

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP
REVISI PERMENDAG NOMOR 50 TAHUN 2020 MENJADI
PERMENDAG NOMOR 31 TAHUN 2023
(STUDI KASUS PELARANGAN JUAL BELI DI TIKTOK
SHOP)**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Hukum (S.H)

Oleh
LAZAR VALERIAN FP
NIM. 1817301021

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2024**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini, saya :

Nama : Lazar Valerian Fitriargo Putro

NIM : 1817301021

Jenjang : S-1

Jurusan : Ilmu Ilmu Syari'ah

Jurusan Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah

Fakultas : Syari'ah

Menyatakan Bahwa Naskah Skripsi berjudul **“TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP REVISI PERMENDAG NOMOR 50 TAHUN 2020 MENJADI PERMENDAG NOMOR 31 TAHUN 2023 (STUDI KASUS PELARANGAN JUAL BELI DI TIKTOK SHOP)”** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, bukan dibuatkan orang lain, bukan saudara, juga bukan terjemahan.

Hal-hal yang bukan karya saya yang dikutip dalam skripsi ini, diberi tanda citas dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Purwokerto, 22 Maret 2024

Saya yang menyatakan,



Lazar Valerian Fitriargo Putro
NIM. 1817301021

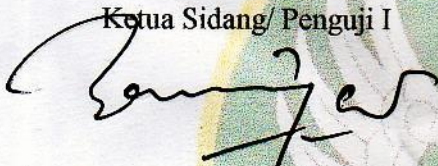
PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Revisi Permendag Nomor 50 Tahun 2020 Menjadi Permendag Nomor 31 Tahun 2023 (Studi Kasus Pelarangan Jual Beli di Tiktok Shop)

Yang disusun oleh **Lazar Valerian Fitriargo Putro (NIM. 1817301021)** Program Studi **Hukum Ekonomi Syariah**, Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada tanggal **03 April 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/ Penguji I



Dr. Bani Sarif Maula, LL.M, M.Ag.
NIP. 19750620 200112 1 003

Sekretaris Sidang/ Penguji II



Eva Mir'atun Niswah, M.H.
NIP. 19870110 201903 2 011

Pembimbing/ Penguji III



Agus Sunaryo M.S.I.
NIP. 19790428 200901 1 006

Purwokerto, 16 April 2024

Dekan Fakultas Syari'ah



Dr. H. Supani, S.Ag, M.A.
NIP. 19600705 200312 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Munaqosyah Skripsi
Sdr. Lazar Valerian FP

Lamp : 3 Eksemplar

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syariah
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuri
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi, maka melaluisurat ini saya sampaikan bahwa :

Nama : Lazar Valerian Fitriargo Putro
NIM : 1817301021
Jenjang : S-1
Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Syariah
Judul Skripsi : TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH
TERHADAP REVISI PERMENDAG 50 TAHUN
2020 MENJADI PERMENDAG 31 TAHUN 2023
(Studi Kasus Pelarangan Jual Beli di Tiktok Shop)

Sudah Dapat Diajukan Kepada Dekan Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Untuk di munaqosyahkan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H)

Demikian atas perhatian Bapak, saya mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alikum Wr. Wb.

Purwokerto, 22 Maret 2024
Dosen Pembimbing



Agus Sunaryo M.S.I

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP REVISI
PERMENDAG NOMOR 50 TAHUN 2020 MENJADI PERMENDAG
NOMOR 31 TAHUN 2023
(STUDI KASUS PELARANGAN JUAL BELI DI TIKTOK SHOP)**

ABSTRAK

**LAZAR VALERIAN FP
NIM. 1817301021**

Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah,
Universitas Islam Negeri Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto

Pemerintah resmi merevisi Permendag 50 Tahun 2020 menjadi Permendag 31 Tahun 2023. Salah satu poinnya adalah melarang media sosial melayani transaksi dan pembayaran di platformnya seperti *e-commerce*. Dalam aturan baru, *social commerce* diartikan sebagai penyelenggara media sosial yang menyediakan fitur, menu, dan atau fasilitas tertentu untuk pedagang bisa memasang penawaran barang dan atau jasa. Artinya platform tersebut hanya bisa mempromosikan barang dan jasa tanpa dapat melakukan transaksi. Dalam aplikasi tik-tok shop sendiri harga yang ditawarkan kepada pembeli benar-benar memhatikan harga pasar.

Penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*). Sedangkan Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan normatif, Pendekatan ini merupakan pendekatan yang hendak mengkaji hukum dalam konteks sosial. Dalam penelitian ini pendekatan normative digunakan untuk mengetahui terhadap Revisi Permendag 50 Tahun 2020 Menjadi Permendag 31 Tahun 2023. Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini ialah tentang Revisi Permendag 50 Tahun 2020 Menjadi Permendag 31 Tahun 2023. Berupa isi draft dari Permendag 31 Tahun 2023. Metode Pengumpulan data penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Metode analisis yang digunakan peneliti ialah metode induktif

Berdasarkan penjelasan dan pemaparan bahwa Pelarangan Permendagri No. 50 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik terhadap jual beli di tiktok *shop* perspektif hukum ekonomi syariah sduah sesuai dengan Hukum Ekonomi Syariah. Dalam aplikasi tik-tok shop sendiri harga yang ditawarkan kepada pembeli benar-benar memhatikan harga pasar. Dampak tersebut juga benar-benar dirasakan oleh penjual di Pasar Tanah Abang. Analisis dalam hukum Islam dikenal dengan jual beli dengan cara menghadang di jalan yang dikenal dengan nama jual beli *talāqi ruqbān*.

Kata Kunci: *Hukum Ekonomi Syariah, Tik-Tok Shop, Talāqi Ruqbān.*

MOTTO

“Kamu selalu melewati kegagalan dalam perjalanan menuju kesuksesan”



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin pertama-tama puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas selesainya skripsi ini. Showalat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya. Karya tulis ini, penulis persembahkan kepada orang-orang yang selalu membantu dan mendukung atas terselesainya karya tulis ilmiah ini.

1. Yang pertama tama kepada kedua orang tuaku Bapak Tri Hargo Wibowo dan Ibu Rohmi Fitriyati M. yang sudah selalu mendoakan hal hal yang baik mendoakan mendapatkan kelancaran dalam segala kegiatan selalu berusaha memberikan yang terbaik selalu mengedepankan anak anaknya, semoga selalu sehat kalian berdua, sesungguhnya ridho Allah adalah ridho orang tua.
2. Seluruh teman-teman mahasiswa Fakultas Syari'ah angkatan 2018, khususnya kepada kelas HES A 2018.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ṡa	Ṡ	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	Ḍal	Ḍ	Ze (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	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	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Ta' Marbūtah di akhir kata Bila dimatikan tulis *h*

مُرْعَةٌ	Ditulis	<i>Muz'ah</i>
الْقِيَامَةِ	Ditulis	<i>Al-Qiyāmah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

C. Vokal Pendek

--َ---	Fathah	Ditulis	A
--ِ---	Kasrah	Ditulis	I
--ُ---	D'ammah	Ditulis	U

D. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	<i>ā</i>
	الْقِيَامَةِ	Ditulis	<i>Al-Qiyāmah</i>
2.	Kasrah + ya'mati	Ditulis	<i>ī</i>
	سَبِيلِ اللَّهِ	Ditulis	<i>Sabīlillāhi</i>
3.	D'ammah + waw mati	Ditulis	<i>ū</i>
	لَا يَسْتَعْلُونَ	Ditulis	<i>Lā Yasalūna</i>

E. Vokal Rangkap

1.	Fatḥah + ya' mati	Ditulis	Ayat
	خَيْرٍ	Ditulis	<i>Khayrin</i>

F. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

الْقِيَامَةِ	Ditulis	<i>Al-Qiyāmah</i>
--------------	---------	-------------------

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan *l* (el) nya.

النَّاسِ	Ditulis	<i>An-Nāsa</i>
----------	---------	----------------

G. Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

سَبِيلِ اللَّهِ	Ditulis	<i>Sabīlillāhi</i>
-----------------	---------	--------------------

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Revisi Permendag Nomor 50 Tahun 2020 Menjadi Permendag Nomor 31 Tahun 2023 (Studi Kasus Pelarangan Jual Beli di Tiktok *Shop*)”. Sholawat dan salam tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi Agung Muhammad SAW sebagai suri tauladan terbaik bagi umatnya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) Program Studi Hukum Keluarga Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dari berbagai pihak maka skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu selama penulisan skripsi ini. Ucapan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M. Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. H. Supani, M.A, selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. H. M. Iqbal Juliansyahzen, M.H. selaku Wakil Dekan I Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Dr. Marwadi, M.Ag., selaku Wakil Dekan II Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto

5. Dr. Hariyanto, M.Hum., M.Pd., selaku Wakil Dekan III Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Muh. Bachrul Ulum, M.H., selaku Kajur Ilmu-Ilmu Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Muhammad Fuad Zain, M.Sy., selaku Sekjur Ilmu-Ilmu Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto..
8. Arini Rufaida, M.H.I., selaku Koordinator Prodi HKI Universitas Islam Negeri K.H. Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Bapak Agus Sunaryo M.S.I., selaku dosen Pembimbing Skripsi. Terima kasih atas bimbingan serta arahnya dalam penulisan skripsi.
10. Seluruh Dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
11. Kepada kedua orang tuaku Bapak Tri Hargo Wibowo dan Ibu Rohmi Fitriyati M. yang sudah selalu mendoakan hal hal yang baik mendoakan mendapatkan kelancaran dalam segala kegiatan selalu berusaha memberikan yang terbaik selalu mengedepankan anak anaknya, semoga selalu sehat kalian berdua, sesungguhnya ridho Allah adalah ridho orang tua.
12. Seluruh teman-teman mahasiswa Fakultas Syari'ah angkatan 2018, khususnya kepada kelas HES A 2018.

