REPOSITORI IAIN KUDUS

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

Transaksi jual beli di *TikTok Shop* dimulai dengan pengguna yang menjelajahi berbagai produk yang ditawarkan melalui video promosi yang menarik dan interaktif. *TikTok Shop* memanfaatkan algoritma canggih untuk menampilkan produk yang relevan berdasarkan minat dan perilaku pengguna, sehingga menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih personal. Penjual dapat memanfaatkan fitur live streaming untuk memperkenalkan produk secara langsung, memberikan penjelasan mendetail, dan menjawab pertanyaan dari calon pembeli secara real-time. Interaksi ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan pengguna, tetapi juga memberikan kesempatan bagi penjual untuk menunjukkan keunggulan produk mereka secara langsung, sehingga menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih interaktif dan menarik.[1]

Setelah menemukan produk yang diinginkan, konsumen dapat menambahkannya ke keranjang belanja. Pengguna dapat dengan mudah melihat ringkasan pesanan mereka, termasuk harga, jumlah, dan total biaya, sebelum melanjutkan ke proses checkout.[2] Pada tahap ini, konsumen juga dapat memanfaatkan fitur rekomendasi produk yang relevan, yang ditampilkan berdasarkan preferensi dan riwayat belanja mereka, sehingga memudahkan mereka dalam menemukan barang yang mungkin mereka butuhkan. Selain itu, *TikTok Shop* sering kali menawarkan promosi dan diskon yang menarik, yang dapat dilihat oleh pengguna saat mereka menjelajahi produk, sehingga mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Proses checkout di *TikTok Shop* dirancang untuk memudahkan pengguna dengan menyediakan berbagai metode pembayaran yang aman dan nyaman. Metode pembayaran yang tersedia mencakup transfer bank, kartu kredit, dan dompet digital seperti GoPay, OVO, dan DANA. Pengguna dapat memilih metode yang paling sesuai dengan preferensi mereka, dan semua transaksi dilindungi dengan sistem keamanan yang ketat untuk melindungi data pribadi dan informasi keuangan konsumen.

---

[1] Liang and Turban, "Introduction to the Special Issue Social Commerce : A Research Framework for Social Commerce Introduction to the Special Issue Social Commerce : A Research Framework for Social Commerce."

[2] Wulandari, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce."

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Setelah pembayaran dikonfirmasi, penjual bertanggung jawab untuk mengemas dan mengirimkan produk kepada konsumen. *TikTok Shop* memberikan informasi pengiriman yang jelas, termasuk nama jasa pengiriman yang digunakan, nomor resi, dan estimasi waktu kedatangan. Selama proses pengiriman, konsumen dapat melacak status pesanan mereka melalui aplikasi *TikTok*, yang memberikan informasi real-time tentang lokasi barang dan perkiraan waktu kedatangan. Fitur ini membantu konsumen merasa lebih tenang dan terinformasi mengenai status pesanan mereka, serta memberikan transparansi dalam proses pengiriman.[3]

Setelah produk diterima atau sudah sampai, jika produk yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi atau mengalami cacat, konsumen memiliki hak untuk mengajukan pengembalian atau klaim ganti rugi. *TikTok Shop* menyediakan fitur pengaduan yang memungkinkan konsumen untuk melaporkan masalah dengan mudah. Konsumen dapat mengajukan permohonan pengembalian barang dalam jangka waktu tertentu, biasanya dalam 7 hingga 14 hari setelah menerima produk, sesuai dengan kebijakan pengembalian yang berlaku. Dalam proses ini, konsumen diharuskan untuk menyertakan bukti, seperti foto produk dan deskripsi masalah, untuk mempercepat proses verifikasi. *TikTok Shop* berkomitmen untuk memproses pengembalian dan klaim ganti rugi dengan cepat dan efisien, sehingga konsumen merasa dihargai dan dilindungi.

Dalam hal terjadi sengketa antara konsumen dan penjual, *TikTok Shop* menawarkan mekanisme penyelesaian yang dapat membantu kedua belah pihak mencapai kesepakatan melalui pusat bantuan yang tersedia. Ini termasuk opsi mediasi yang memungkinkan konsumen dan penjual untuk berdiskusi dan mencari solusi yang saling menguntungkan. Jika penyelesaian tidak dapat dicapai, konsumen dapat mengajukan klaim untuk pengembalian dana, yang akan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku. *TikTok Shop* juga menyediakan layanan pelanggan yang siap membantu konsumen dalam menyelesaikan masalah yang mungkin timbul selama proses transaksi.

B. Deskripsi Data Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel 1 Pakar Hukum Positif, dan 1 Pakar Hukum Islam.

[3] Saragih et al., "Pengaruh Penggunaan Social-Commerce (Tiktok Shop) Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Generasi-Z."

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Tabel 4.1 Narasumber Penelitian

No	Nama	Status Informan
1.	Dr. Budi Supriyatno, SH, MH, C.L.A	Advokat dan Penasihat Hukum "BEJ & ASSOCIATES"
2.	Maslur Anas	Tokoh Agama Desa Singocandi

Berdasarkan observasi, wawancara, dan analisis dokumen yang dilakukan peneliti di lokasi penelitian, ditemukan informasi mengenai Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui *Social Commerce TikTok Shop*. Menurut survei yang dilakukan oleh Saragih, sekitar 35% pengguna *TikTok Shop* melaporkan bahwa mereka mengalami kekecewaan karena barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan oleh penjual.[4]

Dalam proses penyusunan data penelitian, peneliti mengelompokkan data berdasarkan rumusan masalah yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. **Mekanisme Transaksi Jual Beli Melalui *Social Commerce TikTok Shop***

   Berikut adalah tiga studi kasus yang menggambarkan situasi di mana barang yang diterima konsumen dari *TikTok Shop* tidak sesuai dengan pesanan:

   Studi Kasus 1: Pakaian Tidak Sesuai Ukuran

   Deskripsi Kasus: Seorang konsumen bernama Rina memesan sebuah dress dari salah satu penjual di *TikTok Shop*. Dalam deskripsi produk, penjual mencantumkan ukuran S, M, dan L, serta memberikan panduan ukuran yang jelas. Rina memilih ukuran M berdasarkan panduan tersebut. Namun, ketika dress tersebut tiba, Rina menemukan bahwa ukuran dress tersebut jauh lebih kecil dari yang diharapkan, bahkan tidak bisa dipakai sama sekali. Rina segera menghubungi penjual melalui fitur chat di *TikTok Shop* untuk mengajukan keluhan. Dia mengirimkan foto dress yang diterima dan meminta pengembalian atau penggantian barang. Penjual awalnya tidak

[4] Saragih Saragih, Jelin Rachel Stephoney. "Pengaruh Penggunaan Social-Commerce (Tiktok Shop) Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Generasi -Z." MESIR: Journal of Management Education Social Sciences Information and Religion 1, no. 2 (2024): 330 –343.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

responsif, tetapi setelah beberapa kali mengingatkan, mereka akhirnya setuju untuk memproses pengembalian.

Hasil: Rina berhasil mengembalikan dress tersebut dan mendapatkan pengembalian dana setelah menunggu selama dua minggu. Kasus ini menunjukkan pentingnya akurasi dalam deskripsi produk dan ukuran yang disediakan oleh penjual.

Studi Kasus 2: Barang Cacat

Deskripsi Kasus: Seorang mahasiswa bernama Andi membeli sebuah gadget elektronik, yaitu earphone, dari *TikTok Shop*. Saat menerima paket, Andi menemukan bahwa earphone tersebut tidak berfungsi dengan baik; suara yang dihasilkan sangat tidak jelas dan sering terputus. Dalam deskripsi produk, penjual menjamin bahwa barang tersebut baru dan berkualitas tinggi. Andi menghubungi customer service *TikTok Shop* untuk melaporkan masalah tersebut. Dia mengirimkan video yang menunjukkan earphone tidak berfungsi dengan baik. *TikTok Shop* memberikan instruksi untuk mengembalikan barang dan meminta Andi untuk mengisi formulir pengembalian.

Hasil: Setelah mengembalikan earphone, Andi menerima penggantian barang dalam waktu satu minggu. Kasus ini menyoroti pentingnya jaminan kualitas dari penjual dan perlunya mekanisme pengembalian yang efisien untuk barang yang cacat.

