

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam dunia perdagangan dan ekonomi. Kemajuan teknologi ini telah melahirkan model-model bisnis baru yang sebelumnya tidak pernah terbayangkan, salah satunya adalah perdagangan elektronik (*e-commerce*) yang kini semakin berkembang pesat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. (Mustofa, 2016: 3) Ditengah gelombang transformasi digital ini, media sosial muncul sebagai salah satu *platform* yang paling dominan dan berpengaruh. Lebih dari sekadar sarana komunikasi pribadi, media sosial telah berevolusi menjadi arena publik yang memengaruhi opini, tren budaya, dan tentu saja, aktivitas ekonomi. Kekuatan jaringannya yang besar dan kemampuannya untuk menjangkau *audiens* luas menjadikannya alat yang sangat ampuh bagi individu, komunitas, dan badan usaha. *Platform* ini membentuk cara kita memperoleh informasi, berinteraksi sosial, bahkan dalam membuat keputusan pembelian, menjadikannya unsur-unsur penting dalam strategi pemasaran modern (Kotler & Keller, 2016: 570). Di antara berbagai *platform* media sosial yang ada, tiktok telah mencuri perhatian global dengan pertumbuhan yang cepat dan pengaruhnya yang mendalam, khususnya di kalangan generasi muda. *Fitur live streaming*-nya, khususnya, telah menjadi fenomena tersendiri, mengubah pengalaman berbelanja menjadi lebih interaktif, menghibur (Badan Pusat Statistik, 2023).

Tiktok sendiri merupakan suatu *platform* sosial media asal tiongkok yang diluncurkan pertama kali pada tahun 2016 dan masuk pertama kali ke Indonesia tahun 2018 (Wijoyo, 2023: 106). *Platform* sosial media tiktok ini sendiri memiliki *fitur* awal untuk membuat dan menonton video dengan durasi

pendek, akan tetapi dengan melejitnya tren *online shop*, platform ini mulai merilis fitur *tiktok shop* (Wijoyo, 2023: 106).

Di antara berbagai inovasi dalam dunia perdagangan digital, *live streaming commerce* muncul sebagai fenomena baru yang mengubah cara masyarakat bertransaksi. Platform TikTok, yang awalnya dikenal sebagai platform hiburan berbasis video pendek, kini telah bertransformasi menjadi salah satu platform perdagangan digital terbesar melalui fitur TikTok Shop Live. Indonesia merupakan salah satu pasar terbesar TikTok Shop di Asia Tenggara, dengan nilai transaksi yang terus meningkat setiap tahunnya. (Center, 2023:12) Menurut laporan *We Are Social dan Meltwater* (2024), pengguna aktif TikTok di Indonesia mencapai lebih dari 106 juta pengguna, menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna TikTok terbesar kedua di dunia. (Social & Meltwater, 2024: 45)

Keunggulan utama *live streaming* terletak pada transparansi dan keaslian yang ditawarkan. Konsumen dapat melihat produk secara nyata, tanpa proses editing atau manipulasi visual, sehingga menumbuhkan kepercayaan yang lebih tinggi. Selain itu, *host* yang karismatik dan memiliki pengetahuan produk yang baik dapat meningkatkan kredibilitas dan memperkuat citra merek di mata konsumen. Pengalaman menonton yang interaktif dan menyenangkan juga mendorong konsumen untuk melakukan pembelian, bahkan pembelian ulang. Tak hanya itu, *live streaming* juga sering dikombinasikan dengan promosi eksklusif seperti diskon dan voucher khusus yang hanya berlaku selama sesi berlangsung, sehingga menciptakan *urgency* dan meningkatkan *impulse buying* (Analisis Efektivitas Metode Pemasaran Secara Live Streaming, 2024).