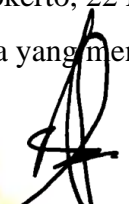
Semoga bantuan dan kebaikan dalam bentuk apapun dalam proses penyusunan skripsi ini menjadi ibadah dan tentunya mendapat balasan kebaikan dari Allah SWT. Akhirnya, hanya kepada Allah SWT penulis serahkan segalanya

semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan berbagai pihak.

Kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan.

Purwokerto, 22 Maret 2024

Saya yang menyatakan,


Lazar Valerian FP
NIM. 1817301021



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	11
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian	13
E. Manfaat Penelitian	13
F. Kajian Pustaka	14
G. Metode Penelitian	18
H. Sistematika Pembahasan	21

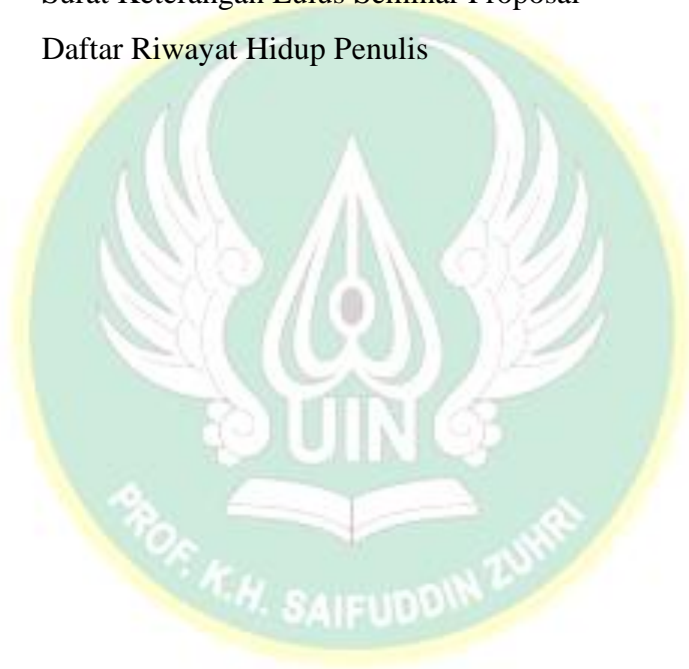
BAB II	KONSEP JUAL BELI DALAM HUKUM ISLAM DAN <i>SOCIAL E-COMMERCE</i>	23
	A. Jual Beli Dalam Hukum Islam	23
	1. Pengertian dan Dasar Hukum Jual Beli	23
	2. Rukun dan Syarat	26
	3. Macam-Macam Jual Beli	28
	B. <i>Social E-Commerce</i> dan Jual Beli Online	31
	1. Definisi <i>Social E-Commerce</i>	31
	2. Fungsi <i>Social E-Commerce</i>	32
	3. Faktor-faktor yang Mempengaruh Pembeli Memilih Platform <i>E-commerce</i>	36
	4. Perkembangan <i>Social E-Commerce</i> di Indonesia	38
	5. Jual Beli Online	40
BAB III	REVISI PERMENDAG NO 50 TAHUN 2020 DAN LARANGAN JUAL BELI MELALUI <i>E-COMMERCE</i>	46
	A. Regulasi Perdagangan Elektronik di Republik Indonesia	46
	B. Peraturan <i>Social E-Commerce</i> yang di Indonesia	50
	C. Tinjauan Yuridis Permendag No 31 Tahun 2023 Tentang Larangan Jual Beli Melalui <i>E-Commerce</i>	52
	D. Dampak Permendag No 31 Tahun 2023 Tentang Larangan Jual Beli Melalui <i>E-Commerce</i>	54
	E. Tik- Tok Shop	57

BAB IV	TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP REVISI PERMENDAG 50 TAHUN 2020 MENJADI PERMENDAG 31 TAHUN 2023	60
A.	Isi dari PERMENDAG Nomor 31 Tahun 2023 dalam Konteks Politik Hukum di Indonesia	60
B.	Pandangan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Revisi Permendag	66
C.	Metodologi Analisis Perbandingan Antara Tik Tok Shop dan <i>Talāqi Ruqbān</i>	71
BAB V	PENUTUP.....	76
A.	Kesimpulan	76
B.	Saran	77
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Sertifikat KKN
- Lampiran 2. Sertifikat PPL
- Lampiran 3. Sertifikat Aplikasi Komputer
- Lampiran 4. Sertifikat Bahasa Arab
- Lampiran 5. Sertifikat Bahasa Inggris
- Lampiran 6. Sertifikat BTA / PPI
- Lampiran 7. Surat Keterangan Lulus Seminar Komprehensif
- Lampiran 8. Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
- Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup Penulis



