

**DAMPAK BUKUM TERHADAP PENUTUPAN
TIKTOK SHOP MELINDUNG URAIKM DITINJAU
DALAM KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH
(Studi Kasus Kota Padang Sidempuan)**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Salah Satu
Syarat Mencapai Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Dalam Bidang Hukum Ekonomi Syariah*

Oleh :

**RIO SEPTIAN SYAH HASIBUAN
NIM : 2010200021**

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH
ALI HASAN AHMAD ADHARY
PADANG SIDEMPUAN
2025**

**DAMPAK HUKUM TERHADAP PENUTUPAN *TIKTOK SHOP*
MELINDUNGI UMKM DITINJAU DALAM KOMPILASI
HUKUM EKONOMI SYARIAH**
(Studi Kasus Kota Padang Sidempuan)



SKIRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Salah Satu
Syarat Mencapai Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Dalam Bidang Hukum Ekonomi Syariah*

Oleh :

RIO SEPTIANSYAH HASIBUAN

NIM : 2010200041

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH
ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANG SIDEMPUAN
2025**

**DAMPAK HUKUM TERHADAP PENUTUPAN
TIKTOK SHOP MELINDUNGI UMKM DITINJAU
DALAM KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH**

(Studi Kasus Kota Padang Sidempuan)



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Salah Satu
Syarat Mencapai Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Dalam Bidang Hukum Ekonomi Syariah*

Oleh

RIO SEPTIANSYAH HASIBUAN

NIM : 2010200041

PEMBIMBING I

Dr. Putra Halomoan Hsb, M.H.
NIP. 19861223 201503 1 004

PEMBIMBING II

Nasruddin Khalil Harahap, M.H.
NIP. 19920529 202012 1 007

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH
ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANG SIDEMPUAN
2025**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website : fasih.uinsyahada.ac.id

Hal : Skripsi
A.n. : **Rio Septiansyah Hasibuan**
Lampiran : 7 (tujuh lembar)

Padangsidempuan, Februari 2025

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Syariah dan
Ilmu Hukum UIN
SYAHADA Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi **Rio septiansyah Hasibuan** berjudul "**Dampak Hukum Terhadap Penutupan Tiktok Shop Dalam Melindungi UMKM Ditinjau Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Di kota Padangsidempuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Hukum (S.H) dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikianlah kami sampaikan, semoga dapat memaklumi dan atas perhatiannya, diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I


Dr. Putra Halomoan Hsb, M.H.
NIP. 19861223 201503 1 004

PEMBIMBING II


Nasruddin Khalil Harahap
NIP. 19920529 202012 1 007

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Saya bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rio Septiansyah Hasibuan
: 2010200041
Fakultas/Prodi : Syariah dan Ilmu Hukum/ Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Dampak Hukum Terhadap Penutupan *Tiktok Shop*
Dalam Melindungi UMKM Ditinjau Dalam
Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Di Kota
Padangsidempuan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya serahkan ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain dalam skripsi saya ini kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 ayat 4 Kode Etik Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Padangsidempuan, 17 Februari 2025

Menyatakan



Rio Septiansyah Hasibuan

NIM: 2010200041

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rio Septiansyah Hasibuan
Nim : 2010200041
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut UIN Syahada Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul ***“Dampak Hukum Terhadap Penutupan Tiktok Shop Dalam Melindungi UMKM Ditinjau Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Di Kota Padangsidimpuan”***. Dengan Hak Bebas Royaltas Non Eksklusif ini UIN Syahada Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/ memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat Di Padangsidimpuan

Pada tanggal, 17 Februari 2025

Yang Menyatakan,



Rio Septiansyah Hasibuan
NIM. 2010200041



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website : fasih.uinsyahada.ac.id

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Rio Septiansyah Hasibuan
NIM : 20102000041
Judul Skripsi : Dampak Hukum Terhadap Penutupan Tiktok shop Dalam Melindungi UMKM Ditinjau Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Di Kota Padangsidimpuan

Ketua

Dr. Ahmatnizar, M.Ag.
NIP:19680202 200003 1 005

Sekretaris

Dr. Kholidah, M.A.
NIP.19720827 200003 2 002

Anggota

Dr. Ahmatnizar, M.Ag.
NIP. 19680202 200003 1 005

Dr. Kholidah, M.A.
NIP. 19720827 200003 2 002

Dr. Putra Halomoan Hasibuan, M.H.
NIP. 19861223 201503 1 004

Dr. Usawatun Hasanah, M.Ag.
NIP. 19931209 202012 2 001

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah:

Di	: Padangsidimpuan
Hari/Tanggal	: Selasa, 25 Februari 2025
Pukul	: 09.00 Wib s/d selesai
Hasil /Nilai	: 81,75
Indeks Prestasi kumulatif (IPK)	: 3,68 (A)
Predikat	: Pujian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website : fasih.uinsyahada.ac.id

PENGESAHAN

Nomor: ~~1679~~ /Un. 28/D/PP.00.9/06/2025

Judul Skripsi : Dampak Hukum Terhadap Penutupan Tiktok shop Dalam
Melindungi UMKM Ditinjau Dalam Kompilasi Hukum
Ekonomi Syariah Di Kota Padangsidempuan

Nama : Rio Septiansyah Hasibuan
NIM : 2010200041

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Hukum (SH.)



Padangsidempuan, ~~27~~ November 2025
Dekan,

Prof. Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag.
NIP.197311282001121001

Nama : Rio Septianyah Hasibuan

Nim : 2010200041

Judul : Dampak Hukum Terhadap Penutupan *TikTok Shop* Melindungi UMKM
Ditinjau Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

ABSTRAK

Di era internet, media sosial berkembang dengan sangat cepat. *TikTok* adalah satu satunya media sosial yang memungkinkan penggunanya membeli sesuatu secara langsung, atau dikenal sebagai "media sosial *e-commerce*", yaitu media sosial yang memungkinkan penggunanya membeli sesuatu melalui *e-commerce*. *TikTok Shop* ditutup oleh pemerintah pada 4 Oktober 2023 karena banyak pedagang konvensional mengeluh bahwa dagangannya tidak ada lagi setelah hadirnya *TikTok Shop*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dampak hukum terhadap penutupan *tiktok shop* dalam melindungi UMKM dan Bagaimana pengaruh penutupan *tiktok shop* terhadap keberlangsungan usaha, pendapatan, dan pekerjaan para penjual yang mengandalkan *platform* ini. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan melibatkan pengumpulan data deskriptif berupa teks tertulis atau hasil dari observasi lapangan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setelah memperoleh data, maka hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak dari penutupan *TikTok shop* tersebut. Dampak positif dan dampak negatif. Dengan demikian, *e-commerce* menjadi semakin bersaing dan strategi pemasaran digital menjadi lebih baik. Ini juga sangat berpengaruh bagi *e-commerce* untuk bersaing dalam berjualan dan makin sulit. Pemerintah percaya bahwa penutupan *TikTok shop* akan menyelamatkan para pedagang dan UMKM serta dapat mengurangi jumlah barang impor ilegal yang melanggar hukum. Sementara konsekuensi negatif dari penutupan *TikTok shop* adalah penurunan penjualan produk, yang membuat penjual kehilangan kesempatan untuk menjual produk mereka di pasar yang lebih luas. Dan pengaruh bagi penjual dari penutupan mengalami kerugian yang sangat besar, mengalami kesusahan dalam menjualkan kembali secara *offline*, dan ada juga mengalami kebangkrutan.

Kata Kunci : *Tiktok*, UMKM, Jual Beli, KHES

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan hidayah, taufik, dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Dampak Hukum Terhadap Penutupan *Tiktok Shop* Dalam Melindungi UMKM Ditinjau Dalam Kompilasi Hukum Ekonoi Syariah”.

Shalawat serta salam senantiasa pula tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan para pengikutnya dengan harapan semoga selalu mendapatkan pencerahan Ilahi yang dirisalahkan kepadanya hingga hari akhir nanti. Dalam kesempatan ini, perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik dalam penelitian maupun dalam penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M,Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr. Erawadi, M.Ag sebagai Wakil Rektor bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A sebagai Wakil Rektor bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag sebagai Wakil Rektor bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Prof. Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag, sebagai Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Ahmatnihar, M.Ag, sebagai Wakil Dekan bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Dra. Asnah, M.A, selaku Wakil Dekan Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. Zul Anwar Ajim Harahap, M.A, sebagai Wakil Dekan bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nurhotia Harahap, M.H, sebagai Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan,
4. Bapak Dr. Putra Halomoan Hsb, M.H, sebagai Pembimbing I dan Bapak Nasruddin Khalil Harahap, M.H, selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini,
5. Bapak Syapar Alim Siregar, M.H.I, selaku Penasehat Akademik yang memberikan nasehat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini,
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen, serta karyawan di lingkungan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan,
7. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum, selaku Kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang

telah membekali berbagai ilmu pengetahuan sehingga sampai ke tahap ini,

8. Ungkapan terimakasih yang paling istimewa kepada kedua orang tua Bapak Mara Ganti Hasibuan dan Ibunda Nur Habiba Harahap tercinta yang telah mengasuh, mendidik, membimbing dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan pendidikan sampai ke perguruan tinggi,
9. Saudara/i Yusliana Napitupulu, Muhammad Yunan Hasibuan, Ratnisa Dongoran, Asmadi Raja Rambe, Rispan Ritonga, yang memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini,
10. Saudara/i Akhan Pamiruddin Harahap, Fandy ferdiansyah nauli Harahap, Ikbal Pakpahan, Ahmad Syaipuddin Pardede, yang telah memotivasi dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini,
11. Seluruh rekan-rekan mahasiswa Hukum Ekonomi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Angkatan 2020 yang telah memberikan motivasi, bantuan dan dorongan baik moral maupun materil dalam menyelesaikan pendidikan strata satu ini.

Akhirnya dengan berserah diri dan memohon ridho Allah SWT, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis, pembaca dan masyarakat luas.

Padangsidimpuan,
November 2025 Penulis

Rio Septiansyah Hasibuan
NIM. 2010200041

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin yaitu:

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	„„	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..‘..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong, vokal rangkap atau diftong dan vokal panjang.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut:

Tanda	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
—	fathāh	A	A
و	Kasrah	I	I
—	ḍommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya adalah sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ي ... —	fathāh dan ya	Ai	a dan i
و ... —	fathāh dan wau	Au	a dan u

- c. Vokal panjang adalah vokal panjang bahasa Arab yang lambangnya berupa harkat, huruf dan tanda, transliterasinya adalah sebagai berikut:

Tanda	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا — /	fathah dan alif	A	A
ي — /	kasrah dan ya	I	I
و —	dommah dan wau	U	U

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

- Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
- Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fī'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata

sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN PENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN DOKUMEN

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

SURAT DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQASYAH

HALAMAN PENGESAHAN DEKAN

ABSTRAK	i
Kata Pengantar.....	ii
Pedoman Literasi Bahasa Arab	vi
DAFTAR ISI.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Masalah	10
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Masalah	12
F. Manfaat Masalah.....	12
G. Kajian Terdahulu	13

BAB II LANDASAN TEORI

20

A. Pengertian Jual Beli.....	20
------------------------------	----

B. Dasar Perlindungan Hukum	21
C. Rukun dan Syarat Jual Beli	23
D. Macam-macam Jual Beli.....	24
E. Macam-macam Akad Jual Beli	27
F. Tik-tok	50
G. Usaha Mikro Kecil Menengah	53
BAB III METODE PENELITIAN	64
A. Jenis Penelitian	64
B. Pendekatan Penelitian.....	64
C. Lokasi Dan Waktu Penelitian	65
D. Sumber Data	65
E. Teknik Pengumpulan Data.....	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Bagaimana Dampak Hukum Terhadap Penutupan Tiktok Shop Dalam Melindungi UMKM	69
B. Bagaimana Pengaruh Penutupan Tiktok Shop Terhadap Keberlangsungan usaha, Pendapatan Dan Pekerjaan Para Penjual yang Mengandalkan Platf ini	75
BAB V PENUTUPAN	84
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran	85

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi saat ini berdampak besar bagi dunia bisnis atau *e-commerce*.¹ Bisnis bisa dilakukan kapan dan dimana saja dengan adanya internet. Kelebihan berbisnis dari internet yaitu komunikasi yang menyeluruh dan lebih interaktif, menyediakan pelayanan dan informasi yang sesuai dengan keinginan konsumen, serta menjalin kerja sama.²

Perkembangan bisnis *online* di seluruh dunia menunjukkan pengguna *e-commerce* di Indonesia beberapa tahun belakang juga mengalami perkembangan pesat.³ Hal ini bukti dari peluang bisnis *online* memiliki potensi besar dan peluang yang cukup baik untuk mendapatkan keuntungan dan pengembangan bisnis yang bervariasi.⁴

Potensi jaringan *online* berpengaruh besar dalam dunia bisnis *online*. *E-commerce* kini sudah menjadi gaya hidup berbelanja masyarakat.⁵ Faktor

¹ Mohammad Rafki Nazar, Alessandro Timotius Oloando, Muthia Aisha Putri Cakra Berri, Maura Tazkia, Penaruh Perkembangan Teknologi Terhadap E-Commerce, *jurnal Tambusai*, Vol.7 No. 1 (2023), h. 1817-1821.

² Eka Sudarmaji, *Digital Business*, (Probolinggo: CV. Eureka Media Aksara, 2022), h. 1.

³ Ony thoyib Hadi Wijaya, E-Commerce: Perkembangan, Tren, Dan Peraturan Perundang-Undangan, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 16, No. 1 (2023), h. 42-45.

⁴ Dicky Nofriansyah, *Bisnis Online: Strategi dan Peluang Usaha*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), h. 11.

⁵ Dadang Dwi P, Bambang agus H., S.Kom., M.Kom, Noora Qotrun N.,S.T.,M.Eng, E-Commerce Untuk Pengembangan Penjualan Produk UMKM Di Desa Subah Dengan Rekomendasi Produk Menggunakan Algoritma Apriori, *Jurnal Pengembangan Rekayasa dan Teknologi*, Vol. 5, No. 2 (2021), h. 108-114.

pendorong kesuksesan *e-commerce* adalah dengan adanya sosial media seperti *Tiktok Shop, Telegram, Twitter, Facebook, Instagram* dan media sosial lainnya.⁶ Selain itu, juga terdapat beberapa *Marketplace* seperti *Shopee, Lazada*, dan lainnya. Alasan semakin banyak masyarakat yang beralih untuk berbelanja *online* adalah kemudahan dalam bertransaksi salah satunya mengenai pembayaran dan penerimaan uang. Hal ini, jaringan internet sangat berperan penting untuk menjamin pembayaran yang aman bagi konsumen tanpa harus keluar rumah.⁷

Saat ini telah muncul beberapa aplikasi yang diminati oleh masyarakat Indonesia salah satunya adalah melalui *tiktok shop*. *Tiktok shop* merupakan aplikasi belanja *online* yang menjual berbagai kebutuhan konsumen mulai dari produk *fashion*, produk kecantikan, peralatan rumah tangga, peralatan elektronik dan produk kebutuhan lainnya sehingga konsumen tidak perlu mendatangi pasar atau toko untuk membeli barang yang dibutuhkan, mereka hanya mencari barang yang dibutuhkan di aplikasi *tiktok shop* dengan mengetik kata kunci produk yang ingin dibeli. Aplikasi *tiktok shop*, *seller* (penjual) memaparkan penjelasan mengenai detail produk di kolom deskripsi produk mulai dari bahan yang digunakan, variasi warna yang tersedia, ukuran produk, cacat produk bila produk

⁶ Alwendi, Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha, *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 17, No. 3, Juli (2020), h. 318-320.

⁷ Lisma Yana, "Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online," *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1 (2020), h. 73-73.

mengalami sedikit kerusakan sehingga pembeli mengetahui dengan jelas barang yang mereka beli.⁸

Pada aplikasi *tiktok shop* juga tersedia fitur chat yang menghubungkan komunikasi antara pembeli dan penjual apabila ada beberapa hal yang belum jelas mengenai detail produk, pembeli bisa bertanya kepada penjual melalui fitur chat yang telah disediakan oleh *tiktok shop*. Jika pembeli sudah memastikan barang yang akan dibeli sesuai dengan keinginan maka, pembeli akan mencheckout barang tersebut setelah itu pembeli akan diberi beberapa pilihan untuk melanjutkan ke proses selanjutnya yaitu pembayaran. Ada beberapa metode pembayaran di *Tiktok Shop* untuk pembeli yaitu Dana, *OVO*, *Transfer Bank*, *Kartu Kredit/Debit*, *Indomaret*, *Alfamart*, serta *Cash On Delivery (COD)*.⁹

Tiktok adalah salah satu aplikasi di *smhartphone* yang dapat menghasilkan uang. *Tiktok* adalah aplikasi sosial video pendek yang dipadukan dengan musik, musik untuk tarian, gaya kreatif ataupun unjuk bakat para pengguna dapat berkreasi secara bebas sehingga menjadi sebuah konten yang kreatif.¹⁰

Banyak cara yang diberikan kepada konsumen atau pembeli untuk memudahkan pembeli dalam proses jual beli salah satunya jual beli *online* yang

⁸ Mariesa Giswandhani & Amelia Zul Hilmi, Fenomena Tiktok Shop Sebagai Alternatif Belanja Modeern, *jurnal Komunikasi*, Vol. 17, No. 1, (2024), h. 31-32.

