

BAB II LANDASAN TEORI

A. Teori Mekanisme Transaksi Jual Beli Melalui *Social Commerce TikTok Shop*

1. Pengertian Mekanisme Transaksi Jual Beli

Mekanisme transaksi menurut terminologi yang terdiri dari dua suku kata yakni mekanisme dan transaksi. Dibawah ini merupakan pendapat mengenai pengertian mekanisme transaksi dari berbagai istilah oleh beberapa ahli. Mekanisme pada dasarnya sebuah kata serapan yang berasal dari Bahasa Yunani yaitu kata “Mechane” yang artinya sebuah instrument, perangkat, bahan dan peralatan. Dan kata “Merchos” yang artinya sebuah metode, sarana dan teknis untuk menjalankan suatu fungsi. Menurut Amalia, menyatakan bahwa, Mekanisme adalah suatu rangkaian kerja sebuah alat untuk menyelesaikan sebuah masalah yang berhubungan dengan proses kerja untuk mengurangi kegagalan sehingga menghasilkan hasil yang maksimal.¹

Berdasarkan pendapat para ahli diatas maka penulis menarik kesimpulan bahwa mekanisme adalah serangkaian alat kerja yang digunakan untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan proses kerja serta interaksi satu bagian dengan bagian yang lainnya.

2. Pengertian *Social Commerce TikTok Shop*

a. *Social Commerce*

Social Commerce merupakan model bisnis baru. Wang dan Herrando mendefinisikan *Social Commerce* sebagai perpaduan antara *E-Commerce*, media sosial, dan sinyal jaringan sosial.² Menurut Stephen & Toubia *Social Commerce* adalah bentuk media sosial yang memungkinkan individu untuk secara aktif terlibat dalam penjualan dan pemasaran produk atau layanan di komunitas online dan pasar digital.³ Wang & Zhang menyebutkan bahwa *Social Commerce* adalah perdagangan yang dimediasi oleh media

¹ Santriati, “Perlindungan Hak Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999.”

² Liang Turban, E., Outland, J. King, D., Lee, J.K, *Social Commerce :Foundations , Social Marketing, And Adversiting Electronic Commerce*, 2018. 285-324.

³ Andrew T. Stephen and Olivier Toubia, “Deriving Value from Social Commerce Networks,” *SSRN Electronic Journal*, no. January 2009 (2011), <https://doi.org/10.2139/ssrn.1150995>.

sosial. Perdagangan sosial ini didorong oleh tiga tren utama: integrasi fitur komersial ke dalam media sosial, penggabungan fitur media sosial ke dalam *E-Commerce*, dan pemanfaatan media sosial dalam bisnis offline untuk meningkatkan kinerja bisnis. *Social Commerce* memiliki empat karakteristik utama: (1) Memungkinkan individu untuk menjadi penjual alih-alih perusahaan atau organisasi, (2) Memungkinkan penjual untuk mengatur produk di toko online pribadi, (3) Memungkinkan penjual untuk saling menghubungkan toko mereka, dan (4) Insentif *Social Commerce* didasarkan pada pembayaran komisi penjualan di toko.⁴

b. *TikTok Shop*

Salah satu fitur yang diperkenalkan oleh aplikasi *TikTok* adalah *TikTok Shop*. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk berbelanja langsung di dalam aplikasi media sosial tanpa perlu berpindah ke aplikasi lain. *TikTok Shop* diluncurkan sebagai respon terhadap popularitas global *TikTok*, menggabungkan aspek media sosial dengan *E-Commerce*. *TikTok Shop* memungkinkan pengguna untuk langsung membeli barang dan menikmati berbagai promosi serta diskon, termasuk pengiriman gratis.⁵

