sedang melaksanakan periode *live streaming*, *kelima*; pengguna dapat memilih toko mana yang sedang melaksanakan periode *live streaming* lalu klik toko tersebut untuk mengikuti forum *live streaming* toko yang dipilih, *keenam*; klik *icon* keranjang kuning yang berada di pojok kiri bawah layar gawai yang bertuliskan belanja, *ketujuh*; cari produk yang hendak dibeli dan apabila sudah menemukan lalu pengguna bisa klik *icon* pada barang yang dituju, *kedelapan*; isi data pribadi dan alamat pengiriman untuk menentukan kemana nantinya barang itu tersebut akan dikirimkan, untuk mengisinya pengguna bisa mengklik bar yang bertuliskan alamat pengiriman, *kesembilan*, sesudah menentukan alamat pengiriman pengguna lalu menentukan metode pembayaran yang diinginkan melalui metode pembayaran yang disediakan *platform*, lalu sesudah memilih metode pembayaran maka klik buat pesanan/*checkout*. Sesudah itu maka barang yang dipesan akan dikirimkan oleh penjual kepada pengguna ke alamat yang sudah dicantumkan pada saat proses pemesanan

3.2.2. Identifikasi Perlindungan Konsumen pada Transaksi Jual Beli di *Live Streaming* Tiktok Shop Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Untuk mengidentifikasi perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli di *live streaming* Tiktok shop, peneliti menggunakan sudut pandang dari pemenuhan hak konsumen yang harus terpenuhi dan harus diperhatikan oleh para penjual dan pelaku usaha dalam transaksi jual beli di *live streaming* Tiktok shop. Hal ini peneliti rasa menjadi masuk akal karena dibalik hak konsumen yang harus terpenuhi disana ada tanggung jawab penjual dan penyedia layanan untuk memenuhinya. Berikut peneliti akan mencoba untuk mengidentifikasi pemenuhan hak konsumen dalam transaksi jual beli di *live streaming* Tiktok shop:

Pertama; Hak untuk mendapat informasi yang benar dan terhindar dari pemalsuan. Berdasarkan analisis dari data yang telah peneliti kumpulkan maka peneliti mengidentifikasi bahwa hak konsumen untuk mendapatkan informasi ini sudah terpenuhi dengan diadakannya forum *live streaming* yang mana didalamnya host/presenter akan melakukan penawaran, penjelasan spesifikasi produk, ulasan produk serta testimoni produk yang mereka tawarkan kepada para konsumen. Disamping itu informasi ini diperkuat dengan disertakannya foto produk dalam setiap penawaran dalam etalase penjual, tidak lupa penjual juga menyertakan spesifikasi terkait produk yang ditawarkan kepada para konsumen.

Kedua; Hak untuk mendapatkan keamanan produk. Dari segi *packaging* penjual biasanya akan menggunakan bungkusan yang aman seperti kardus dan juga menambahkan *bubble wrap* pada setiap produk yang hendak dikirim. Hal ini tentunya dilakukan untuk menjaga rasa aman konsumen ketika barang tersebut dikirimkan. Dan dari segi pengiriman para konsumen dapat memantau laju proses pengiriman barang melalui fitur lacak paket atau lacak pesanan.

Ketiga; Hak untuk mendapatkan advokasi apabila terjadi sebuah persengketaan. Hak advokasi dalam sebuah persengketaan transaksi dalam transaksi jual beli di *live streaming* Tiktok *shop* dapat konsumen dapatkan setidaknya melalui tiga cara. *Pertama*; *self advocacy*, *keuda*, media sosial; *ketiga*, Regulasi Pemerintah

Keempat; Hak untuk mendapat perlindungan dari penyalahgunaan keadaan. Dalam haknya untuk mendapat perlindungan dari penyalahgunaan keadaan yang dilakukan oleh penjual, maka konsumen bisa melakukan permintaan pengembalian dana dalam pesanan yang dipesan melalui aplikasi. Sebagaimana dilansir resmi dari Tiktok *shop* dan tokopedia akademi bahwasannya pelanggan yang belum mendapati barang yang dipesan belum dikirimkan dalam 48 jam dari perkiraan tanggal pengiriman, maka konsumen dapat meminta haknya yaitu berupa pengembalian dana yang akan langsung ditangani oleh penyedia layanan atau *platform* Tiktok *shop* itu sendiri (Tiktok shop dan Tokopedia Akademi, n.d.)