⁹ Amelia Hisanah Putri A, Wahyu Purbo Laras, Mutia Regita Cilla Kusumastuti, Yoanita Anggun Prabawati, Vania Putri Damayanti, Perlindungan Konsumen Tiktok Shop Dalam Sistem Pembayaran Cod Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen, *Jurnal Hukum Dan Kewarganegaraan*, Vol. 8, No. 2 (2024), h. 2-7.

¹⁰ Sunggiale Vina Mahardika, Isnaini Ila Ma'una, Zahrotun Islamiyah, dan Iqlima Nurjannah, Faktor-Faktor Penyebab Tinnginya Minat Generasi Milenial Indonesia Terhadap Pengguna Aplikasi Tiktok, *Jurnal Social Science Educational Research*, Vol. 2, No. 1 (2021). H. 41-52.

dilakukan pada aplikasi salah satunya adalah aplikasi *Tiktok* dimana aplikasi tersebut juga dapat digunakan untuk berbelanja melalui *online*.¹¹ Zaman modern ini, aplikasi ini sangat banyak digunakan oleh masyarakat luas baik untuk hiburan maupun tempat membuat konten video pendek, tidak jarang juga menampilkan konten yang tidak pantas untuk ditampilkan di *Tiktok* seperti konten *dance*, dan konten dewasa, sekarang ada fitur baru yaitu *Tiktok shop* untuk belanja *online*. Transaksi barang dan jasa yang dilakukan melalui media *online* juga termasuk dalam kategori perdagangan dan bisnis, menggambarkan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain atau dengan beberapa orang untuk memenuhi kebutuhannya masing-masing.¹²

Undang-Undang pasal 6 Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen bahwa pelaku usaha mempunyai hak yaitu “hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan atau jasa yang diperdagangkan, hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.”¹³ Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) pasal 63 ayat (2) juga menyebutkan bahwasannya “Pembeli wajib menyerahkan uang atau benda yang setara nilainya dengan objek jual-beli.”¹⁴

¹¹ Andi, *Rahasia Meraih Peluang Bisnis Dengan Tiktok Shop*, (Yogyakarta: CV Andi Offset: 2023) h. 1-10.

¹² Andi,..... h. 23-28

¹³ Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁴ Pasal 63 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

Jual beli sendiri adalah mempertukarkan sesuatu dengan sesuatu yang lain. Mempertukarkan sesuatu dengan yang dimaksud adalah harta atau benda yang bernilai atau yang memiliki nilai jual dan Hukum jual beli adalah mubah selama tidak menyalahi Syariat Islam dan dijalankan sesuai dengan rukun jual beli.¹⁵

Jual beli di dalam Islam hukumnya adalah mubah selama tidak menyalahi Syariat dan rukun dari jual beli, terkadang jual beli menjadi wajib ketika dalam situasi membutuhkan makanan atau minuman supaya tidak binasa, bisa juga makruh seperti membeli barang yang makruh bisa juga haram seperti membeli Khamar dan Mubah selain yang telah disebutkan tadi.¹⁶

Jual beli sendiri adalah mempertukarkan sesuatu dengan sesuatu yang lain. Mempertukarkan sesuatu yang di maksud adalah harta atau benda yang bernilai atau yang memiliki nilai jual dan Hukum jual beli adalah Mubah selama tidak menyalahi Syariat Hukum dan dijalankan sesuai dengan rukun jual beli.¹⁷

Salah satu fenomena dalam bidang ekonomi adalah transaksi jual beli dengan menggunakan media elektronik, perkembangan teknologi telah memacu perubahan kebiasaan seseorang, termasuk salah satunya dalam hal transaksi akad jual beli.¹⁸ Dahulu transaksi jual beli harus dilakukan secara tatap muka langsung dari penjual kepada pembeli, yaitu dimana pembeli harus bertemu langsung dengan penjual

¹⁵ Siah Kosy'iah, *Fiqh Muamalah Perbandingan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), h. 45.

¹⁶ Shobirin, Jual Beli Dalam Pandangan Islam, *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, Vol. 3, No. 2 (2015), h. 240-246.

¹⁷ Namirah Nazwa Kinanty, Salsabilla, Jal Beli Menurut Islam, *Jurnal Economics Business Ethic And Science Histories*, Vol. 1, No. 1 (2023), h. 95-100.

¹⁸ Adelia Elmayanti, Bayu Agung Laksono, Meesha Difa Shalshabella, Nadya Restu Ristanti, Nida Fadlia, Fenomena Perilaku Belanja Online Sebagai Alternatif Pilihan Konsumsi Di Kalangan Remaja, *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, Vol. 25, No. 1 (2023), h. 297-305.

untuk melakukan akad jual beli di pasar yang sebenarnya. Saat ini telah bergeser ke era dimana transaksi tidak lagi dilakukan secara tatap muka tetapi menggunakan media *online*.¹⁹

Islam membolehkan jual beli semacam ini. Jenis transaksi ini legal asalkan prinsip-prinsip dasar dan persyaratan untuk jual beli dipenuhi. Jika dipenuhi, maka sah sebagai transaksi yang mengikat; jika tidak, itu tidak sah. Karena produk atau jasa dijual secara *online* dalam model bisnis *E-commerce*. Pelanggan mendapatkan keuntungan dari belanja internet karena mereka dapat membandingkan harga, mengurangi biaya perjalanan dan waktu, dan mendapatkan kesepakatan terbaik. Sementara bisnis memperoleh keuntungan dari menawarkan produk dan layanan secara *online*, mereka tidak memerlukan perantara, pembayaran, atau iklan rutin yang tidak ditujukan untuk audiens tertentu.²⁰

Adapun yang terkait dengan *tiktok shop* dan jual beli ini pasti akan berhubungan juga dengan usaha mikro kecil menengah, selanjutnya dijelaskan dengan UMKM. Secara umum, UMKM atau yang biasa dikenal dengan usaha kecil menengah merupakan sebuah istilah yang mengacu pada suatu jenis usaha yang didirikan oleh pribadi.²¹

Termasuk usaha kecil dan menengah adalah semua pedagang kecil dan menengah, penyedia jasa kecil dan menengah, petani dan peternak kecil dan

¹⁹ Irfan Alfarizi, *Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam* (Skripsi: IAIN Bengkulu, 2019), h. 2.

²⁰ *Ibid*,.....h. 22.

²¹ Akifa P. Nayla, *Komplet Akuntansi untuk UKM dan Waralabal*, Laksana, (Jogjakarta, 2014), h. 12.

menengah, kerajinan rakyat dan industri kecil, dan lain sebagainya, misalnya warung di kampong-kampung, toko kelontong, koperasi serba usaha. Koperasi Unit Desa (KUD), toko serba ada wartel, ternak ayam, sebagainya.²²

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pengertian (UMKM) adalah:²³

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha kecil dan menengah adalah kegiatan usaha dengan skala aktivitas yang tidak terlalu besar, manajemen masih sangat sederhana, modal yang tersedia terbatas, pasar yang dijangkau juga belum luas.
4. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki,

²² Febra Robiyanto, *Akuntansi Praktis untuk Usaha Kecil dan Menengah*, Studi Nusa, (Semarang, 2004), h. 5.

²³ Undang-Undang UMKM. Pustaka Mahardika, (Yogyakarta, 2013), h. 3.

dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Dunia usaha adalah usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Kudus dan berdomisili di Kudus.

5. Kata lain dari pelaku usaha adalah wirausahawan (*entrepreneurship*). Secara sederhana, wirausahawan (*entrepreneurship*) dapat diartikan sebagai pengusaha yang mampu melihat peluang dengan mencari dana serta sumber daya lain yang diperlukan untuk menggarap peluang tersebut, berani menanggung risiko yang berkaitan dengan pelaksanaan bisnis yang ditekuninya, serta menjalankan usaha tersebut dengan rencana pertumbuhan dan *ekspansi*.

Adapun pemberitahuan dari pemerintah oleh kementerian perdagangan (kemendag) sebagai *social commerce* di Indonesia, terkait kebijakan penutupan *tiktok shop* atau penutupan transaksi jual beli yang menggunakan *platform* ini. Penutupan itu dilakukan karena Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 31 Tahun 2023 yang melarang media sosial untuk berjualan dan hanya diperbolehkan untuk menawarkan serta mempromosikan barang atau jasa.²⁴ Dan pemerintahan mengambil keputusan ini dikarenakan adanya laporan atau aduan dari

²⁴ Peraturan pemerintah perdagangan (permendag), Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik.

masyarakat yang bekerja sebagai usaha perdagangan konvensional bahwasanya adanya *platform tiktok shop* ini, mereka selaku pedagang konvensional merasa dirugikan dikarenakan produser juga ikut serta dalam mempromosikan dan menjual barang produk dengan harga cukup rendah yang mengakibatkan para konsumen lebih memilih membeli di *platform tiktok shop* dan juga merusak harga pasar bagi pelaku usaha pedagang konvensional. Usaha perdagangan konvensional kegiatan transaksi jual beli dengan penjual dan pembeli bertemu secara kontak fisik.

Pemerintah mengeluarkan peraturan terhadap penutupan *tiktok shop* ini menimbulkan dampak juga terhadap pelaku usaha yang menggunakan platform tersebut. Pelaku usaha yang menggunakan *platform* ini merasa dirugikan terkait kebijakan yang dikeluarkan pemerintah, dikarenakan pelaku usaha telah mengeluarkan uang untuk membuat sebuah iklan promosi yang diperjual belikan, sudah banyak barang yang distok dan barang yang sudah dipesan oleh konsumen batal dengan sendirinya akibat dari penutupan *tiktok shop*.

Peristiwa yang terjadi saat ini adanya permasalahan yang mengakibatkan terjadi penutupan terhadap aplikasi *tiktok shop* yang mengakibatkan para pelaku usaha tidak bisa lagi menggunakan *platform* tersebut untuk berjualan. Penutupan *tiktok shop* tersebut pasti ada yang dirugikan bagi para pelaku usaha yang menggunakan *platform* tersebut, para pekerja juga akan dirugikan dan bagi konsumen juga merasa tidak setuju akan adanya penutupan terhadap *platform* tersebut. Maka penulis perlu untuk meneliti dan mengkaji sebuah penelitian yang

berjudul **DAMPAK HUKUM TERHADAP PENUTUPAN *TIKTOK SHOP* MELINDUNGI UMKM DITINJAU DALAM KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH.**

B. Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang diterangkan di atas, maka terdapat pertanyaan penelitian yang dikemukakan yaitu: “Bagaimana dampak hukum penutupan *tiktok shop* melindungi UMKM ditinjau dalam kompilasi hukum ekonomi syariah?”

C. Batasan Masalah

Pada penelitian ini penulisan membatasi masalah yang akan diteliti, sehingga dalam hal ini mengfokuskan penelitian pada tinjauan dalam kompilasi hukum ekonomi syariah. Peneliti menjelaskan batasan istilah untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul ini sebagai berikut:

1. TikTok Shop

TikTok Shop adalah *fitur* perdagangan sosial yang memungkinkan pengguna dan pencipta untuk mengiklankan dan menjual produk mereka melalui *TikTok*. *Fitur* ini tersedia untuk pengguna *TikTok* dengan akun *bisnis* dan mulai tersedia di akun pengguna pada media pertengahan tahun 2021. Tepat di mana seluruh dunia sedang berjuang melawan Pandemi *COVID-19* dan *TikTok* hadir untuk mengakomodir pemenuhan kebutuhan masyarakat lewat *fitur online shop* ini. Selain itu, *fitur* belanja ini

dihadirkan *TikTok* sebagai respon atas peningkatan penjualan berbagai produk setelah adanya promosi dari berbagai brand melalui *platform* jejaring sosial tersebut.²⁵

2. Pedagang

Kamus Besar Bahasa Indonesia pedagang adalah seseorang yang pekerjaannya adalah berdagang.²⁶ Sedangkan menurut kamus Ekonomi pedagang adalah seseorang atau lembaga yang membeli dan menjual barang kembali tanpa mengubah bentuk dan tanggung jawab sendiri dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Perdagangan pada prinsipnya adalah pertukaran suatu komoditas dengan komoditas lain yang berbeda atau komoditas satu dengan alat tukar berupa uang.²⁷

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan apa yang telah dikemukakan diatas maka penulis memberikan rumusan masalah yang akan dibahas ke dalam pernyataan sebagai berikut:

1. Bagaimana dampak hukum terhadap penutupan *tiktok shop* dalam melindungi UMKM?

²⁵ Kevin Simanjuntak, Rianita Puspita Sari, Analisis Sistem E-Commerce pada Tiktok Shop untuk Meningkatkan Daya Saing Menggunakan SWOT, *Jurnal Unitek*, Vol. 16, No. 1 (2023), h. 3.

²⁶ Ahmad A.K. Muda, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Reality Publisher, 2006), Cet. ke-1, h. 167.

²⁷ M. Ismail Yusanto & M. Arif Yunus, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Bogor: Al Azhar Press, 2011), Cet. ke-2, h. 234.

2. Bagaimana pengaruh penutupan *tiktok shop* terhadap keberlangsungan usaha, pendapatan, dan pekerjaan para penjual yang mengandalkan *platform* ini?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui bagaimana dampak hukum akibat dari terjadinya penutupan *tiktok shop*.
2. Untuk mengetahui dan memahami bagaimana pengaruh penutupan *tiktok shop* terhadap keberlangsungan usaha, pendapatan, dan pekerjaan para penjual yang mengandalkan *platform* ini.

F. Manfaat Penelitian

Adapun hasil ataupun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagaimana dalam rincian berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengembangan ilmu maupun wawasan baik bagi penulis maupun pembaca umumnya terutama kepada pelaku usaha terhadap pelaku usaha yang mengandalkan *platform* ini.
2. Penelitian ini diharapkan bisa memperluas pengetahuan ataupun memberikan pemahaman bagi masyarakat yang khususnya pelaku usaha bahwa *tiktok shop* ini akses yang bagus dan memudahkan untuk berjualan.
3. Sebagaimana syarat untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana hukum dalam program studi Hukum Ekonomi Syariah di

fakultas syariah dan ilmu huku, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan
Ahmad Addary padang sidempuan.

G. Kajian terdahulu

Untuk menghindari penelitian dengan objek yang sama, maka diperlukan kajian terdahulu. Terdapat beberapa penelitian yang melakukan baik oleh praktisi maupun mahasiswa mengenai fenomenayang berkaitan dengan penelitian. Dibawah ini terdapat beberapa penelitian:

1. Skripsi Yovita Rismawati dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Jual Beli *Online* Serok pada *Live Tiktok shop*”, rumusan masalah dalam penelitiannya ada dua (2) yaitu: Bagaimana mekanismejual beli dengan sistem serok saat livetiktok pada toko Qiansoto dan bagaimana tinjauan hukum Islam mengenai praktik jual beli dengan sistim serok saat live tiktok pada took Qiansoto. Adapun inti dari penelitian ini adalah Jual beli dengan menggunakan sistem serok ini merupakan jual beli dimana pembeli tidak mengetahui secara pasti barang apa saja yang akan diterima. Produk yang akan didapatkan setiap pembeli akan berbeda karena barang diserok secara acak oleh penjual. Untuk pembeli yang beruntung mereka bias mendapatkan hadiah menarik. Namun jika belum beruntung pembeli bisa mendapatkan aksesoris kecantikan. Dalam beberapa hal, praktik jual beli menggunakan sistem serok pada Toko Qiansoto di aplikasi

- Tiktok* tidak sesuai dengan hukum Islam. Menurut hukum Islam seorang muslim tidak dibolehkan menjual sesuatu yang bercacat kepada saudaranya, kecuali menjelaskan cacat tersebut kepada saudaranya. Dalam hal ini pihak penjual tidak menanggapi komplain yang disampaikan oleh pembeli disisi lain pada aplikasi *Tiktok* juga tidak disediakan fitur komplain untuk menjaga keamanan dalam transaksi jual beli di *Tiktok*. Sedangkan peneliti membahas tentang bagaimana dampak hukum dari penutupan *tiktok shop* melindungi UMKM, serta bagaimana pengaruh penutupan *tiktok shop* terhadap keberlangsungan usaha, pendapatan, dan pekerjaan para penjual yang mengandalkan *platform* ini.
2. Skripsi Muhammad Syaiful Anwar dengan judul Pengaruh Diskon Harga, Endorsement, dan Viral, Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di *Tiktok Shop*. Rumusan masalahnya ada empat (4) yaitu: Pertama, apakah diskon harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa di *TikTok Shop*. Kedua, apakah *endorsement* berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa di *TikTok Shop*. Ketiga, apakah *viral marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa di *TikTok Shop*, dan keempat, apakah diskon harga, *endorsement*, dan *viral marketing* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian mahasiswa di *TikTok Shop*. Adapun inti dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa diskon harga,

endorsement, dan *viral marketing* secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi, diperoleh nilai *R square* sebesar 0,622, hal ini dapat diartikan bahwa 62,2% keputusan pembelian di TikTok Shop dapat dipengaruhi oleh variabel diskon harga, *endorsement*, dan *viral marketing*, sedangkan sisanya yaitu sebesar 37,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Sedangkan peneliti membahas tentang bagaimana dampak hukum dari penutupan *tiktok shop* melindungi UMKM, serta bagaimana pengaruh penutupan *tiktok shop* terhadap keberlangsungan usaha, pendapatan, dan pekerjaan para penjual yang mengandalkan *platform* ini.