Awalnya, *TikTok Shop* diluncurkan untuk pengguna di Amerika, Inggris, dan Kanada. Sekarang, *TikTok Shop* dapat diakses oleh pengguna di sebagian besar negara, termasuk Indonesia. Berjualan di *TikTok* menarik karena banyaknya tren yang muncul di platform, serta karena *TikTok* digunakan oleh berbagai demografi, termasuk anak-anak dan remaja. *TikTok* memiliki sekitar satu miliar pengguna aktif bulanan, dan rata-rata pengguna menghabiskan lebih dari satu jam per hari di platform. Hal ini memberikan peluang besar bagi Toko *TikTok* untuk menarik pelanggan. *TikTok Shop* menyediakan berbagai fitur belanja seperti voucher gratis ongkos kirim, promo diskon, pembayaran di tempat, dan promo langsung, yang

⁴ Chingning Wang and Ping Zhang, "The Evolution of Social Commerce: The People, Management, Technology, and Information Dimensions," *Communications of the Association for Information Systems* 31, no. 1 (2012): 105–127, <https://doi.org/10.17705/1cais.03105>.

⁵ TikTok Shop, "Aplikasi Media Sosial Yang Bikin Bisnis Makin Cuan," Jubelio.Com. URL: <https://jubelio.com/2021/tiktok-shop-adalah/>, 2021.

memudahkan penjual dalam mempromosikan dan mengenalkan produk mereka. Semua kemudahan ini membuat *TikTok Shop* semakin diminati.⁶

Menurut Pasal 1 angka 2 UU Nomor 11/2008, perbuatan hukum yang dilakukan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya, dikenal sebagai penyelenggaraan transaksi elektronik. Transaksi ini bisa dilakukan dalam ranah publik maupun privat. Para pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik harus bertindak dengan itikad baik selama proses transaksi dan pertukaran informasi atau dokumen elektronik. Penyelenggaraan transaksi elektronik ini diatur lebih lanjut oleh peraturan pemerintah.⁷

B. Teori Perlindungan Hukum Islam Terhadap Konsumen Melalui *Social Commerce*

1. Khiyar

a. Pengertian Khiyar

Khiyar dalam bahasa berarti pilihan. Menurut Wahbah Zuhaili, khiyar adalah hak bagi salah satu pihak atau kedua belah pihak dalam jual beli untuk memilih melanjutkan atau membatalkan transaksi.⁸ Khiyar diberikan dalam Islam untuk mencegah kerugian dalam jual beli, sehingga transaksi berjalan lancar dan adil. Ahli fiqh banyak membahas khiyar dalam konteks jual beli, khususnya saat terjadi masalah dalam transaksi.⁹ Sayyid As-Sabiq menjelaskan bahwa khiyar adalah memilih antara melanjutkan atau memutuskan akad jual beli.¹⁰

⁶ Eka Andriyanti and Siti Ning Farida, “Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo),” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang* 11, no. 2 (2022): 228–41.

⁷ Sunarno Siswanto, *Hukum Informasi Dan Transaksi Elektronik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009). 57.

⁸ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu* (Jakarta: Gema Insani, 2011). 181.

⁹ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007). 129.

¹⁰ Sayyid Sabiq, *Terj Fikih Sunnah Jilid 5 ,Tahkik & Takhrij: Muhammad Nasiruddin Al Albani* (Palembang: Cakrawala Publishing, 2008). 209.

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah menyatakan bahwa hak bagi penjual atau pembeli untuk memilih melanjutkan atau membatalkan akad jual beli disebut khiyar.¹¹ Dalam Hukum Islam, hak khiyar ini diperbolehkan dalam transaksi jual beli, sebagaimana tercantum dalam QS. An-Nisa: 29.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءٰمَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ
تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۚ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “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”.

Penjelasan tersebut menyatakan bahwa umat Muslim dilarang mengambil harta orang lain dengan cara yang tidak sah, kecuali dalam transaksi bisnis yang dilakukan dengan rasa saling rela atau suka sama suka di antara para pihak. Selain itu, dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah, Rasulullah SAW bersabda,

قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِذَا أَنْتَ بَايَعْتَ فَقُلْ لَا خِلَابَةَ. ثُمَّ
أَنْتَ فِي كُلِّ سِلْعَةٍ ابْتَغْتَهَا بِالْخِيَارِ ثَلَاثَ لَيَالٍ فَإِنْ رَضِيتَ فَأَمْسِكْ
وَإِنْ سَخِطْتَ فَأَرُدْهَا عَلَى صَاحِبِهَا - رواه ابن ماجه

Artinya: "Nabi saw bersabda: Apabila kamu menjual maka katakanlah dengan jujur dan jangan menipu. Jika kamu membeli sesuatu maka engkau mempunyai hal pilih selama tiga hari, jika kamu rela maka ambillah, tetapi jika tidak maka kembalikan kepada pemiliknya," (HR Ibnu Majah).