Kelima; Hak untuk mendapatkan ganti rugi apabila terindikasi ada hal negatif dalam barang tersebut. Secara resmi penyedia layanan transaksi jual beli di *live streaming* Tiktok *shop* yakni Tiktok *shop* dan Tokopedia menjamin akan hak konsumen untuk mendapatkan ganti rugi apabila terindikasi ada hal negatif dalam barang yang dibeli ini. Ini tercantum dalam pedoman pengembalian produk dan pengembalian dana oleh pelanggan dalam situs web resmi Tiktok *shop* dan Tokopedia akademi bahwasannya pelanggan dapat mengajukan hak ganti rugi atas produk dengan mekanisme pengembalian dana dan juga barang dalam kurun waktu enam (6) hari setelah barang tersebut dikirim dan sampai ketangan konsumen.

Keenam; Hak untuk bebas memilih dan memperoleh nilai tukar yang wajar. Dalam melakukan transaksi jual beli di *live streaming* Tiktok *shop* konsumen berhak memilih toko atau penjual yang dia percayai untuk dibeli barang atau produknya. Dalam Tiktok *shop* sendiri terdapat banyak toko atau penjual yang menjual barang atau produk yang sama yang membelikan kesan fleksibilitas bagi konsumen dalam menentukan kewajaran harga yang akan dia keluarkan untuk membeli suatu produk atau barang yang akan dia beli.

Melalui pendekatan pemenuhan hak terhadap konsumen yang telah dipaparkan di atas maka peneliti mengambil kesimpulan bahwasannya perlindungan konsumen apabila diambil dari sudut pandang hak-hak konsumen pada transaksi jual beli di *live streaming* Tiktok *shop* sudah terpenuhi dan sesuai dengan perspektif hukum ekonomi syari'ah.

4. Kesimpulan

Mekanisme jual beli di *live streaming* Tiktok *shop* tidak jauh berbeda dari mekanisme jual beli pada e-commerce lain pada umumnya. Mekanisme Jual beli di *live streaming* Tiktok *shop* terdiri menjadi beberapa tahapan, dimulai dari membuat akun sampai akhirnya membuat pesanan.

Untuk mengidentifikasi perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli di *live streaming* Tiktok *shop*, peneliti menggunakan sudut pandang dari pemenuhan hak konsumen yang harus terpenuhi dan harus diperhatikan oleh para penjual dan pelaku usaha dalam transaksi jual beli di *live streaming* Tiktok *shop*. Diantara hak konsumen yang haru terpenuhi adalah; Hak untuk mendapat informasi yang benar dan terhindar dari pemalsuan; Hak untuk mendapatkan keamanan produk; Hak untuk mendapatkan advokasi apabila terjadi sebuah persengketaan; Hak untuk mendapatkan ganti rugi apabila terindikasi ada hal negatif dalam barang tersebut; dan Hak untuk bebas memilih dan memperoleh nilai tukar yang wajar.

Melalui pendekatan pemenuhan hak terhadap konsumen yang telah dipaparkan dalam penelitian ini maka peneliti mengambil kesimpulan bahwasannya perlindungan konsumen apabila diambil dari sudut pandang hak-hak konsumen pada transaksi jual beli di *live streaming* Tiktok *shop* sudah terpenuhi dan sesuai dengan perspektif hukum ekonomi syari'ah.