Studi Kasus 3: Produk Tidak Sesuai Deskripsi

Deskripsi Kasus: Seorang pengguna *TikTok Shop* bernama Siti memesan sebuah tas ransel yang diiklankan sebagai tas anti air dengan bahan berkualitas tinggi. Namun, ketika tas tersebut tiba, Siti menemukan bahwa tas tersebut terbuat dari bahan yang sangat tipis dan tidak tahan air sama sekali. Selain itu, warna tas yang diterima juga berbeda dari yang ditampilkan dalam foto. Siti segera menghubungi penjual untuk mengajukan keluhan dan meminta pengembalian dana. Dia juga menulis ulasan negatif di halaman produk untuk memperingatkan konsumen lain tentang ketidakakuratan deskripsi produk.

Hasil: Penjual setuju untuk memproses pengembalian dana setelah Siti mengirimkan foto tas yang diterima. Proses pengembalian memakan waktu sekitar 10 hari. Kasus ini menunjukkan pentingnya transparansi dan kejujuran dalam deskripsi produk untuk menjaga kepercayaan konsumen.

Mekanisme transaksi jual beli melalui *TikTok Shop* melibatkan beberapa langkah utama yang mengintegrasikan fitur sosial dan *E-Commerce* yang meliputi pembuatan akun dan

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

profil "Semua orang baik penjual atau pembeli harus memiliki akun *TikTok*, dan bagi penjual harus membuat Profil Bisnis. Penjual membuat profil bisnis yang menarik agar pembeli tertarik"[5], dan menampilkan informasi penting tentang produk dan layanan mereka. Promosi produk biasnya dapat dilakukan dengan membuat video pendek, penjual menggunakan video kreatif untuk mempromosikan produk secara efektif. "Cara lainnya dapat dilakukan melalui Influencer dan Kreator Konten, biasanya mereka sering bekerja sama dengan influencer untuk memperluas jangkauan, menambah minat pembeli dan meningkatkan kepercayaan konsumen"[6]. Selain itu, interaksi dengan pembeli juga bisa dilihat dari pertanyaan dan komentar. "Pembeli dapat berinteraksi langsung melalui komentar pada video promosi, atau pada saat penjual melakukan siarang langsung, pembeli bisa bertanya jika ada barang yang kurang jelas dengan katalog yang diberikan melalui pesan".[7] Penjual juga harus merespon pertanyaan dan komentar untuk membangun kepercayaan serta meningkatkan minat pembeli. "Sebelum bertransaksi saya melihat beberapa ulasan-ulasan terkait toko tersebut berhati-hati terhadap potensi penipuan, waspada terhadap ulasan yang berpotensi palsu, dan baca ketentuan detail pada setiap barang sebelum membeli".[8] "Lebih selektif dan memperoleh barang sesuai harapan".[9] "Dalam pemilihan produk pembeli dapat memilih produk dan menambahkannya ke keranjang belanja atau bisa langsung di checkout dan langsung melakukan pembayaran yang tersedia, tapi biasanya perempuan lebih sering menambahkan ke keranjang terlebih dahulu dan akan di checkout beberapa hari kedepan, untuk pembayaran bisa melalui transfer dari m-banking ataupun melaui media pembayaran yang mendukung transaksi

[5] Nor Lailatul Fitriana, Mahasiswa Fakultas Syariah, Wawancara oleh Penulis, 8 Agustus 2024.

[6] Labibatul Mashfufah, Mahasiswa Fakultas Syariah, Wawancara oleh Penulis, 11 Agustus 2024.

[7] Noor Arina Mana Sikana, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wawancara oleh Penulis, 8 Agustus 2024.

[8] Maya Husna Fuziyah, Mahasiswa Fakultas Syariah, Wawancara oleh Penulis, 12 Agustus 2024.

[9] Hasna Nauvalin, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wawancara oleh Penulis, 11 Agustus 2024.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

tersebut"[10], berbeda dengan laki-laki "Kalau saya lebih sering langsung checkout dari pada menambahkan ke keranjang terlebih dahulu"[11] Opsi pembayaran *TikTok Shop* menyediakan berbagai metode pembayaran, termasuk transfer bank, kartu kredit, dan dompet digital, yang aman dan nyaman. Dalam proses pengiriman dilakukan ketika setelah pembayaran berhasil, penjual harus mengatur pengiriman produk sesuai ekspedisi yang tertera. Pelacakan ketika barang sudah dikirim oleh penjual, "Pembeli juga dapat melacak status pengiriman produk melalui aplikasi *TikTok* atau platform pengiriman yang digunakan, jadi pembeli juga bisa melihat progress pengiriman sudah sampai mana dan estimasi barang itu sampai".[12]

Kebanyakan konsumen yang diwawancarai mengaku bahwa live streaming menjadi salah satu faktor utama yang mendorong mereka untuk membeli produk di *TikTok Shop*. Dalam sesi live streaming, penjual memberikan insentif tambahan seperti diskon eksklusif atau hadiah langsung bagi konsumen yang melakukan pembelian selama siaran berlangsung. Hal ini meningkatkan jumlah pembelian, terutama di kalangan konsumen muda. Selain itu, *TikTok* yang secara otomatis menampilkan video promosi kepada pengguna berdasarkan preferensi mereka. Video ini sering kali dibuat menarik dengan menonjolkan promo si seperti diskon besar, flash sale, gratis ongkir, dan bundling produk. Penjual juga memanfaatkan fitur live streaming untuk berinteraksi langsung dengan calon konsumen, menjelaskan produk, dan menjawab pertanyaan secara real-time.

2. Perlindungan Hukum Islam Terhadap Konsumen Melalui *Social Commerce*

Dalam hukum Islam, perlindungan konsumen berakar pada prinsip keadilan ('adl), kejujuran (sidq), dan tanggung jawab (amanah). "Transaksi yang sah menurut syariah harus memiliki akad yang jelas, mencakup ijab (penawaran) dan qabul (penerimaan).[13] Dalam *Social Commerce*, akad ini diwujudkan

[10] Siti Warni, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wawancara oleh Penulis, 7 Agustus 2024

[11] Iqbal Maulana, Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Wawancara oleh Penulis, 13 Agustus 2024.

[12] Fatikhatin, Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Wawancara oleh Penulis, 7 Agustus 2024.

[13] Maslur Anas, Tokoh Agama Desa Singocandi, Wawancara oleh Penulis, 14 Agustus 2024.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

melalui penawaran produk oleh penjual di platform digital dan persetujuan konsumen berdasarkan informasi yang diberikan. "Dalam hukum Islam juga melarang adanya gharar (ketidakpastian), dan riba (keuntungan tidak wajar). Misalnya, penjual wajib memberikan informasi produk yang akurat untuk menghindari gharar, sementara tadlis terjadi jika penjual memberikan deskripsi palsu atau menipu konsumen dengan barang yang tidak sesuai.[14] Selain itu, Islam menekankan tanggung jawab moral dan etika pelaku usaha untuk menjalankan bisnis secara amanah, termasuk memberikan solusi damai jika terjadi sengketa melalui mediasi atau penyelesaian secara kekeluargaan (shulh).

Hasil wawancara dengan pakar hukum Islam, Bapak Maslur Anas, memberikan wawasan mengenai perlindungan konsumen dalam konteks transaksi jual beli di *TikTok Shop*. Dalam wawancara tersebut, beliau menjelaskan bahwa konsep khiyar, yang berarti hak untuk memilih, sangat penting dalam transaksi online. Khiyar memberikan konsumen hak untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi berdasarkan kondisi tertentu, seperti jika barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi atau mengalami cacat. Bapak Maslur Anas menekankan bahwa penjual harus jujur dan transparan dalam memberikan informasi tentang produk, serta memastikan bahwa barang yang dijual memenuhi syarat halal dan tidak mengandung unsur gharar (ketidakpastian). Selain itu, beliau juga menggarisbawahi pentingnya adanya kebijakan pengembalian barang yang jelas dan adil, yang sejalan dengan prinsip khiyar syarat dan khiyar aib dalam hukum Islam. Dalam konteks ini, *TikTok Shop* diharapkan dapat menyediakan mekanisme yang memudahkan konsumen untuk mengajukan pengembalian atau klaim ganti rugi jika produk yang diterima tidak sesuai. Bapak Maslur Anas juga menyoroti bahwa rating dan ulasan dari konsumen dapat berfungsi sebagai bentuk perlindungan tambahan, asalkan informasi tersebut jujur dan objektif. Dengan demikian, wawancara ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip hukum Islam dalam transaksi di *TikTok Shop* dapat meningkatkan perlindungan konsumen dan membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli.