3. Skripsi Zihan Andriani dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Fashion di Tiktok Shop pada Pengguna Aplikasi Tiktok di Lingkungan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Rumusan masalahnya ada empat (4) yaitu : Pertama, kurangnya respon penjual dan konsumen yang tidak dapat mengirim pesan langsung ke akun penjual. Kedua, harga yang berubah-ubah setiap penjualan (kupon diskon hanya ada di saat live penjualan berlangsung). Ketiga, diskon dan promo gratis ongkir di beri syarat dan ketentuan yang memberatkan konsumen. Dan keempat, adanya pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Adapun

inti dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di tiktok shop pada pengguna aplikasi tiktok. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di tiktok shop pada aplikasi tiktok. Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di tiktok shop pada aplikasi tiktok. Secara simultan kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di tiktok shop pada aplikasi tiktok. Sedangkan peneliti membahas tentang bagaimana dampak hukum dari penutupan *tiktok shop* melindungi UMKM, serta bagaimana pengaruh penutupan *tiktok shop* terhadap keberlangsungan usaha, pendapatan, dan pekerjaan para penjual yang mengandalkan *platform* ini.

4. Jurnal Bela Marbun dengan judul Pengaruh *Tiktok Shop* Terhadap Motif Belanja Online Mahasiswa Unisversitas Islam Riau. Berdasarkan hasil pengolahan data yang di lakukan oleh penulis, penelitian ini dilakukan untuk dapat mengetahui pengaruh TikTok Shop terhadap motif belanja online mahasiswa Universitas Islam Riau atau tidak. Pada Bab sebelumnya sudah peneliti jelaskan bahwa hasil yang peneliti olah terdapat pengaruh *TikTok Shop* terhadap motif belanja mahasiswa Universitas Islam Riau. Pengolahan data dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 23 for windows. Dari hasil penelitian yang peneliti dapatkan persamaan regresinya $Y = 2,821 +$

0,270 X dengan nilai konstanta sebesar 2,821 dan nilai koefisien regresi X sebesar 0,270 X. Namun, sementara itu nilai t-hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t-tabel, setelah dihitung sebesar 5,500. Apabila nilai t-hitung lebih besar dari pada nilai t-tabel, maka dapat peneliti simpulkan bahwa variabel TikTok Shop (X) berpengaruh terhadap variabel motif belanja (Y). Tidak hanya itu, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, juga dapat memperkuat hasil penelitian dikarenakan berdasarkan ketentuan, apabila nilai signifikansi yang didapatkan lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, yang mana dalam hal ini H_0 ditolak dan H_a diterima. Selanjutnya berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, maka diketahui bahwa nilai $R = 0,703$ dengan nilai R square sebesar 49,4%. Jadi nilai R square yang telah diolah oleh peneliti menunjukkan jumlah sumbangan pengaruh variable *TikTok Shop* terhadap motif belanja mahasiswa Universitas Islam Riau dikategorikan sedang (interval koefisien 40%-59,99%). Dan sisa persentase 50,6% menunjukkan bahwa penelitian dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini. Sedangkan peneliti membahas tentang bagaimana dampak hukum dari penutupan *tiktok shop* melindungi UMKM, serta bagaimana pengaruh penutupan *tiktok shop* terhadap keberlangsungan usaha, pendapatan, dan pekerjaan para penjual yang mengandalkan *platform* ini.

5. Jurnal Uni Charla dengan judul Pengaruh Intensitas Penggunaan Fitur Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z. Dalam penelitian ini, kedua variabel antara variabel X dan variabel Y saling berhubungan yang dapat dilihat berdasarkan nilai Pearson Correlation atau $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau $0,500 \geq 0,220$ dengan signifikansi 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jenis hubungan kedua variabel bersifat positif, yang berarti bahwa semakin tinggi variabel X (Intensitas Penggunaan Fitur *TikTok Shop*) maka akan semakin tinggi pula variabel Y (Perilaku Konsumtif). Hasil dari regresi linier sederhana dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas (X) yaitu intensitas penggunaan fitur *TikTok shop* mempengaruhi variabel terikat (Y) yaitu perilaku konsumtif pada generasi Z (Studi di Desa Batu Ampar Baru Kabupaten Ogan Komering Ilir), hal tersebut dilihat berdasarkan hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5,099 \geq 1,990$. Hasil dari koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini sebesar 25%. Hal ini berarti bahwa 25% besaran perilaku konsumtif pada generasi Z (Studi di Desa Batu Ampar Baru Kabupaten Ogan Komering Ilir) dipengaruhi oleh intensitas penggunaan fitur *TikTok shop*, dan sisanya lagi sebesar 75% dipengaruhi oleh aspek yang lain yaitu bisa dari lingkungan teman, pendapatan orang tua ataupun kondisi atau mengalami stres. Sedangkan peneliti membahas tentang bagaimana dampak hukum

dari penutupan *tiktok shop* melindungi UMKM, serta bagaimana pengaruh penutupan *tiktok shop* terhadap keberlangsungan usaha, pendapatan, dan pekerjaan para penjual yang mengandalkan *platform* ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Jual beli

Jual beli dalam istilah *fiqh* disebut dengan *ba'i* yang menurut etimologi berarti menjual atau mengganti.²⁸ Sedangkan secara terminologi *fiqh* jual beli disebut dengan *al-ba'i* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Lafal *al-ba'i* dalam terminology *fiqh* terkadang dipakai untuk pengertian lawannya, yaitu lafal *al-Syira* yang berarti membeli. Dengan demikian, *al-ba'i* mengandung arti menjual sekaligus membeli atau jual-beli.²⁹

Jual beli secara umum merupakan suatu perjanjian antara penjual yang mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dengan pembeli yang harus membayar harga yang telah disepakati. Penjual disini merupakan orang yang menjual suatu barang maupun jasa ke pembeli/konsumen. Sedangkan pembeli ialah orang yang membeli maupun menggunakan barang atau jasa dari penjual.³⁰

Disimpulkan bahwa jual beli merupakan kegiatan yang dilakukan dua pihak yaitu penjual dan pembeli untuk tukar menukar harta baik berupa

²⁸ Fitrianur Syarif, "Perkembangan Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia", *Jurnal Ilmu Hukum Pleno Jure*, Vol. 9, No. 2, h. 8.

²⁹ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia group, 2015), h. 101.

³⁰ Wati Susiawati, M.A., Jual Beli Dalam Konteks Kekinian, *jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 8, No. 2 (2017), h. 175-179.

barang maupun jasa yang dilakukan berdasarkan kesepakatan dan bertujuan untuk saling memperoleh keuntungan.

B. Dasar hukum

1. QS. Al-Baqarah ayat 198

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَى تَبْتَغُوا فَضًى أَلْ هِىَ رِزْقُكُمْ فِىذَآ أَفَضْنُ هِىَ عَسَفٌ ۖ فَادْكُسُا
 ۚ أَلَّ عِدَّةً ۚ أَلْشُعْسِ أَلْحَسَامِ ۚ أَدْكُسُ ۚ كَوَا ۚ دِدْكُنْ ۚ أَى كُنْ ۚ هِى قَبْلَ
 ۚ لَوِى الضَّالِّى ۚ ۱

Artinya : *"Bukanlah suatu dosa bagimu mencari karunia dari Tuhanmu (pada musim haji). Apabila kamu bertolak dari Arafah, berzikirlah kepada Allah di Masyarilharam. Berzikirlah kepada-Nya karena Dia telah memberi petunjuk kepadamu meskipun sebelumnya kamu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat."*³¹

Tafsir : Bukanlah suatu dosa bagimu mencari karunia dari Tuhanmu berupa rezeki yang halal melalui berdagang, menawarkan jasa, dan menyewakan barang. Di antara kaum muslim ada yang merasa berdosa untuk berdagang dan mencari rezeki yang halal pada musim haji, padahal Allah membolehkannya dengan cara-cara yang diatur dalam Al-Qur'an. Maka apabila kamu bertolak dari Arafah setelah

³¹ QS. Al-Baqarah ayat 198

wukuf, sejak matahari terbenam pada tanggal 9 Zulhijah dan sudah sampai di Muzdalifah, maka berzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam, yakni di Muzdalifah, dengan tahlil, talbiah, takbir, dan tahmid. Dan berzikirlah kepada-Nya sebagaimana Dia telah memberi petunjuk kepadamu mengikuti agama yang benar, keyakinan yang kukuh, ibadah yang istikamah, dan akhlak yang mulia, sekalipun sebelumnya kamu benar-benar termasuk orang yang tidak tahu. Zikir itu merupakan rasa syukur atas nikmat Allah yang telah membimbing para jamaah haji menjadi orang-orang beriman.

2. QS. An-Nisa ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."*³²

³² QS. An-Nisa ayat 29

Tafsir : Wahai orang-orang yang beriman kepada Allah dan rasulNYA serta melaksanakan syariatNYA, tidak halal bagi kalian untuk memakan harta sebagian kalian kepada sebagian yang lainnya tanpa didasari Haq, kecuali telah sejalan dengan syariat dan penghasilan yang dihalalkan yang bertolak dari adanya saling rido dari kalian. Dan janganlah sebagian kalian membunuh sebagian yang lain, akibatnya kalian akan membinasakan diri kalian dengan melanggar larangan-larangan Allah dan maksiat-maksiat kepadaNYA. Sesungguhnya Allah Maha penyayang kepada kalian dalam setiap perkara yang Allah memerintahkan kalian untuk mengerjakannya dan perkara yang Allah melarang kalian melakukannya.

C. Rukun dan Syarat Jual Beli

Rukun *ba'i* atau jual beli telah dijelaskan dalam Pasal 56 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah yakni sebagai berikut:

1. Pihak-pihak

Pihak-pihak yang terikat dalam perjanjian jual-bel terdiri atas penjual, pembeli, dan pihak lain yang terlibat dalam perjanjian tersebut.

2. Obyek

Obyek jual-beli terdiri atas benda yang berwujud maupun yang tidak berwujud, yang bergerak maupun tidak bergerak, dan yang terdaftar maupun yang tidak terdaftar.

c. Kesepakatan

Kesepakatan merupakan suatu hal yang terbentuk dari rangkaian proses-proses, yang bisa saja termasuk ke dalam suatu perundingan maupun suatu pemikiran - pemikiran yang matang terhadap suatu hal hal yang berkaitan, dan hal tersebut telah direncanakan serta disetujui oleh beberapa orang yang terkait.

D. Macam-macam Jual Beli

Jual beli dapat ditinjau dari berbagai segi. Jika ditinjau dari segi hukumnya, jual beli ada dua macam yaitu:

1. Jual beli yang sah

Jual beli yang sah adalah jual beli yang telah terpenuhinya syarat dan rukun jual beli, sebagai mana dijelaskan di atas tentang syarat dan rukun jual beli. Jual beli dapat dianggap tidak sah dalam Islam jika tidak memenuhi syarat dan ketentuan, atau melanggar proses hukum Islam:

Jual beli dianggap sah jika memenuhi rukun dan syarat-syarat tertentu, di antaranya:

a. Rukun jual beli

Jual beli harus memenuhi empat rukun, yaitu:

- 1) Adanya penjual dan pembeli.
- 2) Adanya barang yang akan dijual.

- 3) Adanya nilai tukar yang dapat menggantikan barang.
- 4) Adanya ijab kabul atau ucapan serah terima antara penjual dan pembeli.

b. Syarat penjual dan pembeli

Penjual dan pembeli harus memenuhi syarat-syarat berikut:

- 1) Baligh, yaitu telah mencapai usia dewasa yang ditentukan oleh hukum agama.
- 2) Berakal sehat.
- 3) Tidak berbelanja secara boros atau tidak menggunakan barang secara berlebihan.
- 4) Tidak melibatkan paksaan, melainkan dilakukan atas kesepakatan dan kehendak sendiri Barang yang diperjualbelikan.

c. Barang yang diperjualbelikan harus memenuhi syarat-syarat berikut:

- 1) Bermanfaat dan mubah
- 2) Dimiliki atau diizinkan untuk dijual
- 3) Bisa diserahkan
- 4) Jelas, tidak samar
- 5) Harganya jelas

- d. Jual beli yang tidak memenuhi rukun dan syarat-syarat tersebut dianggap tidak sah.

2. Jual beli yang tidak sah

Jual beli yang tidak sah adalah jual beli yang belum terpenuhinya syarat dan rukunnya atau juga jual beli yang dilarang oleh syara". Jual beli dapat dianggap tidak sah dalam Islam jika tidak memenuhi syarat dan ketentuan, atau melanggar proses hukum Islam:

- a. Jual beli barang haram, seperti obat-obatan terlarang, minuman berakohol, makanan haram, atau hasil korupsi dan pencurian
- b. Jual beli barang yang tidak pernah ada, merusak, atau tidak memberi manfaat
- c. Jual beli barang yang telah dibeli pihak lain
- d. Jual beli saat adzan Jumat atau khutbah
- e. Jual beli yang dilakukan dengan menghadang penjual sebelum masuk pasar
- f. Jual beli yang dilakukan dengan tujuan menimbun barang
- g. Jual beli yang dilakukan dengan mengurangi timbangan
- h. Jual beli yang dilakukan dengan mengecoh atau menipu pelanggan
- i. Jual beli dengan sistem ijon, yaitu jual beli yang belum jelas barangnya

- j. Jual beli dengan cara ghoror, yaitu adanya ketidakjelasan dalam akad atau hasil jual beli
- k. Jual beli dengan cara 'inah (buy back), yaitu menjual dengan harga tinggi dan akan dibeli lagi dengan harga yang lebih rendah
- l. Jual beli dengan cara maysir atau qimār (judi), yaitu perpindahan harta atau barang dalam bentuk permainan
- m. Jual beli dengan cara asunya, yaitu pengecualian sebagian dari barang yang sudah dijual

E. Macam- macam Akad Jual Beli

1. Jual Beli Salam (*Ba'i As-Salam*)

As-Salam berarti mengutamakan pembayaran. Syara' berarti jual beli pesanan dengan cara membeli barang yang penyerahannya ditangguhkan dengan pembayaran di muka.³³ Sementara pada istilah fiqh "*As-salam*" juga dikenal sebagai "*as-salaf*". Kedua kata tersebut memiliki arti yang serupa, yaitu pembayaran di muka dan barang di akhir. Dalam jual beli, salam adalah penjualan barang yang tidak ter kirim tepat waktu atau ditunda, juga penjualan barang yang pembelinya tahu sebelumnya bahwa barang tersebut tidak akan segera dikirim.³⁴ Pasal 20 ayat 35 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) mendefinisikan salam “jual beli salam

³³ Siah Khosyi“ah, *Fiqh Muamalah Perbandingan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), h. 45

³⁴ Hariman Surya Siregar dan Koko Khoerudin, *Fikih Muamalah: Teori dan Implementasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019), h. 133

adalah jual beli yang pembayarannya dilakukan bersamaan dengan pemesanan barang”.³⁵ Menurut Dewan Syariah Nasional No: 05/DSNMUI/IV/2000 tentang Jual Beli Salam, jual beli salam adalah jual beli barang dengan cara pemesanan terlebih dahulu dengan syarat-syarat tertentu.³⁶

Pasal 102 tentang Ba’i salam harus memenuhi syarat bahwa barang yang dijual, waktu, dan tempat penyerahan dinyatakan dengan jelas, Pasal 103 tentang pembayaran barang dalam ba’i salam dapat dilakukan pada waktu dan tempat yang disepakati.³⁷ Ba’i salam selain diatur di dalam KHES, dalam Fatwa DSN-MUI, Fatwa No: 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli yang di dalamnya menjelaskan mengenai Ba’i salam adalah jual beli dalam bentuk pesanan atas suatu barang dengan kriteria tertentu yang harganya wajib dibayar tunai saat akad.³⁸

2. Jual Beli Istisna' (*Ba'i Al-Istisna'*)

Istisna' secara etimologis berarti minta untuk dibuatkan, secara terminologi akad jual beli antara penjual dan pembeli, pembeli memesan barang tertentu, harga dapat di serahkan dengan mencicil atau dibayar

³⁵ Pasal 20 ayat 35 KHES.

³⁶ Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No: 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli Salam.

³⁷ Pasal 101-103 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES).

³⁸ Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No: 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

lunas. Sistem *istishna'* adalah suatu sistem yang menggunakan sistem pembiayaan pesanan dalam hal barang atau benda yang diperdagangkan belum ada. Para ulama berpendapat bahwa *istishna'* sama dengan salam, karena keduanya dipesan terlebih dahulu, dengan ciri dan kriteria tertentu, dengan perbedaan salam dibayar di awal, sedangkan *istishna'* bisa dibayar di awal, di akhir, di akhir atau dicicil.

