

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PADA TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI TIKTOK SHOP (Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam)

Raudhatul Munawarah, Syahrizal Abbas

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, Indonesia

E-mail: 210106116@student.ar-raniry.ac.id

Abstract

Commercial transactions conducted via digital platforms, such as TikTok stores, are another area that has evolved in this era of technological advancements. Often, when people purchase and sell through TikTok businesses, the products they receive don't match the ones they requested. Based on the above problems, the researcher examined two problem formulations: the first is how the process of buying and selling and returning goods through TikTok Shop, and the second focuses on safeguarding juridical interests for consumers who shop on the TikTok Shop application. The research method implemented is empirical juridical analysis with a legal sociological approach, using data collected through interviews. According to the study's conclusions, the TikTok Shop app's transaction mechanism complies with all relevant legal laws, as stated in the agreement. Several areas still require improvement to better safeguard consumer rights, as the TikTok Shop has not fully satisfied them in the purchasing and selling process.

Keywords: Legal protection, consumer, TikTok Shop

Abstrak

Transaksi jual beli melalui media online, seperti toko Tiktok, ialah salah satu hal yang juga berkembang sebagai hasil dari kemajuan teknologi di era ini. Sering kali, ketika orang membeli dan menjual barang melalui bisnis Tiktok, barang yang diterima berbeda dari informasi awal minta. Berdasarkan permasalahan diatas peneliti meneliti dua rumusan masalah pertama yaitu bagaimana proses jual beli dan return barang melalui Tiktok Shop, kemudian yang kedua bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang berbelanja di aplikasi Tiktok Shop. Metode penelitian yang diimplementasikan ialah analisis yuridis empiris, dengan pendekatan sosiologis hukum dengan Teknik pengumpulan data melalui wawancara. Menurut kesimpulan penelitian, mekanisme transaksi aplikasi Tik Tok Shop mungkin telah sesuai dengan semua hukum yang berlaku, seperti yang tercantum dalam perjanjian. Namun terdapat beberapa bagian yang masih memerlukan perbaikan untuk lebih memuaskan atau melindungi hak-hak konsumen, dikarenakan Tik Tok Shop belum sepenuhnya memenuhi kepentingan hukum pembeli dalam transaksi komersial.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Konsumen, Tiktok Shop

PENDAHULUAN

Teknologi informasi serta komunikasi sudah mengalami pengembangan yang sangat pesat di era digital ini, dengan berkembangnya teknologi banyak kemajuan yang terjadi dalam kehidupan manusia, salah satu area di mana pergeseran paling terlihat ialah di bidang perdagangan, yaitu dengan munculnya *e-commerce*.¹

Ada sebuah toko berbasis digital yang banyak digunakan publik Indonesia dewasa ini Tik Tok Shop. Pertama, pada tahun 2016, aplikasi Tik Tok diperkenalkan di Indonesia, yang merupakan platform untuk berbagi video musik pendek buatan Tiongkok. Berawal dari pandemi COVID-19, ketika orang-orang disarankan untuk tidak keluar rumah dan diharapkan untuk tetap berada di dalam rumah dan ikut serta dalam kegiatan komunitas, salah satu kegiatan tersebut ialah pembuatan konten video kreatif menggunakan

¹ Ida Friatna et al., "A Challenge and Development of Corporate Zakat Distribution on Shari'ah Commercial Banks in Nanggroe Aceh Darussalam," *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah* 17, no. 1 (2025): 1, <https://doi.org/10.70095/alamwal.v17i1.18465>.

aplikasi TikTok. Konten ini dapat berupa tutorial menari, resep masakan, edukasi sejarah, serta format serupa lainnya.²

Melihat sejarah tersebut, TikTok memutuskan untuk memperkenalkan produk baru di tahun 2020, yang kini dikenal dengan nama TikTok Shop. Dengan diperkenalkannya fitur TikTok Shop, berbagai macam barang telah ditambahkan ke dalam toko, termasuk pakaian, perlengkapan rumah, kebutuhan perkantoran, produk kecantikan, perawatan kulit, bahan makanan kemasan, serta masih banyak lagi. Menambah daya tarik fitur baru ialah fakta bahwasanya bisnis sekarang dapat menjalankan promo serta penawaran langsung melalui live streaming, yang pada penawaran tersebut memberikan tombol keranjang belanja. Penjual tidak hanya bisa mempromosikan barang dagangan mereka secara langsung, tetapi mereka juga dapat menggunakan video sebagai promosi persuasif yang menampilkan katalog barang yang sering disebut oleh para pengguna TikTok sebagai “keranjang kuning”, yang ketika diklik akan menampilkan koleksi barang yang ditampilkan dalam video.³

Seiring dengan terus bertambahnya jumlah orang yang melakukan transaksi jual beli online, semakin banyak pula kesulitan yang dialami oleh para pembeli. Salah satunya ialah mereka sering menerima produk yang tidak sesuai dengan yang dipesan, cacat, atau terlambat dikirim, dan masih banyak lagi. Menurut penelitian, ada beberapa kejadian di Kota Banda Aceh. Dalam salah satu kasus, seorang pelanggan berinisial MN memesan mukena berwarna biru dengan motif bordir di bagian bawah, tetapi penjual mengirimkan mukena berwarna putih polos. Pelanggan tersebut ingin mengembalikan barang tetapi hanya bisa jika penjual mau menanggapi dengan video unboxing, tetapi penjual tidak pernah melakukannya. Pelanggan sangat kecewa dan merasa dirugikan.⁴

² Ade Ayu Oktaviani and Siti Komsiah, *Uses And Gratification: Uji Pengaruh Konten Dalam Fitur Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja* (n.d.).

³ Indri Ferdiani Suarna, “Purchase Decision Pada Live Streaming Shopping Pengguna Media Sosial Tiktok Di Bandung,” *Ekono Insentif* 16, no. 2 (2022): 138–52, <https://doi.org/10.36787/jei.v16i2.942>.

⁴ Chairul Fahmi, “THE DUTCH COLONIAL ECONOMIC’S POLICY ON NATIVES LAND PROPERTY OF INDONESIA,” *PETITA: JURNAL KAJIAN ILMU HUKUM DAN SYARIAH* 5, no. 2 (2020), <https://doi.org/10.22373/petita.v5i2.99>.