Daftar Pustaka

- Al-Jaziri, A. (1987). *al-Fiqh 'ala Madzhab al-'Arba'ah*. Libanon: Daar al-Fikr. QUR'AN KEMENAG.
(2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an. <https://pustakalajnah.kemenag.go.id/>
- BPS. (2022). *Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Jakarta: BPS RI.
- Gaussian, G., & Mirawati. (2022). Pemikiran Adiwarman Karim Tentang Jual Beli Online Dalam Menggunakan Akad as-Salam. *Jurnal HESy*.
- KBBI Digital
- Kemenag RI. (2017). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Al-Qur'an.
- Mannan, M. A. (1980). *Islamic Economics*. India: Idarah Adabiyah.
- Munawwir, A. W. (1948). *Buku Kamus Al Munawwir Arab Indonesia terlengkap edisi kedua*. Yogyakarta: pustaka progresif.
- Nasution, M. E., Setyanto, B., Huda, N., Mufraeni, M. A., & Utama, B. S. (2010). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nurhalis. (2015). Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999. *Jurnal IUS*, 3(9).
- Pusat Pengkajian Hukum Islam dan Masyarakat Madani. (2009). *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Putri, L. M. (2023). *Digitalisasi, jalan keluar pedagang dari sepiunya pembeli*. Dipetik Maret 2024, 2024, dari Antara.news: <https://www.antara.news.com/berita/3729810/digitalisasi-jalan-keluar-pedagang-dari-sepiunya-pembeli>
- Riyanto, G. P., & Pertiwi, W. K. (2023, Juli 10). *Pengguna TikTok di Indonesia Tembus 113 Juta, Terbesar Kedua di Dunia*. Dipetik Maret 28, 2024, dari Kompas.Com: <https://tekno.kompas.com/read/2023/07/10/11000067/pengguna-tiktok-di-indonesia-tembus-113-juta-terbesar-kedua-di-dunia>
- Rizky, S. N., Sarah, S., & Wijaya, F. (2024). Pengaruh Flash Sale, Gratis Ongkos Kirim, dan Live Streaming terhadap Impulsive Buying pada pengguna shopee. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi & Bisnis*, 5(1).
- Stephanie, C. (2021). *apa itu tiktok shop dan cara menggunakannya*. Dipetik Juni 25, 2024, dari Teknokompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2021/09/15/13260037/apa-itu-tiktok-shop-dan-cara-menggunakannya>
- Sudarti, S. (2018). *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Medan: FEBI UIN-SU Press.
- Sugianto, O. (2020). *Penelitian Kualitatif: Manfaat dan Alasan Penggunaan*. Dipetik Juni 21, 2024, dari Binus.ac.id: <https://binus.ac.id/bandung/2020/4/penelitian-kualitatif-manfaat-dan-alasan-pengguna/>
- Syafe'i, R. (2020). *Fiqh Muamalah* (8 ed.). Bandung: CV Pustaka Setia.
- Syaripudin, E. I., & Nurul, A. (2022). Mekanisme Transaksi Gadai Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah. *Jurnal HESy*.

- Syaripudin, E. I., Widaningsih, S., & Izzan, A. (2022). Praktik Jual Beli dengan Sistem Pre-order Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah (Studi Kasus di Toko Online HelloByl_aesthetic). *Jurnal HESy*.
- Tiktok shop dan Tokopedia Akademi. (t.thn.). *pedoman pembatalan pesanan, pengembalian pesanan dan pengembalian*. Dipetik Juli 26, 2024, dari Tiktok.com: https://seller-id.tokopedia.com/university/essay?knowledge_id=6837727601690370&default_language=id-ID&identity=1,
- Tim Redaksi CNBC Indonesia. (2023, Februari 15). *Warga RI Habiskan RP. 851 T Buat Belanja Onle, Beli Apa Aja?* Dipetik Maret 28, 2024, dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230215145223-37-414052/warga-ri-habiskan-rp-851-t-buat-belanja-online-beli-apa-aja>
- Wijoyo, S. G. (2023). Fenomena Aplikasi Tiktok Sebagai Alternatif Belanja Hemat. *Daruna: Journal of Communication*, 3(1).
- Zeid, M. (2018). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.