Jual beli *istishna'* adalah jual beli barang dengan ciri yang spesifik, seperti barang mebel. Harga barang dan tempat pengambilan barang harus disepakati saat akad dilakukan, dan pembayaran harus dilakukan sesuai kesepakatan. Baik membayar di awal, di akhir, ataupun secara dicicil.³² Sedangkan menurut Dewan Syariah Nasional jual beli *istishna'* adalah jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria, persyaratan dan harga tertentu yang disepakati antara pembeli/pemesan (*mustashni'*), dan penjual/pembuat (*shani'*).³⁹

Dalam ketentuan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) Bagian Ketiga tentang *Ba'i Istishna'* dalam Pasal 104 tentang *ba'i istishna'* mengikat setelah masing-masing pihak sepakat atas barang yang dipesan, Pasal 105 tentang *ba'i istishna'* dapat dilakukan pada barang yang dapat dipesan, Pasal 106 dalam *ba'i istishna'*, identifikasi dan deskripsi barang yang dijual harus sesuai permintaan pemesan, pasal 107

³⁹ Hariman Surya Siregar dan Koko Khoerudin, *Fikih Muamalah: Teori dan Implementasi*, 147-148.

tentang pembiayaan dalam *ba'i istishna'* dilakukan pada waktu dan tempat yang disepakati.⁴⁰

3. Jual Beli *Sharf*

Jual beli *sharf* adalah jual beli uang dengan uang. Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 28/DSNMUI/III/2002 tentang Perdagangan *Sharf*, jual beli *Sharf* adalah transaksi jual beli mata uang, baik antar mata uang yang sejenis maupun antar mata uang lainnya.⁴¹ Jual beli *sharf* adalah jual beli dimana bendanya yang berupa benda ditukar dengan barang lain dan dalam hal ini yang ditukarkan adalah uang dengan uang.

Prinsip yang ditentukan mengenai jual beli *sharf* atau jual beli mata uang adalah sebagai berikut:

- a. Bukan untuk spekulasi (untung-untungan)
- b. Memiliki kebutuhan untuk bertransaksi atau mengambil tindakan pencegahan untuk berjaga-jaga (simpanan).
- c. Jika jual beli mata uang yang serupa, nilainya harus sama dan dalam bentuk tunai.
- d. Jika jenisnya berbeda, harus dilakukan dengan kurs (nilai tukar) yang berlaku pada saat transaksi dilakukan dan secara tunai.

4. Jual Beli *Al Wafa'*

Ba'i al-wafa' atau jual beli dengan hak membeli kembali adalah jual beli yang dilangsungkan dengan syarat bahwa barang yang dijual

⁴⁰ Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No: 06/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Istishna'*.

⁴¹ Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No: 28/DSN-MUI/III/2002 tentang Jual Beli *Sharf*

tersebut dapat dibeli kembali oleh penjual apabila tenggang waktu yang disepakati telah tiba. Jual beli *wafa'* adalah jual beli dengan syarat bahwa apabila penjual mengembalikan harga, maka pembeli mengembalikan barang kepada penjual. Jual beli ini dikategorikan jual beli yang dibolehkan apabila dilihat dari sisi pembeli bisa mengambil manfaat dari barang yang dibelinya. Jual beli ini dapat juga dikategorikan jual beli yang *fasid* (rusak) karena kedua belah pihak bisa membatalkan akad jual beli. Selain kedua hal tersebut, jual beli ini dapat dikategorikan sebagai gadai karena pihak penjual tidak bisa menjualnya kepada pihak lain.

Dalam pelaksanaan jual beli *al-wafa'* terdapat beberapa ketentuan yang harus dipenuhi baik oleh pihak penjual maupun pembeli. Syarat-syarat dan rukun-rukun dalam jual beli berlaku dalam jual beli *al-wafa'* kecuali yang ditentukan secara khusus dalam jual beli *al-wafa'*. Beberapa ketentuan khusus yang berlaku dalam jual *al-wafa'* adalah sebagai berikut

.⁴²

- a. Penjual dapat mengembalikan uang seharga barang yang dijual dan menuntut barangnya dikembalikan.
- b. Dalam hal penjual mengembalikan uang seharga barang yang dijual dan menuntut barangnya dikembalikan maka pembeli berkewajiban mengembalikan barang dan menurut uangnya kembali seharga barang itu.

⁴² Pasal 112-115 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)

- c. Barang dalam jual beli *al-wafa'* tidak boleh dijual kepada pihak lain, baik oleh penjual maupun oleh pembeli, kecuali ada kesepakatan diantara para pihak.
- d. Kerusakan barang dalam jual beli *al-wafa'* adalah tanggung jawab pihak yang menguasainya.
- e. Penjual dalam jual beli dengan hak penebusan berhak untuk membeli kembali atau tidak terhadap barang yang telah rusak.
- f. Hak membeli kembali dalam *bai'i wafa* dapat diwariskan.

5. Jual Beli *Murabahah*

Jual beli *murabahah* adalah pembiayaan saling menguntungkan yang dilakukan oleh *shahib al-mal* dengan pihak yang membutuhkan melalui transaksi jual beli dengan penjelasan bahwa harga pengadaan barang dan harga jual terdapat nilai lebih yang merupakan keuntungan atau lab bagi *shahib al-mal* dan pengembaliannya dilakukan secara tunai atau angsur.⁴³ Dalam jual beli *murabahah* pihak penjual (*shahib al-mal*) memperoleh keuntungan dari selisih harga yang diperoleh melalui penggunaan barang. Dalam pelaksanaan jual beli *murabahah* masing-masing pihak penjual maupun pembeli memiliki hak dan kewajiban yang saling timbal balik satu dengan yang lain. Akad jual beli *murabahah* juga

⁴³ Pasal 20 angka 6 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES).

dapat dikonversi dalam bentuk lain apabila memang dibutuhkan sesuai ketentuan yang berlaku :

a. Hak dan kewajiban penjual dan pembeli

- 1) Penjual harus membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati spesifikasinya.
- 2) Penjual harus membeli barang yang diperlukan pembeli atas nama penjual sendiri, dan pembelian ini harus bebas riba.
- 3) Penjual harus memberi tahu secara jujur tentang harga pokok barang kepada pembeli berikut biaya yang diperlukan.
- 4) Pembeli harus membayar harga barang yang telah disepakati dalam murabahah pada waktu yang telah disepakati.
- 5) Pihak penjual dalam murabahah dapat mengadakan perjanjian khusus dengan pembeli untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan akad.
- 6) Jika penjual hendak mewakilkan kepada pembeli untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual beli murabahah harus dilakukan setelah barang secara prinsip sudah menjadi milik penjual.
- 7) Jika penjual menerima permintaan pembeli akan suatu barang atau aset, penjual harus membeli terlebih dulu aset yang dipesen tersebut dan pembeli harus menyempurnakan jual beli yang sah dengan penjual.
- 8) Penjual boleh meminta pembeli untuk membayar uang muka saat menggunakan kesepakatan awal pemesanan dalam jual beli murabahah.
- 9) Jika pembeli kemudian menolak untuk membeli barang tersebut, biaya riil penjual harus diayak dari uang muka tersebut.

- 10) Jika nilai uang muka dari pembeli kurang dari kerugian yang harus ditanggung oleh penjual, penjual dapat menuntut pembeli untuk mengganti sisa kerugiannya.

b. Sistem pembayaran

- 1) Sistem pembayaran dalam akad murabahh dapat dilakukan secara tunai atau cicilan dalam kurun waktu yang disepakati.
- 2) Dalam hal pembeli mengalami penurunan kemampuan dalam pembayaran cicilan, maka pembeli dapat diberi keringanan.
- 3) Keringanan sebagaimana dimaksud diatas di atas dapat diwujudkan dalam bentuk konversi dngan membuat akad baru dalam penyelesaian kewajiban.⁴⁴

6. Jual Beli *Al-Musawamah*

Jual beli *al-musawamah* adalah jual beli dengan harga yang disepakati melalui proses tawar-menawar dan *ra'sul malnya* (harga perolehan ditambah biaya-biaya yang diperkenankan) tidak wajib disampaikan oleh penjual kepada pembeli. jual beli *al-musawamah* adalah jual beli barang dengan *tsaman* (harga) yang disepakati oleh kedua belah pihak yakni penjual dan pembeli. dalam jual beli ini penjual lebih merahasiakan mengenai harga asalnya.

Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) dalam Fatwa No: 110/DSNMUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli

⁴⁴ Muhammad „Ibadurrohman Al Hasyimi,” *Jual Beli Online Pada Website Bukalapak Menurut Hukum Islam*”, Skripsi, UII Yogyakarta, 2017.

yang di dalamnya menjelaskan tentang ba‘i al-musawamah adalah jual beli dengan harga yang disepakati melalui proses tawar-menawar dan ra‘sul mal-nya (harga perolehan ditambah biaya-biaya yang diperkenankan) tidak wajib disampaikan oleh penjual kepada pembeli. Ba‘i al-muwasamah sering disebut dengan jual beli biasa.⁴⁵

Pasal 1320 KUHPerdata mengatur tentang syarat-syarat sah perjanjian. Ketentuan Pasal 1320 ini berlaku terhadap perjanjian jual beli secara konvensional dan perjanjian jual beli melalui online (internet). Dewasa ini Perjanjian jual beli melalui online sangat diminati oleh kaum muda dan kaum ibu rumah tangga. Transaksi jual beli secara online atau disebut dengan e-commerce yang dilakukan melalui media elektronik sudah sangat populer. Para pembeli yang akan membeli barang-barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual (pedagang).

Dengan perkembangan teknologi informasi ini akan berdampak terhadap perkembangan aturan-aturan hukum yang ada. Aturan hukum yang diatur dalam KUHPerdata mengatur tentang syarat-syarat perjanjian. Pasal 1320 KUHPerdata mengatur tentang syarat-syarat sah perjanjian. Ketentuan ini juga berlaku terhadap transaksi jual beli secara online. Ketentuan dalam KUHPerdata ini diperkuat dengan adanya Undang-

⁴⁵ Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No: 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang mengatur tentang transaksi elektronik.⁴⁶

Ditinjau dari segi benda yang dijadikan objek jual beli dapat dikemukakan pendapat Imam Taqiyuddin. Bahwa jual beli dibagi menjadi tiga bentuk yakni:⁴⁷

- a. Jual beli benda yang kelihatan ialah pada waktu melakukan akad jual beli benda atau barang yang diperjual belikan ada di depan penjual dan pembeli.
- b. Jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam perjanjian ialah jual beli pesanan, maksudnya perjanjian yang menyerahkan barang-barangnya ditangguhkan hingga tertentu, sebagai imbahannya yang telah ditetapkan ketika akad.
- c. Jual beli benda yang tidak dapat dilihat ialah jual beli yang dilarang oleh agama Islam karena barangnya tidak tentu sehingga dikhawatirkan barang tersebut diperoleh dari hasil curian atau barang yang dapat menimbulkan kerugian satu pihak.

Jual beli adalah saling menukar benda dengan sesuatu yang sepadan dan melalui cara tertentu. Jual beli telah dipraktikkan dari zaman masyarakat primitif dengan sistem barter.⁴⁸ Secara bahasa al-ba‘i artinya

⁴⁶ Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP)

⁴⁷ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2014), h. 75-76.

⁴⁸ Umi Riyanti, “*Jual Beli Barter Dalam Perspektif Ekonomi Syariah*” (IAIN Palangkaraya, 2016), h. 7.

pertukaran secara mutlaq. Kata al-bai“ (jual) dan al-syira“ (beli) pemakaiannya sama antara keduanya. Adapun secara syariat, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta atas dasar keridhaan antara keduanya atau mengalihkan kepemilikan barang dengan kompensasi (pertukaran) berdasarkan cara yang dibenarkan syariat.⁴⁹

Jual beli dianggap sah jika dilakukan dengan ijab qabul, kecuali barang-barang kecil maka tidak wajib dengan ijab dan qabul, tetapi cukup dengan mu“athah (saling memberi saja). Hal itu merujuk pada kebiasaan yang berlaku di masyarakat tersebut. Ijab dan qabul tidak mewajibkan katakata tertentu, sebab yang menjadi ukuran dalam jual beli adalah akad dan tujuannya, bukan kata-kata dan bentuknya.⁵⁰

Dunia modern seperti sekarang, kemajuan teknologi sangat pesat dan mengalami kemajuan termasuk dalam perkembangan bisnis dalam jual beli *online* melalui media sosial khususnya *tiktok shop*, yang mana semua orang bisa melakukan transaksi jual beli dengan sangat mudah dan cepat. Namun, di sisi lain untuk melakukan transaksi setiap orang harus mengetahui dan paham apa saja syarat-syarat dan rukun dalam jual beli supaya transaksi jual beli menjadi sah dan bermanfaat bagi penjual dan pembeli. Karena dalam fatwa DSN MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang fatwa hukum dan bermuamalah melalui media sosial, menjelaskan bahwa

⁴⁹ Sulaiman Al-Faifi, *Ringkasan Fiqih Sunnah Sayyid Sabiq* (Depok: Senja Media Utama, 2017), h. 595.

⁵⁰ Al-Faifi, *Ringkasan Fiqih Sunnah Sayyid Sabiq*, h. 595.

bermuamalah melalui media sosial harus dilakukan tanpa melanggar ketentuan agama dan ketentuan peraturan perundang-undangan.⁵¹

Transaksi jual beli diperbolehkan baik secara tunai maupun non tunai. Hal tersebut didasarkan pada hasil keputusan Majma' al-Fiqh al-Islami (Divisi Fikih Organisasi Kerjasama Islam (OKI) No. 51 (2/6) 1990 yang membolehkan jual beli tidak tunai dan fatwa DSN MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah⁵², dan hadis Nabi Muhammad SAW, yang artinya: “Dan kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.”

F. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum ini bersumber dari teori hukum alam atau aliran hukum alam. Aliran ini dipelopori oleh Plato, Aristoteles (murid Plato), dan Zeno (pendiri aliran Stoic). Menurut aliran hukum alam menyebutkan bahwa hukum itu bersumber dari Tuhan yang bersifat universal dan abadi, serta antara hukum dan moral tidak boleh dipisahkan. Para penganut aliran ini memandang bahwa hukum

⁵¹ Majelis Ulama Indonesia, “*Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 Tahun 2017 Tentang Hukum Dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial*” (Jakarta, 2017).

⁵² Dewan Syariah Nasional MUI, “*Fatwa DSN MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Murabahah*” (Jakarta, 2000).

dan moral adalah cerminan dan aturan secara internal dan eksternal dari kehidupan manusia yang diwujudkan melalui hukum dan moral.⁵³

Teori perlindungan hukum Salmond bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu hanya dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan di lain pihak. Kepentingan hukum adalah mengurus hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu diatur dan dilindungi.⁵⁴

Perlindungan hukum harus melihat tahapan yakni perlindungan hukum lahir dari suatu ketentuan hukum dan segala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat yang pada dasarnya merupakan kesepakatan masyarakat tersebut untuk mengatur hubungan perilaku antara anggota-anggota masyarakat dan antara perseorangan dengan pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat.⁵⁵

⁵³ Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum, Bandung*, (PT. Citra Aditya Bakti, 2000), hal, 53

⁵⁴ Daffa Arya Prayoga, Jadmiko Anom Husodo, Andina Elok Puri Maharani, Perlindungan Hukum Terhadap Hak Warga Negara Dengan Berlakunya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Pengelolaan Sumber Daya Nasional, *Jurnal Demokrasi Dan Ketahanan Nasional*, Vol. 2, No. 2 (2023), h. 189.

⁵⁵ Tirtakoesoemah, A.j., & Arafah, M.R., *Penerapan Teori Perlindungan Hukum Terhadap Hak Cipta atas Penyiaran*, (Pekalongan: Pena Justisia: 2020).

Hadirnya hukum dalam kehidupan bermasyarakat, berguna untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan kepentingan-kepentingan yang biasa bertentangan antara satu sama lain. Maka dari itu, hukum harus bisa mengintegrasikannya sehinggabenturan-benturan kepentingan itu dapat ditekan seminimal mungkin. Pengertian terminologi hukum dalam Bahasa Indonesia menurut KBBI adalah peraturan atau adat yang secara resmi dianggap mengikat, yang dikukuhkan oleh penguasa ataupun pemerintah, undang-undang, peraturan, dan sebagainya untuk mengatur pergaulan hidup masyarakat, patokan atau kaidah tentang peristiwa alam tertentu, keputusan atau pertimbangan yang ditetapkan oleh hakim dalam pengadilan, atau vonis.⁵⁶

Pendapat mengenai pengertian untuk memahami arti hukum yang dinyatakan oleh Dr. O. Notohamidjojo, SH Hukum ialah keseluruhan peraturan yang tertulis dan tidak tertulis yang biasanya bersifat memaksa untuk kelakuan manusia dalam masyarakat negara serta antara negara yang berorientasi pada dua asas, yaitu keadilan dan daya guna, demi tata dan damai dalam masyarakat.⁵⁷

Berbagai definisi yang telah di kemukakan dan di tulis oleh para ahli hukum, yang pada dasarnya memberikan suatu batasan yang hampir bersamaan, yaitu bahwa hukum itu memuat peraturan tingkah laku manusia. Kamus besar

⁵⁶ Tim penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi kedua, cet. 1, (Jakarta: Balai Pustaka, 1991), hal, 595

⁵⁷ Syamsul Arifin, *Pengantar Hukum Indonesia*, (Medan: Medan area University Press, 2012), hal 5-6.

Bahasa Indonesia Perlindungan berasal dari kata lindung yang memiliki arti mengayomi, mencegah, mempertahankan, dan membentengi.