[14] Maslur Anas, Tokoh Agama Desa Singocandi, Wawancara oleh Penulis, 14 Agustus 2024.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Bedasarkan wawancara yang telah dilakukan terhadap konsumen *TikTok Shop* menunjukkan bahwa masih terdapat praktik yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip ini. Beberapa konsumen melaporkan pengalaman negatif terkait deskripsi produk yang tidak akurat, yang mengarah pada ketidakpuasan. Misalnya, ada konsumen yang menerima barang yang tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan, yang mencerminkan adanya unsur tadlis, yaitu ketidakjelasan/ketidaksesuaian dalam memberikan informasi.[15] Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha di *TikTok Shop* perlu lebih bertanggung jawab dalam memberikan informasi yang jujur dan tidak menyesatkan, untuk menghindari gharar (ketidakpastian) yang dapat merugikan konsumen. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa konsumen mengharapkan adanya tanggung jawab moral dan etika dari pelaku usaha. Mereka ingin penjual tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan kepuasan dan keamanan konsumen.[16] Dalam hal terjadi sengketa, konsumen berharap adanya solusi damai yang dapat dicapai melalui mediasi atau penyelesaian secara kekeluargaan (shulh). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menginginkan hubungan yang lebih baik dan saling menguntungkan dengan penjual, yang mencerminkan nilai-nilai etika dalam bisnis yang diajarkan dalam Islam.[17]

3. Perlindungan Hukum Positif Terhadap Konsumen Melalui *Social Commerce*

Social Commerce, atau perdagangan elektronik yang terjadi melalui platform media sosial, telah menjadi salah satu cara utama bagi konsumen untuk melakukan pembelian barang dan jasa. Dengan meningkatnya penggunaan *Social Commerce*, muncul pula kebutuhan akan perlindungan hukum yang memadai bagi konsumen, baik dalam kerangka Hukum Islam maupun Hukum Positif. *Social Commerce* seperti platform seperti *TikTok Shop*, telah membawa transformasi signifikan

[15] Windy Kartika Sari, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wawancara oleh Penulis, 7 Agustus 2024.

[16] Siti Warni, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wawancara oleh Penulis, 7 Agustus 2024.

[17] Fatikhatin, Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Wawancara oleh Penulis, 7 Agustus 2024.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

dalam cara konsumen berbelanja.[18] Meski memberikan kemudahan dan inovasi, platform ini juga menghadirkan berbagai tantangan terkait perlindungan konsumen.[19] Dalam konteks hukum Islam dan hukum positif, perlindungan konsumen diarahkan untuk menjamin keadilan, transparansi, dan keamanan transaksi.

Hasil wawancara dengan pakar hukum positif, Dr. Budi Supriyatno, SH, MH, C.L.A, memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli di *TikTok Shop*. Dalam wawancara tersebut, beliau menjelaskan bahwa hukum positif di Indonesia, terutama melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, memberikan kerangka hukum yang jelas untuk melindungi hak-hak konsumen. Dr. Budi menekankan bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk yang mereka beli, serta hak untuk mengajukan keluhan jika barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi atau mengalami cacat. Beliau juga menjelaskan bahwa TikTok Shop sebagai platform e-commerce memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa penjual yang beroperasi di dalamnya mematuhi peraturan perlindungan konsumen. Dalam hal terjadi sengketa antara konsumen dan penjual, Dr. Budi menyarankan agar *TikTok Shop* menyediakan mekanisme penyelesaian yang efisien, seperti mediasi, untuk membantu kedua belah pihak mencapai kesepakatan. Selain itu, beliau menyoroti pentingnya transparansi dalam promosi dan diskon yang ditawarkan oleh penjual, agar tidak menyesatkan konsumen. Dengan demikian, wawancara ini menunjukkan bahwa penerapan hukum positif yang ketat dan efektif dalam transaksi di *TikTok Shop* dapat meningkatkan perlindungan konsumen dan menciptakan lingkungan belanja yang lebih aman dan adil.

Di sisi lain, "hukum positif di Indonesia memberikan perlindungan konsumen melalui sejumlah regulasi formal. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa konsumen memiliki hak atas informasi yang jelas, jujur, dan benar mengenai barang atau jasa,

[18] Indriana Khafiyatul, Mahasiswa Fakultas Tarbiyah, Wawancara oleh Penulis, 2 Agustus 2024.

[19] Dr. Budi Supriyatno, SH, MH, C.L.A, Advokat dan Penasihat Hukum "BEJ & ASSOCIATES", Wawancara oleh Penulis, 12 Agustus 2024.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

serta hak atas penggantian jika barang cacat atau tidak sesuai deskripsi. Selain itu, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) mengatur kewajiban platform seperti *TikTok Shop* untuk memastikan bahwa transaksi yang berlangsung aman dan memberikan mekanisme pengaduan serta pengembalian uang bagi konsumen yang dirugikan. UU ITE juga memberikan landasan hukum terkait transaksi elektronik, termasuk larangan penyebaran informasi palsu yang dapat merugikan konsumen. Regulasi-regulasi ini dirancang untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan yang lebih sistematis dalam ekosistem perdagangan elektronik".[20]

Namun, tantangan perlindungan konsumen dalam *Social Commerce* tidak dapat diabaikan. "Transparansi sering kali menjadi masalah utama, di mana banyak penjual tidak mencantumkan informasi produk yang lengkap atau menyembunyikan identitas mereka. Penyalahgunaan kepercayaan konsumen juga marak, seperti menjual produk palsu atau manipulasi ulasan untuk meningkatkan penjualan. Penegakan hukum juga sulit dilakukan karena transaksi terjadi secara daring, dan banyak pelaku usaha tidak memiliki badan hukum yang terdaftar".[21]

Dalam konteks ini, hukum Islam dan hukum positif memiliki potensi untuk saling melengkapi. Hukum Islam menekankan aspek moralitas dan etika dalam transaksi, "seperti kejujuran dan larangan penipuan, yang sangat relevan untuk mencegah praktik-praktik merugikan di platform digital".[22] Sementara itu, hukum positif memberikan kerangka legal formal yang dapat ditegakkan melalui mekanisme pengadilan atau lembaga pengawas. "Misalnya, nilai-nilai syariah seperti larangan gharar dan tadlis dapat diintegrasikan dalam regulasi perdagangan elektronik untuk memastikan bahwa informasi produk lebih transparan dan akurat".[23]

---

[20] Dr. Budi Supriyatno, SH, MH, C.L.A, Advokat dan Penasihat Hukum "BEJ & ASSOCIATES", Wawancara oleh Penulis, 12 Agustus 2024.

[21] Dr. Budi Supriyatno, SH, MH, C.L.A, Advokat dan Penasihat Hukum "BEJ & ASSOCIATES", Wawancara oleh Penulis, 12 Agustus 2024.

[22] Maslur Anas, Tokoh Agama Desa Singocandi, Wawancara oleh Penulis, 14 Agustus 2024.

[23] Maslur Anas, Tokoh Agama Desa Singocandi, Wawancara oleh Penulis, 14 Agustus 2024.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Untuk meningkatkan perlindungan konsumen di platform *Social Commerce*, sejumlah langkah strategis dapat dilakukan. Pertama, pemerintah harus meningkatkan pengawasan terhadap pelaku usaha di *TikTok Shop*, termasuk memastikan mereka terdaftar secara resmi. Kedua, edukasi konsumen perlu ditingkatkan agar mereka memahami hak-hak mereka, baik berdasarkan hukum Islam maupun hukum positif. Ketiga, platform seperti *TikTok Shop* harus menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa yang mudah diakses, seperti layanan pengaduan dan pengembalian dana. Terakhir, integrasi nilai-nilai syariah dalam regulasi formal dapat menciptakan sistem perlindungan konsumen yang lebih adil dan holistik.[24]

Berdasarkan wawancara yang sudah dilakukan, penulis berpendapat bahwa dengan memadukan hukum Islam yang berorientasi pada keadilan moral dan hukum positif yang memberikan kepastian legal formal, perlindungan konsumen di era *Social Commerce* dapat diperkuat. Sinergi kedua sistem hukum ini diharapkan dapat menciptakan ekosistem perdagangan digital yang adil, transparan, dan berkelanjutan, sehingga melindungi kepentingan konsumen sekaligus mendorong praktik bisnis yang bertanggung jawab.

