

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian permasalahan dan beberapa teori yang telah penulis paparkan mengenai permasalahan tentang Keabsahan Berbelanja pada aplikasi *tiktok* Ditinjau dari hukum ekonomi syariah, maka dapat disimpulkan:

5.1.1 Mekanisme transaksi berbelanja pada aplikasi *tiktok*, Adapun Mekanisme transaksi pada aplikasi *Tiktok Shop* dimulai dengan pembuatan akun oleh pengguna dan akses ke *Tiktok Shop*. Pembeli dapat menjelajahi berbagai produk yang ditawarkan melalui fitur pencarian, kategori, atau live streaming dari penjual yang memamerkan produk mereka. Setelah menemukan produk yang diinginkan, pembeli dapat menambahkannya ke keranjang belanja dan melanjutkan ke proses pembayaran. *Tiktok Shop* mendukung berbagai metode pembayaran seperti kartu kredit/debit, transfer bank, dan pembayaran elektronik lainnya. Setelah pembayaran selesai, pembeli akan menerima konfirmasi pesanan dan informasi pengiriman. Penjual kemudian mengirimkan barang ke alamat yang diberikan oleh pembeli. Setelah barang tiba, pembeli memeriksa kondisi barang dan dapat memberikan ulasan atau feedback mengenai produk dan penjual.

5.1.2 Fitur-fitur pemasaran dan promosi yang digunakan pada aplikasi *tiktok*, Adapun fitur-fitur pemasaran dan promosinya adalah Penjual mempromosikan produk di media sosial dan berinteraksi dengan konsumen melalui komentar atau pesan langsung. Konsumen melakukan pemesanan dan pembayaran melalui berbagai metode di *Tiktok Shop*. Setelah pembayaran, penjual mengirim barang ke konsumen dan memberikan informasi pengiriman. Konsumen kemudian memberikan ulasan dan feedback mengenai produk dan layanan. Mekanisme ini

menawarkan pengalaman berbelanja yang mudah, interaktif, dan aman.

- 5.1.3 Keabsahan berbelanja pada aplikasi *tiktok* ditinjau dari hukum ekonomi syariah dapat disimpulkan Keabsahan berbelanja di *Tiktok* tidak sah karena adanya ketidakjelasan hukum dalam UU No. 31 Tahun 2023 yang melarang Social-Commerce melakukan transaksi jual beli online, namun *Tiktok* masih melakukannya dengan bermitra dengan Tokopedia. Prinsip kepastian hukum tidak terpenuhi, dan dari segi prinsip kemanfaatan dan kemaslahatan, keabsahan berbelanja di *Tiktok* belum sah karena tidak memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Dampak negatif terhadap UMKM, yang banyak mengalami kebangkrutan karena monopoli perdagangan yang tidak sehat, menunjukkan bahwa prinsip kemanfaatan dan kemaslahatan belum terpenuhi pada aplikasi *Tiktok*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil akhir dari penelitian, diharapkan skripsi ini bermanfaat bagi masyarakat yang akan berbelanja pada aplikasi *tiktok*.

- 5.1.4 Saran dari peneliti bagi konsumen, hendaknya sebelum berbelanja online pastikan terlebih dahulu latarbelakang dari platfrom jual beli online yang akan digunakan. Serta saran peneliti untuk pengelola aplikasi *tiktok* agar menerapkan konsep masalah dalam praktik jual beli online agar keabsahan dalam berbelanja pada konsumen terpenuhi.
- 5.1.5 Saran dari peneliti bagi akademisi diharapkan penelitian ini bermanfaat sebagai literasi dan acuan dalam penulisan karya ilmiah selanjutnya, khususnya dalam bidang jual beli online.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Diah. 2017. "Fitur Social Commerce Dalam Website E-Commerce di Indonesia". Universitas Gadjah Mada Vol. 12, No. 1
- Ahmad, Idris, 1986. Fiqh al- syafi'iyah, Jakarta: Karya Indah.
- Al-Baidawy, Muhammad Yusuf. 2000. Maqāṣid al-Syari'at. Urdun, Dar al-Nafais. hlm. 82
- Allen, J., Piecyk, M. 2017. The Historical Development of Social Commerce. *An analysis of online shopping and home delivery in the UK*, FTC
- Al-Zarqa', Mustafa Ahmad. 2000. Al-Istislah wa al-Masai ih al-Mursalah fi Syari'ah al-Islamiyyah wa Ushul Fiqh, Hukum Islam dan Perubahan Sosial. Cet I. Jakarta: Riora Cipta, 2000. h. 33
- Alim, M. 2020. Asas-asas Hukum Modern dalam Hukum Islam. Jumal Media Hukum, 5
- Alyasinta Viela Tusanputri. 2021. Pengaruh Iklan Dan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian", in Forum Ekonomi. XXIII
- CNBC. 2023. Larangan Berbelanja di Mesia Sosial. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230925193940-4-475440/jokowi-besok-rilis-aturan-larangan-belanja-di-medsos>. Diakses 10 November 2023.
- Dahla, Abdul Azis dkk. 1999. Ensiklopedi Hukum Islam. Cet III. Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve. h. 1145.
- Dariswan, P.P. dan Indriani, M.T. (2014). Consumers'attitude toward shopping through instagram social media,|| in Proceedings of 7th Asia-Pacific Business Research Conference 2014. Singapore: World Business Institute, Australia; London Academic Research and Publication; American Research and Publications International, USA,
- Dimyauddin, Djuwaini. 2010. Pengantar Fiqh Muamalah. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Eka Nuraini Rachmawati, Akad Jual Beli Dalam Perspektif Fikih Dan Praktiknya di Pasar Modal Indonesia", Al-"Adalah, Hal 4
- Gianie. 2023. Setelah "E-Commerce", Muncul "Social Commerce" Perdagangan Digital, Kompas.