Sedangkan Perlindungan berarti konservasi, pemeliharaan, penjagaan, asilun, dan bunker. Secara umum, perlindungan berarti mengayomi sesuatu dari hal-hal yang berbahaya, sesuatu itu bisa saja berupa kepentingan maupun benda atau barang. Selain itu perlindungan juga mengandung makna pengayoman yang diberikan oleh seseorang terhadap orang yang lebih lemah.

Perlindungan hukum dapat diartikan Perlindungan oleh hukum atau perlindungan dengan menggunakan pranata dan sarana hukum. Namun dalam hukum Pengertian perlindungan hukum adalah Segala daya upaya yang dilakukan secara sadar oleh setiap orang maupun lembaga pemerintah, swasta yang bertujuan mengusahakan pengamanan, penguasaan dan pemenuhan kesejahteraan hidup sesuai dengan hak-hak asasi yang ada sebagaimana diatur dalam Undang-undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia.

Pada dasarnya perlindungan hukum tidak membedakan terhadap kaum pria maupun wanita. Indonesia sebagai negara hukum berdasarkan pancasila haruslah memberikan perlindungan hukum terhadap warga masyarakatnya karena itu perlindungan hukum tersebut akan melahirkan pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia dalam wujudnya sebagai makhluk individu dan makhluk sosial

dalam wadah negara kesatuan yang menjunjung tinggi semangat kekeluargaan demi mencapai kesejahteraan bersama.

Bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh suatu negara memiliki dua sifat, yaitu bersifat pencegahan (prohibited) dan bersifat hukuman (sanction).⁵⁸

Bentuk perlindungan hukum yang paling nyata adalah adanya institusi-institusi penegak hukum seperti pengadilan, Kejaksaan, kepolisian, dan lembaga-lembaga penyelesaian sengketa diluar pengadilan (non-litigasi) lainnya. Perlindungan yang di maksud dengan bersifat pencegahan (prohibited) yaitu membuat peraturan, Sedangkan Perlindungan yang di maksud bersifat hukuman (sanction) yaitu menegakkan peraturan.

Adapun tujuan serta cara pelaksanaannya antara lain sebagai berikut :

1. Membuat peraturan ,yang bertujuan untuk :

- a. Memberikan hak dan kewajiban

- b. Menjamin hak-hak pra subyek hukum

2. Menegakkan peraturan Melalui :

- a. **Hukum administrasi negara yang berfungsi untuk mencegah terjadinya pelanggaran hak-hak dengan perizinan dan pengawasan.**

⁵⁸ R. La Porta, “ Investor Protection and Corporate governance”, *Jurnal Of financial Economic*, 58 (1 January 2000)

- b. Hukum pidana yang berfungsi untuk menanggulangi setiap pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan, dengan cara mengenakan sanksi hukum berupa sanksi pidana dan hukuman.
- c. Hukum perdata yang berfungsi untuk memulihkan hak dengan membayar kompensasi atau ganti kerugian.

Pada perlindungan hukum di butuhkan suatu wadah atau tempat dalam pelaksanaanya yang sering di sebut dengan sarana perlindungan hukum. Sarana perlindungan hukum di bagi menjadi dua macam yaitu sebagai berikut:

1. Sarana Perlindungan Hukum Preventif, Pada perlindungan hukum preventif ini, subyek hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa. Perlindungan hukum preventif sangat besar artinya bagi tindak pemerintahan yang didasarkan pada kebebasan bertindak karena dengan adanya perlindungan hukum yang preventif pemerintah terdorong untuk bersifat hati-hati dalam mengambil keputusan yang didasarkan pada diskresi. Di indonesia belum ada pengaturan khusus mengenai perlindungan hukum preventif.

2. Sarana Perlindungan Hukum Represif, Perlindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Peradilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini. Prinsip perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah bertumpu dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia karena menurut sejarah dari barat, lahirnya konsep-konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia diarahkan kepada pembatasan-pembatasan dan peletakan kewajiban masyarakat dan pemerintah. Prinsip kedua yang mendasari perlindungan hukum terhadap tindak pemerintahan adalah prinsip negara hukum. Dikaitkan dengan pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia, pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia mendapat tempat utama dan dapat dikaitkan dengan tujuan dari negara hukum.⁵⁹

Adapun yang terkait dalam pembahasan perlindungan hukum tersebut, yaitu :

1. Pelaku usaha

Pelaku usaha disebut juga dengan produsen. Istilah produsen berasal dari bahasa Belanda yakni *producent*, dalam bahasa Inggris,

⁵⁹ Wahyu Sasongko, *Ketentuan-ketentuan pokok hukum perlindungan konsumen*, (Bandar lampung: Universitas lampung, 2007), h. 31

producer yang artinya adalah penghasil. Dalam pengertian lain, istilah produsen disebut dengan pelaku usaha atau pengusaha. Produsen sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa sehingga disebut juga dengan penghasil produk. Pengertian produsen atau pengusaha atau penghasil produk diatas, termasuk di dalamnya pembuat atau penghasil, grosir, laveransir dan bahkan pengecer, yaitu setiap orang/badan yang ikut serta dalam penyediaan barang dan jasa hingga sampai ke tangan konsumen.

Produsen tak hanya diartikan sebagai pihak pembuat atau pabrik yang menghasilkan produk saja, tetapi juga mereka yang terkait dengan penyampaian atau peredaran produk hingga sampai ke tangan konsumen. Sebagai contoh, dalam hubungannya dengan produk makanan hasil industri (pangan olahan), maka produsennya adalah mereka yang terkait dalam proses pengadaan makanan hasil industri (pangan olahan) itu hingga sampai ke tangan konsumen. Mereka itu adalah: pabrik (pembuat), distributor, eksportir atau importir, dan pengecer, baik yang berbentuk badan hukum ataupun yang bukan badan hukum.⁶⁰

Secara otentik, UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merumuskan bahwa pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum

⁶⁰ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2010) h. 16.

maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha berbagai bidang ekonomi.⁶¹ Penjelasan nya mengemukakan bahwa pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain.

Menjalankan kegiatan usahanya, pelaku usaha terikat pada hak dan kewajiban sebagaimana tertuang dalam UU Konsumen. Adapun hak pelaku usaha disebutkan pada Pasal 6 UU Konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan dii sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa kosumen;

⁶¹ Indonesia, *Undang Undang tentang Perlindungan Konsumen Nomor 8 tahun 1999*, Pasal 1 angka 3. Bandingkan dengan pengertian pelaku usaha menurut Rancangan Perubahan Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang pada Pasal 1 angka 4 merumuskan pelaku usaha barang adalah orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah Republik Indonesia baik sendiri maupun bersama melalui perjanjian, menyelenggarakan kegiatan usaha yang bertujuan memproduksi dan/atau memperdagangkan barang.

- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam peraturan-peraturan lainnya.

Sementara itu kewajiban pelaku usaha disebutkan dalam Pasal 7

UU konsumen, diantaranya:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai jaminan dan kondisi barang dan jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan jasa yang diproduksi dan diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan mencoba barang dan jasa tertentu serta memberi jaminan dan garansi atas barang yang dibuat dan yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan penggantian apabila barang dan jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Jelas bahwa kewajiban–kewajiban tersebut merupakan manifestasi hak konsumen dalam sisi lain yang ditargetkan untuk menciptakan budaya tanggung jawab pada diri para pelaku usaha.⁶²

2. Konsumen

Konsumen bukanlah hal yang baru dalam masyarakat. Secara sederhana, konsumen adalah berarti pemakai yang berasal dari kata “*consumer*.” Perkembangannya, pengertian ini berkembang yang akhirnya sampai kepada pengertian “korban pemakaian produk yang cacat,” baik korban yang dimaksudkan sebagai pembeli, bukan pembeli tetapi pemakai, bahkan juga korban yang bukan pemakai. Konsumen sering dilawankan dengan produsen atau pelaku usaha atau pengusaha, yaitu pihak yang menghasilkan barang dan atau jasa untuk dikonsumsi oleh konsumen.⁶³

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris-Amerika) atau *consumenten* atau *consument* (Belanda). Pengertian dari *consumer* atau *consument* itu tergantung dalam posisi mana ia berada. Secara harafiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Tujuan penggunaan barang atau

⁶² Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama: 2000), h. 34.

⁶³ M. Soleh Mauludin, Adnan Dewa Saputra, Anggi Zulfika Sari, Itatul Munawaroh, Erica Pramesti Regita, *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce*, Jurnal Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy, Vol. 1, No. 1 (2022). h. 109-122.

jasa nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut. Begitu pula Kamus Bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.⁶⁴

Secara otentik, UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merumuskan konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁶⁵ Penjelasananya mengemukakan bahwa di dalam kepastakaan ekonomi dikenal istilah konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian dalam Undang-Undang ini adalah konsumen akhir. Abdul Halim Barkatullah mengemukakan, bahwa definisi ini sesuai dengan pengertian bahwa konsumen adalah *end user* atau pengguna terakhir,

⁶⁴ A.Z. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta : Diadit Media, 2001), h. 13.

⁶⁵ Indonesia, *Undang Undang tentang Perlindungan Konsumen Nomor 8 tahun 1999*, Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 1999 No. 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia No. 3821, Pasal 1 angka 2. Bandingkan dengan pengertian konsumen menurut Rancangan Undang Undang Perubahan Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang pada Pasal a angka 3 merumuskan konsumen adalah konsumen akhir yaitu orang perseorangan atau badan, baik berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum, yang menggunakan barang dan memanfaatkan jasa dengan tujuan tidak diperdagangkan kembali atau tidak digunakan untuk menghasilkan barang lain dan/atau tidak dimanfaatkan untuk menghasilkan jasa lain.

tanpa si konsumen merupakan pembeli dari barang dan atau jasa tersebut.⁶⁶

F. Tik Tok

Tiktok merupakan aplikasi yang memberikan efek spesial, unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang menontonnya. Aplikasi Tiktok adalah sebuah jejaring sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016.

Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur. Aplikasi tiktok ini merupakan aplikasi yang juga bisa melihat videovideo pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya. Dan pengguna aplikasi ini bisa juga meniru dari video pengguna lainnya, seperti pembuatan video dengan musik goyang dua jari yang banyak juga dibuat oleh setiap orang.⁶⁷

Aplikasi *tiktok* ini merupakan aplikasi yang memperbolehkan para pemakainya untuk membuat video musik berdurasi pendek. Aplikasi ini diluncurkan pada bulan September tahun 2016 yang dikembangkan oleh

⁶⁶ Abdulhakim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, (Jakarta : Nusa Media, 2010), h. 30.

⁶⁷ Mutiara Apriliani Nur Zahra, Wuri Wulandari, Yegar Agnes Citra Widya, *TIKTOK SEBAGAI MEDIA SOSIAL POPULER UNTUK KOMUNIKASI BISNIS*, Jurnal Syntax Idea, Vol. 5, No. 10 (2023), h. 1388.

developer asal Tiongkok. *ByteDance Inc*, mengembangkan sayap bisnisnya ke Indonesia dengan meluncurkan aplikasi video music dan jejaring sosial bernama *TikTok*. Sepanjang kuartal pertama (Q1) 2018, *tiktok* mengukuhkan diri sebagai aplikasi paling banyak diunduh yakni 45,8 juta kali.

TikTok merupakan sebuah jaringan sosial dan platform video musik yang berasal dari Tiongkok, diluncurkan ke Indonesia pada September 2016 oleh Zhang Yiming.⁶⁸ Masa pandemi *TikTok* semakin meroket dan menghasilkan banyak orang lebih kreatif, banyak munculnya hal-hal konten baru seperti (memasak, tutorial membuat hiasan tempat tinggal, pembelajaran sekolah atau kampus, keilmuan medis dan sebagainya) salah satunya berfashion atau yang tak jarang kita kenal dengan kata *OOTD (Outfit Of The Day)*, banyak asal pengguna software *TikTok* yg memakai tema fashion dalam kontennya yang tujuannya memasarkan apa yang pengguna pakai dalam berpakaian, dengan menarik perhatian pengguna lain maka yang mereka promosikan akan lebih banyak dikenal dan menarik minat pembeli. Sekarang ini, banyak akun online shop yang jua memakai aplikasi *TikTok* sebagai wadah buat mempromosikan barang dagangannya. tidak diragukan lagi, pengguna aplikasi ini sangat banyak berasal aneka macam kalangan baik profesi juga usia, dari anak-anak sampai dewasa.

TikTok Shop adalah suatu wadah jual beli terbaru yang dirilis oleh aplikasi *TikTok* yang melibatkan penjual, pembeli dan creator didalamnya.

⁶⁸ Anonim, “*TikTok*”, <https://id.wikipedia.org/>, Diakses pada 21 Desember 2021, pada pukul 12.15

TikTok Shop merupakan alat belanja *online* baru yang mana penjual dan pembeli dapat bertransaksi di dalamnya. Kelebihan *TikTok Shop*, pengguna dapat langsung berbelanja melalui aplikasi *TikTok* tanpa harus berpindah ke aplikasi lain untuk menyelesaikan transaksi pembelian produk yang diinginkan. Toko *TikTok* dibandingkan dengan toko *YouTube*, toko *Instagram* atau toko *Facebook*, fitur toko *TikTok* ini tidak mengarahkan pengguna ke situs *web* toko yang dimaksud. Dalam artian, semua transaksi pembelian, *chat* dengan penjual, hingga proses pembayaran dilakukan di *software TikTok* itu sendiri.⁶⁹

TikTok Shop merupakan inovasi dalam dunia *e-commerce* yang memanfaatkan kekuatan media sosial untuk meningkatkan pengalaman belanja. Pelaku bisnis dapat merancang strategi yang lebih *efektif* untuk menarik konsumen dan meningkatkan penjualan. *TikTok Shop* bukan hanya sekadar *platform* untuk berjualan, tetapi juga merupakan fenomena sosial dan ekonomi yang kompleks. Memahami berbagai cara ini dapat membantu pelaku bisnis dalam merancang strategi yang lebih *efektif* dan *relevan* di era digital.

Terdapat adanya aduan dari pedagang *offline* dan laporan dugaan adanya produk lokal yang laris di masyarakat Indonesia di-*cloning* oleh pihak produsen besar atau perusahaan untuk memproduksi barang yang serupa dengan harga

⁶⁹ Conney Stephanie, "*Apa Itu TikTok Shop dan Cara Menggunakannya*", <https://tekno.kompas.com/read/2021/09/15/13260037/apa-itu-tiktok-shop-dan-cara-menggunakannya>, diakses pada 21 Desember 2021, pada pukul 11.19

yang lebih murah. Hal itu yang membuat pemerintah akhirnya menutup *TikTok Shop* di aplikasi *TikTok*.

TikTok-shop secara resmi ditutup oleh pemerintah pada tanggal 4 Oktober 2023. Penutupan ini melalui Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 tentang Impor dan Ekspor Barang yang Diperdagangkan Melalui Sistem *Elektronik*. Kementerian Pengawasan Perdagangan menetapkan bahwa *platform e-commerce* yang memfasilitasi jual beli barang harus memiliki izin usaha perdagangan.

G. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan kerja dan berperan penting dalam proses pemerataan serta peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mewujudkan stabilitas ekonomi nasional.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah “Sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu”. Pengusaha kecil pada umumnya kurang memperhatikan strategi bisnis bahkan tidak memiliki rencana pengembangan usaha. Mereka berfokus bagaimana menjual barang tanpa memikirkan bagaimana melakukan perbaikan kepada produk yang mereka pasarkan supaya lebih baik. Kebanyakan

pengusaha UMKM berfokus hanya pada penjualan barangnya dan hasil usaha yang mereka dapatkan biasanya akan dihabiskan untuk konsumsi pribadi dan keluarganya. Dapat kita bayangkan, jika semua pelaku UMKM menghabiskan seluruh keuntungannya hanya untuk konsumsi pribadi tentu tidak akan ada perkembangan usahanya. Usaha yang dijalankan hanya jalan ditempat, tidak mandiri dan hanya menunggu bantuan suntikan dana.⁷⁰

Menurut Undang-Undang Nomor 20, 2008, ketentuan umum Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan

⁷⁰ Putu Krisna Adwitya Sanjaya, *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah*, (CV. Cahaya Bintang Cemerlang), h. 4

merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Undang-undang Nomor 9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil, mendefinisikan UMKM sebagai usaha kecil yang memiliki aset di luar tanah dan bangunan sama atau lebih kecil dari Rp 200 juta dengan omset tahunan hingga Rp 1 miliar. Sedangkan pengertian usaha menengah ialah badan usaha resmi yang memiliki aset antara Rp 200 juta sd Rp 10 miliar.⁷¹

Berdasarkan Keputusan Presiden RI Nomor 99 Tahun 1998, UKM adalah rakyat berskala kecil dengan bidang usaha yang secara umum merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah persaingan usaha yang tidak sehat. Sedangkan pengertian UKM berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), UKM adalah sebuah usaha rakyat yang dapat dilihat dari banyaknya tenaga kerja. Usaha kecil memiliki jumlah tenaga kerja antara 5-9 orang, sedangkan usaha menengah memiliki jumlah tenaga kerja antara 20-99 orang.⁷²

⁷¹ FadhilahRamadhani, *Yaenal* Arifin, Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi Berbasis E-Commerce sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015, dalam *Jurnal. Economics Development Analisis Journal*. Edaj 2 (2) (2013), h. 136.