Banyak masalah yang muncul dengan prosedur pembelian dan penjualan di TikTok sejak debut fitur tersebut hingga sekarang. Misalnya, mungkin ada cacat fisik atau perbedaan antara informasi promosi dan barang yang sampai ke konsumen sehubungan dengan masalah-masalah tersebut, termasuk di antaranya: “hak untuk bebas dari campur tangan yang tidak beralasan, mendapatkan informasi yang benar, membuat keputusan yang tepat, didengar suaranya, mendapatkan kompensasi yang adil, dan menerima barang dengan harga yang sepadan dengan nilainya”. Di luar rezim UUPK, perlindungan pembeli juga bersumber dari konsep ingkar janji dalam hukum perdata sebagaimana diatur Pasal 1243 KUHPerdata. Ini berarti bahwasanya ketika sebuah perusahaan tidak melakukan apa yang mereka janjikan, mereka harus membayar kerusakan yang terjadi.

Dalam Islam Prinsip khiyār al 'ayb merupakan perwujudan dari perlindungan konsumen, prinsip ini membuka kesempatan bagi konsumen untuk melakukan pengembalian atau pembatalan transaksi apabila penjual gagal mengungkapkan cacat atau masalah pada barang sebelum penjualan.

Namun, masih ada kesenjangan antara bunyi hukum serta semangat aktivitas e-commerce. Sangat memprihatinkan apabila masalah-masalah ini tidak diselidiki sesuai dengan hukum yang relevan, dikarenakan banyak pelaku usaha yang gagal memahami sepenuhnya tanggung jawab hukum mereka terhadap pembeli. Hal ini menyoroti perlunya memperkuat undang-undang perlindungan konsumen dan menyelidiki seberapa efektif UU No. 8 Tahun 1999 dalam melindungi konsumen di era digital.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menerapkan penelitian yuridis empiris, yaitu metode yang mengacu pada berbagai fakta empiris untuk memeriksa tidak hanya standar hukum akan tetapi juga penerapan hukum yang sebenarnya, yang mengacu pada pengamatan terhadap perilaku manusia baik dalam bentuk tertulis maupun lisan.⁵ Pendekatan ini penting untuk mengetahui efektivitas hukum, respon masyarakat dan kesenjangan antara hukum tertulis dengan praktiknya.⁶

⁵ Muhammad Siddiq Armia, *PENENTUAN METODE & PENDEKATAN PENELITIAN HUKUM*, ed. Chairul Fahmi (Lembaga Kajian Konstitusi Indonesia, 2022).

⁶ peter mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (kencana prenada media group, 2005).

Selain itu, studi ini menerapkan metodologi sosiologis (socio-legal). Langkah mendasar dalam sosiologi hukum ialah mengenali, mengakui, dan memahami hukum sebagai aspek integral dari keberadaan masyarakat. Hukum tidak dianggap sebagai konsep abstrak, melainkan sebagai perilaku sosial yang mengatur tindakan-tindakan masyarakat.⁷

Studi ini memanfaatkan sumber data primer serta sekunder. penulis bisa mengumpulkan data primer melalui wawancara mendalam dengan pihak-pihak yang terkena dampak (yaitu konsumen yang berbelanja di Tiktok Shop), responden dipilih berdasarkan pengalaman pribadi dari mereka masing-masing. Wawancara dilakukan dengan sangat etis, yang mana dimulai dengan persetujuan dari pihak konsumen, menjaga identitas mereka serta berdasarkan kesediaan dan sukarela dari mereka (konsumen). Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber tidak langsung seperti buku, jurnal ilmiah, dan artikel yang terkait dengan perlindungan konsumen.⁸

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Platform TikTok Shop

Pengguna aplikasi jejaring sosial TikTok bisa membuat serta berbagi film pendek yang menampilkan kreativitas mereka, biasanya melalui tarian dan lipsting. Perusahaan Cina ByteDance memulai debut platform ini pada tanggal 20 September 2016. Meskipun target demografinya adalah orang dewasa muda dan remaja, siapa pun dapat bergabung dengan komunitas TikTok dan berbagi video kreatif mereka. Pada tahun 2019, TikTok memiliki melampaui angka 300 juta kali unduh dan diproyeksikan naik pada 2020 lebih dari 400 juta, sehingga menjadikannya aplikasi yang paling banyak diunduh di dunia.⁹

Selain nilai hiburanannya, TikTok telah menemukan jalan keluar di bidang pemasaran internet serta bisnis. Iklan serta konten promosi bisa

⁷ Rahardjo, *Sosiologi Hukum* (Genta Publishing, 2010).

⁸ Iqbal Hasan, *Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya* (Ghalia Ikapi, 2002).

⁹ Changhan Li et al., *FACTORS INFLUENCING CONSUMERS PURCHASE INTENTION THROUGH TIKTOK OF CHANGSHA, CHINA RESIDENTS*, vol. 6, no. 2 (n.d.).

dengan mudah disebarluaskan ke sebagian besar pengguna TikTok berkat kemampuan seperti streaming dan pembuatan video pendek.¹⁰

Perkembangan TikTok sebagai platform video singkat menunjukkan pertumbuhan signifikan di Indonesia pada tahun 2021. Diperkenalkan pada Maret 2021, TikTok Shop ialah salah satu aspek paling populer dari aplikasi TikTok. Baik bisnis maupun individu akan merasakan manfaat dari fungsi ini untuk penjualan dan pembelian produk. Pengguna TikTok sekarang dapat berbelanja langsung dari aplikasi, sehingga tidak perlu membuka aplikasi terpisah. Pengguna juga dapat memanfaatkan pembelian produk secara langsung, yang sering kali disertai dengan diskon dan penawaran menarik seperti pengiriman gratis.¹¹

Berbeda dengan fitur-fitur di YouTube, Instagram, serta Facebook, tambahan TikTok ini tidak menghubungkan konsumen ke situs web yang relevan. Dengan kata lain, aplikasi TikTok sendiri yang menangani semua transaksi keuangan, termasuk mengobrol dengan penjual dan melakukan pembelian.¹²

Baik pria maupun wanita, akan menemukan sesuatu yang sempurna untuk gaya hidup modern pada TikTok Shop. Meskipun usianya relatif masih muda, TikTok Shop mempunyai nilai jual yang unik, memungkinkan pengguna melihat apa yang dikatakan penjual tentang barang-barang populer melalui TikTok Live Streaming. Hal ini membedakannya dengan platform e-commerce lain seperti Shopee. Jadi, TikTok Shop bisa memperlihatkan kepada pengguna apa yang diinginkan pria dan wanita saat ini berlandaskan apa yang sedang trend.

TikTok Shop menawarkan berbagai macam produk dalam berbagai kategori. Ini termasuk pakaian untuk pria dan wanita, barang-barang perawatan pribadi, dekorasi rumah, sepatu untuk kedua jenis kelamin, pakaian Muslim, trend terbaru, aksesoris, makanan dan minuman, elektronik,

¹⁰ Silvia Dwi Yanti et al., "Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fkip Uhamka 2018)," *Jurnal EMT KITA* 7, no. 1 (2023): 47-61, <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.728>.