C. Analisis Data Penelitian

1. Mekanisme Transaksi Jual Beli Melalui *Social Commerce TikTok Shop*

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada informan maka dapat diketahui terdapat beberapa mekanisme transaksi sebagai berikut :

a. Pengenalan *TikTok Shop*

TikTok Shop merupakan fitur inovatif yang diluncurkan oleh platform media sosial *TikTok*. Kolaborasi strategis antara *TikTok Shop* dan *Tokopedia* membawa dampak yang signifikan. Melalui kemitraan ini, produk yang dijual melalui *TikTok Shop* dapat dijangkau oleh jutaan pengguna *TikTok* di Indonesia. Kerjasama ini berpotensi mengubah lanskap pasar *E-Commerce* di Indonesia, dengan *TikTok Shop* yang memiliki pengaruh besar sebagai platform media sosial populer dalam membentuk trend belanja online

[24] Dr. Budi Supriyatno, SH, MH, C.L.A, Advokat dan Penasihat Hukum "BEJ & ASSOCIATES", Wawancara oleh Penulis, 12 Agustus 2024.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

dan preferensi konsumen.[25] *TikTok Shop* adalah fitur yang memungkinkan pengguna *TikTok* untuk membeli produk langsung dari aplikasi tanpa perlu meninggalkan platform. Integrasi ini adalah contoh dari "*Social Commerce*," di mana aktivitas perdagangan elektronik terjadi di dalam lingkungan media sosial. *TikTok Shop* menggabungkan elemen sosial seperti interaksi pengguna, hiburan melalui konten video, dan aktivitas jual beli dalam satu platform. *TikTok* adalah platform media sosial yang menampilkan video berdurasi 15 hingga 60 detik yang dapat diberi musik khusus saat diunggah, dengan tujuan menarik banyak penonton. Semakin tinggi jumlah penonton, semakin besar peluang video tersebut menjadi populer.[26] "Banyak konsumen yang mengenal platform *TikTok Shop* melalui iklan yang sering muncul di beranda, ada juga yang mengenal platform *TikTok Shop* melalui temannya".[27]

b. Tahapan Mekanisme Transaksi

Pemasaran dan Promosi Produk bagi penjual biasanya menggunakan konten video pendek untuk mempromosikan produk mereka. "Konten ini biasanya dirancang agar menarik perhatian, seringkali dengan memanfaatkan tren yang sedang populer di *TikTok*, dan konsumen biasanya tertarik dengan konten yang sedang viral".[28] Ada beberapa strategi yang biasa digunakan dalam pemasaran di *TikTok Shop* seperti kolaborasi dengan Influencer atau dengan *konten* yang dapat dibagikan melalui video promosi. "Dengan membuat video promosi maka akan meningkatan viewer sehingga dilihat banyak orang".[29] Interaksi Sosial melalui Live Streaming juga salah satu fitur unggulan di *TikTok Shop*, di mana penjual dapat menyiarkan secara langsung (live) untuk mempromosikan produk mereka. "Pada fitur live streaming

[25] Dkk Bambang D Prasetyo, *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)* (Malang: UB Press, 2018).

[26] Astrid Kusuma Rahardaya, *"Studi Literatur Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19.,"* Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi BisnisJTEKSIS 3, No. 2, 2021, 309.

[27] Amaylia Qusna, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wawancara oleh Penulis, 6 Agustus 2024.

[28] Maimunah Robiatul Firdauisyyah, Mahasiswa Fakultas Tarbiyah, Wawancara oleh Penulis, 6 Agustus 2024.

[29] Aullia Rista Nanda, Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Wawancara oleh Penulis, 5 Agustus 2024.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

biasanya terdapat banyak diskon dan voucher gratis ongkir, sehingga menarik minat pembeli".[30] Dalam proses pembayaran setelah pengguna memutuskan untuk membeli, mereka diarahkan ke halaman pembayaran melalui pembayaran digital seperti GoPay atau OVO, dan transfer bank.

Beberapa faktor utama yang mendorong konsumen semakin banyak berbelanja melalui *TikTok Shop* meliputi kemudahan akses, konten yang kreatif, rekomendasi yang dipersonalisasi, dan peluang bisnis. Kombinasi faktor-faktor ini menjadikan *TikTok Shop* semakin diminati sebagai platform belanja yang menarik.[31] Pengalaman belanja yang unik dan interaktif yang ditawarkan *TikTok Shop* menciptakan rasa keterlibatan dan hiburan bagi konsumen, sehingga mereka lebih tertarik untuk menggunakan platform ini dibandingkan dengan yang lain.[32]

c. Faktor Pendukung Keberhasilan Transaksi

Kepercayaan konsumen adalah faktor kunci dalam keputusan pembelian, ungkap Syafira Oktafiyani.[33] *TikTok Shop* memiliki sistem penilaian dan ulasan yang memungkinkan pembeli memberikan feedback. Hal ini menjadikan perlindungan hukum bagi konsumen *perlu* diperhatikan secara baik. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan yaitu ulasan dari pembeli sebelumnya membantu calon pembeli menilai kualitas produk dan layanan penjual, penjual yang memiliki reputasi baik cenderung mendapatkan lebih banyak kepercayaan dari konsumen. Respon cepat terhadap pertanyaan atau keluhan juga berkontribusi terhadap reputasi penjual.[34]

---

[30] Saffanatul Khilmiyah, Mahasiswa Fakultas Tarbiyah, Wawancara oleh Penulis, 4 Agustus 2024.

[31] Tim @psikologiindonesia dan @icampusindonesia, *Rahasia Meraih Peluang Bisnis Dengan TikTok Shop* (Yogyakarta: ANDI, 2023).

[32] Steffano Calicchio, *Ekonomi Dopamin: Bagaimana Neurotransmitter Kesenangan Memengaruhi Keputusan Dan Perilaku Kita Sehari-Hari*, 2023.

[33] Syafira Oktafiyani, Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Wawancara oleh Penulis, 2 Agustus 2024.

[34] Abdul Hakim Zulaeha, Mulyani dan Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik Sebagai Panduan Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce Di Indonesia* (Nusa Media, 2017).

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

2. Perlindungan Hukum Islam Terhadap Konsumen Melalui *Social Commerce*

Secara etimologi, khiyar berasal dari akar kata arab yaitu, خر-يكخر-خير-والخيارة "Khiyar artinya memilih, menyisihkan, dan menyaring. Sedangkan secara terminologi, kalangan fuqaha' menguraikan bahwa sebagai suatu usaha untuk memilih yang terbaik dari dua pilihan baik, dalam konteks ini berupa melanjutkan atau membatalkan transaksi.[35] Khiyar adalah hak untuk memilih, antara melanjutkan atau membatalkan akad jual beli dengan mempertimbangkan kondisi tertentu yang mungkin terjadi dalam proses transaksi. Khiyar sangat diperlukan dalam sebuah transaksi untuk menjaga kepentingan, kemslahatan dan juga kerelaan kedua belah pihak serta melindungi dari bahaya yang bisa saja menimbulkan kerugian.[36]

Hukum Islam dalam mengatur perlindungan konsumen berlandaskan kaidah utama dalam kitab suci Alquran Surat Al-Baqarah Ayat 279:

فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا۟ فَأْذَنُوا۟ بِحَرْبٍ مِّنَ ٱللَّهِ وَرَسُولِهِۦ ۖ وَإِن تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَٰلِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Artinya : "Jika kamu tidak melaksanakannya, ketahuilah akan terjadi perang (dahsyat) dari Allah dan Rasul-Nya. Akan tetapi, jika kamu bertobat, kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan).

Menurut hukum Islam ada enam hak konsumen yang membutuhkan perhatian serius dari pelaku usaha, yaitu[37] :

1. Hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jujur, adil, dan terhindar dari pemalsuan
2. Hak untuk mendapatkan keamanan produk dan lingkungan sehat
3. Hak untuk mendapatkan advokasi dan penyelesaian sengketa

[35] Amiruddin, "Khiyār (Hak Untuk Memilih) Dalam Transaksi On-Line: Studi Komparasi Antara Lazada, Zalara Dan Blibli."

[36] Zulfatus Sa'diah, Daud Sukoco, and Dara Ayu Okta Safitri, "Konsep Khiyar Pada Transaksi Ba'I Salam," *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)* 1 (2022): 382–90.

[37] Muhammad & Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: BPFE, 2004).