⁷² Akifa P. Nayla, *Komplet Akuntansi untuk UKM dan Waralaba*, Laksana, (Jogjakarta, 2014), h. 13-14.

Kita perlu mengetahui terlebih dahulu bagaimana karakteristik UMKM, peranan strategis UMKM dalam perekonomian Indonesia dan kendala serta hambatan yang muncul dalam UMKM. Hal tersebut telah dirangkum oleh Bank Indonesia (2015) dalam buku yang berjudul *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*. Berikut karakter, peranan strategis dan kendala serta hambatan UMKM :⁷³

Karakter usaha UMKM dan Usaha Besar dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Usaha Mikro:

- a. Jenis barang atau komoditi tidak selalu tetap; sewaktu-waktu dapat berganti.
- b. Tempat usahanya tidak selalu menetap; sewaktu-waktu dapat pindah tempat.
- c. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun.
- d. Tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha.
- e. Sumber daya manusia (pengusaha) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai.
- f. Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah.

⁷³ Putu Krisna Adwitya Sanjaya, *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah*, (CV. Cahaya Bintang Cemerlang), h. 15

- g. Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian sudah akses ke lembaga keuangan non bank.
- h. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan.
- i. legalitas lainnya termasuk Nomor Pokok Wajib Pajak.
- j. Contoh: Usaha perorangan dagangan seperti kaki lima serta pedagang di pasar.

2. Usaha Kecil:

- a. Jenis barang atau komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah.
- b. Lokasi atau tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah pindah.
- c. Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana.
- d. Keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga.
- e. Sudah membuat neraca usaha.
- f. Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.
- g. Sumberdaya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwira usaha.
- h. Sebagian sudah akses ke perbankan dalam keperluan modal.

- i. Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik seperti business planning.
- j. Contoh: Pedagang di pasar grosir (agen) dan pedagang qq pengumpul lainnya.

3. Usaha Menengah:

- a. Memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi.
- b. Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan.
- c. Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan.
- d. Sudah memiliki persyaratan legalitas antara lain izin tetangga.
- e. Sudah memiliki akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan.
- f. Pada umumnya telah memiliki sumber daya manusia yang terlatih dan terdidik.
- g. Contoh: Usaha pertambangan batu gunung untuk kontruksi dan marmer buatan.

4. Peranan Strategis UMKM dalam perekonomian Indonesia:

- a. Bisnis UMKM memiliki peranan strategis dalam perekonomian Indonesia, Adapun peranan strategis tersebut antara lain:
- b. Kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi diberbagai sektor;
- c. Penyedia lapangan kerja yang terbesar;
- d. Pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat;
- e. Pencipta pasar baru dan sumber inovasi;
- f. Sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor.

5. Kendala Bisnis UMKM

Adapun kendala kendala bisnis UMKM bersumber dari kendala internal dan kendala eksternal. Beberapa kendala hambatan yang sering muncul dalam UMKM:

a. Kendala Internal

1). Modal

- a) Sekitar 60-75 persen UMKM belum mendapat akses atau pembiayaan ke lembaga keuangan utamanya perbankan.

- b) Diantara penyebabnya, hambatan geografis. Belum banyak perbankan mampu menjangkau hingga ke daerah pelosok dan terpencil. Kemudian kendala administratif, manajemen bisnis UMKM masih dikelola secara manual dan tradisional, terutama manajemen keuangan. Pengelola belum dapat memisahkan antara uang untuk operasional rumah tangga dan usaha.

2). Sumber Daya Manusia (SDM)

- a) Kurangnya pengetahuan mengenai teknologi produksi terbaru dan cara menjalankan quality control terhadap produk.
- b) Kemampuan membaca kebutuhan pasar masih belum tajam, sehingga belum mampu menangkap dengan cermat kebutuhan yang diinginkan pasar.
- c) Pemasaran produk masih mengandalkan cara sederhana mouth to mouth marketing (pemasaran dari mulut ke mulut). Belum menjadikan media sosial atau jaringan internet sebagai alat pemasaran.

- d) Dari sisi kuantitas, belum dapat melibatkan lebih banyak tenaga kerja karena keterbatasan kemampuan menggaji.
- e) Karena pemilik UMKM masih sering terlibat dalam persoalan teknis, sehingga kurang memikirkan tujuan atau rencana strategis jangka panjang usahanya.

3). Hukum

- a) Pada umumnya pelaku usaha UMKM masih berbadan hukum perorangan.

4). Akuntabilitas

- a) Belum mempunyai sistem administrasi keuangan dan manajemen yang baik.

b. Kendala Eksternal

1). Iklim usaha masih belum kondusif

- a) Koordinasi antar stakeholder UMKM masih belum padu. Lembaga pemerintah, institusi pendidikan, lembaga keuangan, dan asosiasi usaha lebih sering berjalan masing-masing.
- b) Belum tuntasnya penanganan aspek legalitas badan usaha dan kelancaran prosedur perizinan, penataan lokasi usaha, biaya transaksi atau

usaha tinggi, infrastruktur, kebijakan dalam aspek pendanaan untuk UMKM.

2). Infrastruktur

- a) Terbatasnya sarana dan prasarana usaha terutama berhubungan dengan alat-alat teknologi. Kebanyakan UMKM menggunakan teknologi yang masih sederhana.

3). Akses

- a) Keterbatasan akses terhadap bahan baku, sehingga seringkali UMKM mendapatkan bahan baku yang berkualitas rendah.
- b) Akses terhadap teknologi, terutama bila pasar dikuasai oleh perusahaan atau grup bisnis tertentu.
- c) Belum mampu mengimbangi selera konsumen yang cepat berubah, terutama bagi UMKM yang sudah mampu menembus pasar ekspor, sehingga sering terlibas dengan perusahaan yang bermodal lebih besar.

Adanya Peranan Strategis UMKM dalam perekonomian Indonesia yang cukup besar, serta kendala bisnis yang sering dihadapi oleh UMKM baik kendala internal ataupun kendala eksternal, maka kami membuat suatu konsep

pengembangan usaha UMKM yang didisain agar usaha UMKM dapat naik kelas ke jenjang yang lebih tinggi dengan harapan semakin meningkatnya UMKM maka perekonomian Indonesia juga akan terpengaruh dan semakin meningkat.⁷⁴

Konsep ini diperoleh dari studi literatur dan pengalaman dilapangan. Menggabungkan beberapa konsep untuk mendesain agar UMKM atau usaha apapun itu dapat berkembang semakin baik dan terus meningkat sesuai desain yang diinginkan oleh pelaku usaha serta didukung dengan konsep perbaikan yang terus menerus terhadap usaha yang dijalankan serta adanya alat uikuir yang pasti untuk mengukur pencapaian yang diinginkan dengan kenyataan yang terjadi. Alat uikuir ini salah satunya adalah laporan keuangan yang dibuat berdasarkan proses akuntansi yang baik. Semua ini dikemas dengan tatakelola perusahaan yang baik. Sehingga diharapkan UMKM yang menerapkan konsep ini akan berkembang dengan baik.⁷⁵

⁷⁴ Astna Himmatul Aliyah, Peranan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat, *jurnal Ilmu Ekonomi*, Vol. 3, No. 1 (2022), h.64-66.

⁷⁵ Putu Krisna Adwitya Sanjaya, *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah*, (CV. Cahaya Bintang Cemerlang), h. 22-23

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan, yang artinya penelitian dilakukan secara langsung di lokasi penelitian. Tujuan penelitian lapangan adalah untuk menyelidiki dengan mendalam latar belakang, situasi saat ini, dan interaksi sosial antara individu, kelompok, dan masyarakat. Dalam konteks ini, peneliti berinteraksi langsung dengan subjek penelitian untuk mengumpulkan data yang akurat dan terperinci. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data langsung dari para pengguna aplikasi tiktok shop.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif, yang melibatkan pengumpulan data deskriptif berupa teks tertulis atau hasil dari observasi langsung. Tujuan dari penelitian kualitatif deskriptif adalah untuk menjelaskan dan menggambarkan pemahaman serta interpretasi terhadap fenomena yang diteliti berdasarkan data yang diperoleh.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan mengungkapkan fakta dari data yang dikumpulkan, serta menguraikan dan menggambarkan peristiwa yang diamati. Fokus peneliti adalah untuk

memperoleh pemahaman mendalam tentang aspek-aspek terkait kondisi yang sedang diteliti, yang disajikan dalam format tulisan ilmiah.

C. Lokasi dan waktu penelitian

Lokasi penelitian adalah lokasi yang dilakukan peneliti dalam menjalankan penelitiannya. Lokasi yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini berada di kota Padang Sidempuan karena daerah tersebut penulis disini ingin meneliti bagaimana tinjauan kompilasi hukum ekonomi syariah dari dampak hukum terhadap penutupan tiktok shop melindungi UMKM.

Waktu penelitian ini adalah waktu yang dilakukan peneliti dalam menjalankan penelitiannya. Penelitian dilaksanakan pada tanggal 5 Juli 2024 samapi 25 September juli 2024.

D. Sumber data

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh subjek yang diteliti yaitutinjauan kompilasi hukum ekonomi syariah dari dampak hukum dari penutupan tiktok shop melindungi UMKM.

2. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dengan cara penelitian (*library research*), yaitu bersal dari buku buku atau arsip arsip yang ada sehubungannya dengan objek yang diteliti.

E. Teknik pengumpulan data

Proses pengumpulan data data yang diperlukan maka penelitian menggunakan teknik;

1. Observasi

Observasi adalah proses mengamati rangka data dengan ikut ambil dan berpartisipasi didalamnya. Dalam hal penulisan terjun langsung kelapangan guna mendapatkan informasi terkait penelitian yang diteliti.

2. Dokumentasi

Proses mengumpulkan informasi dari berbagai sumber seperti catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, dan agenda. Tujuannya adalah mencatat peristiwa yang telah terjadi dan dapat berupa teks, gambar, karya seni, dan lain-lain. Dokumentasi ini digunakan sebagai data pendukung dari hasil wawancara dan observasi, membantu dalam mengumpulkan informasi terhadap Topan Harahap, Melani Nasution, Asrul Holong Marito, Adek Agustiana Derliana Nasution, Fahmi Azhari, Fitri aulia, Harimansyah Siregar,

Iksan Efendi Dalimunte, Khoirul Saleh Harahap, Mely Siregar, Rahmi Nadira, Rifda Risky Dewi, Rivai Harahap, Sarah Lubis, Taufik Haholongan, Yuli hasibuan, Zukarnaen Harahap tentang dampak terhadap penutupan tiktok shop dalam melindungi UMKM.

3. Wawancara

Wawancara merupakan suatu metode komunikasi yang digunakan dalam penelitian sosial dimana satu individu ataupun sekelompok orang yang mengajukan pertanyaan kepada orang lain untuk memperoleh informasi, pemahaman, ataupun pandangan tentang suatu topik tertentu. Wawancara merupakan teknik yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data saat peneliti perlu melakukan studi awal guna mengidentifikasi masalah penelitian dan memperoleh pemahaman yang mendalam dari responden yang jumlahnya terbatas. Wawancara dapat dilakukan dalam format terstruktur atau tidak terstruktur, baik secara langsung maupun melalui komunikasi telepon.

Studi ini peneliti menggunakan metode wawancara terbuka yang sesuai dengan pendekatan kualitatif. Peserta wawancara menyadari bahwa mereka sedang diwawancara dan memahami tujuan dari proses tersebut. Hasil dari wawancara akan didokumentasikan secara komprehensif dengan menggunakan kode-kode pada transkrip

wawancara. Fokus utama penelitian ini adalah untuk melakukan wawancara mendalam dengan para pengguna aplikasi tiktok shop terkemuka di kota padangsidempuan, yaitu Topan Harahap, Melani Nasution, Asrul Holong Marito, Adek Agustiana Derliana Nasution, Fahmi Azhari, Fitri aulia, Harimansyah Siregar, Iksan Efendi Dalimunte, Khoirul Saleh Harahap, Mely Siregar, Rahmi Nadira, Rifda Risky Dewi, Rivai Harahap, Sarah Lubis, Taufik Haholongan, Yuli hasibuan, Zukarnaen Harahap.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Bagaimana Dampak Hukum Terhadap Penutupan *TikTok Shop* Dalam Melindungi UMKM

TikTok-shop secara resmi ditutup oleh pemerintah pada tanggal 4 Oktober 2023. Penutupan ini melalui Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 tentang Impor dan Ekspor Barang yang Diperdagangkan Melalui Sistem *Elektronik*. Kementerian Pengawasan Perdagangan menetapkan bahwa *platform e-commerce* yang memfasilitasi jual beli barang harus memiliki izin usaha perdagangan. Penutupan *TikTok Shop* tentunya akan berdampak pada penjualan produk baik bagi penjual maupun konsumen. Alasan yang muncul di media adalah hal ini dikarenakan banyak aduan dari pedagang *offline* dan laporan dugaan adanya produk lokal yang laris di masyarakat Indonesia di-*cloning* oleh pihak produsen besar atau perusahaan untuk memproduksi barang yang serupa dengan harga yang lebih murah. Hal itu yang membuat pemerintah akhirnya menutup *TikTok Shop* di aplikasi *TikTok*.

Penutupan *tiktok shop* tentunya berdampak bagi banyak pihak, di antaranya pedagang, konsumen, dan penyedia jasa pengiriman. Dampak penutupan ini bersifat positif dan negatif.

Dampak positif dari penutupan *TikTok-shop* sebagai konsumen diuntungkan. Mereka diuntungkan karena *e-commerce* yang lain semakin bersaing dalam menarik konsumen untuk berbelanja. Para *ecommerce* gencar menjual produk dengan harga yang bersaing dan melakukan pembenahan diri. Misalnya, menambahkan fitur yang memudahkan konsumen dalam berbelanja. UMKM mendapat pelajaran untuk bisa mengatur strategi dalam penjualan produk dan mengembangkan strategi pemasarannya, tidak hanya di *TikTok* saja tetapi di *e-commerce* yang lain seperti *Shopee*, *Tokopedia*, *BukaLapak*, *Instagram*, dan *Facebook*. Para penjual dan konsumen mencari *e-commerce* dengan pelayanan yang terbaik. Hal lain yang dirasakan oleh pelaku bisnis *e-commerce* adalah mendorong untuk menggali lebih dalam tentang strategi pemasaran digital. Mereka sudah mulai memanfaatkan *Instagram* dan *Facebook* sebagai *alternatif* untuk memasarkan produknya dan untuk membangun brand serta berinteraksi langsung dengan calon konsumen. Penutupan *TikTok Shop* juga menjadi stimulus bagi pelaku bisnis untuk mencari *alternatif* strategi pemasaran yang lebih efektif.

Dampak negatif dari penutupan *TikTok Shop* adalah penurunan penjualan produk. Penjual kehilangan kesempatan untuk menjual di pasar yang lebih luas. *TikTok* memiliki basis pengguna aplikasi yang besar, sehingga penutupan *TikTok Shop* berarti kehilangan akses pasar berskala besar. Hal ini juga dikarenakan tidak semua toko *e-commerce* memiliki *fitur*

yang sama dengan *TikTok Shop*. Penjual pun pada akhirnya harus memulai strategi penjualan barudan berpindah ke *website e-commerce* lain. Dari sisi pembayaran, setelah *TikTok Shop* ditutup, *fitur* pembayaran *COD* juga dihilangkan oleh TikTok, padahal sistem pembayaran *COD* paling banyak diminati oleh konsumen. Pedagang dan UMKM juga merasakan penjualan yang menurun. Omzet turun drastis, mereka bingung stok produk yang masih banyak mau dijual *offline* susah karena konsumen paling banyak dari konsumen *online*. Ketidak mampuan penjual untuk mengakses pasar yang luas menyebabkan penurunan penjualan juga. *TikTok Shop* memiliki basis pengguna yang besar, jadi penjual tidak akan memiliki banyak pelanggan untuk dijual. Selain mengalami penurunan penjualan, para penjual juga menghadapi kesulitan menemukan *alternatif platform e-commerce* karena beberapa *platform* memiliki fitur yang mirip dengan *TikTok Shop*. Selain itu, para penjual juga harus mengubah strategi pemasaran mereka untuk *platform e-commerce* baru. Dikarenakan pelaku bisnis *e-commerce* sudah mengandalkan *TikTok Shop* sebagai media penjualan utama mereka, maka ini mereka kembali dengan menggunakan strategi *offline*.

Konsumen yang sudah terbiasa menonton *TikTok* sambil melihat video pendek sekaligus bisa belanja dengan mudah, merasa kehilangan *fitur TikTok Shop*. Mereka tidak lagi bisa melihat *afilior live*, tidak bisa klik *etalase* dan memasukkan produk belanjanya di keranjang kuning untuk di-*check out*.