Dalam praktik *live streaming* penjualan di TikTok, keberadaan seorang *host* atau pembawa acara memiliki peran yang sangat sentral dan krusial. *Host* bertugas mempresentasikan produk, berinteraksi dengan calon pembeli, menjawab pertanyaan, serta mendorong terjadinya transaksi secara *real time*. Namun demikian, pelaksanaan *live streaming* secara biasanya memiliki

berbagai keterbatasan, di antaranya keterbatasan waktu operasional manusia, kelelahan fisik, serta biaya yang tidak sedikit untuk merekrut dan menggaji *host* profesional. (Rahmawati, 2023: 57)

Merespons tantangan tersebut, kemajuan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) telah menghadirkan solusi inovatif berupa *host AI*, sebuah karakter virtual berbasis kecerdasan buatan yang mampu menjalankan fungsi sebagai pembawa acara *live streaming* secara otomatis selama 24 jam penuh tanpa henti. *Host AI* ini dirancang dengan kemampuan berbicara, berinteraksi, bahkan merespon komentar penonton secara dinamis menyerupai manusia nyata. (Prasetyo & Maryam, 2022: 203) Teknologi ini pertama kali berkembang pesat di China dan kini mulai merambah pasar Indonesia seiring dengan meningkatnya adopsi teknologi AI di sektor perdagangan. (Center, 2023:18)

Fenomena *host AI* ini menimbulkan pertanyaan mendasar dari perspektif hukum Islam, khususnya berkaitan dengan konsep *wakalah*. Dalam fikih muamalah, *wakalah* didefinisikan sebagai akad pelimpahan kekuasaan dari satu pihak (*muwakkil*) kepada pihak lain (*wakil*) untuk melakukan suatu tindakan hukum tertentu yang dibolehkan dan diketahui. (Djuwaini, 2015: 237) Sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Kahfi ayat 19:

فَا بُعِثُوا أَحَدَكُمْ بِوَرِقِكُمْ هَذِهِ إِلَى الْمَدِينَةِ

Artinya: ...Maka suruhlah salah seorang di antara kamu pergi ke kota dengan membawa uang perakmu ini....

Ayat ini menjadi salah satu landasan disyariatkannya akad *wakalah* dalam Islam. (Agama RI, 2005: 295) Para ulama fikih klasik, seperti Imam Syafi'i dalam kitab *Al-Umm* dan Ibnu Qudamah dalam *Al-Mughni*, mensyaratkan bahwa seorang wakil haruslah manusia yang cakap hukum (*mukallaf*), karena wakil mengemban tanggung jawab hukum atas tindakan yang dilakukannya. (Qudamah, 1997: 211)

Persoalan mendasar muncul ketika yang bertindak sebagai "wakil" dalam aktivitas penjualan bukanlah manusia, melainkan sistem kecerdasan buatan.

Apakah *host AI* dapat dikategorikan sebagai wakil yang sah dalam transaksi jual beli? Siapakah yang menanggung akibat hukum atas tindakan *host AI* dalam proses penjualan produk? Bagaimana kedudukan pernyataan yang disampaikan *host AI* kepada konsumen dalam perspektif akad? (Hakim, 2021: 82)

Secara teknis, *host AI* adalah sistem komputer yang diprogram untuk meniru perilaku manusia dalam mempresentasikan dan menjual produk. Ia tidak memiliki akal dalam pengertian syar'i, tidak memiliki kehendak bebas (*iradah*), tidak dapat dibebani taklif (kewajiban agama), dan tidak memiliki kapasitas moral untuk membedakan antara yang halal dan haram, yang benar dan yang salah. (Zuhaili, 2007: 4061)

Hal ini menimbulkan pertanyaan hukum yang sangat mendasar: apakah *host AI* dapat diposisikan sebagai *wakil* yang sah dalam akad *wakalah*, ataukah ia hanya berkedudukan sebagai alat (*wasilah* atau *adah*) yang dipergunakan oleh *muwakkil* untuk menjalankan fungsi tertentu? Jika *host AI* dianggap hanya sebagai alat, maka akad *wakalah* tetap berlangsung antara manusia dengan manusia, di mana pemilik toko adalah *muwakkil* dan pihak yang memprogram serta mengoperasikan sistem *AI* tersebut menjadi bagian dari mekanisme perwakilan yang lebih kompleks. (Prasetyo & Maryam, 2022: 204)

Di sisi lain, terdapat pandangan yang berpendapat bahwa perkembangan teknologi *AI* yang semakin canggih telah menghadirkan entitas baru yang dalam beberapa aspek menyerupai kemampuan manusia dalam bertindak dan berinteraksi. Sistem *AI generatif* yang digunakan oleh *host AI* modern mampu merespons pertanyaan secara kontekstual, menyesuaikan gaya komunikasi dengan *audiens*, bahkan mengambil keputusan dalam situasi-situasi tertentu secara mandiri. Kemampuan-kemampuan ini memunculkan perdebatan akademis mengenai apakah *AI* yang sangat canggih dapat diberikan semacam "status hukum fungsional" tertentu dalam konteks muamalah. (Nawawi, 2017: 215)

Permasalahan ini menjadi semakin kompleks mengingat belum adanya *nash* (teks) Al-Qur'an maupun hadis yang secara langsung mengatur tentang penggunaan kecerdasan buatan dalam transaksi muamalah.