¹¹ Kevin Simanjuntak and Rianita Puspita Sari, *Analisis Sistem S-Commerce Pada Tiktok Shop Untuk Meningkatkan Daya Saing Menggunakan Metode SWOT*, 16, no. 1 (n.d.): 2023.

¹² Chairul Fahmi, "The Impact of Regulation on Islamic Financial Institutions Toward the Monopolistic Practices in the Banking Industrial in Aceh, Indonesia," *Jurnal Ilmiah Peuradeun* 11, no. 2 (2023): 667-86, <https://doi.org/10.26811/PEURADEUN.V11I2.923>.

komputer, ponsel, jam tangan, kesehatan, fotografi, dan banyak lagi. Hal seperti ini disebut “racun TikTok” menggambarkan barang-barang yang populer dan menyebar seperti api di TikTok Shop.

Sebagai bagian dari strategi mereka untuk berhadapan langsung dengan pelaku e-commerce yang telah mapan mapan, TikTok Shop menawarkan berbagai kampanye promosi untuk menarik minat konsumen terhadap kemampuan pembelian dan penjualan mereka yang baru. Lihat program promo TikTok Shop seperti: pengiriman gratis, flash sale, kupon diskon, serta live streaming.

Selain itu, dalam upaya untuk menarik pembeli, vendor di TikTok Shop mempekerjakan pengguna TikTok terkemuka sebagai presenter streaming langsung dengan harapan bisa meningkatkan minat pemirsa. Apabila audiens mengekspresikan apresiasi melalui interaksi layar atau pemberian hadiah lain kepada kreator selama siaran langsung, kreator atau vendor bisa memperoleh koin TikTok.

B. Proses Jual Beli dan Return Barang di TikTok Shop berdasarkan Pengalaman Konsumen

Dikarenakan memproses transaksi melalui platform media sosial TikTok, TikTok Shop diklasifikasikan sebagai situs e-commerce dengan fokus perdagangan sosial. Tentu saja, sebelum memutuskan untuk membeli apa pun secara online, pelanggan harus memikirkan potensi bahayanya. Lagi pula, tidak semua transaksi online menghubungkan pembeli dan penjual secara tatap muka, serta satu-satunya cara untuk melihat produk yang dibeli ialah melalui gambar atau video.

Untuk membeli apa pun di TikTok, pertama-tama buka aplikasinya lalu klik logo keranjang. Setelah berada di halaman TikTok Shop, gulir atau gunakan bilah pencarian untuk menemukan barang yang ingin dibeli. Setelah ditemukan, klik gambar barang tersebut dan tombol “beli sekarang” akan muncul. Setelah itu, pengguna akan melihat halaman dengan detail pesanan mereka, terakhir, klik tombol “buat pesanan”. Pengguna dapat melihat informasi krusial mengenai pembelian mereka dan memverifikasi

bahwasanya transaksi mereka telah ditangani dengan baik di halaman ini, yang berfungsi sebagai konfirmasi.¹³

Persoalan yang kerap muncul dalam praktik pembelian online ialah ketidaksesuaian produk, yang menyebabkan banyak pelanggan meminta return. Bagian krusial lainnya dari perlindungan konsumen ialah kemampuan untuk meretur barang. Konsumen diwajibkan untuk memenuhi persyaratan tertentu saat melakukan pembelian di platform TikTok Shop. Salah satu persyaratannya ialah, untuk mengajukan pengembalian, mereka harus menyertakan nomor pesanan, alasan pengembalian, serta foto atau video yang relevan dari barang yang sedang dibuka. Pelanggan mempunyai pilihan untuk mengembalikan atau menukar barang mereka. Konsumen mempunyai waktu enam hari sejak tanggal penerimaan untuk mengembalikan barang sesuai dengan kebijakan yang berlaku.¹⁴

Namun demikian, temuan studi ini mengungkapkan bahwasanya 70% dari populasi Asia Tenggara mengalami penipuan pada tahun 2021, baik dalam bentuk pengiriman produk yang terlambat atau tidak ada setelah menyelesaikan pembayaran melalui media sosial. Dalam hal platform media sosial yang digunakan untuk berbelanja, TikTok Shop sejauh ini merupakan yang paling populer yaitu mencapai (46%).¹⁵

Dalam satu kejadian yang dilaporkan di situs media konsumen pada tanggal 3 September 2025 pukul 00:29, seorang pembeli dilaporkan membatalkan pesanan sebesar Rp. 1.164.000 dari Tiktok Shop, mengutip penipuan penjual sebagai alasan pembatalan. Kami telah menyelesaikan prosedur pembatalan pembelian dan akan mengembalikan dana dalam waktu 7-14 hari kerja. Namun demikian, dana tersebut masih belum diterima pada 24 September 2025, setelah 14 hari kerja. Pelanggan telah menghubungi TikTok Shop, yang menyarankan mereka untuk menunggu hingga pukul 23:59. Setelah jam tersebut, mereka akan memperoleh pengaduan dari unit

¹³ Chairul Fahmi, "Analysis Of Legal Aspects On Capital Investment Fraud In Indonesia," *Proceeding of International Conference on Sharia Economic Law (ICoShEL)* 1, no. 1 (2024): 1.

¹⁴ Ida Farida et al., *Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative> Studi Literatur: Potensi Kerugian Akibat Social Commerce Tiktok Shop*, n.d.

¹⁵ Nura Anggraeny et al., *Studi Literatur : Potensi Kerugian Akibat Social Commerce Tiktok Shop*, 4 (2024): 3109-17.

terkait dan diminta menunggu selama dua hari dari tanggal dan waktu pemberitahuan. Tidak ada pembaruan atau saldo yang diterima oleh konsumen pada tanggal 27 September, tepat pukul 23:59. Situasi ini memperlihatkan bahwa pelaku usaha yang bersangkutan sudah melakukan wanprestasi, yang didefinisikan sebagai sikap yang mengindikasikan seseorang yang lalai dan tidak melaksanakan tanggung jawabnya seperti yang dijanjikan.¹⁶

Hal ini tidak hanya sering terjadi di media konsumen, namun peneliti juga mewawancarai beberapa konsumen di Banda Aceh yang melaporkan bahwasanya mereka mengalami hal tersebut: Adapun contoh pertama, konsumen berinisial (ZV) ialah seorang mahasiswa yang membeli baju gamis. Namun, ketika membuka paket, mereka menemukan ketidaksesuaian antara barang yang sebenarnya dengan yang tertera di foto dan deskripsi. Dengan kata lain, kualitas baju gamis yang didapatkannya tidak sesuai dengan kualitas yang diiklankan.