¹¹ PPHIMM, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, Cetakan Ke 4 (Jakarta: Kencana, 2020). 80.

Dalam situasi ini, keputusan untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi bergantung pada kondisi barang atau jasa yang ditransaksikan. Akad jual beli bersifat mengikat sehingga hukum asalnya sempurna. Namun, jika terdapat hak khiyar, maka jual beli tersebut tidak mengikat selama masa khiyar, karena salah satu pihak mungkin membatalkan akad, yang dapat menimbulkan ketidakpastian dalam transaksi. Meski demikian, karena hukum Islam mengatur hak khiyar, ini menjadi solusi terbaik untuk memastikan kepuasan para pihak dalam transaksi barang atau jasa.

b. Macam – Macam Khiyar

Peneliti hanya akan membahas empat jenis khiyar yang penting dan harus diketahui, yaitu:

1) Khiyar Majelis

a) Pengertian Khiyar

Khiyar majlis dalam bahasa adalah bentuk masdar mimi dari julus yang berarti tempat duduk. Menurut para ahli fiqh, majlis akad adalah tempat di mana para pihak yang melakukan akad berada sejak akad dimulai sampai selesai, berlaku, dan wajibnya akad.¹² Dalam istilah, khiyar majlis adalah hak khiyar yang ditetapkan oleh syara' bagi para pihak yang melakukan transaksi, saat semua pihak berada di lokasi transaksi. Khiyar majlis diterapkan dalam berbagai jenis jual beli, seperti jual beli makanan dengan makanan, akad pemesanan barang (salam), dan syirkah.¹³

b) Masa Khiyar Majelis

Masa khiyar majlis berakhir dengan salah satu dari dua hal, yaitu saling memilih (*takhayur*) dan saling berpisah (*tafarruq*).¹⁴

(1) Takhayur adalah keputusan pelaku transaksi untuk memilih melanjutkan atau membatalkan transaksi saat masih berada di majlis akad.

(2) Tafarruq adalah perpisahan kedua belah pihak yang melaksanakan transaksi dari majlis akad.

¹² Abdul Aziz Muhammad, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi Dalam Islam* (Jakarta: Amzah, 2014). 177.

¹³ Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*. (Jakarta: Gema Insani, 2011). 182.

¹⁴ Rosidin, *Fikih Muamalah* (Malang: Eduliterasi, 2020). 20.

Tafarruq bisa terjadi ketika salah satu pihak meninggalkan majlis akad, sehingga hak khiyar kedua pelaku transaksi berakhir.

c) Berakhirnya Khiyar Majlis

Dalam khiyar majlis pada jual beli barang atau jasa, ada beberapa hal yang perlu dilakukan oleh penjual atau pembeli, yaitu:

- (1) Pemisahan kedua pihak yang mengadakan akad dari majlis. Tujuan perpisahan ini adalah untuk meninggalkan tempat transaksi yang, menurut standar tradisional dan kebanyakan orang, dianggap sebagai perpisahan.
- (2) Takhayyur (penentuan waktu untuk memilih). Tujuan takhayyur adalah agar kedua pihak secara jelas memilih untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi.
- (3) Pendapat ulama mazhab. Jika salah satu pihak yang berakad kehilangan kemampuan, misalnya menjadi gila atau sakit, maka hak khiyar tidak berakhir, tetapi berpindah ke walinya untuk melanjutkan transaksi.