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tanah Abang merupakan sebuah wilayah yang berada di kawasan Jakarta Pusat yang menjual pakaian berbahan tekstil dan menjadi pasar terbesar di Asia Tenggara.¹ Karena terletak di Jakarta banyak sekali orang yang berdatangan dari luar daerah untuk melakukan jual beli di pasar Tanah Abang. Jakarta merupakan kota metropolitan sekaligus kota impian para perantau. Karena sebagai pusat pemerintahan, politik, ekonomi, pendidikan, dan bidang kemiliteran menyebabkan Jakarta sebagai tempat dengan penduduk yang sangat beragam. Sebagian besar kelompok etnik yang berada di Indonesia terwakili di kota ini.

Pasar memiliki peranan penting terhadap perekonomian masyarakat khususnya di Ibu Kota Jakarta. Pasar dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu pasar tradisional dan pasar modern, keduanya merupakan bagian penting dari kehidupan masyarakat di perkotaan. Keberadaan kedua jenis pasar ini tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Pasar merupakan lokasi di mana terjadi transaksi jual-beli antara produsen atau penjual dengan konsumen atau pembeli. Transaksi ini umumnya terjadi baik di pasar tradisional maupun di pusat perbelanjaan modern seperti mal, yang dirancang khusus untuk kegiatan

¹ Muhammad Yani, "Kini Mencekam, Begini Sejarah Terbentuknya Pasar Tanah Abang", dalam website merahputih.com. di akses pada tanggal 26 September 2022. Pada jam 11:33 WIB.

jual-beli. Pasar juga merupakan tempat di mana proses interaksi antara pedagang dengan pembeli secara tatap muka.

Tanah abang sebagai pusat perbelanjaan pasar tekstil dan berbagai jenis pakaian sudah terkenal sejak lama hingga ke dunia internasional sekalipun dikarenakan Tanah Abang dikategorikan sebagai pusat grosir terbesar di Asia Tenggara. Tanah Abang acap kali digunakan sebagai tempat kunjungan orang-orang penting seluruh dunia saat berkunjung ke Indonesia. Hal ini dilakukan Presiden Indonesia Joko Widodo dikarenakan Tanah Abang tempat pemasok keuangan terbesar di Jakarta dan juga dilakukan agar menunjukkan tolak ukur pertumbuhan ekonomi nasional yang dari berbagai pedagang besar kecil bahkan ke pedagang kaki lima. Selain itu Tanah Abang dikatakan sebagai penguat ekonomi di Indonesia oleh mantan wakil presiden Jusuf Kala.²

Pengunjung dari pasar Tanah Abang sendiri tidak hanya dari Jakarta dan pinggiran kota Jakarta, dari Sabang hingga Marauke tetapi dari seluruh mancanegara terutama wilayah Asia juga memilih berbelanja di Pasar Tanah Abang ini misalnya seperti masyarakat Mindanau, Filipina Selatan, Arab, India, Malaysia, Singapura dan lain-lain. Tidak jarang saat mengunjungi Pasar Tanah Abang banyak pembeli yang berbahasa Asing.³

Pasar Tanah Abang terkenal sebagai pusat grosir tekstil dan produk tekstil (TPT) yang memasok barang ke berbagai daerah di Indonesia dan

² Rahmat Nur Hakim, "Pasar Tanah Abang, Digadang-gadang Kekuatan Ekonomi", dalam website www.kompas.com, diakses pada tanggal 28 November 2022, pada jam 10.45 WIB.

³ Laras Tri Syukriah, *Sejarah Pasar Tanah Abang Sebagai Pusat Grosir Terbesar di Indonesia*, dalam *skripsi*, 2019.

pernah dianggap sebagai pusat perbelanjaan terbesar di Asia Tenggara. Namun, saat ini pasar ini mengalami penurunan aktivitas yang signifikan. Banyak toko di Tanah Abang dilaporkan tutup, terutama di lantai 3A hingga lantai 5 blok B dan blok A, yang sekarang sepi dan gelap karena kepergian penyewa. Kehidupan di Tanah Abang terlihat sangat sepi, dengan sedikitnya aktivitas pembeli yang berbeda dari masa lalu yang penuh keramaian. Pasar Tanah Abang terutama diidentikan dengan penjual grosir yang mengirimkan barang ke seluruh Indonesia, bahkan ke luar negeri, dan kebanyakan pelanggannya adalah pedagang yang mencari barang berkualitas dengan harga murah.