Kedua, konsumen inisial (MN) membeli mukena berwarna biru dengan corak bordir bagian bawah, namun pelaku usaha mengirim mukena berwarna putih polos tanpa bordir, agar memulai pengembalian produk, pelanggan harus menyediakan video unboxing, tetapi pelaku usaha tidak merespon pengajuan dari konsumen tersebut hingga konsumen merasa sangat kecewa dan dirugikan.

Ketiga, konsumen inisial (R), seorang mahasiswa yang membeli celana jeans, setelah melakukan pembayaran konsumen mengonfirmasi ulang tentang pesanan tersebut tetapi tidak ada respon dari pihak penjual, selang beberapa hari paket datang namun, setelah di unboxing ternyata yang datang celana anak-anak yang seharusnya celana dewasa ukuran 30.¹

Penulis sudah memperlihatkan bahwasanya pelaku usaha tidak menanggapi permintaan pengembalian produk cacat atau tidak memenuhi spesifikasi pembeli berdasarkan banyak studi kasus. Sikap diam pelaku usaha ini memperlihatkan posisi konsumen yang rentan dalam transaksi online, untuk mencegah kerugian konsumen di masa depan, sangat krusial untuk menegakkan peraturan serta meningkatkan literasi digital dan hukum masyarakat.

¹⁶ Chairul Fahmi et al., "THE ROLE OF COURTS IN RESOLVING CASES OF BANKRUPTCY OF ISLAMIC BANK CUSTOMERS," *JURISTA: JURNAL HUKUM DAN KEADILAN* 6, no. 2 (2023): 2.

C. Perlindungan Hukum Jual Beli Pada Platfrom TikTok Shop

1. Perlindungan Hukum Menurut Perspektif UUPK

Dalam kerangka hukum, perlindungan mengacu pada tugas otoritas hukum maupun institusi keamanan guna memastikan keselamatan korban, baik secara fisik maupun psikologis, dan untuk melindungi mereka dari ancaman, gangguan, teror, dan tindakan kekerasan dari para penyerang.¹⁷

Ketentuan Pasal 1 ayat (1) UUPK menegaskan seluruh langkah yang menjamin kepastian hukum bagi konsumen. Definisi ini mengandung esensi dari perlindungan konsumen. Pada bagian “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum” mempunyai rumusan yang dapat menjadi penghalang dan memikul tanggung jawab untuk memberantas tindakan sewenang-wenang.

Dalam perlindungan konsumen dalam doktrin hukum terdapat tiga model pertanggungjawaban, antara lain berdasarkan wanprestasi, dan tanggung jawab berdasarkan kesalahan dan kelalaian.

Salah satu bentuk perlindungan hukum tersebut ketentuan tersebut tercantum dalam Pasal 19 UUPK yang menegaskan “bahwasanya apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan yang diperjanjikan atau cacat, maka pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi kepada konsumen”. Ganti rugi ini bisa berupa pengembalian uang, barang baru, atau apapun yang disepakati oleh pembeli dan penjual. Namun sayangnya, dalam dunia e-commerce (TikTok), ketentuan ini sering kali diabaikan karena proses pengembalian barang yang rumit dan waktu penyelesaian yang tidak dapat diprediksi. Konsumen mempunyai hak untuk menggugat baik secara individu, kelompok, atau melalui lembaga perlindungan konsumen untuk menyelesaikan masalah dengan pelaku usaha. Hak ini dibahas dalam Pasal 45-47 UU Perlindungan Konsumen.¹⁸

¹⁷ Rahmadya Carella Putri et al., *Perlindungan Hak – Hak Konsumen Dalam Jual Beli Pada Tiktok Shop*, 1 (2023).

¹⁸ Muhammad Achyar et al., “ISLAMIC LAW REVIEW OF MONOPOLY PRACTICES IN MODERN ECONOMICS,” *Al-Mudharabah: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 5, no. 2 (2024): 288–308.

Lonjakan aktivitas transaksi berbasis daring mendorong negara untuk memberikan fokus yang lebih kuat terhadap aspek keamanan dan kepastian bagi pihak pembeli, terutama karena risiko kerugian akibat perbedaan spesifikasi produk yang diterima. Aktivitas perdagangan yang berlangsung melalui sarana teknologi digital dikategorikan sebagai PMSE, sementara pelaksana usaha yang memanfaatkan platform digital dikenal sebagai PPMSE sebagaimana dijelaskan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019. Ketentuan Pasal 26 huruf a regulasi tersebut mewajibkan setiap pelaku usaha digital untuk menjamin pemenuhan kepentingan konsumen sesuai ketentuan perlindungan konsumen. Lebih lanjut, Pasal 69 ayat 2 huruf a menetapkan bahwa pembeli berhak mengajukan pembatalan atau pertukaran apabila produk tidak sesuai atau mengalami cacat.

Wanprestasi menggambarkan kondisi ketika salah satu subjek hukum gagal melaksanakan kewajiban yang telah disepakati dalam hubungan kontraktual, baik karena kelalaian, pengingkaran janji, maupun ketidakpatuhan terhadap isi perjanjian yang mengikat. Landasan hukum yang mengatur kewajiban seseorang atas wanprestasi, ataupun tidak dipenuhinya suatu perjanjian yang telah disepakati, ialah Pasal 1243 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Ketika Pihak pembeli menanggung kerugian sebagai akibat dari tindakan pelaku usaha yang mengabaikan tanggung jawabnya dalam transaksi memenuhi kewajibannya-misalnya Barang yang diterima pembeli tidak mencerminkan spesifikasi sebagaimana yang dijanjikan dalam penawaran deskripsi yang diiklankan, mengirimkan barang yang cacat, atau alasan lain yang dapat merugikan konsumen-pasal ini menjadi sangat relevan dalam konteks jual-beli online.¹⁹

Ketentuan ini memiliki arti penting dalam praktik transaksi daring, khususnya ketika pembeli mengalami kerugian akibat kelalaian pelaku usaha dalam menjalankan tanggung jawabnya. Bentuk pelanggaran tersebut dapat berupa pengiriman produk yang tidak sesuai deskripsi, kondisi barang yang rusak, maupun faktor lain yang merugikan konsumen. Sebagaimana telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya, terdapat berbagai alasan pengajuan pengembalian barang yang kerap ditolak oleh pihak penjual.

¹⁹ Perjanjian Baku, *Tinjauan Yuridis Transaksi Jual-Beli Melalui Media Online Dan Konsekuensi Hukumnya*, 3, no. 5 (2024): 2790–810.

