ABSTRAK**Iza Maulida Fitria, NIM 2020710011, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui *Social Commerce TikTok Shop***

Perkembangan teknologi dan internet telah mendorong kemunculan *Social Commerce* sebagai inovasi dalam transaksi jual beli online. Salah satu platform yang populer adalah *TikTok Shop*, yang menggabungkan fungsi media sosial dengan *E-Commerce*.

Tujuan dari penelitian ini adalah : 1) Untuk mengetahui mekanisme transaksi jual beli melalui *Social Commerce TikTok Shop*. 2) Untuk mengetahui perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *Social Commerce TikTok Shop* dalam perspektif hukum Islam. 3) Untuk mengetahui perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *Social Commerce TikTok Shop* dalam perspektif hukum positif.

Penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah jenis penelitian library research yaitu metode penelitian yang mengandalkan pengumpulan dan analisis data dari sumber-sumber tertulis yang tersedia di perpustakaan, database online, jurnal, buku, dan dokumen resmi. Penelitian dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Bahan hukum primer diperoleh dari literatur, peraturan perundang-undangan, dan dokumentasi terkait, sedangkan bahan hukum sekunder diperoleh melalui wawancara dengan konsumen *TikTok Shop* dan pakar hukum baik hukum Islam maupun hukum positif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme transaksi di *TikTok Shop* dimulai konsumen menjelajahi produk. Selanjutnya konsumen dapat menambahkan barang tersebut ke keranjang belanja atau langsung melakukan checkout. Setelah barang di checkout, konsumen melakukan pembayaran melalui berbagai metode pembayaran yang tersedia. Setelah pembayaran dikonfirmasi, penjual bertanggung jawab untuk mengemas dan mengirimkan produk kepada konsumen. Dalam perspektif hukum Islam, perlindungan konsumen diatur dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) Pasal 22 yang menjelaskan bahwa transaksi harus dilakukan berdasarkan prinsip keadilan, kejujuran, dan larangan gharar. Dalam perspektif Hukum positif diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi dasar perlindungan hak-hak konsumen. Pemenuhan hak-hak konsumen dijelaskan dalam pasal 4 yang berbunyi "Setiap konsumen berhak atas: a. kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; b. informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; c. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi yang dijanjikan; d. perlindungan terhadap barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan perjanjian; e. advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut."

Kata Kunci : *Perlindungan Konsumen, TikTok Shop, Social Commerce, Hukum Islam*