2) Khiyar Syarat

a) Pengertian Khiyar Syarat

Sayyid Sabiq mengemukakan pendapat khiyar syarat adalah hak yang dimiliki oleh penjual, pembeli, atau keduanya untuk tetap melanjutkan atau membatalkan transaksi selama dalam masa tenggang yang telah disepakati.¹⁵ Dalam konteks ini, ketika dua orang bertransaksi, mereka dapat menetapkan beberapa syarat dengan jangka waktu tertentu. Selama masa tersebut, baik kedua pihak maupun salah satu pihak dapat memilih untuk melanjutkan jual beli atau membatalkannya.¹⁶

b) Masa Khiyar Syarat

Masa khiyar syarat memiliki dua batas waktu: minimal dan maksimal. Batas minimalnya adalah masa sebentar yang telah diketahui, seperti 1 jam.

¹⁵ Sayyid Sabiq, *Terj Fikih Sunnah Jilid 5 ,Tahkik & Takhrij: Muhammad Nasiruddin Al Albani*. (Palembang: Cakrawala Publishing, 2008). 209.

¹⁶ Sahrani Dan Abdullah, *Fikih Muamalah* (Depok: Ghalia Indonesia, 2011). 65.

Sedangkan batas maksimalnya adalah 3 hari 3 malam. Limitasi atau batas maksimal pada tiga hari tiga malam ini didasarkan pada hadis dan juga alasan rasional bahwa tiga hari adalah masa yang secara umum sudah cukup untuk melakukan pertimbangan secara matang sebelum mengambil keputusan.¹⁷

c) Berakhirnya Khiyar Syarat

Masa khiyar syarat akan berakhir dalam beberapa kondisi berikut:

- (1) Berdasarkan KHES pasal 272, khiyar syarat berakhir jika waktu yang ditentukan telah lewat dan pihak yang berhak tidak menyatakan pembatalan atau kelanjutan akad jual beli, sehingga akad tersebut menjadi sah sepenuhnya.¹⁸
- (2) Adanya keputusan untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi.
- (3) Melakukan tindakan atas komoditas selama masa khiyar yang biasanya hanya sah dilakukan oleh pemiliknya.

3) Khiyar Aib

a) Pengertian Khiyar Aib

Khiyar aib adalah salah satu bentuk khiyar yang terkait dengan kekurangan atau cacat pada suatu barang. Khiyar ini dapat dilakukan baik pada saat transaksi berlangsung maupun setelah transaksi selesai diadakan pada awal serah terima barang. Menurut Dimyauddin Djuwaini, syarat-syarat khiyar aib dapat dilakukan sebagai berikut:¹⁹

- (1) Barang memiliki cacat saat atau setelah akad dilaksanakan dan sebelum serah terima; jika cacat muncul setelah ijab qabul, maka tidak ada khiyar.
- (2) Cacat tetap ada saat obyek diterima oleh pelanggan.

¹⁷ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2017). 84.

¹⁸ PPHIMM, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana, 2009). 80.

¹⁹ Yoyok Prasetya, *Ekonomi Syariah* (Bandung: Aria Mandiri Group, 2018). 57.

- (3) Pelanggan tidak mengetahui adanya cacat pada obyek transaksi, baik saat transaksi berlangsung maupun setelah menerima barang. Jika pembeli sudah mengetahui sebelumnya, maka tidak ada khiyar karena dianggap sudah meridhainya.
- (4) Tidak ada persyaratan bara'ah (cuci tangan) dari cacat dalam akad jual beli; jika disyaratkan, hak khiyar menjadi gugur.
- (5) Cacat masih ada sebelum pembatalan akad.