Praktik pelanggaran wanprestasi dalam aktivitas perdagangan berbasis jaringan muncul dari kesepakatan yang dibentuk oleh para pihak sehingga melahirkan keterikatan normatif di antara mereka. Regulasi perdata nasional telah menetapkan bahwa pengingkaran komitmen terjadi ketika salah satu pihak mengabaikan pemenuhan tanggung jawab yang telah disepakati. Apabila penyedia produk menolak pengembalian komoditas tanpa dasar yang dapat dibenarkan, tindakan tersebut mencerminkan pengabaian komitmen yang mengikat, sehingga konsekuensi yuridis dapat dibebankan kepadanya sesuai ketentuan yang berlaku.²⁰

Setiap perselisihan yang mungkin timbul antara konsumen dan perusahaan dapat diselesaikan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen pertama kali dibentuk pada tahun 2001, tepatnya melalui "Keputusan Presiden Nomor 27 Tahun 2012 tentang Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, dan landasan hukumnya terletak pada Pasal 49 ayat 1 UUPK. Pasal 52 UUPK jo Pasal 52 UUPK mengatur mengenai tanggung jawab dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Terkait dengan pelaksanaan tanggung jawab dan wewenang, khususnya: Memberitahukan pelaku usaha yang diduga melakukan pelanggaran terhadap undang-undang perlindungan konsumen, Menerima pengaduan konsumen baik secara tertulis maupun lisan mengenai adanya pelanggaran terhadap undang-undang perlindungan konsumen, Memilih dan menetapkan siapa yang dirugikan oleh konsumen".²¹

Namun demikian, ada beberapa batasan tertentu terhadap kekuasaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Sebagai contoh, badan ini tidak dapat melaksanakan keputusan yang telah dibuatnya. Satu-satunya tujuan badan ini adalah untuk menentukan apakah konsumen telah mengalami kerugian, serta juga dapat menentukan jumlah kompensasi yang harus dibayarkan oleh pelaku usaha. Namun, badan ini tidak mempunyai

²⁰ Mischa Jocylyna et al., *PERTANGGUNGJAWABAN ATAS WANPRESTASI DALAM SISTEM PRE-ORDER MELALUI E-COMMERCE DALAM PERTANGGUNGJAWABAN ATAS WANPRESTASI DALAM SISTEM PRE-ORDER MELALUI E-COMMERCE DALAM*, 3, no. 9 (2025).

²¹ Ulih Muslihudin et al., *ANALISIS PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN SECARA ARBITRASE DI LUAR PENGADILAN YANG MEMUAT PERJANJIAN (Study Kasus Di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Tasikmalaya)* (n.d.).

wewenang untuk melaksanakan keputusan-keputusan tersebut. Dengan demikian, Mekanisme penanganan konflik pembeli di tingkat nasional belum sepenuhnya memberikan perlindungan optimal bagi masyarakat, khususnya pada aktivitas perdagangan berbasis teknologi daring.

2. Perlindungan Hukum Menurut Perspektif Islam

Dalam sistem normatif syariah, aktivitas pertukaran kepemilikan dikenal sebagai kontrak muamalah yang berlandaskan kesepakatan bebas antarpihak. Transaksi tersebut dinilai sah apabila memenuhi unsur struktural yang telah ditetapkan, mencakup subjek, objek, nilai tukar, serta pernyataan kehendak. Landasan etikanya menekankan keterbukaan dan kesepahaman, serta menolak praktik spekulatif, keuntungan tidak sah, dan manipulasi.²² Selain kerangka normatif umum, tradisi dalam syariah menyediakan pengaturan menyeluruh terkait pertukaran kepemilikan dalam ranah muamalah. Pendekatan ini menggarisbawahi keterbukaan informasi dan integritas moral sebagai fondasi kesepakatan. Nilai kesetaraan dan kejujuran ditempatkan sebagai prinsip utama, sehingga setiap tindakan manipulatif berimplikasi pada gugurnya kesepakatan yang telah terbentuk.

Hubungan kontraktual menurut ajaran keagamaan tidak dipahami sebagai persetujuan tanpa batas, sebab terdapat aturan normatif yang menentukan isi serta mekanisme perikatan. Unsur kesukarelaan menjadi syarat mutlak agar hubungan tersebut bernilai sah secara normatif. Di samping itu, layanan yang menjadi pokok transaksi wajib dipahami secara terang oleh seluruh pihak terkait, mencakup karakter, mutu, jumlah, serta legitimasi kepemilikan. Larangan terhadap kondisi samar diberlakukan karena potensi konflik, manipulasi, serta kerugian yuridis yang dapat muncul di kemudian hari. Fondasi etis dari seluruh aktivitas pertukaran terletak pada keseimbangan, yang menuntut kejelasan posisi, tanggung jawab, serta pemulihan hak apabila ikatan tersebut dibatalkan, sehingga tidak ada pihak yang dirugikan secara sepihak.

²² Aliansi Jurnal Hukum et al., *Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Jual Beli : Perbandingan Antara Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Dan Fikih Muamalah Memberikan Perlindungan Hukum Terhadap Para Pihak Menjadi Penting , Terutama Dalam Keadilan Dan Kepastian Hukum Bagi Para Pihak . Menurut Satjipto Rahardjo , Perlindungan*, no. September (2025).

Dalam Islam juga harus memastikan bahwasanya transaksi bisnis yang dilaksanakan secara online sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, penting untuk mempertimbangkan hukum Islam. Sebagai permulaan, perjanjian jual beli sangat dipengaruhi oleh gagasan akad (perjanjian). Jika kedua belah pihak tulus dan jujur, serta ada kesepakatan yang lengkap dan sesuai, maka perjanjian tersebut sah dalam Islam.

Sebagaimana dibahas dalam surah Al-mutaffifin, sebagai berikut:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوا لَهُمْ أَوْ وَزَنُوا لَهُمْ يُخْسِرُونَ

Artinya: “Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang), (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan, dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi”. (QS Al Mutaffifin (83:1-3)).

Transaksi jual beli yang tidak jujur serta bentuk-bentuk penipuan lainnya dikecam dalam ayat ini. Ini berarti bahwa pembeli dan penjual harus memperlakukan satu sama lain dengan bermartabat dan adil. Salah satu aspek dari berperilaku jujur dan adil dalam bertransaksi adalah memberikan barang atau jasa sesuai dengan yang dijanjikan. Alasannya adalah karena integritas, keadilan, dan kepatuhan pada aturan merupakan hal yang mendasar dalam hukum Islam.