Pertanyaan-pertanyaan ini semakin mendesak mengingat mayoritas pelaku usaha yang menggunakan *TikTok Shop* di Indonesia adalah umat Muslim yang memerlukan kepastian hukum mengenai keabsahan transaksi yang mereka lakukan. Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui Fatwa DSN-MUI No. 133/DSN-MUI/IX/2017 tentang *Wakalah Bil uJrah* telah memberikan kerangka regulasi akad *wakalah* dalam konteks keuangan syari'ah, (MUI, 2017: 2) namun belum secara spesifik menyentuh persoalan perwakilan oleh wujud *AI* dalam transaksi perdagangan digital.

Selain itu, terdapat dimensi perlindungan konsumen yang perlu dikaji secara mendalam. Ketika konsumen berinteraksi dengan *Host AI* tanpa mengetahui bahwa mereka sedang berhadapan dengan kecerdasan buatan, maka muncul pertanyaan apakah praktik ini mengandung unsur *tadlis* (penipuan) atau *gharar* (ketidakjelasan) yang dilarang dalam syari'at Islam. (Hidayat, 2016:89) Rasulullah SAW bersabda:

UIN IMAM BONJOL لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ

Artinya: "Tidak boleh ada bahaya dan tidak boleh membahayakan orang lain." (HR. Ibnu Majah No.2340) (Majah, 1995: 2340)

Hadist ini menjadi landasan Prinsip *la dharar wala dhirar* yang relevan dalam mengkaji dampak penggunaan *host AI* terhadap hak-hak konsumen. Kajian akademis mengenai kedudukan *AI* dalam akad muamalah memang telah mulai bermunculan, di antaranya penelitian Yusuf Al-Qardhawi tentang ijtihad kontemporer dalam muamalah, (Al-Qardhawi, 1995: 56) serta beberapa kajian tentang transaksi elektronik dalam perspektif hukum Islam. (Arifin, 2017: 148) Namun demikian, kajian yang secara spesifik membahas *host AI* dalam konteks *live streaming commerce* dengan pendekatan akad *wakalah* masih sangat langka ditemukan dalam literatur hukum Islam

kontemporer di Indonesia, sehingga menjadi gap akademis yang perlu segera diisi.

Berdasarkan uraian di atas, penulis memandang penting untuk melakukan penelitian yang secara mendalam mengkaji “Pemanfaatan *Host Artificial Intelligence (AI)* dalam Penjualan *Live Streaming* Tiktok Perspektif *Wakalah*”, guna memberikan sumbangan pemikiran hukum Islam yang relevan dan kontekstual terhadap perkembangan teknologi perdagangan digital yang semakin pesat, serta memberikan panduan bagi pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas bisnisnya sesuai dengan prinsip-prinsip syari’ah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang sudah penulis uraikan di atas maka dapat dirumuskan permasalahan yang menarik untuk dianalisis yaitu Bagaimana Pemanfaatan *Host Artificial Intelligent (AI)* Dalam Penjualan *Live Streaming* Tiktok Perspektif *Wakalah*?

1.3 Pertanyaan penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, untuk memudahkan penulis dalam pembuatan skripsi ini maka penulis paparkan yang menjadi pertanyaan-pertanyaan penelitian adalah:

- 1.3.1 Bagaimana mekanisme pemanfaatan *host AI (Artificial Intelligence)* dalam penjualan *live streaming* Tiktok?
- 1.3.2 Bagaimana kedudukan *host AI* dalam penjualan *live streaming* Tiktok perspektif *wakalah*?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.4.1 Untuk menjelaskan mekanisme pemanfaatan *host AI* dalam penjualan *live streaming* Tiktok.
- 1.4.2 Untuk Menganalisis Kedudukan *Host Artificial Intelligent (AI)* Dalam Penjualan *Live Streaming* Tiktok Perspektif *Wakalah*

1.5 Signifikansi Penelitian

Signifikansi penelitian merupakan dampak dari tercapainya tujuan penelitian. Secara garis besar, signifikansi penelitian terdiri atas signifikansi ilmiah yang diarahkan pada pengembangan ilmu atau kegunaan teoritis; dan signifikansi praktis, yaitu membantu memecahkan dan mengantisipasi masalah yang ada pada obyek yang diteliti (Daniel, 2002, 53).