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

4. Hak untuk mendapatkan perlindungan dari penyalahgunaan keadaan
5. Hak untuk mendapatkan ganti rugi akibat negatif dari suatu produk
6. Hak untuk memilih dan memperoleh nilai tukar yang wajar

Dalam praktiknya, Pertama hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jujur, adil, dan terhindar dari pemalsuan merupakan landasan utama dalam transaksi. Konsumen berhak mengetahui detail produk, termasuk spesifikasi, harga, dan kondisi barang. Informasi yang akurat tidak hanya membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli, tetapi juga mencegah praktik penipuan yang dapat merugikan konsumen. Namun dalam wawancara yang dilakukan peneliti kepada konsumen *TikTok Shop*, banyak konsumen *TikTok Shop* yang mengungkapkan bahwa mereka sering kali merasa ragu ketika deskripsi produk tidak sesuai dengan kenyataan, yang menunjukkan perlunya penjual untuk lebih transparan dalam memberikan informasi.

Kedua, hak untuk mendapatkan keamanan produk dan lingkungan sehat sangat penting dalam menjaga keselamatan konsumen. Produk yang dijual harus memenuhi standar keamanan yang ditetapkan, terutama untuk barang-barang yang berpotensi membahayakan kesehatan, seperti makanan dan kosmetik. Dalam wawancara, beberapa konsumen menyatakan kekhawatiran mereka terhadap produk yang tidak terjamin keamanannya, yang menunjukkan bahwa pelaku usaha harus bertanggung jawab dalam memastikan bahwa barang yang mereka tawarkan aman untuk digunakan.

Ketiga, hak untuk mendapatkan advokasi dan penyelesaian sengketa mencerminkan pentingnya mekanisme yang adil dalam menangani keluhan konsumen. Dalam transaksi online, seperti di *TikTok Shop*, konsumen harus memiliki akses yang mudah untuk mengajukan keluhan dan mendapatkan solusi atas masalah yang mereka hadapi. Penelitian ini menemukan bahwa meskipun *TikTok Shop* menyediakan fitur pengaduan, masih ada tantangan dalam hal responsivitas dan kecepatan penyelesaian masalah, yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Keempat, hak untuk mendapatkan perlindungan dari penyalahgunaan keadaan menekankan bahwa konsumen harus dilindungi dari praktik bisnis yang tidak etis, seperti penipuan atau manipulasi. Dalam konteks *TikTok Shop*, beberapa konsumen melaporkan pengalaman negatif terkait penjual yang

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

tidak jujur, yang menunjukkan perlunya pengawasan yang lebih ketat terhadap pelaku usaha di platform tersebut.

Kelima, hak untuk mendapatkan ganti rugi akibat negatif dari suatu produk adalah aspek penting dalam perlindungan konsumen. Jika konsumen mengalami kerugian akibat produk yang cacat atau tidak sesuai, mereka berhak untuk mendapatkan kompensasi. Dalam wawancara, konsumen menyatakan bahwa mereka merasa lebih aman ketika mengetahui bahwa mereka memiliki hak untuk mengajukan klaim ganti rugi, namun proses tersebut harus lebih dipermudah dan dipercepat oleh platform. Terkadang ada bebrapa catatan dari penjual untuk konsumen jika mengajukan ganti rugi, konsumen harus menyertakan video *unboxing* sebagai barang bukti bahwa barang tersebut tidak sesuai untuk selanjutnya dilakukan proses pengembalian. Biasanya barang yang diajukan untuk klaim ganti rugi akan di ganti penjual seperti barang sebelumnya, ada juga beberapa penjual yang menukar kembali dengan saldo semula sesuai kesepakatan antara penjual dengan konsumen.

Terakhir, hak untuk memilih dan memperoleh nilai tukar yang wajar menegaskan bahwa konsumen harus memiliki kebebasan untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan anggaran mereka. Dalam wawancara yang dilakukan peneliti, konsumen *TikTok Shop* mengungkapkan bahwa mereka menghargai variasi produk dan harga yang ditawarkan, tetapi juga mengharapkan kejelasan dalam hal nilai tukar yang adil. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha harus memastikan bahwa harga yang ditawarkan mencerminkan kualitas produk yang dijual.

Secara keseluruhan, enam hak konsumen menurut hukum Islam memberikan kerangka yang kuat untuk melindungi kepentingan konsumen dalam transaksi. Pelaku usaha, terutama di platform digital seperti *TikTok Shop*, perlu memperhatikan dan menerapkan hak-hak ini untuk menciptakan lingkungan berbelanja yang aman, adil, dan transparan.

Selain hak diatas yang sudah dipaparkan, islam juga memberikan hak khiyar kepada konsumen, yaitu sebagai berikut :

1. Khiyar Majelis
2. Khiyar Syarat
3. Khiyar Aib
4. Khiyar Ru’yah

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Pertama, Khiyar Majelis yaitu memberikan hak kepada pembeli dan penjual untuk membatalkan transaksi selama keduanya masih berada dalam satu majlis atau forum transaksi yang sama.[38] Dalam konteks modern, ini dapat diartikan sebagai hak untuk membatalkan transaksi selama proses belum selesai, seperti ketika pembeli masih dalam tahap checkout di *TikTok Shop*. Jika konsumen merasa ragu setelah melihat deskripsi produk atau mendengar penjelasan dari penjual, mereka dapat memilih untuk tidak melanjutkan transaksi. Dalam praktiknya, fitur ini bisa diwujudkan dengan memberikan opsi pembatalan pesanan sebelum pembayaran dilakukan atau sebelum barang dikirim oleh penjual, seperti yang dilakukan oleh Iva Novita yang pernah membatalkan pesanan karena salah memilih warna yang seharusnya akan dibeli.[39] Hal ini penting untuk memastikan bahwa pembeli memiliki kendali penuh atas transaksinya hingga saat-saat akhir sebelum komitmen final dibuat. Sama halnya yang terjadi di sejumlah konsumen yang berbelanja pada platform *TikTok Shop*, mereka berhak memilih ingin membeli barang tersebut atau tidak jadi membeli. Jika tiba-tiba berubah pikiran mereka dapat membatalkan pesanan sebelum penjual mengemas barang tersebut.[40] Dalam konteks transaksi online, seperti di *TikTok Shop*, penerapan khiyar majelis dapat diadaptasi dengan memberikan konsumen hak untuk membatalkan pesanan sebelum pembayaran dikonfirmasi. Hal ini menciptakan rasa aman bagi konsumen, karena mereka memiliki kesempatan untuk mengevaluasi keputusan mereka tanpa tekanan. Dengan demikian, khiyar majelis berfungsi sebagai mekanisme perlindungan yang mencegah konsumen dari keputusan yang terburu-buru dan memastikan bahwa mereka tidak terjebak dalam transaksi yang tidak diinginkan. Hal ini mencerminkan prinsip keadilan, di mana konsumen memiliki kesempatan untuk mempertimbangkan keputusan mereka sebelum komitmen akhir dibuat. Hal ini sangat relevan dalam

[38] Wahbah Zuhaili, *Al-Fiqhu As-Syafi"i Al-Muyassar, Terj. Muhammad Afifi, Abdul Hafiz, " Fiqih Imam Syafi"i,"* Cet. Ke-1 (Jakarta: Almahira, 2010). 676.

[39] Iva Novita, Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Wawancara oleh Penulis, 4 Agustus 2024.

[40] Bagaskara, Mahasiswa Fakultas Syariah, Wawancara oleh Penulis, 2 Agustus 2024.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

transaksi online, seperti di *TikTok Shop*, di mana konsumen dapat membatalkan pesanan sebelum pembayaran dikonfirmasi.

Kedua, Khiyar Syarat yaitu memberikan hak bagi pembeli untuk menetapkan syarat-syarat tertentu dalam akad jual beli, seperti masa uji coba atau periode garansi, di mana pembeli dapat mengembalikan barang jika tidak sesuai ekspektasi.[41] Kebijakan pengembalian barang yang sering diterapkan oleh *E-Commerce*, pengembalian dalam waktu 7 atau 14 hari, merupakan implementasi modern dari Khiyar Syarat.[42] Dalam wawancara yang dilakukan, konsumen yang membeli barang di *TikTok Shop*, mengungkapkan mereka diberikan kesempatan untuk mengembalikan barang jika produk yang diterima tidak sesuai dengan yang diiklankan atau jika ada kerusakan dalam jangka waktu tertentu, dengan ketentuan mereka harus menyertakan video unboxing sebagai bukti barang yang dikirim penjual sudah sesuai atau belum.[43] Hal ini tidak hanya melindungi hak konsumen, tetapi juga mendorong penjual untuk memastikan bahwa produk yang mereka tawarkan memenuhi standar kualitas yang dijanjikan.