- Ghufron Ihsan, 2008, Fiqh Muamalat, Prenada Media Grup, Jakarta.
- <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/04/27/setelah-e-commerce-muncul-social-commerce>. Diakses 12 Januari 2025.
- Haroen, Nasrun. 2000 Fiqh muamalah, Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Herdiana, Dewi. 2024. Perkembangan Teknologi Tiktok Shop Sebagai Media Berbelanja Pada Mahasiswa Sosiologi Universitas Jember. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*. Volume 2. Nomor 6
- Kalbuadi, P. 2015. Jual Beli Online dengan Menggunakan Sistem Dropshipping Menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam (Studi Kasus pada Forum Kaskus). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Lestari, Indah. 2023. "Memahami Social Commerce dan Perkembangannya di Indonesia". <https://blog.orderfaz.com/blog/memahami-social-commerce-dan-perkembangannya-di-indonesia/>. (Diakses 20 Desember 2024).
- Mardani. 2011. Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia, Bandung : Refika Aditama, h. 5.
- Menteri Perdagangan. 2023. Mendag Zulkifli Hasan ke Pasar Tanah Abang Usai Larang TikTok Shop Jualan, Ada Apa tiktok?. <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/mendag-zulkifli-hasan-ke-pasar-tanah-abang-usai-larang-tiktok-shop-jualan-ada-apa>. Diakses 12 November 2023.
- Mardani. 2015. Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah. Jakarta : Kencan-Prenada Media Group.
- M Widiyastuti. 2023 *Praktik Jual Beli Di Tik Tok Shop Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Fatwa MUI*, (Doctoral Dissertation, Uin Raden Mas Said)
- Mujiatun Ridawati, 2016, Konsep Khiyar Aib Dan Relevansinya Dengan Garansi", Tafaqquh: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Dan Ahwal Syahsiyah, 1.1 Hal 58.
- Paralegal id. 2000. Fatwa Dewan Syari'ah Nasional N0: 06/DSN-MUI/IV/2000. <https://paralegal.id/peraturan/fatwa-dewan-syariah-nasional-majelis-ulama-indonesia-nomor-06-dsn-mui-iv-2000/>. Diakses 13 Januari 2025.

- Philipus M. Hadjon, 1987, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*, Surabaya, Bina Ilmu, hlm. 23.
- Prasetyo budi widgdo, 2016, *Perkembangan Elektronik Commerce di Indonesia*. Universitas Gadjah Mada Vol 2
- Priskila. Jennifer Gracia dkk. 2023. Prinsip Kesepakatan (Agreement) Dalam Pembuatan Kontrak Internasional. *Jurnal Kertha Negara*. Vol.11. No. 10
- Puspa, Van Pramodya. 1977. *Kamus Hukum*, Semarang: Aneka Ilmu. hlm. 252.
- Sari, Dwi Hardika. 2019. "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Makanan dan Minuman di Kabupaten Tuban," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*. Vol. 7. No. 2.
- Silla, Salsabiela Marsya. 2023. Social Commerce: Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Pembelian Kembali Pelanggan dan Niat E-WOM. *Jurnal Sosial*. vol 2. No. 1
- Umar. Hasbi. 2007. *Nalar Fiqh Kontemporer*. Cet. I. Jakarta: Gaung Persada Press. h.112
- Utami, Unggul Sedya. 2021. *Analysis Of The Utilization Of Social Commerce For The Development Of MSME In Indonesia*. Politeknik Harapan Bersama. Vol.6. No.3.
- Wandi, Zulfan, 2018. "Eksistensi 'Urf dan Adat Kebiasaan sebagai Dalil. Fiqih". *Samarah: Jurnal Hukum Keluarga dan Hukum Islam* 2, No. 1. Hal. 66-68
- Wijacsona, Teguh. 2024. *Konsep dan teori E businne & E-commerce*. Bandung: Widina Media Utama.
- Y.L.R Rehatalani. 2016. "*Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis*" Universitas Suryadarma Jakarta Vol 5. <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jti/article/view/764>.