Gagasan *khiyār al 'ayb*, yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam Islam, menyatakan bahwa pembeli mempunyai hak untuk mengembalikan ataupun membatalkan pesanan jika mereka mendapatkan barang yang rusak atau tidak sesuai dan penjual tidak mengungkapkan kondisi ini sebelumnya.²³

Prinsip ini bersumber dari hadis Rasulullah SAW berikut:

وَلَا يَخُودُ الْمُسَلِّمُ إِذَا بَاعَ مِنْ أَخِيهِ بَيْعًا فِيهِ عَيْبٌ أَبْأَنَّهُ لِيُؤْتِيَهُ إِيَّاهُ

²³ Fatihul Khoir, *EKOSIANA : Jurnal E Konomi Syari ' Ah Al-Khiyar Dalam Proses Jual Beli Sistem Online*, 2022, 127-38.

Artinya: “Tidak halal bagi seorang muslim menjual kepada saudaranya sesuatu yang cacat (aib), kecuali dia menjelaskan kecacatan itu kepada saudaranya”. (HR. Ibnu Majah, 2246).

Dalam hadits ini, Nabi menekankan pentingnya berperilaku jujur dan berintegritas dalam semua transaksi yang melibatkan uang. Nilai moral dan etika yang mendasari bahwasanya penjual harus berterus terang dan jujur kepada pelanggan mengenai kondisi produk mereka ditekankan dalam pesan ini. Dikarenakan informasi mengenai kondisi barang terkadang tidak langsung ketika melakukan jual beli online, Islam menganggap keterbukaan dan kejujuran sebagai dasar yang tidak dapat ditawar dalam semua bentuk perdagangan.

Lebih lanjut, hadis ini menjelaskan bagaimana melindungi hak-hak pembeli dalam perdagangan. Nabi menekankan bahwa sebelum membeli, pembeli harus memeriksa barang dan mengembalikannya jika cacat atau tidak sesuai dengan harapan penjual.²⁴ Didasari pesan ini, umat Islam menjunjung tinggi pelanggan dan membela hak-hak mereka dalam setiap transaksi yang melibatkan pembelian atau penjualan barang. Dalam hal barang yang cacat, hak ini menjadi semakin penting karena pembeli harus mendapatkan barang dengan kualitas yang diinginkan.²⁵

Konsep *khiyar* yang paling penting adalah keadilan, yang memungkinkan dua pihak untuk melanjutkan atau mengakhiri kontrak atau transaksi pembelian atas nama pembeli dan pelaku usaha. Sebuah langkah untuk melindungi dari ketidaksesuaian produk, seperti kualitas produk yang rendah atau kualitas yang tidak memuaskan, ialah *khiyar*. Hak *khiyar* dalam Islam, yaitu kebebasan untuk memutuskan apakah akan melanjutkan

²⁴ Kanisa Sabila and Tajul Arifin, “Jual Beli Online Dengan Barang Cacat Ditinjau Dari Hr. Ibnu Majah No. 2246 Dan Ahmad No. 17487 Serta Pasal 65 Ayat 2 UU No. 7 Tahun 2014,” *Birokrasi: JURNAL ILMU HUKUM DAN TATA NEGARA* 2, no. 3 (2024): 01–12, <https://doi.org/10.55606/birokrasi.v2i3.1293>.

²⁵ Chairul Fahmi et al., “The State’s Business Upon Indigenous Land in Indonesia: A Legacy from Dutch Colonial Regime to Modern Indonesian State,” *Samarah: Jurnal Hukum Keluarga Dan Hukum Islam* 8, no. 3 (2024): 1566–96, <https://doi.org/10.22373/SJHK.V8I3.19992>.

ataupun mengakhiri kontrak, merupakan hal yang sangat penting dalam perdagangan internet Islam.²⁶

Di antara berbagai bentuk khiyar, terdapat: 1) *Khiyar Majlis*, pasar virtual; 2) *Khiyar syarat*, perjanjian untuk melanjutkan atau membatalkan jual beli dalam jangka waktu tertentu; 3) *Khiyar 'Ayb*, syarat bahwa barang yang dijual harus dalam kondisi sempurna; dan 4) *Khiyar Ru'yah*, kebebasan memilih yang dimiliki oleh pembeli.

Dengan demikian, *khiyar 'ayb* yang paling sesuai di antara konsep khiyar lainnya dalam hal e-commerce, ataupun penjualan barang secara online. Dikarenakan ketidakmungkinan untuk memeriksa barang secara fisik dalam transaksi digital, pelanggan mempunyai hak untuk mengembalikan barang tersebut jika barang tersebut rusak atau tidak sesuai dengan deskripsi. Ini ialah implementasi modern dari *khiyar al-ayb*. Oleh karenanya, kebijakan pengembalian barang Shopee didasarkan pada prinsip-prinsip perlindungan hukum Islam yang telah ada sejak periode fikih klasik.²⁷

Pada perkembangan masyarakat masa kini, norma-norma keagamaan dapat dimanfaatkan sebagai sumber inspirasi guna memperkuat jaminan perlindungan bagi pengguna barang dan jasa dalam kerangka peraturan negara. Seiring tumbuhnya perhatian publik terhadap perilaku usaha yang berintegritas, gagasan keseimbangan dan kepatutan semakin layak diintegrasikan ke dalam praktik ekonomi.

D. Analisa Penulis

Dari pembahasan di atas, terlihat jelas bahwasanya UUPK telah mengatur perlindungan konsumen dalam "Pasal 1, Pasal 19, dan Pasal 45-47, khususnya bagi pengguna platform TikTok Shop. Tidak hanya UUPK yang mengatur mengenai wanprestasi, namun Pasal 1243 KUH Perdata juga mengaturnya. Namun demikian, keamanan konsumen belum cukup terjamin dalam hal belanja online karena kurangnya pengawasan yang efektif, ketidaktahuan masyarakat mengenai hak-hak konsumen di ranah digital, dan

²⁶ A Syathir Sofyan, *IMPLEMENTASI KHIYAR DALAM JUAL BELI ONLINE (STUDI KASUS KETIDAKSESUAIAN OBJEK PADA MARKETPLACE SHOPEE)* (n.d.).

²⁷ Intan Nur Apriliani et al., "PROBLEMATIKA IMPLEMENTASI KHIYAR DALAM JUAL BELI ONLINE," *Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah* 9, no. 1 (2023): 33-42.

lemahnya penegakan hukum terhadap perusahaan yang mengabaikan hak-hak tersebut”.