Ketiga, Khiyar Aib yaitu memberikan hak bagi konsumen untuk membatalkan transaksi jika barang yang diterima mengandung cacat yang tidak diketahui sebelumnya atau tidak sesuai dengan deskripsi.[44] Ini adalah bentuk perlindungan bagi konsumen agar mereka tidak dirugikan oleh penjual yang mungkin menyembunyikan informasi penting tentang produk. Dalam konteks transaksi online, di mana konsumen tidak dapat memeriksa barang secara langsung sebelum membeli, hak ini menjadi sangat penting. Konsumen harus dilindungi dari penjual yang mungkin menyembunyikan informasi penting tentang produk, seperti cacat fisik atau kualitas yang lebih rendah dari yang dijanjikan. Jika produk yang diterima ternyata cacat atau berbeda dengan deskripsi (misalnya, warna berbeda, ukuran tidak sesuai, atau bahan yang lebih rendah kualitasnya), biasanya

[41] Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi Dalam Islam* (Jakarta: Amzah, 2010). 111.

[42] Abdul Rahman Ghazaly, Ghufron Ihsan, dan Sapiudin Shidiq. *Fiqih Muamalat.* (Kecana Prenada Media Group, 2012). 99-104.

[43] Nur Jannah, Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Wawancara oleh Penulis, 4 Agustus 2024.

[44] Moh.Ah.Subhan, "Hak Pilih (Khiyar) Dalam Transaksi Jual Beli Di Media Sosial Menurut Perspektif Hukum Islam. (Akademika, 2017) 11(1), 62–77."

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

mereka mengajukan pengembalian barang tersebut dan meminta refund kepada penjual.[45] Dalam penelitian ini, ada beberapa konsumen TikTok Shop melaporkan pengalaman negatif terkait barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, yang menunjukkan perlunya penegakan hak khiyar aib. Jika konsumen menerima barang yang cacat, mereka berhak untuk mengajukan pengembalian dan mendapatkan ganti rugi. Hal ini tidak hanya melindungi konsumen, tetapi juga mendorong penjual untuk memastikan bahwa produk yang mereka tawarkan memenuhi standar yang diharapkan.

Keempat, Khiyar Rukyat yaitu hak untuk membatalkan transaksi setelah melihat atau memeriksa barang secara langsung. Dalam konteks modern, ini bisa diadaptasi sebagai hak pembeli untuk membatalkan transaksi setelah menerima produk jika tidak sesuai dengan ekspektasi atau deskripsi yang diberikan sebelumnya. Dalam praktiknya, kebijakan "no risk return" di mana pembeli bisa mengembalikan barang tanpa alasan yang spesifik bisa diartikan sebagai adaptasi dari Khiyar Rukyah. Ini memungkinkan pembeli untuk memeriksa barang setelah diterima dan memutuskan apakah ingin melanjutkan pembelian atau mengembalikannya. Terkadang ada beberpapa kurir yang ikut mengecek kesesuaian barang apakah sudah sesuai atau tidak. Jika tidak sesuai biasanya kurir menyarakan untuk dikembalikan kepada penjual. Hal ini memberikan rasa aman bagi konsumen, karena mereka memiliki kesempatan untuk memeriksa barang yang diterima dan memastikan bahwa produk tersebut sesuai dengan deskripsi yang diberikan. Jika barang tersebut tidak memenuhi harapan, konsumen dapat mengajukan pengembalian tanpa merasa terjebak dalam transaksi yang merugikan.

Secara keseluruhan, penerapan konsep khiyar dalam hukum Islam tidak hanya melindungi hak-hak konsumen, tetapi juga mendorong praktik bisnis yang etis dan bertanggung jawab. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip khiyar dalam transaksi jual beli, baik di platform digital maupun konvensional, pelaku usaha dapat menciptakan lingkungan yang adil dan transparan. Hal ini pada gilirannya akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan keberlanjutan bisnis, serta menciptakan ekosistem perdagangan yang lebih sehat dan berkelanjutan. Melalui

[45] Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah, Syaifuddin Zuhri Qudsy* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008). 98.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

penerapan khiyar, baik penjual maupun pembeli dapat bertransaksi dengan keyakinan bahwa hak-hak mereka akan dihormati dan dilindungi, sehingga menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dalam dunia perdagangan.

Dari penjelasan diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa penerapan konsep khiyar dalam hukum Islam tidak hanya melindungi hak-hak konsumen, tetapi juga mendorong praktik bisnis yang etis dan bertanggung jawab. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip khiyar dalam transaksi jual beli, baik di platform digital maupun konvensional, pelaku usaha dapat menciptakan lingkungan yang adil dan transparan. Hal ini pada gilirannya akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan keberlanjutan bisnis, serta menciptakan ekosistem perdagangan yang lebih sehat dan berkelanjutan. Melalui penerapan khiyar, baik penjual maupun pembeli dapat bertransaksi dengan keyakinan bahwa hak-hak mereka akan dihormati dan dilindungi, sehingga menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dalam dunia perdagangan.

3. Perlindungan Hukum Positif Terhadap Konsumen Melalui *Social Commerce*

Di Indonesia, perlindungan konsumen secara formal diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Undang-Undang ini mengatur hak-hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, dan mekanisme penyelesaian sengketa yang mungkin terjadi.[46] Dalam konteks perlindungan konsumen, Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) menegaskan bahwa perlindungan konsumen merupakan segala upaya untuk menjamin kepastian hukum dalam memberikan perlindungan kepada konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa negara memiliki tanggung jawab untuk menciptakan lingkungan yang aman dan adil bagi konsumen dalam bertransaksi.[47] Perlindungan ini bertujuan untuk mencegah masyarakat dari penggunaan atau konsumsi produk barang atau jasa yang dapat membahayakan keselamatan dan kesehatan mereka. Dengan demikian, UUPK berfungsi sebagai payung hukum yang melindungi konsumen

[46] Fitria Dewi Navisa, *Konsep Jual Beli Dalam Bisnis Afiliasi: Perspektif Hukum Perjanjian* (Gresik: Thalibul Ilmi Publishing & Education, 2023).

[47] Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

dari potensi risiko yang mungkin timbul akibat transaksi yang tidak transparan atau tidak adil.

Cakupan perlindungan konsumen dalam UUPK meliputi dua aspek utama. Pertama, perlindungan terhadap barang yang diserahkan tidak sesuai kesepakatan. Ini berarti bahwa konsumen berhak mendapatkan produk yang sesuai dengan deskripsi dan spesifikasi yang telah disepakati sebelumnya. Jika barang yang diterima tidak sesuai, konsumen memiliki hak untuk mengajukan keluhan dan meminta ganti rugi. Hal ini mencerminkan prinsip keadilan dalam transaksi, di mana konsumen tidak boleh dirugikan oleh ketidakakuratan informasi yang diberikan oleh penjual.[48] Kedua, perlindungan terhadap perlakuan syarat-syarat yang tidak adil. Ini mencakup segala bentuk ketentuan yang merugikan konsumen dalam transaksi, seperti syarat yang tidak transparan atau tidak seimbang. Misalnya, jika suatu produk dijual dengan syarat yang memberatkan konsumen, hal ini dapat dianggap sebagai pelanggaran terhadap hak-hak konsumen. UUPK menekankan pentingnya keadilan dan keseimbangan dalam hubungan antara konsumen dan pelaku usaha, sehingga konsumen tidak merasa tertekan atau dipaksa untuk menerima syarat yang merugikan.[49]

Pasal 2 UUPK menyebutkan asas-asas perlindungan konsumen yang terdiri dari manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, keselamatan konsumen, dan kepastian hukum.[50] Asas manfaat menekankan bahwa semua tindakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat maksimal bagi konsumen dan pelaku usaha. Keadilan dan keseimbangan mengharuskan adanya perlakuan yang setara antara kedua belah pihak dalam transaksi. Keamanan dan keselamatan konsumen menjadi prioritas utama, di mana produk yang dijual harus memenuhi standar keamanan yang ditetapkan. Kepastian hukum menjamin bahwa konsumen memiliki hak yang jelas dan dapat dipertahankan dalam sistem hukum.

Perlindungan hukum bagi konsumen berfokus pada hak-hak konsumen yang meliputi hak untuk mencegah kerugian personal dan harta kekayaan, hak untuk memperoleh barang dan

[48] Wulandari, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce."

[49] Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*.