Hak khiyar aib akan berakhir dan transaksi berlaku tanpa pilihan untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi jika setelah mengetahui cacat, terjadi hal-hal berikut:

- (1) Tidak segera mengembalikan (radd) barang.
- (2) Barang telah dimanfaatkan, seperti digunakan, disewakan, atau dijual. Tindakan ini mengindikasikan bahwa pembeli menerima kondisi barang dan memilih untuk melanjutkan transaksi.²⁰

4) Khiyar Ru'yah

Khiyar Ru'yah adalah hak pembeli untuk memilih melanjutkan atau membatalkan akad setelah melihat barang yang menjadi objek akad. Ini terjadi ketika barang tersebut tidak ada di tempat akad.²¹ Setelah pembeli melihat langsung barang yang dibeli, jika setuju, ia dapat melanjutkan transaksi, dan jika tidak setuju, ia bisa membatalkannya. Syarat berlakunya khiyar ru'yah adalah sebagai berikut:

- (1) Objek akad harus berupa barang, bukan uang. Oleh karena itu, dalam jual beli uang, khiyar tidak berlaku.
- (2) Objek akad belum dilihat sebelumnya. Jika objek akad sudah dilihat sebelum dibeli, khiyar tidak berlaku.

Hal yang menggugurkan khiyar ru'yah antara lain:

- (1) Perbuatan ikhtiari, yang terbagi menjadi dua: (1) Kerelaan atau persetujuan secara jelas (shahih). (2)

²⁰ Musthafa Al-khin, *Terjemah Al- Fiqh Al-Manhaj Ala Madzab Imam Syafii* (Pustaka Salam SDN. BHD, 2019). 21.

²¹ "Hak Khiyar Dalam Perlindungan Konsumen Menurut Mazhab Syafi'i Dan Hukum Positif," *Jurnal Al-Fikru Thn. XIII* No. 1 (2019).

Kerelaan secara dilalah (petunjuk), seperti tindakan pembeli yang menerima barang setelah dilihat.

- (2) Perbuatan dharuri, yakni setiap tindakan yang menggugurkan khiyar kecuali kematian pembeli.

C. Kajian Perlindungan Konsumen dalam Undang-Undang Nomer 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

1. Selayang Pandang Hukum Perlindungan Konsumen

Dijelaskan dalam Pasal 1 angka 1 UU Perlindungan Konsumen sebagai segala upaya untuk menjamin kepastian hukum dalam memberikan perlindungan kepada konsumen. Perlindungan ini bertujuan agar masyarakat tidak menggunakan atau mengonsumsi produk barang atau jasa yang bisa membahayakan keselamatan dan kesehatan mereka.²² Cakupan perlindungan konsumen meliputi dua aspek:²³

- a. Perlindungan terhadap barang yang diserahkan tidak sesuai kesepakatan.
- b. Perlindungan terhadap perlakuan syarat-syarat yang tidak adil.

Pasal 2 UU Perlindungan Konsumen menyebutkan asas-asas perlindungan konsumen yang terdiri dari manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, keselamatan konsumen, dan kepastian hukum. Perlindungan hukum bagi konsumen berfokus pada hak-hak konsumen, yang meliputi:

- a. Hak untuk mencegah kerugian personal dan harta kekayaan.
- b. Hak untuk memperoleh barang dan jasa dengan harga yang wajar.
- c. Hak untuk mendapatkan penyelesaian yang layak atas masalah yang dihadapi.

Untuk melindungi konsumen secara efektif, hak-hak tersebut harus dipenuhi oleh negara dan pelaku usaha, sehingga melindungi konsumen dari berbagai kerugian. Hukum perlindungan konsumen mencakup semua asas dan kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dengan penyedia barang dan jasa. Ini termasuk peraturan

²² Wiwik Sri Widiarty, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Depok: PT Komodo Books, 2016). 9-10.

²³ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2013). 22.

perundang-undangan dan putusan hakim yang mengatur kepentingan konsumen.²⁴

2. Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen

Tujuan hukum perlindungan konsumen dapat diringkas sebagai berikut:

- Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri.
- Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan mencegah dampak negatif dari penggunaan barang dan/atau jasa.
- Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-hak mereka.
- Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mencakup kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan akses informasi.
- Menumbuhkan kesadaran pada pelaku usaha tentang pentingnya perlindungan konsumen, sehingga tercipta sikap yang jujur dan bertanggung jawab.
- Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa untuk menjamin kelangsungan usaha produksi serta kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

3. Dasar Perlindungan Konsumen

Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) mengeluarkan *Guidelines for Consumer Protection* yang mengatur prinsip utama perlindungan konsumen, undang-undang perlindungan konsumen, lembaga penegakan, dan sistem ganti rugi. Pedoman ini membantu negara anggota merumuskan dan menegakkan hukum, peraturan, dan regulasi domestik serta mempromosikan kerja sama internasional dan berbagi pengalaman dalam perlindungan konsumen. Prinsip-prinsip yang diatur dalam pedoman tersebut antara lain adalah:²⁵

- Perlakuan yang adil dan merata.
- Perilaku komersial.
- Pengungkapan dan transparansi, dan lain-lain.