1.5.1 Secara teoritis

Secara Teoritis diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran ilmiah bagi perkembangan ilmu pengetahuan hukum ekonomi syariah pada umumnya, khususnya yang berkaitan dengan kajian pemanfaatan *host AI* dalam penjualan *live streaming* tiktok perspektif *wakalah*. Analisis terhadap sistem *Host AI* dalam penjualan *live streaming* tiktok dari perspektif *wakalah* dapat memperkaya literatur dan pemahaman tentang penerapan prinsip-prinsip syariah dalam praktik ekonomi modern.

1.5.2 Secara Praktis

Penelitian ini penting untuk dilakukan agar pelaksanaan berbisnis *online* sesuai dengan kerangka hukum ekonomi syariah dan tidak melanggar ketentuan-ketentuan Islam, terkhususnya berbisnis dalam online. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman terhadap masyarakat secara umum serta pebisnis secara khusus, mampu memahami konsep bisnis dalam hukum ekonomi syari'ah. Hal ini perlu dilakukan agar hubungan sesama manusia tetap terjaga dengan baik. Tujuan dari berbisnis adalah tolong menolong. Untuk itu, penelitian ini dilakukan agar pemanfaatan *Host Artificial Intelligent (AI)* dalam penjualan *Live Streaming* tiktok sesuai dengan konsep yang ada dalam hukum ekonomi syari'ah.

1.6 Studi Literatur

Penulis mendapati studi literatur yang mirip dengan penelitian ini, agar dapat membedakan penelitian penulis dengan penelitian yang sudah ada. Beberapa studi literatur yang penulis dapatkan antara lain:

1.6.1 PENGGUNAAN *MOTION GRAPHIC* BERBASIS *ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI)* DALAM PROMOSI PRODUK DI *PLATFORM DIGITAL* PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 28 TAHUN 2014 TENTANG HAK CIPTA DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH, Oleh Thasia Pradinda 2113040111.

Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana pandangan hukum ekonomi syariah dan hukum positif terhadap penggunaan *motion graphic berbasis artificial intelligence (AI)* pada promosi produk di *platform digital*?. Hasil menunjukkan bahwa menurut pandangan hukum ekonomi syariah terhadap penggunaan *motion graphic berbasis AI* dalam promosi produk di *platform digital*, hak cipta merupakan bagian dari hak ibtikar yang wajib dijaga dan dihormati. Konten yang dihasilkan menggunakan elemen milik pihak lain tanpa izin dianggap sebagai perampasan (*ghasab*) dan bentuk kezaliman, karena merugikan orang lain. Perbedaan peneliti terdahulu dengan penelitian ini yaitu penelitian terdahulu menitikberatkan pada pemanfaatan *AI* dalam pembuatan konten promosi berbentuk *motion graphic*, dengan analisis ganda dari sisi hukum positif (khususnya perlindungan hak cipta berdasarkan UU No. 28 Tahun 2014) dan dari sisi hukum ekonomi syariah. Sedangkan penelitian ini menelaah bagaimana praktik bisnis digital berbasis *AI* tersebut dipandang dari konsep *wakalah* dalam islam, yang menganalisis penggunaan *host AI* sebagai wakil penjual dalam kegiatan jual beli melalui *live streaming* di tiktok berdasarkan prinsip akad *wakalah*. Permasalahan yang dikaji berkaitan dengan kedudukan *AI* sebagai wakil, kesesuaian penggunaannya dengan prinsip-prinsip syari'ah, serta implikasinya terhadap keabsahan transaksi, dan ketentuan hukum Islam terkait transaksi dan peran *AI* dalam penjualan yang melibatkan *host non-manusia* pada aspek hukum dalam praktik bisnis digital. Dengan demikian, kajiannya bersifat lebih spesifik, aplikatif, dan menyoroti fenomena aktual di dunia pemasaran digital.