[50] Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

jasa dengan harga yang wajar, serta hak untuk mendapatkan penyelesaian yang layak atas masalah yang dihadapi. Hak untuk mencegah kerugian personal dan harta kekayaan menunjukkan bahwa konsumen harus dilindungi dari risiko yang dapat merugikan mereka secara fisik maupun finansial. Hak untuk memperoleh barang dan jasa dengan harga yang wajar menegaskan bahwa konsumen tidak boleh dikenakan harga yang tidak sesuai dengan nilai produk yang diterima. Sementara itu, hak untuk mendapatkan penyelesaian yang layak atas masalah yang dihadapi menunjukkan bahwa konsumen harus memiliki akses yang mudah untuk mengajukan keluhan dan mendapatkan solusi yang adil jika terjadi sengketa.

Untuk melindungi konsumen secara efektif, hak-hak tersebut harus dipenuhi oleh negara dan pelaku usaha. Negara memiliki tanggung jawab untuk menciptakan regulasi yang mendukung perlindungan konsumen, sementara pelaku usaha harus mematuhi peraturan yang ada dan bertindak secara etis dalam menjalankan bisnis mereka.[51] Hukum perlindungan konsumen mencakup semua asas dan kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dengan penyedia barang dan jasa. Ini termasuk peraturan perundang-undangan dan putusan hakim yang mengatur kepentingan konsumen, yang berfungsi sebagai jaminan bahwa hak-hak konsumen akan dihormati dan dilindungi dalam setiap transaksi.[52]

Tujuan hukum perlindungan konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) memiliki peranan yang sangat penting dalam menciptakan lingkungan berbelanja yang aman dan adil. Tujuan-tujuan ini dapat dianalisis secara rinci untuk memahami bagaimana mereka berkontribusi terhadap perlindungan hak-hak konsumen dan peningkatan kualitas transaksi, antara lain :[53]

a. Meningkatkan Kesadaran, Kemampuan, dan Kemandirian Konsumen
b. Meningkatkan Harkat dan Martabat Konsumen

[51] Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2020). "Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

[52] Pengadilan Negeri Jakarta Pusat. Putusan Nomor 123/Pdt.G/2020/PN.Jkt.Pst. 2020.

[53] Presiden Republik Indonesia, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.”

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

c. Meningkatkan Pemberdayaan Konsumen
d. Menciptakan Sistem Perlindungan Konsumen yang Berbasis Kepastian Hukum
e. Menumbuhkan Kesadaran pada Pelaku Usaha
f. Meningkatkan Kualitas Barang dan Jasa

Pertama, Meningkatkan Kesadaran, Kemampuan, dan Kemandirian Konsumen. Salah satu tujuan utama dari hukum perlindungan konsumen adalah untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri mereka sendiri. Dalam wawancara yang dilakukan, konsumen *TikTok Shop* menunjukkan bahwa mereka semakin menyadari hak-hak mereka sebagai konsumen, terutama terkait dengan pengembalian barang dan klaim ganti rugi.[54] Kesadaran ini penting untuk mendorong konsumen agar lebih aktif dalam menuntut hak-hak mereka dan tidak ragu untuk mengajukan keluhan jika mereka merasa dirugikan. Dengan meningkatnya kemandirian, konsumen dapat membuat keputusan yang lebih baik dan lebih bijak dalam berbelanja.[55]

Kedua, Meningkatkan Harkat dan Martabat Konsumen. Tujuan kedua adalah untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen dengan menghindarkan mereka dari dampak negatif penggunaan barang dan/atau jasa. Dalam penelitian ini, banyak konsumen yang mengungkapkan kekhawatiran terhadap produk yang tidak aman atau tidak sesuai dengan deskripsi. Perlindungan hukum yang efektif dapat membantu mencegah konsumen dari kerugian yang disebabkan oleh produk yang cacat atau berbahaya, sehingga meningkatkan martabat mereka sebagai individu yang berhak mendapatkan produk yang aman dan berkualitas.

Ketiga, Meningkatkan Pemberdayaan Konsumen. Pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-hak mereka adalah tujuan yang sangat penting. Dalam penelitian ini, konsumen *TikTok Shop* yang memiliki pengetahuan tentang hak-hak mereka lebih cenderung untuk mengajukan keluhan dan menuntut ganti rugi ketika mereka merasa dirugikan. Penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen yang aktif dan teredukasi dapat berkontribusi pada terciptanya

[54] Siti Warni, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wawancara oleh Penulis, 7 Agustus 2024.

[55] Saragih et al., "Pengaruh Penggunaan Social-Commerce (Tiktok Shop) Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Generasi-Z."

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

pasar yang lebih adil dan transparan. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk mereka.

Keempat, Menciptakan Sistem Perlindungan Konsumen yang Berbasis Kepastian Hukum. Tujuan selanjutnya adalah menciptakan sistem perlindungan konsumen yang didasarkan pada kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan akses untuk mendapatkan informasi tersebut. Dalam penelitian ini, konsumen *TikTok Shop* menginginkan transparansi dalam informasi produk dan proses pengembalian barang. Ketidakpastian dalam informasi dapat menyebabkan ketidakpuasan dan kerugian bagi konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha harus memastikan bahwa mereka memberikan informasi yang jelas dan mudah diakses, sehingga konsumen dapat membuat keputusan yang tepat.

Kelima, Menumbuhkan kesadaran pada pelaku usaha tentang pentingnya perlindungan konsumen adalah tujuan yang tidak kalah penting. Dalam wawancara yang dilakukan, konsumen mengatakan beberapa penjual di *TikTok Shop* menunjukkan sikap yang jujur dan bertanggung jawab, tetapi masih ada yang tidak mematuhi standar perlindungan konsumen.[56] Dengan meningkatkan kesadaran pelaku usaha, diharapkan mereka akan lebih memperhatikan hak-hak konsumen dan berkomitmen untuk menjalankan praktik bisnis yang etis.

Keenam, Meningkatkan Kualitas Barang dan Jasa. Tujuan terakhir adalah untuk meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa untuk menjamin kelangsungan usaha produksi, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen. Dalam wawancara yang dilakukan, konsumen mengharapkan produk yang mereka beli memenuhi standar kualitas yang tinggi, beberapa konsumen yang puas dengan kualitas produk cenderung menjadi pelanggan setia.[57] Oleh karena itu, pelaku usaha harus berinvestasi dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka untuk memenuhi harapan konsumen.

Lima asas yang terdapat dalam Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) memberikan kerangka yang

[56] Maimunah Robi'atul Firdausiyyah, Mahasiswa Fakultas Tarbiyah, Wawancara oleh Penulis, 6 Agustus 2024.

[57] Hasna Nauvalin, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wawancara oleh Penulis, 11 Agustus 2024.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

kuat untuk melindungi hak-hak konsumen dan menciptakan lingkungan bertransaksi yang adil. Sebagai berikut :[58]

1. Asas Manfaat
2. Asas Keadilan
3. Asas Keseimbangan
4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen
5. Asas Kepastian Hukum

Pertama, Asas Manfaat menekankan bahwa semua tindakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat maksimal bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha. Dalam wawancara yang dilakukan, konsumen *TikTok Shop* mengungkapkan bahwa mereka menghargai akses yang lebih baik terhadap informasi produk dan kebijakan pengembalian barang yang jelas.[59] Hal ini menunjukkan bahwa ketika konsumen merasa diuntungkan, mereka lebih cenderung untuk berbelanja secara berulang, yang pada gilirannya mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memastikan bahwa kebijakan yang diterapkan tidak hanya menguntungkan konsumen, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi mereka.

Kedua, Asas Keadilan bertujuan untuk memastikan bahwa semua anggota masyarakat memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi dan mendapatkan hak-hak mereka dengan cara yang adil. Dalam wawancara yang dilakukan, ada beberapa konsumen melaporkan bahwa mereka merasa tidak diperlakukan secara adil ketika penjual tidak memberikan informasi yang akurat atau ketika ada ketidakjelasan dalam syarat dan ketentuan. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha harus berkomitmen untuk memberikan perlakuan yang setara kepada semua konsumen, tanpa memandang latar belakang atau status ekonomi mereka. Dengan menerapkan asas keadilan, pelaku usaha dapat membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen.

Ketiga, Asas Keseimbangan menciptakan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah. Dalam wawancara yang dilakukan, konsumen *TikTok Shop* menginginkan perlindungan yang memadai tanpa menghambat

[58] Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

[59] Korina Ratna Dilla, Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Wawancara oleh Penulis, 11 Agustus 2024.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

inovasi dan pertumbuhan bisnis.[60] Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan perlindungan konsumen harus dirancang dengan mempertimbangkan kepentingan semua pihak, sehingga tidak ada yang merasa dirugikan. Pelaku usaha yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara yang adil akan mendapatkan keuntungan jangka panjang.