Di Indonesia, sejak adanya UU Perlindungan Konsumen, diharapkan upaya perlindungan konsumen menjadi

²⁴ Abdul Halim Barkatullah, *Framework Sistem Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia* (Bandung: Nusa Media, 2016). 15.

²⁵ United Nations, "United Nations Guidelines for Consumer Protection," *United Nations Publication*, 2016, 35, http://www.un.org/esa/sustdev/publications/consumption_en.pdf.

prioritas negara. Tujuan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan konsumen adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen serta mendorong rasa tanggung jawab pelaku usaha.²⁶ Kesimpulannya, konsumen sering berada dalam posisi yang lemah. Sejak adanya UU Perlindungan Konsumen, diharapkan upaya perlindungan konsumen yang sebelumnya kurang diperhatikan menjadi lebih diperhatikan. PBB juga telah mengeluarkan pedoman yang mengatur prinsip utama konsumen dan membantu negara anggota dalam merumuskan dan menegakkan hukum perlindungan konsumen.

4. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Lima asas yang terdapat dalam Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) adalah sebagai berikut:²⁷

a. Asas Manfaat

Asas ini menekankan bahwa semua tindakan yang diambil dalam upaya melindungi konsumen harus memberikan manfaat maksimal bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Artinya, kebijakan perlindungan konsumen harus dapat meningkatkan kesejahteraan konsumen serta mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Ini berarti bahwa dalam merancang kebijakan perlindungan konsumen, pemerintah atau badan yang berwenang harus memastikan bahwa manfaat yang diperoleh oleh konsumen dan pelaku usaha lebih besar daripada biaya atau kerugian yang mungkin timbul. Ini juga bisa berarti mengoptimalkan alokasi sumber daya dan mempertimbangkan implikasi jangka panjang dari kebijakan tersebut.

b. Asas Keadilan

Asas ini bertujuan untuk memastikan bahwa semua anggota masyarakat memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi dan mendapatkan hak-hak mereka dengan cara yang adil. Ini mencakup memberikan kesempatan yang sama bagi konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh hak dan melaksanakan kewajiban mereka

²⁶ Abdul Halim Barkatullah, *Framework Sistem Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia* (Bandung: Nusa Media, 2016). 23.

²⁷ Presiden Republik Indonesia, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen,” *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia* 2003, no. 1 (1999): 1–46.

dengan adil. Dengan kata lain, asas ini menegaskan pentingnya adanya kesetaraan dalam perlakuan dan kesempatan di antara semua pihak yang terlibat dalam transaksi konsumen.

c. Asas Keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk menciptakan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah, baik secara materiil maupun spiritual. Artinya, dalam merancang kebijakan perlindungan konsumen, penting untuk mempertimbangkan berbagai kepentingan yang terlibat dan mencari solusi yang memenuhi kebutuhan semua pihak secara adil.

d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas ini menekankan pentingnya memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan bagi konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang atau jasa yang mereka konsumsi atau gunakan. Ini mencakup perlindungan terhadap produk yang berbahaya atau merugikan bagi kesehatan dan keselamatan konsumen.

e. Asas Kepastian Hukum

Asas ini menggarisbawahi pentingnya kepastian hukum bagi pelaku usaha dan konsumen. Hal ini mencakup kepatuhan terhadap hukum serta memberikan jaminan bahwa semua pihak akan diperlakukan secara adil dalam sistem hukum yang berlaku. Dengan demikian, asas ini menciptakan lingkungan yang kondusif bagi kepatuhan terhadap hukum dan penyelesaian sengketa yang adil.

D. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Amanda Tikha Santriati dan Dwi Runjani Juwita, 2022. ²⁸	Perlindungan Hak Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-	Perlindungan Hak Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Perlindungan	Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas objek kajian

²⁸ Amanda Tikha Santriati, “Perlindungan Hak Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999” 2, no. 2 (2022): 49.

No	Nama, Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
		Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999	Konsumen Nomor 8 Tahun 1999	perlindungan konsumen. Namun, perbedaan penelitian ini dengan topik penelitian terletak pada kajian penelitian, jika kajian penelitian terdahulu belum spesifik dengan sosial media yang dikaji. Sedangkan peneliti mengkaji sosial media TikTok.
2.	Nurmasyithah Ziauddin, 2017. ²⁹	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Online	Larangan jual beli gharar, penipuan dan bentuk jual beli lainnya yang batal seperti jual beli barang yang cacat merupakan bentuk perlindungan konsumen dalam hukum Islam. Kemudian hak khiyar yang diatur dalam hukum Islam juga dapat melindungi konsumen pada jual beli online. Hak khiyar yang dapat diterapkan	Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas objek kajian perlindungan konsumen. Namun, perbedaan penelitian ini dengan topik penelitian terletak pada kajian penelitian, jika kajian penelitian terdahulu transaksi jual beli online.

²⁹ Nurmasyithah Ziauddin, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Online ” *PETITA: Jurnal Kajian Ilmu Hukum Dan Syariah* 2, no. 1 (2017): 88.”

No	Nama, Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			pada jual beli online ialah khiyar syarath dan khiyar aib	Sedangkan peneliti lebih rinci mengkaji sosial media TikTok.
3.	Mukhlisin, Feni Fatorina, dan Chamid Sutikno, 2022. ³⁰	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Hak-Hak Konsumen	Bahwa “Kedudukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap aturan Hukum Islam tentang perlindungan konsumen yakni sebagai penguat aturan hukum Islam tentang perlindungan konsumen dalam penerapannya di Indonesia. Upaya perlindungan konsumen sebenarnya sudah tersirat dan terkonsep dalam aturan Islam di setiap transaksinya. Kemudian dikuatkan dan ditegaskan lagi aturannya secara lebih rinci dalam aturan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dari segi penerapannya.	persamaan dengan penelitian ini adalah membahas objek kajian perlindungan konsumen. Namun, perbedaan penelitian ini dengan topik penelitian terletak pada kajian penelitian, jika kajian penelitian terdahulu membahas kedudukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Sedangkan peneliti mengkaji perlindungan konsumen yang didapat.

³⁰ Fetri Fatorina and Chamid Sutikno, “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Hak-Hak Konsumen*” 2, no. 1 (2022): 26.”

No	Nama, Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			Apabila kedua aturan itu benar-benar diterapkan secara maksimal bukanlah ketidakmungkinan keharmonisan, keberkahan, keuntungan, perlindungan hak-hak kedua belah pihak terhadap kepentingan masing-masing dapat tercapai.	
4.	Yudha Sri Wulandari, 2018. ³¹	Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli <i>E-Commerce</i>	Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE) telah berhasil memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi konsumen dalam bertransaksi melalui <i>E-Commerce</i> . Perlindungan hukum ini tercermin dalam ketentuan-ketentuan UUPK dan UUITE yang mengatur penggunaan data	Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas objek kajian perlindungan konsumen. Namun, perbedaan penelitian ini dengan topik penelitian pada kajian penelitian, jika kajian penelitian terdahulu spesifik dengan semua <i>E-Commerce</i> yang dikaji. Sedangkan peneliti mengkaji <i>Social Commerce</i>

³¹ Wulandari, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli *E-Commerce*.”