1.6.2 PERLINDUNGAN HUKUM HAK EKONOMI PENYANYI ASLI ATAS LAGU YANG MENGGUNAKAN REPLIKA SUARANYA YANG DIHASILKAN OLEH KECERDASAN BUATAN. Skripsi yang disusun oleh KHUSNUL MAR IYAH M B011201227, Program Studi Sarjana Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin Makassar 2024. Skripsi ini memiliki kesamaan dalam pembahasannya, yaitu sama-sama membahas peran *Artificial Intelligence (AI)* dan dampak dalam konteks aktifitas ekonomi. Kedua penelitian ini sama-sama mengangkat isu-isu yang sangat relevan dan kontemporer di era digital saat ini, di mana *AI* saat ini semakin terintegrasi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk perdagangan dan industri kreatif. Perbedaan keduanya terletak pada fokus penelitiannya, penelitian ini fokus pada pemanfaatan *AI* sebagai entitas pelaksana atau agen (*host AI*) dalam kegiatan penjualan langsung melalui *platform digital* (tiktok *live streaming*). Penelitian terdahulu fokus pada *AI* sebagai pencipta atau replikator yang menghasilkan produk kreatif (replika suara untuk lagu). *AI* di sini berperan dalam proses kreasi dan produksi, yang kemudian berpotensi bersinggungan dengan hak cipta. Perbedaan nya juga terletak pada aspek yang dikaji, skripsi ini mengkaji dari konsep *wakalah* dalam islam. Ini berarti penelitian akan menganalisis penggunaan *host AI* sebagai wakil penjual dalam kegiatan jual beli melalui *live streaming* di tiktok berdasarkan prinsip akad *wakalah*. Permasalahan yang dikaji berkaitan dengan kedudukan *AI* sebagai wakil, kesesuaian penggunaannya dengan prinsip-prinsip syari'ah, serta implikasinya terhadap keabsahan transaksi, dan ketentuan hukum Islam terkait transaksi dan peran *AI* dalam penjualan, sedangkan penelitian terdahulu kajian nya membahas "Perlindungan hukum hak ekonomi," yang mengacu pada ranah hukum kekayaan intelektual (HKI), khususnya hak cipta dan hak terkait. Fokusnya adalah bagaimana melindungi hak finansial dari pencipta asli.

1.6.3 PENGGUNAAN KECERDASAN BUATAN DALAM JASA LAYANAN *ONLINE*

PADA USAHA JUAL BELI DESAIN PERSPEKTIF *MAQASHID SYARIAH* IBNU ASYUR, Jurnal yang disusun oleh Febryan Hidayat, dkk, Magister Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam pembahasannya, yaitu dalam tema pembahasannya sama-sama meneliti kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) sebagai objek utama. Penelitian ini fokus pada *AI* sebagai *host* dalam *live streaming* penjualan produk, sedangkan penelitian terdahulu pada *AI* dalam layanan jasa *online*, khususnya jual beli desain. Ini menunjukkan kesamaan fokus pada pemanfaatan *AI* dalam konteks ekonomi digital. Sedangkan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada fokus kajiannya, fokus penelitian ini fokus terhadap Penggunaan *host AI* dalam penjualan langsung (*live streaming*) di *platform* media sosial (tiktok), sedangkan penelitian terdahulu fokus ke penggunaan *AI* dalam jasa layanan *online* untuk transaksi jual beli desain. Perbedaan lainnya terletak pada *platform* atau media yang dikaji, penelitian ini lebih ke media sosial berbasis video dan *live stream* (tiktok), sedangkan penelitian terdahulu meneliti jasa desain yang umumnya dilakukan melalui *platform* layanan jasa atau *marketplace digital*. Perbedaan lainnya yaitu penelitian ini menganalisis *normative* hukum apakah sah dan halal praktik ini menurut hukum syariah, lain halnya dengan penelitian terdahulu, lebih ke filosofis dan etis apakah praktik ini mendukung atau merusak lima tujuan syariah (*hifz al-din, nafs, aql, nasl, mal*).