Keempat, Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen menekankan pentingnya memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan bagi konsumen. Dalam wawancara, beberapa konsumen *TikTok Shop* menyatakan kekhawatiran mereka terhadap produk yang tidak terjamin keamanannya, terutama untuk barang-barang yang berpotensi membahayakan kesehatan.[61] Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha harus bertanggung jawab dalam memastikan bahwa produk yang mereka tawarkan memenuhi standar keamanan yang ditetapkan. *TikTok Shop* perlu memiliki mekanisme pengawasan yang efektif untuk melindungi konsumen dari produk berbahaya.

Terakhir, Asas Kepastian Hukum menggarisbawahi pentingnya kepastian hukum bagi pelaku usaha dan konsumen. Dalam wawancara yang dilakukan, konsumen *TikTok Shop* menginginkan jaminan bahwa hak-hak mereka akan dihormati dan dilindungi.[62] Mereka mengharapkan adanya mekanisme penyelesaian sengketa yang jelas dan adil. Pelaku usaha yang mematuhi hukum dan memberikan informasi yang transparan akan menciptakan lingkungan yang kondusif bagi kepatuhan terhadap hukum dan penyelesaian sengketa yang adil.[63]

Beberapa aspek penting dari UUPK yang relevan dalam konteks transaksi di *TikTok Shop* meliputi:[64]

1. Hak Konsumen untuk Mendapatkan Informasi yang Benar dan Tidak Menyesatkan

   Pasal 4 huruf c UUPK yang berbunyi "hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan

[60] Maya Husna Fauziyah, Mahasiswa Fakultas Syariah, Wawancara oleh Penulis, 11 Agustus 2024.

[61] Amaylia Qusna, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wawancara oleh Penulis, 6 Agustus 2024.

[62] Iqbal Maulana, Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Wawancara oleh Penulis, 13 Agustus 2024.

[63] Fitria Dewi Navisa, *Konsep Jual Beli Dalam Bisnis Afiliasi: Perspektif Hukum Perjanjian*.

[64] Presiden Republik Indonesia, "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen."

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

jaminan barang dan/atau jasa".[65] Konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar , jelas, dan jujur mengenai produk yang ditawarkan. Informasi ini mencakup spesifikasi produk, harga, cara penggunaan, risiko, dan jaminan. Pelaku usaha yang memberikan informasi yang menyesatkan atau tidak akurat dapat dikenai sanksi. Dalam platform *TikTok Shop*, penjual harus memastikan bahwa deskripsi produk sesuai dengan realita.[66] Misalnya, jika sebuah produk adalah replika atau kualitasnya lebih rendah, informasi tersebut harus disampaikan dengan jelas kepada konsumen. Deskripsi yang tidak jelas atau menyesatkan bisa menjadi dasar keluhan konsumen atau bahkan tuntutan hukum.[67]

Dalam wawancara yang dilakukan, ada beberapa konsumen *TikTok Shop* yang mengungkapkan bahwa mereka sering kali merasa ragu ketika deskripsi produk tidak sesuai dengan kenyataan.[68] Hal ini menunjukkan bahwa penjual di *TikTok Shop* harus lebih transparan dalam memberikan informasi, karena deskripsi yang tidak jelas atau menyesatkan dapat menjadi dasar keluhan konsumen atau bahkan tuntutan hukum. Dengan demikian, pelaku usaha perlu memastikan bahwa semua informasi yang disampaikan kepada konsumen adalah akurat dan tidak menyesatkan, untuk membangun kepercayaan.

2. Hak Konsumen atas Kenyamanan, Keamanan, dan Keselamatan

Pasal 4 huruf a UUPK yang berbunyi "hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa". Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan produk yang nyaman, aman, dan tidak membahayakan keselamatan. Penjual yang menawarkan produk berbahaya atau yang tidak terdaftar dapat dituntut oleh konsumen. *TikTok Shop* juga harus

[65] Pasal 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

[66] Yusril Falah, Mahasiswa Fakultas Tarbiyah, Wawancara oleh Penulis, 2 Agustus 2024.

[67] Roberto Ranto, *"Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik*," Jurnal Ilmu Hukum: ALETHEA 2, No. 2 (2019): 145–64.

[68] Noor Arina Mana Sikana, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wawancara oleh Penulis, 8 Agustus 2024

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

memiliki mekanisme pengawasan untuk memastikan bahwa produk yang diperdagangkan di platformnya aman bagi konsumen.

Dalam wawancara yang dilakukan, beberapa konsumen menyatakan kekhawatiran mereka terhadap produk yang tidak terjamin keamanannya, yang menunjukkan bahwa pelaku usaha harus bertanggung jawab dalam memastikan bahwa barang yang mereka tawarkan aman untuk digunakan.[69] *TikTok Sho*p juga harus memiliki mekanisme pengawasan untuk memastikan bahwa produk yang diperdagangkan di platformnya memenuhi standar keamanan yang ditetapkan oleh lembaga terkait, seperti BPOM.[70]

3. Hak Konsumen untuk Mengajukan Keluhan dan Menuntut Ganti Rugi

Pasal 4 huruf e yang berbunyi "hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut"[71] dan pasal 7 huruf g UUPK yang berbunyi "memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian".[72] Konsumen yang merasa dirugikan memiliki hak untuk mengajukan keluhan dan menuntut ganti rugi atas kerugian yang dialami. Pelaku usaha harus memberikan kompensasi yang layak dalam bentuk pengembalian uang, penggantian barang, atau perbaikan produk. *TikTok Shop* harus menyediakan mekanisme komplain yang mudah diakses dan efisien. Misalnya, konsumen dapat mengajukan keluhan melalui layanan pelanggan atau fitur khusus untuk komplain dalam aplikasi. Setelah keluhan diajukan, platform atau penjual harus merespons dengan memberikan solusi, baik itu dalam bentuk

[69] Nor Lailatul Fitriana, Mahasiswa Fakultas Syariah, Wawancara oleh Penulis, 8 Agustus 2024.

[70] Pasal 2 ayat (1) Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan ("Perpres 80/2017").

[71] Presiden Republik Indonesia, "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen."

[72] Pasal 7 Huruf g, "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

refund, penggantian produk, atau bentuk kompensasi lainnya.[73]

Dalam wawancara yang dilakukan, konsumen mengungkapkan bahwa meskipun *TikTok Shop* menyediakan fitur pengaduan, masih terdapat tantangan dalam hal responsivitas dan kecepatan penyelesaian masalah.[74] Oleh karena itu, penting bagi *TikTok Shop* untuk menyediakan mekanisme komplain yang mudah diakses dan efisien, sehingga konsumen dapat merasa aman dan terlindungi dalam bertransaksi.

4. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Pasal 19 UUPK "(Ayat 1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan."[75] "(Ayat 2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku." "(Ayat 3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi." "(Ayat 4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan." "(Ayat 5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen."[76] Pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen akibat produk yang tidak sesuai dengan klaim atau standar yang dijanjikan. Jika konsumen dirugikan, pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi yang dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang, atau perbaikan

[73] Rusmawati, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce."

[74] Labibatul Mashfufah, Mahasiswa Fakultas Syariah, Wawancara oleh Penulis, 11 Agustus 2024.

[75] Pasal 19 ayat (1), "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen."

[76] Pasal 19 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

barang tanpa biaya. Sebagai platform, *TikTok Shop* juga bertanggung jawab memastikan bahwa penjual yang beroperasi di dalamnya mematuhi aturan perlindungan konsumen. Jika ada pelanggaran serius, *TikTok Shop* dapat memberi sanksi kepada penjual, seperti larangan berjualan atau pemblokiran akun.

Dalam konteks *TikTok Shop*, penjual yang beroperasi di platform tersebut harus mematuhi aturan perlindungan konsumen. Jika ada pelanggaran serius, *TikTok Shop* dapat memberi sanksi kepada penjual, seperti larangan berjualan atau pemblokiran akun. Hal ini menunjukkan bahwa *TikTok Shop* memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa penjual yang beroperasi di dalamnya mematuhi aturan perlindungan konsumen, sehingga menciptakan lingkungan berbelanja yang aman dan adil bagi konsumen.

REPOSITORI IAIN KUDUS