Ketua umum asosiasi pengelola pusat belanja Indonesia (APPBI) Alphonuz Widjaja mengatakan, “Saat ini, pedagang di Tanah Abang ini bersaing dengan seluruh dunia, karena online. Pedagang yang tadinya notabene dapat penawaran dari seluruh dunia, kini pun bersaing dengan seluruh dunia,” tuturnya. “Sekarang, dengan online, semua bisa ditembus. Artinya, pembeli dari Aceh-Papua tak perlu lagi ke Tanah Abang. Duduk di rumah, masing-masing menawarkan produknya dari seluruh dunia dari rumah. Karena begitu terbukanya dengan online tadi,” kata Alphonuz.⁴

Peneliti memang menjadikan tanah abang sebagai acuan dalam penelitian ini karena tanah abang merupakan pasar terbesar yang ada di Asia dengan harga yang sudah grosiran dan barang-barangnya berasal dari luar negeri. Pasar tanah abang sebagai tempat perdagangan terbesar di Asia

⁴ “Rahasia Akhirnya Terbongkar, Pemicu Tanah Abang Sepi Parah”. Diakses pada hari minggu tanggal 01 Oktober 2023 Pukul 21:13, <https://www.cnbcindonesia.com>.

Tenggara. Semua barang-barang impor berupa pakaian dan alat-alat rumah tangga lainnya dijual di tanah abang. Pasar Tanah Abang merupakan acuan perdagangan grosiran yang ada di Indonesia. Bahkan, pasar tanah abang menjadi supplier di berbagai pasar-pasar yang ada di Indonesia. Sehingga peneliti meniti beratkan kepada pasar tanah abang yang merupakan tanslater perdagangan yang ada di Indonesia. Serta beberapa bulan belakangan sering terjadi kegaduhan dari beberapa pedagang di Pasar Tanah Abang yang mengeluhkan bahwa dagangannya sepi dikarenakan adanya tik-tok *shop* yang menurunkan harga secara berlebihan atau dengan kata lain mematikan harga pasar di tanah abang. Seperti halnya Keluhan serupa juga dilontarkan oleh karyawan Toko Jaya Makmur. Dia mencontohkan, harga gamis yang dijual di tokonya sebesar Rp 95.000 sedangkan barang yang sama dijual seharga Rp 50.000 di TikTok *Shop*.⁵

Dengan hadirnya *platform* Tik-Tok *Shop* beberapa tahun belakangan ini membuat kios-kios dagangan yang ada di Pasar Tanah Abang sepi pembeli. Pembeli lebih suka membeli barang melalui di Platform Tik-Tok. Di sisi lain lebih praktis dan para pembeli tidak perlu capek-capek pergi ke Pasar Tanah Abang untuk melakukan transaksi jual beli. Sekarang orang-orang lebih mudah melakukan transaksi jual beli melalui Platform Tik-Tok *Shop* dimanapun dan kapanpun. Pada dasarnya awal mula berdirinya Tik Tok merupakan platform media sosial, bukan merupakan *e-commerce*. Tetapi

⁵ Isna Rifka Sri Rahayu, Sakina Rakhma Diah Setiawan, "Pedagang Tanah Abang Keluhkan Harga di TikTok Shop Jauh Lebih Murah, Ini Kata Mendag", Diakses pada hari Jumat tanggal 12 April 2024 Pukul 19:34. <https://money.kompas.com>.

lambat laun ada beberap fitur baru dalam Tik Tok sehingga Tik Tok digunakan untuk transaksi jual beli yaitu fitur Tik Tok *Shop*.

Pada tanggal 17 April 2021, aplikasi TikTok secara resmi memperkenalkan fitur baru yang disebut TikTok *Shop* di Indonesia. Fitur ini merupakan inovasi social commerce yang bertujuan untuk memfasilitasi interaksi antara penjual, pembeli, dan kreator, sehingga memberikan pengalaman berbelanja yang lancar, menyenangkan, dan nyaman. TikTok *Shop* memberikan peluang bagi merek dan penjual untuk mengembangkan bisnis mereka melalui penyebaran konten video pendek dan menggunakan fitur *live shopping* di akun TikTok bisnis mereka sendiri atau bekerja sama dengan kreator. Dengan adanya fitur ini, TikTok juga dapat terus memenuhi misinya untuk menyebarkan kebahagiaan kepada pengguna. Dalam peluncurannya, TikTok mengadakan program *live shopping* dengan artis Nagita Slavina sebagai pembawa acara. Nagita memperlihatkan berbagai produk, mulai dari perlengkapan kecantikan hingga alat elektronik, disertai dengan berbagai promo menarik. *Livestream* ini diterima dengan antusiasme dan berhasil mendapatkan lebih dari 1,4 juta penonton.⁶