1.6.4 TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PERLINDUNGAN HAK CIPTA DALAM PENGGUNAAN APLIKASI SORA BERBASIS *ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI)*. Skripsi yang ditulis oleh Raiful Fikri, 2213040178. Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah UIN Imam Bonjol Padang Ta. 2026. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam

pembahasannya, yaitu dalam tema pembahasannya sama-sama meneliti kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) sebagai objek utama. Perbedaannya terletak pada fokus kajian dan perspektif hukum yang digunakan. Penelitian berjudul "Tinjauan hukum Islam terhadap perlindungan hak cipta dalam penggunaan aplikasi Sora berbasis *Artificial Intelligence (AI)*" berfokus pada persoalan hak cipta dan perlindungan kekayaan intelektual atas karya yang dihasilkan menggunakan aplikasi Sora berbasis *AI*. Kajiannya menitikberatkan pada aspek kepemilikan hak, perlindungan hukum, dan status hukum hasil karya menurut Hukum Islam. Sementara itu, penelitian ini berfokus pada penggunaan *AI* sebagai *host virtual* dalam kegiatan pemasaran dan penjualan melalui *live streaming* TikTok. Penelitian ini mengkaji hubungan penggunaan *AI* dengan konsep *wakalah* dalam Hukum Ekonomi Syariah, khususnya mengenai pemberian kuasa kepada *AI* sebagai media yang mewakili penjual dalam menyampaikan informasi dan mempromosikan produk. Dengan demikian, penelitian pertama lebih menitikberatkan pada aspek hak cipta, sedangkan penelitian kedua lebih menitikberatkan pada akad *wakalah* dalam transaksi perdagangan digital.

- 1.6.5 PEMBAYARAN PAJAK KENDARAAN MELALUI BIRO JASA DITINJAU DARI AKAD *WAKALAH* (Studi Kasus Biro Jasa CV Jasa Prima Andalas). Skripsi yang ditulis oleh: Nissa Alya Salsa D, 2013040004. Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah (*Muamalah*) Fakultas Syari'ah UIN Imam Bonjol Padang 2024. Penelitian terdahulu ini memiliki persamaan dengan penelitian ini, yaitu sama-sama mengkaji penerapan akad *wakalah* sebagai landasan analisis. Kedua penelitian juga membahas adanya pelimpahan kuasa dari pihak yang berkepentingan kepada pihak lain untuk melakukan suatu tindakan atas nama pemberi kuasa. Selain itu, keduanya termasuk dalam kajian Hukum Ekonomi Syariah yang menitikberatkan pada kesesuaian praktik tersebut dengan ketentuan

akad *wakalah* dalam fikih muamalah. Adapun perbedaannya terletak pada objek dan konteks penelitian. Penelitian mengenai pembayaran pajak kendaraan melalui biro jasa berfokus pada praktik pemberian kuasa oleh pemilik kendaraan kepada biro jasa untuk mengurus administrasi dan pembayaran pajak, sehingga hubungan *wakalah* terjadi antara manusia dengan manusia dalam pelayanan jasa. Sementara itu, penelitian ini mengkaji penggunaan teknologi *AI* sebagai representasi penjual dalam kegiatan promosi produk pada siaran langsung. Penelitian ini menitikberatkan pada bagaimana konsep *wakalah* diterapkan dalam pemanfaatan teknologi digital, khususnya apakah penggunaan *host AI* dapat dipandang sebagai bentuk perwakilan (*wakalah*) yang sesuai dengan Hukum Ekonomi Syariah. Dengan demikian, penelitian terdahulu menjadi rujukan dalam memahami konsep dasar akad *wakalah*, sedangkan penelitian yang dilakukan menawarkan kebaruan pada objek kajian berupa pemanfaatan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) dalam aktivitas perdagangan digital.

- 1.6.6 TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP JUAL BELI LELANG BARANG SECOND BRANDED SECARA *LIVE STREAMING* PADA APLIKASI TIKTOK. Skripsi yang ditulis oleh Selvia Darma, 1913040142. Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah UIN Imam Bonjol Padang 2023. Fokus Penelitian ini meneliti tentang bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap jual beli lelang barang *second branded* secara *live streaming* pada aplikasi tiktok. Adapun hasil penelitian ini: Tinjauan hukum Islam terhadap jual beli lelang barang *second branded* secara *live streaming* pada aplikasi tiktok hukumnya adalah tidak boleh (dilarang) karena dalam transaksi tersebut bertentangan dengan hukum Islam serta tidak memenuhi asas jual beli lelang. Pembeli yang tidak mendapatkan barang merasa tidak rela. Adanya asas ketidakrelaan antara pihak mengakibatkan sakit hati, perasaan tidak puas, mencela orang lain