Ada perubahan alur dalam proses pemesanan produk, yang tadinya berbelanja hanya membutuhkan sekali klik, sekarang berubah menjadi produk dimasukkan ke dalam link produk khusus dan link tersebut tersambungkan dengan *e-commers Shopee* atau *Tokopedia*. Banyak konsumen yang akhirnya tidak mau ribet dengan proses belanja yang prosesnya panjang. Mereka sekarang banyak menggunakan *TikTok* hanya sebagai media sosial untuk melihat konten-konten biasa saja. Selain itu, penutupan *TikTok Shop* juga membatasi pilihan produk yang tersedia. *TikTok Shop* menawarkan berbagai macam produk, mulai dari produk *fashion*, *elektronik*, hingga makanan dan minuman. Penutupan *platform* ini tentu mengurangi pilihan produk yang tersedia bagi konsumen. Kalangan afiliator juga mengalami dampaknya, yaitu tidak bisa lagi menjual produk dengan cara *live* dan memakai *etalase* serta keranjang kuning, karena keranjang kuning dihilangkan. Mereka bisa tetap *live*, tetapi penonton menjadi sedikit. Dari segi penghasilan juga menurun, bahkan ada yang berhenti menjadi *afiliator* karena setiap kali *live* penontonnya tidak seramai dulu. Dari sisi jasa pengiriman seperti *J&T*, *JNE*, dan *Tiki* juga mengalami penurunan pendapatan, dan ini juga dirasakan oleh jasa kurir atau pengantar barang. Pada saat masih ada *TikTok Shop*, barang yang diantar setiap harinya banyak, tetapi begitu *TikTok Shop* ditutup maka barang yang diantar jumlahnya sedikit atau jumlah produk yang diantar menurun. *JNE* juga mengalami penurunan omzet setelah ditutupnya *TikTok Shop*. Dari sisi pembayaran, semua pembayaran masih bisa dilakukan kecuali

fitur pembayaran *COD* yang dihilangkan oleh *TikTok* . Padahal sistem pembayaran *COD* paling banyak diminati oleh konsumen. Dikarenakan pembelian produk dialihkan ke *link Shopee* dan *Tokopedia*, maka pembayaran menjadi tidak efisien karena melalui proses panjang.

Alasan kenapa pemerintah menutup *TikTok Shop* karena ada kekhawatiran bahwa aplikasi itu mengumpulkan data pribadi dan belum ada jaminan atas keamanan data tersebut. Penutupan *TikTok-shop* menjadi tempat perlindungan bagi para pedagang dan UMKM. Regulasi tersebut juga memiliki kemampuan untuk mengurangi jumlah barang *impor* yang melanggar peraturan. Penutupan *TikTok-shop* berimplikasi terhadap pengurangan perang harga (*predatory- pricing*) yang selama ini merugikan UMKM. Selain itu, juga memberikan peluang untuk memperbaiki perlindungan konsumen di *platform e-commerce*, seperti mengurangi kasus penjualan produk ilegal dan penipuan. Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan membuat aturan detail mengenai aktivitas bisnis *TikTok-shop*.

TikTok sendiri telah masuk dalam revisi Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Perizinan, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Transaksi Pelaku Usaha Melalui Sistem Elektronik (PPMSE). Kementerian Perdagangan tidak melarang *TikTok Shop* Indonesia, namun mengatur game komersial setara dengan *platform* lain.

Pemerintah menutup *TikTok Shop* juga untuk melindungi produk UMKM di tengah maraknya banjir produk *impor*.

Kementerian Perdagangan bekerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika melakukan konsultasi publik tentang Rancangan Peraturan Menteri (RPM) Kominfo tentang Penyelenggaraan Sistem Elektronik Lingkup Publik dan menghasilkan draf RPM yang telah disinkronisasi di lingkup Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Kominfo. Ada sembilan bab, di antaranya mengenai klasifikasi data sistem elektronik, pendaftaran penyelenggara, dan nama domain instansi. RPM dilandasi oleh Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Pemerintah mengatur pengurusan izin penyelenggaraan sistem elektronik media sosial, *social e-commerce*, dan pedagang.

Hal lain yang dilakukan oleh pemerintah adalah dengan menerbitkan Permendag Nomor 31 Tahun 2023 yang mengatur beberapa poin utama;

1. Menetapkan sejumlah aspek seperti pemisahan antara media sosial dengan *social e-commerce*.
2. Menetapkan harga minimal sebesar 100 dolar AS per unit untuk barang jadi asal luar negeri yang dijual langsung ke Indonesia oleh pedagang melalui *platform e-commerce* lintas negara.

3. Diberikan daftar yang positif atau daftar barang asal luar negeri yang diizinkan untuk masuk ke Indonesia secara langsung melalui *platform ecommerce*.
4. Menetapkan persyaratan khusus bagi penjual luar negeri di pasar dalam negeri. Ini termasuk memastikan bisnis legal di negara asal, mematuhi Standar Nasional Indonesia (SNI) dan halal, membuat label berbahasa Indonesia pada produk yang dibeli di luar negeri, dan memastikan sumber pengiriman.
5. Penguasaan data oleh Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) dan afiliasinya dilarang, selain loka pasar dan *platform e-commerce* sosial. Keenam, tanggung jawab PPMSE adalah mencegah penguasaan data penggunaannya oleh PPMSE atau perusahaan afiliasinya.

B. Bagaimana Pengaruh Penutupan *Tiktok Shop* Terhadap Keberlangsungan Usaha, Pendapatan dan Pekerjaan para Penjual yang Mengandalkan *Platform* ini.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti, bagaimana pengaruh penutupan *tiktok shop* terhadap keberlangsungan usaha, pendapatan, dan pekerjaan para penjual yang mengandalkan *platform* ini. Wawancara peneliti ini dengan Asrul Holong Marito, alamat jln. Tanobato, gang ikhlas, kec. Padangsidempuan Utara, Kota Padangsidempuan, sebagai penjual kain bahwasanya mempengaruhi penjualan, tidak ramai atau sunyi konsumen,

pendapatan menurun, stok barang jadi membludak menjadikan modal usaha tidak berjalan.⁷⁶

Berikutnya wawancara penulis dengan Rivai Harahap, alamat jln. Tanobato, gang Saudara, kec. padangsidimpun Utara, kelurahan Batang Ayumi Jae, Kota Padangsidimpun, sebagai penjual baju bahwasanya mempengaruhi pendapatan menjadi menurun, mendapatkan kerugian dikarenakan barang yang masih banyak tidak terjual terpaksa dijual murah supaya modal kembali walaupun tidak sama dengan modal awal.⁷⁷

Kemudian Nurholijah Hasibuan, alamat jln. Sudirman, Losung Batu, Gang. Bidan, Kec. Padangsidimpun, kota Padangsidimpun sebagai penjual kain bahwa mempengaruhi penjualan, menurunkan pendapatan, mendapatkan kerugian dikarenakan sudah banyak barang pesanan kain yang sudah di *packing* dan siap dikirim ternyata dibatalkan secara otomatis, tidak ada yang bertanggung jawab atas pembatalan itu maka dari itu si penjual yang menanggung biaya yang dikeluarkan untuk *packing*.⁷⁸

Wawancara selanjutnya Zulkarnaen Harahap, alamat jln. Sudirman, Gang. Bintang, Wek I, kec. Padangsidimpun Utara, kota Padangsidimpun sebagai penjual sepatu bahwa mengalami penurunan pendapatan, mengalami

⁷⁶ Asrul Haholongan, Hasil Wawancara dengan penjual kain di padangsidimpun, 5 Juli 2024.

⁷⁷ Rivai Harahap, Hasil wawancara dengan penjual baju di padangsidimpun, 5 juli 2024.

⁷⁸ Nurholijah Hasibuan, hasil wawancara dengan penjual kain di padangsidimpun, 8 Juli

kerugian dikarenakan barang yang sudah dipesan dan sudah *dipacking* siap untuk dikirim dibatalkan secara otomatis, Persiapan barang gudang masih banyak terpaksa dialihkan atau dijual kembali kepada penjual sepatu juga dengan harga yang tidak sama lagi.⁷⁹

Selanjutnya wawancara peneliti dengan Derliana Nasution, alamat jln. Mawar, Ujung Padang, Gang Mawar, Kec. Padangsidempuan selatan, kota Padangsidempuan sebagai penjual baju bahwa mengalami menurunnya pendapatan, mengalami kerugian dikarenakan persiapan barang yang masih banyak terpaksa dijual dengan harga murah dan sunyinya konsumen.⁸⁰

Selanjutnya wawancara penulis dengan Rifda, jln. Prof.M. Yamin SH, Wek III, kec. Padangsidempuan Utara, Kota Padangsidempuan sebagai penjual baju bahwa mengalami kebangkrutan, barang yang tidak terjual terpaksa dijualkan secara obral dengan harga murah dan sekarang sudah berhenti berjualan.⁸¹

Selanjutnya Wawancara dengan Ikhsan Efendi Dalimunte, alamat jln. Sudirman, Kaya Ombun, Gang. Suka jadi, Kec. Padangsidempuan Utara, Kota Padangsidempuan sebagai penjual sepatu bahwa mengalami kebangkrutan, barang yang tidak terjual dijualkan kembali kepada toko pengambilan barang

2024. ⁷⁹ Zukarnaen Harahap, hasil wawancara dengan penjual sepatu di padangsidempuan, 11 Juli

2024. ⁸⁰ Derliana Nasution, Hasil wawancara dengan penjual baju di padangsidempuan, 11 Juli

⁸¹ Rifda, Hasil wawancara dengan penjual baju di padangsidempuan, 22 Juli 2024.

sepatu itu dikarena pihak penjual tidak memiliki toko atau tempat untuk memperjualbelikan sepatu tersebut dan sekarang sudah berhenti berjualan.⁸²

Selanjutnya wawancara dengan Mely Siregar, alamat jln. Sudirman, Timbangan, Kec. Padangsidempuan Utara, Kota Padangsidempuan sebagai penjual hijab bahwa mengalami penurunan omzet penjualan, pelanggan sepi, tidak ada perubahan setelah penutupan tiktok shop tersebut, tiap-tiap hari semakin menurunnya penjualan, sedangkan stok barang masih banyak.⁸³

Selanjutnya wawancara dengan Melani Nasution, alamat Kantin, Kec. Padangsidempuan Utara, Kota Padangsidempuan sebagai penjual pakaian bahwa mengalami penurunan omzet penjualan, pelanggan semakin sedikit, terkadang dalam satu hari tidak ada pelanggan, dan sangat berpengaruh sekali perubahan setelah penutupan tiktok shop tersebut.⁸⁴

Selanjutnya wawancara dengan Risky dewi, alamat ujunggurap, Kec. Padangsidempuan Batunadua, Kota Padangsidempuan sebagai penjual baju bahwasanya mengalami penurunan omzet penjualan, sebagian stok barang harus dijual kembali kepada pengambilan barang karena modal barang tidak

⁸² Iksan Efendi Dalimunte, Hasil wawancara dengan penjual sepatu di padangsidempuan, 24 Juli 2024.

⁸³ Mely Siregar, hasil wawancara dengan penjual hijab di padangsidempuan, 25 Juli 2024.

⁸⁴ Melani Nasution, Hasil wawancara dengan penjual pakaian di padangsidempuan, 30 Juli 2024.

dapat kembali secara cepat dengan menghindari kebangkrutan, strategi untuk menjualkan barangnya dengan strategi *offline*.⁸⁵

Selanjutnya wawancara dengan Sarah Lubis, alamat Losung Batu, Kec. Padangsidempuan Utara, Kota Padangsidempuan sebagai penjual baju bahwa mengalami penurunan omzet penjualan, kesulitan dengan menggunakan strategi *offline*, pelanggan sepi, dan sangat berpengaruh sekali perubahan dari penutupan *tiktok shop* membuat tidak ada pendapatan tambahan.⁸⁶

Selanjutnya wawancara dengan Adek Agustina alamat Palopat Maria, Kec. Padangsidempuan Hutaimbaru, Kota Padangsidempuan sebagai penjual baju bahwa mengalami kerugian yang sangat signifikan membuat omzet penjualan menurun dengan cepat, barang yang masih banyak membuat menjualkan barang dengan murah untuk mendapatkan pemasukkan modal supaya tidak mengalami kerugian yang sangat banyak, dan kembali strategi *offline* untuk keberlangsungan usaha.⁸⁷

Selanjutnya wawancara dengan Yuli Hasibuan alamat Hutaimbaru, Kec. Padangsidempuan Hutaimbaru, Kota Padangsidempuan sebagai penjual baju bahwa mengalami penurunan omzet penjualan, mengalami berpikir

⁸⁵ Risky Dewi, Hasil wawancara dengan penjual baju di padangsidempuan, 5 Agustus 2024.

⁸⁶ Sarah lubis, Hasil wawancara dengan penjual baju di padangsidempuan, 5 Agustus 2024.

⁸⁷ Adek Agustina, Hasil wawancara dengan penjual baju di padangsidempuan, 8 Agustus

secara keras menjualkan persiapan barang baju yang masih banyak, sebagian barang dijualkan dengan harga murah dengan menstabilkan modal usaha, dikarenakan pelanggan yang sangat sepi dan kembali dengan berjualan *offline* dengan pendapatan yang sangat berbeda dengan secara *online*.⁸⁸

Selanjutnya wawancara dengan Fitri Aulia alamat Sitatarang, Batang Ayumi Julu, Kec. Padangsidempuan Utara, Kota Padangsidempuan sebagai *affiliator* penjual baju bahwa mengalami penurunan omzet penjualan yang terus menerus, dan mengalami pendapatan yang sangat jauh menurun, unruk mendapatkan tetap mendapatkan pendapatan terpaksa beralih ke website lain untuk menjualkan barang dagangannya walaupun tidak banyak peminat palanggan melalui *website* tersebut.⁸⁹

Selanjutnya wawancara dengan Harimansyah Siregar alamat Sikoring-koring, Batang Ayumi Julu, Kec. Padangsidempuan Utara, Kota Padangsidempuan sebagai penjual baju dan celana monja bahwa mengalami kerugian yang sangat banyak, pelanggan menjadi sepi, semakin lama tidak ada lagi pelanggan untuk supaya ada pemasukan terpaksa dijualkan

⁸⁸ Yuli Hasibuan, Hasil wawancara dengan penjual baju di padangsidempuan, 19 Agustus 2024.

⁸⁹ Fitri Aulia, Hasil wawancara dengan penjual baju di padangsidempuan, 22 Agustus 2024.

barangnya kepada penjual baju dan celana monja juga dengan harga murah dan usaha tersebut menjadi tutup.⁹⁰

Selanjutnya wawancara dengan Khoirul Saleh Harahap alamat Jl. Lintas Sirampak Siamporik, Kec. Padangsidempuan Hutaimbaru, Kota Padangsidempuan sebagai penjual sepatu bahwa mengalami penurunan pendapatan yang terus-menerus, semakin hari tidak ada pelanggan lagi dan pendapatanpun tidak ada hanya menggunakan *platform tiktok shop* terpaksa dijualkan kepada toko sepatu yang besar dengan harga dibawah modal, walaupun mengalami kerugian yang dipikirkan untuk mendapatkan pemasukan pendapatan, dengan cara itu si penjual beralih profesi menjadi penjual buah-buahan untuk kerberlangsungan hidup.⁹¹

Selanjutnya wawancara dengan Taufik Haholongan alamat alamat Panyanggar, Kec. Padangsidempuan Utara, Kota Padangsidempuan sebagai penjual sepatu olahraga bahwa mengalami kerugian yang sangat banyak dikarenakan tidak ada lagi sumber pemasukkan pendapatan hanya mengandalkan *Platfrom tiktok shop* sipenjual terpaksa menjualkan barangnya dengan harga murah dan sipenjual tidak lagi berjualan.⁹²

⁹⁰ Harimansyah Siregar, Hasil wawancara dengan penjual baju dan celana di padangsidempuan, 28 Agustus 2024.

⁹¹ Khoirul Saleh Harahap, Hasil wawancara dengan penjual sepatu di padangsidempuan, 3 September 2024.

⁹² Taufik Haholongan, hasil wawancara dengan penjual sepatu olahraga di padangsidempuan, 9 September 2024.

Selanjutnya wawancara dengan Wardah alamat Jl. Melati, Ujung Padang, Kec. Padangsidempuan selatan, kota Padangsidempuan sebagai *affiliator* penjual baju bahwa mengalami penurunan pendapatan, semakin hari tidak ada lagi pendapatan si *affiliator* mengembalikan barang jualannya ke toko bajunya dan sekarang sudah berhenti sebagai *affiliator* penjual baju.⁹³

Selanjutnya wawancara dengan Rahmi Nadira alamat jl. Sisingamangaraja No.189, Sitamiang, Gang pardomuan, Kec. Padangsidempuan, Kota Padangsidempuan sebagai *affiliator* penjual baju bahwa mengalami kehilangan pendapatan dikarenakan hanya mengandalkan *platform tiktok shop* dan barangnya dijualkan dikembalikan ke tokonya dan berganti profesi sebagai penjual laptop secara *offline*.⁹⁴

Wawancara yang terakhir dengan Fahmi Azhari, alamat desa Parsalakan, Kec. Angkola Barat, Kab. Tapanuli Selatan sebagai pekerja dikantor dinas koperasi perindustrian dan perdagangan kota padangsidempuan bahwanya kantor kedinasan bertugas mengawasi, mengamankan, menagatur pedagang dan mendata setiap pengasilan penjualan pedagang.⁹⁵

Tiktok shop dalam sistem jual beli online terkait dengan akad jual beli, akad yang digunakan yaitu akad *As-Salam* dan *Istisna'*. *As-Salam* berarti

⁹³ Wardah, Hasil wawancara dengan penjual baju di padangsidempuan, 19 September 2024.