Pemerintah telah secara resmi merevisi Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 menjadi Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023. Salah satu perubahan yang diatur adalah larangan bagi media sosial untuk menyediakan layanan transaksi dan pembayaran di platformnya, seperti yang dilakukan oleh e-commerce. Dalam peraturan baru ini, social

⁶ Ayu Puspa Kinanti, "TikTok Luncurkan TikTok Shop, Apa Sih Itu?", Diakses pada hari minggu tanggal 01 Oktober 2023 Pukul 21:13, <https://campusdigital.id>.

commerce dijelaskan sebagai penyelenggara media sosial yang menyediakan fitur, menu, dan/atau fasilitas tertentu agar pedagang dapat memasang penawaran barang dan/atau jasa. Artinya, platform tersebut hanya dapat digunakan untuk mempromosikan barang dan jasa tanpa memungkinkan dilakukannya transaksi. Menteri Perdagangan, Zulkifli Hasan, menyatakan bahwa pedagang memiliki opsi untuk beralih ke platform e-commerce lain. Meskipun demikian, platform social commerce seperti TikTok masih dapat digunakan oleh pedagang asalkan tidak digunakan untuk melakukan transaksi. “Ya itu mereka tinggal pindah saja, online ada, *e-commerce* ada, kenapa susah,” ujar Zulhas saat konferensi pers, Rabu (27/9/2023).⁷

Presiden RI Joko Widodo (Jokowi) memberikan arahan langsung soal pelarangan ini dalam rapat terbatas (ratas) yang digelar Senin (25/9) kemarin. Menteri Perdagangan (Mendag) Zulkifli Hasan mengatakan revisi Permendag 50 Tahun 2020 ditandatangani sore kemarin. Pengumuman resminya akan digelar pada hari ini, Selasa (26/9/2023). Zulkifli menjelaskan, media sosial hanya boleh melakukan promosi barang atau jasa. Platform media sosial dilarang menyediakan fasilitas pembayaran dan transaksi jual-beli di dalam aplikasi. “Tidak boleh transaksi langsung bayar langsung, tidak boleh lagi. Dia hanya untuk promosi seperti TV, tapi TV kan enggak bisa terima uang, kan dia semacam platform digital. Tugasnya mempromosikan,” kata dia. Salah satu platform media sosial yang

⁷ Novina Putri Bestari (CNBC Indonesia), “Begini Nasib Pedagang Setelah TikTok Shop Tutup”, Diakses pada hari minggu tanggal 01 Oktober 2023 Pukul 21:13, <https://www.cnbcindonesia.com>.

menyisipkan fitur perdagangan online adalah TikTok. Pengguna bisa melakukan transaksi jual-beli via TikTok *Shop*.⁸

Juru bicara TikTok Indonesia menyatakan bahwa pihaknya telah menerima banyak keluhan dari penjual lokal sehubungan dengan pengumuman peraturan baru. Mereka mengungkapkan bahwa para penjual meminta kejelasan mengenai implikasi peraturan tersebut. "Sejak pengumuman tersebut, kami telah menerima sejumlah keluhan dari penjual lokal yang meminta klarifikasi tentang peraturan baru ini," ujar jurubicara TikTok Indonesia dalam pernyataannya kepada CNBC Indonesia pada Senin (25/9). TikTok Indonesia menegaskan komitmennya untuk mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku di Indonesia. Namun demikian, mereka juga berharap agar pemerintah mempertimbangkan dampaknya terhadap jutaan penjual lokal dan kreator afiliasi yang menggunakan TikTok *Shop*. "Kami akan mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku di Indonesia, namun kami juga berharap agar pemerintah mempertimbangkan dampaknya terhadap keberlangsungan hidup sekitar 6 juta penjual lokal dan hampir 7 juta kreator afiliasi yang menggunakan TikTok *Shop*," jelas jurubicara TikTok Indonesia.⁹

Dalam hal banyak pihak kreator *affiliate* yang terdampak atas adanya aturan Permendag 31 Tahun 2023. Maka, secara tidak langsung mematikan jalur rejeki orang yang sudah dibangun beberapa tahun ini. Kebijakan menteri

⁸ Redaksi, CNBC Indonesia, "Nasib TikTok Shop Usai Jokowi Larang Medsos Jadi Ecommerce", Diakses pada hari minggu tanggal 01 Oktober 2023 Pukul 21:13 WIB, <https://www.cnbcindonesia.com>.