dimedia sosial dapat mengakibatkan bunuh membunuh akibat transaksi lelang tersebut. Jual beli lelang barang *second branded* secara *live streaming* pada aplikasi tiktok menimbulkan *mudharat* yang lebih besar bagi pengguna tiktok maka sebaiknya dihentikan, lebih baik mencegah sebelum lebih parah. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya bahwa dalam penelitian ini lebih berfokus pada penggunaan teknologi kecerdasan buatan (*AI*) sebagai *host* dalam kegiatan penjualan melalui *live streaming* di *platform* tikTok. Penelitian ini menilai sejauh mana pemanfaatan *AI* dalam aktivitas bisnis tersebut sesuai dengan konsep *wakalah* dalam islam. Dengan demikian, kajiannya berfokus pada penggunaan teknologi *Artificial Intelligence (AI)* sebagai *host* atau pihak yang mewakili penjual dalam mempromosikan dan menawarkan produk kepada konsumen. Kajian utamanya adalah menilai apakah penggunaan *host AI* telah sesuai dengan prinsip akad *wakalah*, termasuk bagaimana kedudukan *AI* sebagai wakil, batas kewenangan yang dimiliki, penyampaian informasi kepada konsumen, serta tanggung jawab yang timbul dalam transaksi yang melibatkan *host non-manusia* pada aspek hukum dalam praktik bisnis digital. Sedangkan dalam penelitian terdahulu menitikberatkan pada kajian hukum Islam (*fiqih muamalah*) terhadap praktik jual beli lelang barang bekas bermerek melalui *live streaming* di tiktok, dengan fokus pada keabsahan akad, transparansi, dan unsur *gharar* atau penipuan dalam transaksi tersebut. Dengan demikian, perbedaan utamanya terletak pada aspek yang dikaji yang pertama menyoroti konsep *wakalah* dalam Islam dan peran teknologi *AI*, sedangkan yang kedua membahas hukum Islam terhadap praktik jual beli lelang dalam konteks *e-commerce* modern.

1.7 Kerangka Teori

Kerangka Teori ini akan membahas tentang teori-teori yang ada hubungannya dengan objek kajian. Landasan teori ini diharapkan dapat

menjadi acuan dalam menganalisis masalah yang dikaji dalam permasalahan. (Syafe'I, 2012, 45).

Secara bahasa *wakalah* bermakna menjaga atau juga bermakna mendelegasikan mandat, menyerahkan sesuatu, seperti halnya firman Allah dalam Q.S Yusuf: 55.

قَالَ اجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلَيْم

Berkata Yusuf: "Jadikanlah aku bendaharawan negara (Mesir); Sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga, lagi berpengetahuan".

Menurut Hanafiyah *wakalah* adalah memosisikan orang lain sebagai pengganti dirinya untuk menyelesaikan persoalan yang diperbolehkan secara syar'i dan jelas jenisnya. Atau mendelegasikan suatu persoalan kepada orang lain (wakil). Menurut Malikiyah, syafi'iyah dan Hanbalah, *wakalah* adalah prosesi pendelegasian sebuah pekerjaan yang harus dikerjakan, kepada orang lain sebagai penggantinya, guna menyelesaikan pekerjaan tersebut pada masa hidupnya. (Djuwaini, 2015: 239)

Adapun rukun *wakalah* menurut jumhur ulama selain hanafiyah ialah:

1. *Muwakkil* atau orang yang mewakillikan
2. *Muwakkal* atau wakil
3. *Muwakkal fih* atau perbuatan diwakillikan
4. *Shighat* atau *ijab* dan *qabul*

Syarat-syarat *wakalah* antara lain seorang *muwakkil* harus memiliki otoritas penuh atas suatu pekerjaan yang akan didelegasikan kepada orang lain. Dengan alasan orang yang tidak memiliki otoritas sebuah transaksi, tidak bisa memindahkan otoritas tersebut kepada orang lain. Akad *wakalah* tidak bisa dijalankan oleh orang yang tidak memiliki ahliyah seperti orang gila dan anak kecil yang belum tamyiz. Seorang wakil disyaratkan harus seorang yang berakal dan tamyiz. Dan objek yang diwakillikan harus memenuhi beberapa syarat antara lain objek tersebut harus diketahui oleh wakil, wakil mengetahui secara jelas apa yang harus dikerjakan dengan spesifikasi yang diinginkan.