⁹⁴ Rahmi Nadira, Hasil wawancara dengan penjual baju di padangsidempuan, 25 September 2024.

⁹⁵ Fahmi azhari, Hasil wawancara dengan pekerja dikantor dinas koperasi perindustrian dan perdagangan kota padangsidempuan, 5 Juli 2024.

mengutamakan pembayaran. Syara' berarti jual beli pesanan dengan cara membeli barang yang penyerahannya ditangguhkan dengan pembayaran di muka. Sedangkan *Istisna'* secara etimologis berarti minta untuk dibuatkan, secara terminologi akad jual beli antara penjual dan pembeli, pembeli memesan barang tertentu, harga dapat di serahkan dengan mencicil atau dibayar lunas. Sistem *istishna'* adalah suatu sistem yang menggunakan sistem pembiayaan pesanan dalam hal barang atau benda yang diperdagangkan belum ada.

Para ulama berpendapat bahwa *istisna'* sama dengan salam, karena keduanya dipesan terlebih dahulu, dengan ciri dan kriteria tertentu, dengan perbedaan salam dibayar di awal, sedangkan *istishna'* bisa dibayar di awal, di akhir, di akhir atau dicicil.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dapat disimpulkan terkait penutupan *TikTok-shop* secara resmi ditutup oleh pemerintah pada tanggal 4 Oktober 2023. Penutupan ini melalui Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 tentang Impor dan Ekspor barang yang diperdagangkan melalui sistem *elektronik*. Kementerian Pengawasan Perdagangan menetapkan bahwa *platform e-commerce* yang memfasilitasi jual beli barang harus memiliki izin usaha perdagangan. Penutupan *TikTok Shop* tentunya akan berdampak pada penjualan produk baik bagi penjual maupun konsumen, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penutupan *TikTok Shop* telah menciptakan berbagai dampak yang sangat kompleks dalam ekosistem *e-commerce* dan pengaruh terhadap pendapatan penjual, dan keberlangsungan usaha pedagang. Dampak positifnya adalah meningkatkan persaingan di dunia *e-commerce*. Aplikasi *e commerce* sekarang berlomba-lomba membenahi fitur yang dimiliki serta menambah fitur dalam aplikasinya guna mempermudah konsumen dalam berbelanja. Dampak negatifnya dirasakan oleh penjual di TikTok, yakni terjadinya penurunan omzet penjualan, pedagang kesulitan dalam mencari *e-*

commerce yang lain yang gampang untuk berjualan dan memiliki fitur yang mempermudah dalam berjualan produk. Dampak yang lain juga dirasakan oleh pihak jasa pengiriman barang seperti *Tiki, JNE, dan J&T*. Akibat omzet turun bahkan sampai ada perusahaan jasa pengiriman yang merumahkan karyawannya.

2. Pengaruhnya mengalami penurunan pendapatan penjualan, mengalami kerugian yang sangat cepat dikarenakan harus menjualkan barang dengan harga murah disebabkan persediaan barang yang disimpan terlalu banyak jadi menumpuk karena konsumen sedikit, dan ada juga sampai mengalami kebangkrutan, tidak berjualan lagi dikarenakan sipedagang tidak memiliki toko untuk berjualan hanya mengandalkan aplikasi *tiktok shop* menjualkan barangnya dirumah. Bagi pemerintah, kasus *TikTok Shop* ini memberikan pelajaran untuk lebih bijak dalam mengatur regulasi jual-beli di media sosial, dan pemerintah mempunyai waktu untuk memperbaiki dan melindungi konsumen dari produk ilegal yang membanjiri *e-commerce*. Pemerintah pun melalui Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan akhirnya merevisi Permendag Nomor 50 Tahun 2020 tentang PPMSE.

B. Saran

1. Pemerintah perlu dikelola dengan pendekatan hukum yang cermat agar tidak merugikan pihak – pihak yang terkait. Pemerintah juga harus menjaga dan mendukung para pelaku usaha yang bergantung pada *tiktok shop* untuk

memindahkan ke marketplace yang lain. Hal ini penting untuk mencegah kerugian ekonomi bagi mereka.

2. Pemerintah membantu ke *platform alternatif* yang lain sekaligus menyediakan pelatihan untuk membantu penjual beradaptasi dengan platform e-commerce local atau internasional lainnya seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Dengan pendekatan ini, diharapkan para penjual yang terdampak dapat mempertahankan pendapatan dan pekerjaan mereka, serta beradaptasi dengan ekosistem bisnis yang baru.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Ahmad A.K. Muda, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya : Reality Publisher, 2006, Cet. Ke-1.
- A.Z. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta : Diadit Media, 2001
- Abdulkhakim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Jakarta : Nusa Media, 2010
- Akifa P. Nayla, *Komplet Akuntansi untuk UKM dan Waralaba*, Laksana, Jogjakarta, 2014
- Al-Faifi, *Ringkasan Fiqih Sunnah Sayyid Sabiq*.
- Andi, *Rahasia Meraih Peluang Bisnis Dengan Tiktok Shop*, Yogyakarta: CV Andi Offset: 2023
- Dicky Nofriansyah, *Bisnis Online: Strategi dan Peluang Usaha*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020
- Eka Sudarmaji, *Digital Business*, Probolinggo: CV. Eureka Media Aksara, 2022
- Febra Robiyanto, *Akuntansi Praktis untuk Usaha Kecil dan Menengah*, Studi Nusa, Semarang, 2004
- Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, 2000, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Hariman Surya Siregar dan Koko Khoerudin, *Fikih Muamalah: Teori dan Implementasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo, 2014
- Indonesia, *Undang Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2010
- Majelis Ulama Indonesia, “*Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 Tahun 2017 Tentang Hukum Dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial*”, Jakarta, 2017
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Prenadamedia group, 2015
- Muslich, *Fiqh Muamalah*.
- M. Ismail Yusanto & M. Arif Yunus, *Pengantar Ekonomi Islam*, Bogor: Al- Azhar Press, 2011, Cet. ke-2.

Putu Krisna Adwitya Sanjaya, *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah*, CV. Cahaya Bintang Cemerlang

QS. Al-Baqarah ayat 198

QS. An-Nisa ayat 29

Siah Kosy“iah, *Fiqh Muamalah Perbandingan*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2014

Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2000

Sulaiman Al-Faifi, *Ringkasan Fiqih Sunnah Sayyid Sabiq*, Depok: Senja Media Utama, 2017

Syamsul Arifin, *Pengantar Hukum Indonesia*, Medan: Medan area University Press, 2012

Tim penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi kedua, cet. 1, Jakarta: Balai Pustaka, 1991

Tirtakoesoemah, A.j., & Arafah, M.R., *Penerapan Teori Perlindungan Hukum Terhadap Hak Cipta atas Penyiaran*, Pekalongan: Pena Justisia 2020

Undang-Undang UMKM. Pustaka Mahardika, Yogyakarta, 2013

Wahyu Sasongko, *Ketentuan-ketentuan pokok hukum perlindungan konsumen*, Bandar lampung: Universitas lampung, 2007

B. Karya Ilmiah

Adelia Elmayanti, Bayu Agung Laksono, Meesha Difa Shalshabella, Nadya Restu Ristanti, Nida Fadlia, Fenomena Perilaku Belanja Online Sebagai Alternatif Pilihan Konsumsi Di Kalangan Remaja, *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, Vol. 25, No. 1, 2023

Alwendi, Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha, *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 17, No. 3, Juli 2020

Amelia Hisanah Putri A, Wahyu Purbo Laras, Mutia Regita Cilla Kusumastuti, Yoanita Anggun Prabawati, Vania Putri Damayanti, Perlindungan Konsumen Tiktok Shop Dalam Sistem Pembayaran Cod Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen, *Jurnal Hukum Dan Kewarganegaraan*, Vol. 8, No. 2, 2024

Astna Himmatul Aliyah, Peranan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat, *jurnal Ilmu Ekonomi*, Vol. 3, No. 1, 2022

Dadang Dwi P, Bambang agus H., S.Kom., M.Kom, Noora Qotrun N., S.T., M.Eng, E-Commerce Untuk Pengembangan Penjualan Produk UMKM Di Desa Subah Dengan Rekomendasi Produk Menggunakan Algoritma Apriori, *Jurnal Pengembangan Rekayasa dan Teknologi*, Vol. 5, No. 2, 2021

- Daffa Arya Prayoga, Jadmiko Anom Husodo, Andina Elok Puri Maharani, Perlindungan Hukum Terhadap Hak Warga Negara Dengan Berlakunya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Pengelolaan Sumber Daya Nasional, *Jurnal Demokrasi Dan Ketahanan Nasional*, Vol. 2, No. 2, 2023
- FadhilahRamadhani, Yaenal Arifin, Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi Berbasis E-Commerce sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015, dalam *Jurnal. Economics Development Analisis Journal*. Edaj 2 (2), 2013
- Fitrianur Syarif, “Perkembangan Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia”, *Jurnal Ilmu Hukum Pleno Jure*, Vol. 9, No. 2
- Irfan Alfarizi, *Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam*, Skripsi: IAIN Bengkulu, 2019
- Kevin Simanjuntak, Rianita Puspita Sari, Analisis Sistem E-Commerce pada Tiktok Shop untuk Meningkatkan Daya Saing Menggunakan SWOT, *Jurnal Unitek*, Vol. 16, No. 1, 2023
- Lisma Yana, “Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online,” Hirarki: *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1, 2020
- Mariesa Giswandhani & Amelia Zul Hilmi, Fenomena Tiktok Shop Sebagai Alternatif Belanja Modeern, *jurnal Komunikasi*, Vol. 17, No. 1, 2024
- Muhammad ‘Ibadurrohman Al Hasyimi,” *Jual Beli Online Pada Website Bukalapak Menurut Hukum Islam*”, Skripsi, UII Yogyakarta, 2017
- Mutiara Apriliani Nur Zahra, Wuri Wulandari, Yegar Agnes Citra Widya, TIKTOK SEBAGAI MEDIA SOSIAL POPULER UNTUK KOMUNIKASI BISNIS, *Jurnal Syntax Idea*, Vol. 5, No. 10, 2023
- Mohammad Rafki Nazar, Alessandro Timotius Oloando, Muthia Aisha Putri Cakra Berri, Maura Tazkia, Penharuh Perkembangan Teknologi Terhadap E-Commerce, *jurnal Tambusai*, Vol.7 No. 1, 2023
- M. Soleh Mauludin, Adnan Dewa Saputra, Anggi Zulfika Sari, Itatul Munawaroh, Erica Pramesti Regita, Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce, *Jurnal Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, Vol. 1, No. 1, 2022

- Namirah Nazwa Kinanty, Salsabilla, Jal Beli Menurut Islam, *Jurnal Economics Business Ethic And Science Histories*, Vol. 1, No. 1, 2023
- Ony thoyib Hadi Wijaya, E-Commerce: Perkembangan, Tren, Dan Peraturan Perundang-Undangan, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 16, No. 1, 2023
- R. La Porta “ Investor Protection and Corporate governance” *Jurnal Of financial Economics* 58,1 January, 2000
- Shobirin, Jual Beli Dalam Pandangan Islam, *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, Vol. 3, No. 2, 2015
- Sunggiale Vina Mahardika, Isnaini Ila Ma’una, Zahrotun Islamiyah, dan Iqlima Nurjannah, Faktor-Faktor Penyebab Tinnginya Minat Generasi Milenial Indonesia Terhadap Pengguna Aplikasi Tiktok, *Jurnal Social Science Educational Research*, Vol. 2, No. 1, 2021
- Wati Susiawati, M.A., Jual Beli Dalam Konteks Kekinian, *jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 8, No. 2, 2017
- Umi Riyanti, “*Jual Beli Barter Dalam Perspektif Ek onomi Syariah*”, IAIN Palangkaraya, 2016

C. Perundang-undangan

- Peraturan pemerintah perdagangan (permendag), Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik.
- Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP)
- Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Dewan Syariah Nasional MUI, “*Fatwa DSN MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Murabahah*” Jakarta, 2000
- Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No: 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli Salam.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No: 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No: 06/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli Istishna’.

Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No: 28/DSN-MUI/III/2002 tentang Jual Beli *Sharf*

D. WibeSite

Anonim, “*TikTok*”, <https://id.wikipedia.org/>, Diakses pada 21 Desember 2021, pada pukul 12.15

Conney Stephanie, “*Apa Itu TikTok Shop dan Cara Menggunakannya*”, <https://tekno.kompas.com/read/2021/09/15/13260037/apa-itu-tiktok-shop-dan-cara-menggunakannya>, diakses pada 21 Desember 2021, pada pukul 11.19

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Pribadi

Nama : Rio Septiansyah Hasibuan
Nim : 2010200041
Tempat/Tanggal lahir : Padangsidempuan, 10 September 2001
Email/No. HP : riohasibuan100901@gmail.com/082163363016
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Anak ke : 2 (Kedua) dari 3 bersaudara
Alamat : Dusun Huta tunggal, Desa parsalakan, kec. Angkola Barat, kabupaten
Tapanuli selatan

Identitas Orang Tua

Nama : Mara Ganti Hasibuan
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Nur Habiba Harahap
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat : Dusun Huta tunggal, Desa parsalakan, kec. Angkola Barat, kabupaten
Tapanuli selatan

Riwayat Pendidikan

Tahun 2008-2014 : SD 100110 Huta Tunggal
Tahun 2014-2017 : SMP N 4 Padangsidempuan
Tahun 2017- 2020 : SMA S Kampus Padangsidempuan
Tahun 2020-Sekarang : UIN SYAHADA Padangsidempuan

Lampiran 1

**DAMPAK HUKUM TERHADAP PENUTUPAN *TIKTOK SHOP*
MELINDUNGI UMKM DITINJAU DALAM KOMPILASI
HUKUM EKONOMI SYARIAH**

Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Apa pendapat Anda tentang kebijakan penutupan TikTok Shop?
2. Apakah penutupan TikTok Shop memberikan dampak langsung terhadap usaha Anda? Jika ya, bagaimana bentuk dampaknya?
3. Setelah penutupan TikTok Shop, strategi apa yang Anda atau penjual lain gunakan untuk menjaga keberlangsungan usaha?
4. Apakah penutupan ini memengaruhi jumlah pelanggan atau penjualan Anda? Jika iya, sejauh apa dampaknya?
5. Apa dampak paling signifikan yang Anda rasakan sejak penutupan TikTok Shop?
6. Seberapa besar penutupan TikTok Shop memengaruhi omset atau penjualan usaha Anda?
7. Apakah penutupan ini membuat Anda kehilangan pelanggan atau kesulitan memperluas pasar?
8. Apakah Anda mengalami kesulitan mengelola stok barang akibat penurunan penjualan?

Lampiran 2

Dokumentasi Penelitian















KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733 Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website : fasih.uinsyahada.ac.id

Nomor : B-117/Un.28/D.4a/TL.00/11/2024
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : **Mohon Izin Melakukan Riset**

17 Nopember 2024

Yth, Kepala Dinas Koperasi, UKM, Perindag dan Pasar Kota Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb..

Dengan hormat, Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Rio Septiansyah Hasibuan
NIM : 2010200041
Fakultas/Prodi : Syariah dan Ilmu Hukum /Hukum Ekonomi Syariah
Alamat : Desa Parsalakan
No Telpn/HP : 082163363016

Adalah benar mahasiswa Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan penulisan Skripsi mahasiswa dengan judul Dampak Hukum Terhadap Penutupan Tik Tok Shop Dalam Melindungi UMKM Ditinjau Dari Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah".

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak untuk memberikan izin melakukan riset dan data informasi sesuai dengan maksud judul skripsi di atas.

Demikian kami sampaikan, atas Kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.



a.n Dekan
Kabag Tata Usaha,
H. Hwan Rojikin, S.Ag.
NIP 197202212000031004



**PEMERINTAH KOTA PADANGSIDIMPUAN
DINAS KOPERASI, USAHA KECIL DAN MENENGAH,
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN**

Jalan Letjend T. Rizal Nurdin Km 7 Pal IV – Pijorkoling Kode Pos 22733

Telepon/Faximile (0634) 4323020

[http : // www.padangsidimpunkota.go.id](http://www.padangsidimpunkota.go.id)

Email : d.perdagangan@padangsidimpunkota.go.id

Padangsidempuan, November 2024

Nomor : /2024
Sifat : Penting
Lampiran : -
Hal : Izin Riset

Yth. Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum
UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Kota Padangsidempuan
di
Padangsidempuan

Menindaklanjuti surat dari Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Nomor : B-1917/Un.28/D.4a/TL.00/11/2024 Tanggal 07 November 2024 Perihal Mohon Izin Melakukan Riset, dengan judul penelitian **“Dampak Hukum Terhadap Penutupan Tik Tok Shop dalam Melindungi UMKM Ditinjau dari Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah”** untuk keperluan Skripsi atas nama :

Nama : Rio Septiansyah Hasibuan
NIM : 2010200041
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Berkenaan dengan hal tersebut diatas, bersama ini kami memberikan persetujuan Izin Riset Mahasiswa tersebut diatas.

Demikian kami sampaikan, untuk dipergunakan seperlunya.

Plt. KEPALA DINAS KOPERASI, UKM
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
KOTA PADANGSIDIMPUAN,

GUSTOMY HAMONANGAN SIREGAR, S. Sos. MM
PEMBINA
NIP. 198108202003121003