Telah terjadi pelanggaran yang dilakkan oleh penjual sebagai pelaku usaha ketika terjadi kasus ketidaksesuaian produk ketika melakukan pembelian di TikTok Shop. Dalam studi ini, terlihat bahwa penjual atau pelaku usaha melanggar komitmennya seperti yang tercantum dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Akibatnya, konsumen tidak menggunakan hak-haknya secara maksimal dan mengalami kerugian yang cukup besar karena penjual tidak bertanggung jawab atas kerugian yang diakibatkan oleh ketidaksesuaian tersebut.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya dalam Q.S Al-Mutaffifin (1-3) dan hadist dari HR. Ibnu Majah (2246), syariat Islam memang mendukung etika dalam bermuamalah, yaitu dengan saling ridha dan jujur. Hal ini termasuk dalam aturan jual beli online. Selalu bertindak dengan kejujuran serta integritas saat melakukan pembelian ataupun penjualan, seperti yang ditekankan oleh Rasulullah SAW. Nilai moral dan etika yang mendasari bahwa penjual harus berterus terang dan jujur kepada pelanggan mengenai keadaan produk mereka ditekankan dalam pesan ini. Karena informasi mengenai kondisi barang terkadang tidak langsung ketika melakukan jual beli online, Islam menganggap keterbukaan dan kejujuran sebagai hal yang tidak dapat ditawar dalam semua bentuk perdagangan.

Kajian komparatif antara dua rezim normatif memperlihatkan adanya kesamaan pada aspek tertentu, terutama terkait komitmen dan integritas, namun berbeda secara mendasar dalam fondasi filosofisnya. Sistem sipil menitikberatkan rasionalitas formal, sedangkan pendekatan religius bertumpu pada dimensi keimanan dan akhlak. Konsekuensinya, kepatuhan tidak hanya diukur dari prosedur administratif, tetapi juga dari tanggung jawab batiniah. Dengan mengadopsi nilai larangan eksploitasi dan ketidakpastian dari norma keagamaan, peraturan nasional dapat membangun mekanisme perlindungan transaksi yang lebih menyeluruh.

Supaya aktivitas perdagangan digital di tingkat nasional dapat berlangsung secara transparan dan berintegritas, keterlibatan aktif otoritas publik, penyedia layanan, serta pengguna akhir menjadi keharusan bekerja sama. Hal ini dapat dicapai dengan meningkatkan regulasi teknis, meningkatkan pengawasan terhadap platform digital, dan mengedukasi

masyarakat tentang hak-hak mereka sebagai konsumen di era digital, serta prosedur pengembalian barang yang benar.

Dalam peran saya sebagai peneliti, saya ingin menekankan bahwasanya tujuan dari studi ini ada dua: pertama, untuk memberikan gambaran hukum mengenai fenomena perlindungan hak-hak konsumen pada platform TikTok Shop; dan kedua, untuk memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kesadaran tentang pentingnya perlindungan hak-hak konsumen di era digital. Oleh karenanya, penulis menyarankan agar ada penelitian lebih lanjut yang membahas topik tersebut. Selanjutnya, penyusun menyampaikan penghargaan mendalam kepada setiap individu dan institusi yang telah memberikan dukungan nyata dalam proses penyelesaian karya ini, atau terlibat dalam penelitian ini, khususnya kepada masyarakat Banda Aceh yang telah meluangkan waktu dan kesediaannya untuk menceritakan pengalamannya sebagai konsumen TikTok Shop yang merasa dilecehkan hak-haknya sebagai konsumen.

KESIMPULAN

Masalah umum yang sering muncul di sektor ini dan telah menyebabkan banyak konsumen dirugikan adalah tidak terpenuhinya hak-hak konsumen, terutama pada platform TikTok Shop. Hal ini terbukti dari penelitian dan perdebatan yang terjadi. Secara umum, konsumen mempunyai hak untuk merasa aman, terlindungi, dan nyaman dalam berbelanja, sebagaimana diuraikan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999.

Dalam beberapa kasus, konsumen telah mengajukan permintaan pengembalian barang yang sesuai dengan semua pedoman, termasuk menyertakan video dan gambar unboxing. Namun, meskipun demikian, mereka tidak menerima tanggapan atau bahkan permintaan mereka ditolak oleh perusahaan. Jurang besar yang ada antara pertimbangan teoritis dan aplikasi praktis didukung oleh hal ini. Sebagai platform e-commerce, TikTok Shop bertanggung jawab untuk menyelesaikan keluhan pelanggan yang berada di bawah ruang lingkupnya. Sebagai mediator atau advokat bagi konsumen yang mencari upaya hukum, TikTok Shop melakukan lebih dari sekadar memberikan kompensasi.

Mengacu “Pasal 1243 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, pihak yang dirugikan memiliki hak untuk menuntut ganti rugi jika pelaku usaha gagal memenuhi tenggat waktu kewajiban tertentu, yang termasuk di dalamnya adalah hak-hak konsumen”. Selain itu, merujuk pada hukum Islam, yang dikenal dengan istilah Khiyar al-Khiyar, konsumen mempunyai hak untuk mengembalikan barang yang telah dibeli apabila barang tersebut rusak atau tidak sesuai dengan yang dideskripsikan oleh penjual.

KUHPer Kerangka peraturan nasional diarahkan untuk menciptakan jaminan kepastian serta rasa aman bagi pihak-pihak terkait dengan menekankan otonomi kesepakatan dan sikap saling percaya. Sebaliknya, pendekatan religius menilai hubungan jual beli dari dimensi etik dan batiniah, bukan sekadar validitas administratif. Sistem ini menuntut keseimbangan, kejelasan objek yang diperbolehkan, serta persetujuan tanpa paksaan, sekaligus menolak praktik merugikan. Orientasi tersebut memperlihatkan tujuan menjaga kemanfaatan dan nilai luhur dalam interaksi ekonomi, sehingga masing-masing sistem memiliki ciri khas dan kelebihan.

Dari aspek penyelesaian sengketa, hukum perdata mengedepankan mekanisme litigasi atau penyelesaian sengketa dalam sistem formal umumnya ditempuh melalui institusi kehakiman, sementara pendekatan religius lebih menekankan dialog damai sebagai langkah awal. Cara ini membuka ruang penyelesaian yang adaptif dan berorientasi pada pemulihan hubungan antar pihak.

REFERENSI

- Al-Qur’an Surah Al-Mutaffifin (1-3) dan Hadis Riwayat Ibnu Majah (2246)
Achyar, Muhammad, Chairul Fahmi, and Riadhus Sholihin. “ISLAMIC LAW REVIEW OF MONOPOLY PRACTICES IN MODERN ECONOMICS.”
Al-Mudharabah: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah 5, no. 2 (2024): 288–308.
- Anggraeny, Nura, Azzahra Verdi, Nur Azizyah, and Putri Dewita. *Studi Literatur : Potensi Kerugian Akibat Social Commerce Tiktok Shop*. 4 (2024): 3109–17.
- Armia, Muhammad Siddiq. *PENENTUAN METODE & PENDEKATAN PENELITIAN HUKUM*. Edited by Chairul Fahmi. Lembaga Kajian Konstitusi Indonesia, 2022.