Sesuatu yang diwakilkan itu harus diperbolehkan secara syar'i. Tidak diperbolehkan mewakili sesuatu yang diharamkan oleh syara' seperti mencuri, merampok dan lain-lain. Objek tersebut memang bisa diwakilkan dan dilegasikan kepada orang lain seperti akad jual beli *ijarah* dan lain-lain. (Djuwaini, 2015: 242)

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian skripsi ini adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan penelitian perpustakaan (*library research*) yaitu serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Dokumen yang digunakan dapat berupa buku-buku, undang-undang, surat pribadi, artikel, jurnal, dan *web* terkait, maupun hasil penelitian dari peneliti terdahulu (Efendi, Jonaedi. Ibrahim, 2018, hlm 129). Karena, sumber data didapatkan langsung dari aplikasi tiktok *live*. Penelitian ini tidak membutuhkan data lapangan, maka dari itu penelitian ini cukup mengkaji data yang langsung didapat dari aplikasi serta dokumen resmi yang diterbitkan dan ditelaah menggunakan sumber-sumber buku yang terperinci mengenai konsep *wakalah* dalam islam.

1.8.2 Sumber Data

Sesuai dengan jenis penelitian ini yang merupakan penelitian kepustakaan (*library research*), maka sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah data sekunder, bukan data primer yang diperoleh langsung dari lapangan. Data sekunder adalah data yang tidak diperoleh secara langsung dari objek penelitian, melainkan data yang telah lebih dahulu dikumpulkan, diolah, dan dipublikasikan oleh pihak lain, baik berasal dari pengumpulan data primer sebelumnya maupun dari sumber-sumber lain yang sudah tersedia. Data sekunder adalah bahan pustaka yang ditulis dan dipublikasikan oleh seorang penulis yang tidak secara langsung melakukan

analisis yaitu, aplikasi sejenis, buku, jurnal dan referensi lain yang relevan dengan objek penelitian. Dengan kata lain penulis tersebut bukan penemu teori (Hadjar, 1996:84). Data sekunder adalah data yang sudah dalam bentuk jadi, seperti data dalam dokumen dan publikasi (Adi, 2004, hlm 57). Dalam penelitian ini, data sekunder tersebut diperoleh dengan mengumpulkan dan mempelajari bahan dari buku-buku, hasil penelitian, media masa, karya tulis hukum, jurnal-jurnal, literatur-literatur, laporan-laporan, catatan, serta dokumen resmi platform TikTok yang berkaitan dengan objek penelitian penulis.

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipakai oleh peneliti adalah dokumentasi. Dalam metode ini, peneliti mencari data mengenai hal-hal atau variabel tertentu dengan menggunakan catatan, buku, makalah, artikel, jurnal, dan sumber-sumber tertulis lainnya. Teknik dokumentasi efektif untuk mengumpulkan informasi yang telah terdokumentasi sebelumnya, seperti data historis, catatan kebijakan, atau literatur terkait (Yusuf 2014, 391).

Langkah pertama mengidentifikasi serta mengumpulkan dokumen yang berkaitan erat dengan konsep *wakaalah*. Selanjutnya, penelitian ini menelaah berbagai sumber literatur yang membahas penggunaan *live streaming* berbasis *AI (Artificial Intelligence)*, didasarkan pada kecerdasan buatan. Terakhir, analisis dilakukan terhadap teks-teks hukum Islam, termasuk Al-Qur'an, Hadis, peraturan perundang-undangan serta pandangan ulama yang relevan dengan yang dikaji pada penelitian ini.

1.8.4 Teknik Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data yakni melakukan kajian atau telaah terhadap hasil pengolahan data yang dibantu atau dengan menggunakan teori-teori yang telah didapatkan sebelumnya (dalam kerangka teori/kepuustakaan). Analisis data yaitu menguraikan data dalam bentuk kalimat yang baik dan benar, sehingga mudah dibaca dan diberi arti atau diinterpretasikan (Muhaimin, 2020, 104). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis

konten/isi, yaitu data skunder dianalisis untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena hukum yang sedang diteliti. Penulis menguraikan isi bahan hukum skunder untuk memberikan gambaran yang jelas pada permasalahan hukum yang diteliti.