⁹ Redaksi, CNBC Indonesia, "Nasib TikTok Shop Usai Jokowi Larang Medsos Jadi Ecommerce", Diakses pada hari minggu tanggal 01 Oktober 2023 Pukul 21:13, <https://www.cnbcindonesia.com>.

perdagangan ini telah disahkan oleh bapak Presiden Joko Widodo. Revisi undang-undang Permendag 50 Tahun 2020 menjadi Permendag 31 Tahun 2023 menyusul dengan banyaknya pedagang di Pasar Tanah Abang yang mengeluh karena dagangannya sepi pembeli. Pembeli lebih memilih berbelanja di Tik Tok *Shop*. Kemudian hadirlah undang-undang Permendag nomor 31 Tahun 2023. Yang sebelumnya Tik Tok sendiri sudah memiliki izin *e-commerce*. Semua aplikasi/ platform media sosial tidak boleh adanya transaksi disana. Karena pada awal mula kehadiran Tik Tok merupakan aplikasi media sosial yang hanya menyuguhkan video-video konten kreator.

Adapun pasal yang menyebutkan tentang pelarangan Tik Tok *Shop* yang merupakan salah satu dari pelaku usaha penyedia sarana komunikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi perdagangan terdapat di pasal 20 dan 21 ayat (2) yang berbunyi:

Setiap PMSE yang bersifat lintas negara wajib memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai ekspor atau impor dan peraturan perundang-undangan di bidang informasi dan transaksi elektronik.¹⁰

PMSE adalah aturan perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian dan prosedur elektronik.

Kemudian dijelaskan pasal 21 ayat (2) tentang aturan terbaru bagi *platform* media sosial yaitu sebagai berikut:

¹⁰ Permendag nomor 31 tahun 2023 Pasal 20 ayat (2).

1. Dalam melakukan PMSE, Pelaku Usaha wajib memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang Perizinan Berusaha, bukti pemenuhan standar atau persyaratan teknis Barang dan/atau Jasa yang diwajibkan, dan Barang dan/atau Jasa yang dilarang dan/atau dibatasi perdagangannya, distribusi Barang, dan perpajakan.
2. PPMSE dengan model bisnis Lokapasar (*Marketplace*) dan/atau *Social-Commerce* dilarang bertindak sebagai produsen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang distribusi Barang.
3. PPMSE dengan model bisnis *Social-Commerce* dilarang memfasilitasi transaksi pembayaran pada Sistem Elektroniknya.¹¹

Dalam aplikasi tik-tok *shop* sendiri harga yang ditawarkan kepada pembeli benar-benar mematkan harga pasar. Dampak tersebut juga benar-benar dirasakan oleh penjual di Pasar Tanah Abang. Dalam kasus ini memang apa yang telah dilakukan oleh pemerintah telah sesuai dengan analisa awal dalam hukum Islam. Dalam hukum Islam dikenal dengan jual beli dengan cara menghadang dijalan yang dikenal dengan nama jual beli *talāqi ar-ruqbān*. Ada hal yang sangat penting dalam transaksi jual beli yaitu permasalahan harga.¹² Dalam teori ekonomi, harga ditetapkan berdasarkan biaya pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati. Ketika terjadi penawaran dengan sistem yang berbeda, seperti jual beli langsung antara pembeli dan penjual dengan harga yang diketahui, atau dengan harga yang tidak diketahui, serta penjual

¹¹ Permendag nomor 31 tahun 2023 Pasal 21 ayat (2).

¹² Mankiw, Gregory. N, *Pengantar Ekonomi Mikro Edisi 3* (Diterjemahkan dari buku aslinya yang berjudul "Principles of Economics 3rd Edition", oleh : Chriswan Sungkono), (Jakarta: Salemba Empat, Cetakan III, 2006), hlm. 92

yang mencari pembeli secara langsung di pasar, perbedaan harga tersebut umumnya tidak dianggap sebagai masalah dalam konteks sosiologis dan ekonomi. Namun, dalam perspektif teologis, terutama dalam ajaran Islam, perbedaan harga tersebut dianggap sebagai masalah. Hal ini karena dalam Islam, terdapat larangan dari Rasulullah Saw terhadap praktik penawaran dengan dua harga atau jenis penjualan yang berbeda dalam satu transaksi. Tetapi disisi lain pemerintah juga memutus penghasilan dari *affiliate* yang sudah beberapa tahun mendapatkan penghasilan dengan cara mempromosikan produk, kemudian menjualnya di aplikasi Tik Tok.