No	Nama, Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			pribadi konsumen, persyaratan sah untuk transaksi <i>E-Commerce</i> , penggunaan Otoritas Sertifikasi (CA), serta aturan mengenai larangan bagi pelaku usaha dalam memasarkan dan memproduksi barang dan jasa. Ketentuan-ketentuan ini dapat dijadikan pedoman bagi transaksi <i>E-Commerce</i> .	TikTok.
5.	Irlan Anugrah, Ichwan Setiawan, 2022. ³²	Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dan Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli Barang Secara Online	Legalitas transaksi jual beli online diatur dalam Pasal 47 dan 48 PP Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Peraturan ini menjelaskan bahwa transaksi elektronik dapat dilakukan berdasarkan kontrak elektronik atau bentuk kesepakatan lainnya antara para pihak, yang harus memuat data identitas para pihak, objek, harga	Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas objek kajian perlindungan konsumen. Namun, perbedaan penelitian ini dengan topik penelitian terletak pada kajian penelitian, jika kajian penelitian terdahulu mengkaji konsumen dan pelaku usaha. Sedangkan peneliti hanya mengkaji

³² Setiawan, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online.”

No	Nama, Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			dan biaya, prosedur pembatalan, ketentuan penggantian kerugian, serta pilihan penyelesaian sengketa. Hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi jual beli online pada dasarnya sama dengan yang berlaku dalam transaksi konvensional, sebagaimana diatur dalam Pasal 4 hingga 7 UU Perlindungan Konsumen.	konsumen.
6.	Dianne Eka Rusmawati, 2013. ³³	Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli <i>E-Commerce</i>	UUPK memberikan perlindungan hukum bagi konsumen dengan menetapkan beberapa hak dan kewajiban. Konsumen memiliki hak untuk memilih barang atau jasa serta mendapatkan barang atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar, kondisi, dan	Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas objek kajian perlindungan konsumen. Namun, perbedaan penelitian ini dengan topik penelitian terletak pada kajian penelitian, jika kajian penelitian

³³ Rusmawati, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce.”

No	Nama, Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			jaminan yang dijanjikan. Pelaku usaha atau penjual diwajibkan menyediakan barang sesuai dengan nilai tukar, kondisi, dan jaminan yang dijanjikan. Selain itu, konsumen juga berhak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa. Dalam transaksi <i>E-Commerce</i> , pelaku usaha atau penjual harus memberikan keterangan yang jelas mengenai kondisi, spesifikasi, dan informasi lain yang berkaitan dengan barang yang dijual.	terdahulu mengkaji UUPK dan UU ITE. Sedangkan peneliti mengkaji UUPK dan Hukum Islam.
7.	Sapta Abi Pratama, 2020. ³⁴	Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tidak Sesuai Gambar Pada Transaksi Di Marketplace	Perlindungan konsumen terhadap barang yang tidak sesuai dengan gambar dalam transaksi di marketplace dapat menggunakan berbagai dasar	Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas objek kajian perlindungan konsumen. Namun,

³⁴ Sapta Abi Pratama, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tidak Sesuai Gambar Pada Transaksi Di Marketplace,” *2nd National Conference on Law Studies: Legal Development Towards A Digital Society Era*, 2020, 183.

No	Nama, Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			hukum seperti UUPK, UU Perdagangan, PP PSTE, dan PP PMSE. Dasar-dasar hukum ini memberikan kepastian hukum bagi konsumen dalam bertransaksi secara elektronik, sehingga menciptakan rasa aman dalam jual beli online. Pelaku usaha yang mengirimkan barang tidak sesuai dengan gambar bertanggung jawab untuk memenuhi hak-hak konsumen yang dilanggar, termasuk memberikan ganti rugi yang diajukan konsumen sesuai kesepakatan dalam jual beli online, yang dapat diselesaikan secara elektronik sesuai dengan ketentuan PP PMSE.	perbedaan penelitian ini dengan topik penelitian terletak pada kajian penelitian, jika kajian penelitian terdahulu mengkaji ketidaksesuaian barang yang diterima dalam semua marketplace. Sedangkan peneliti mengkaji hanya pada <i>Social Commerce</i> TikTok.

E. Kerangka Berfikir

Sesuai pemaparan diatas maka dapat ditarik dalam sebuah kerangka berfikir sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