- Ayu Oktaviani, Ade, and Siti Komsiah. *Uses And Gratification: Uji Pengaruh Konten Dalam Fitur Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja*. n.d.
- Baku, Perjanjian. *Tinjauan Yuridis Transaksi Jual-Beli Melalui Media Online Dan Konsekuensi Hukumnya*. 3, no. 5 (2024): 2790–810.
- Fahmi, Chairul. "Analysis Of Legal Aspects On Capital Investment Fraud In Indonesia." *Proceeding of International Conference on Sharia Economic Law (ICoShEL)* 1, no. 1 (2024): 1.
- Fahmi, Chairul. "THE DUTCH COLONIAL ECONOMIC'S POLICY ON NATIVES LAND PROPERTY OF INDONESIA." *PETITA: JURNAL KAJIAN ILMU HUKUM DAN SYARIAH* 5, no. 2 (2020). <https://doi.org/10.22373/petita.v5i2.99>.
- Fahmi, Chairul. "The Impact of Regulation on Islamic Financial Institutions Toward the Monopolistic Practices in the Banking Industrial in Aceh, Indonesia." *Jurnal Ilmiah Peuradeun* 11, no. 2 (2023): 667–86. <https://doi.org/10.26811/PEURADEUN.V11I2.923>.
- Fahmi, Chairul, Peter-Tobias Stoll, Shabarullah Shabarullah, Malahayati Rahman, and Syukri Syukri. "The State's Business Upon Indigenous Land in Indonesia: A Legacy from Dutch Colonial Regime to Modern Indonesian State." *Samarah: Jurnal Hukum Keluarga Dan Hukum Islam* 8, no. 3 (2024): 1566–96. <https://doi.org/10.22373/SJHK.V8I3.19992>.
- Fahmi, Chairul, Sri Wahyuni, and Laila Muhammad Rasyid. "THE ROLE OF COURTS IN RESOLVING CASES OF BANKRUPTCY OF ISLAMIC BANK CUSTOMERS." *JURISTA: JURNAL HUKUM DAN KEADILAN* 6, no. 2 (2023): 2.
- Farida, Ida, Adi Prawira, M Si, et al. *Website: [Https://Innovative.Org/Index.Php/Innovative](https://Innovative.Org/Index.Php/Innovative) Studi Literatur: Potensi Kerugian Akibat Social Commerce Tiktok Shop*. n.d.
- Friatna, Ida, Chairul Fahmi, and Azka Amalia Jihad. "A Challenge and Development of Corporate Zakat Distribution on Shari'ah Commercial Banks in Nanggroe Aceh Darussalam." *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah* 17, no. 1 (2025): 1. <https://doi.org/10.70095/alamwal.v17i1.18465>.
- Hukum, Aliansi Jurnal, Sosial Humaniora, Abd Rahman Saleh, Imam Fawaid, Fakultas Syariah, and Universitas Ibrahimy. *Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Jual Beli : Perbandingan Antara Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Dan Fikih Muamalah Memberikan Perlindungan*

Hukum Terhadap Para Pihak Menjadi Penting , Terutama Dalam Keadilan Dan Kepastian Hukum Bagi Para Pihak . Menurut Satjipto Rahardjo , Perlindungan. no. September (2025).

Iqbal Hasan. *Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*. Ghalia Ikapi, 2002.

Jocylina, Mischa, Dewa Ayu, Dian Sawitri, Universitas Udayana, Dauh Puri Klod, and Kota Denpasar. *PERTANGGUNGJAWABAN ATAS WANPRESTASI DALAM SISTEM PRE-ORDER MELALUI E-COMMERCE DALAM PERTANGGUNGJAWABAN ATAS WANPRESTASI DALAM SISTEM PRE-ORDER MELALUI E-COMMERCE DALAM*. 3, no. 9 (2025).

Khoir, Fatihul. *EKOSIANA : Jurnal E Konomi Syari ' Ah Al-Khiyar Dalam Proses Jual Beli Sistem Online*. 2022, 127–38.

Li, Changhan, Dr Lu, Zhu Asst, and Thanawan Phongsatha. *FACTORS INFLUENCING CONSUMERS PURCHASE INTENTION THROUGHT TIKTOK OF CHANGSHA, CHINA RESIDENTS*. Vol. 6. no. 2. n.d.

Marzuki, peter mahmud. *Penelitian Hukum*. Kencana prenada media group, 2005.

Muslihudin, Ulih, Qodariyah Barkah, Singaparna Tasikmalaya, Uin Raden, and Fatah Palembang. *ANALISIS PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN SECARA ARBITRASE DI LUAR PENGADILAN YANG MEMUAT PERJANJIAN (Study Kasus Di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Tasikmalaya)*. n.d.

Nur Apriliani, Intan, Nadya Salsabila, and Putri Regina Wijaya. "PROBLEMATIKA IMPLEMENTASI KHIYAR DALAM JUAL BELI ONLINE." *Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah* 9, no. 1 (2023): 33–42.

Putri, Rahmadya Carella, Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Syariah, D A N Hukum, Universitas Islam, and Negeri Walisongo. *Perlindungan Hak – Hak Konsumen Dalam Jual Beli Pada Tiktok Shop*. 1 (2023).

Rahardjo. *Sosiologi Hukum*. Genta Publishing, 2010.

Sabila, Kanisa, and Tajul Arifin. "Jual Beli Online Dengan Barang Cacat Ditinjau Dari Hr. Ibnu Majah No. 2246 Dan Ahmad No. 17487 Serta Pasal 65 Ayat 2 UU No. 7 Tahun 2014." *Birokrasi: JURNAL ILMU HUKUM DAN TATA NEGARA* 2, no. 3 (2024): 01–12. <https://doi.org/10.55606/ birokrasi.v2i3.1293>.

Simanjuntak, Kevin, and Rianita Puspita Sari. *Analisis Sistem S-Commerce Pada Tiktok Shop Untuk Meningkatkan Daya Saing Menggunakan Metode SWOT*. 16, no. 1 (n.d.): 2023.

Suarna, Indri Ferdiani. "Purchase Decision Pada Live Streaming Shopping Pengguna Media Sosial Tiktok Di Bandung." *Ekono Insentif* 16, no. 2 (2022): 138-52. <https://doi.org/10.36787/jei.v16i2.942>.

Syathir Sofyan, A. *IMPLEMENTASI KHIYAR DALAM JUAL BELI ONLINE (STUDI KASUS KETIDAKSESUAIAN OBJEK PADA MARKETPLACE SHOPEE)*. n.d.

Yanti, Silvia Dwi, Sri Astuti, and Camelia Safitri. "Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fkip Uhamka 2018)." *Jurnal EMT KITA* 7, no. 1 (2023): 47-61. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.728>.