Maka dari itu peneliti ingin meneliti lebih lanjut terhadap implikasi terhadap Permendag Nomor 31 Tahun 2023 terhadap *creator affiliate* yang sudah beberapa tahun mendapatkan penghasilan dengan cara mempromosikan produk, kemudian menjualnya di aplikasi Tik Tok. Ada beberapa pihak yang tidak setuju terhadap aturan yang dirubah oleh menteri Perdagangan Zulkufli Hasan. Peneliti ingin meneliti lebih dalam terhadap aturan permendag nomor 31 Tahun 2023 menurut hukum Islam. Maka peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut kedalam penelitian dengan mengangkat permasalahan mengenai **Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap revisi Permendag Nomor 50 Tahun 2020 menjadi Permendag Nomor 31 Tahun 2023 (Studi Kasus Pelarangan Jual Beli di Tiktok Shop).**

B. Definisi Operasional

1. Hukum Ekonomi Syariah

Hukum Ekonomi Syari'ah merupakan salah satu cabang ilmu hukum Islam yang mengatur tentang hubungan manusia dengan manusia lain guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Serta ilmu yang mempelajari terhadap permasalahan ekonomi dengan hukum-hukum syara' yang berlaku, dasar hukum-hukum syara' yang berlaku yakni al-Qur'an dan Sunnah nabi.¹³ Dalam hal ini peneliti ingin mengkaji lebih dalam terkait dengan revisi Permendag Nomor 50 Tahun 2020 menjadi Permendag Nomor 31 Tahun 2023 tentang Pelarangan Jual Beli di Tiktok Shop menurut Hukum Ekonomi Syariah.

2. Permendag 31 Tahun 2023

Permendag ini mengatur tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik dengan menetapkan batasan istilah yang digunakan dalam pengaturannya. Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) adalah Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. Pelaku Usaha terdiri atas Pelaku Usaha Dalam negeri dan Pelaku Usaha Luar Negeri.¹⁴ Salah satu poinnya adalah di pasal 20 dan 21 ayat (2) tentang pelarangan media sosial sekarang menyediakan layanan transaksi dan pembayaran di platformnya, mirip

¹³ Atang Abd. Hakim, *Fiqh Perbankan Syari'ah, Transformasi Fiqih Muamalah ke Dalam Perundang-undangan Indonesia* (Bandung: Refika Aditama, 2011), hlm. 139.

¹⁴ Peraturan Menteri Perdagangan, "Permendag Nomor 31 Tahun 2023", Diakses pada hari minggu tanggal 03 Oktober 2023 Pukul 21:02, <https://peraturan.bpk.go.id>.

dengan *e-commerce*. Dalam peraturan baru, *social commerce* dijelaskan sebagai penyedia layanan media sosial yang memungkinkan pedagang untuk menampilkan penawaran barang dan jasa melalui fitur, menu, dan fasilitas tertentu. Dengan kata lain, platform tersebut hanya dapat digunakan untuk mempromosikan barang dan jasa tanpa kemampuan untuk melakukan transaksi langsung.¹⁵

3. Tiktok Shop

Pada tanggal 17 April 2021, aplikasi TikTok di Indonesia mengumumkan peluncuran fitur baru yang dikenal sebagai TikTok Shop. Fitur ini merupakan suatu bentuk *social commerce* yang inovatif yang bertujuan untuk mencapai berbagai pihak, termasuk penjual, pembeli, dan kreator, dengan menyediakan pengalaman berbelanja yang mudah, menghibur, dan nyaman. TikTok Shop memberikan peluang kepada merek dan penjual untuk mengembangkan bisnis mereka melalui penyebaran konten video pendek dan fasilitas belanja langsung (*live shopping*) di akun TikTok bisnis mereka atau melalui kerja sama dengan para kreator.¹⁶

C. Rumusan Masalah

Dalam uraian latar belakang masalah diatas agar penelitian lebih spesifik maka diambil pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana aturan Permendagri No. 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam

¹⁵ Novina Putri Bestari (CNBC Indonesia), “Begini Nasib Pedagang Setelah TikTok Shop Tutup”, Diakses pada hari minggu tanggal 01 Oktober 2023 Pukul 21:13, <https://www.cnbcindonesia.com>.

¹⁶ Ayu Puspa Kinanti, “TikTok Luncurkan TikTok Shop, Apa Sih Itu?”, Diakses pada hari minggu tanggal 01 Oktober 2023 Pukul 21:13, <https://campusdigital.id>.

Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang melarang jual beli di tiktok *shop*?

2. Bagaimana pelarangan Permendagri No. 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik terhadap jual beli di tiktok *shop* perspektif hukum ekonomi syariah?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui aturan dilarangnya jual beli di tiktok *shop* dalam Permendagri No. 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
2. Untuk mengetahui pandangan hukum ekonomi syariah terhadap pelarangan jual beli di tiktok *shop* atas aturan Permendagri No. 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

E. Manfaat Penelitian

1. Untuk menambah wawasan dan memperluas ilmu dalam bidang yang terfokus berhubungan dengan praktik jual beli di tiktok *shop*.
2. Untuk memberikan manfaat bagi para pelajar atau mahasiswa yang ingin menjadikan hasil penelitian ini sebagai sebuah kajian atau sumber bacaan dalam Upaya mengembangkan khasanah keilmuan.

F. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka merupakan telaah yang telah dilakukan oleh penelitian terhadap objek penelitian yang sedang dikaji. Kajian Pustaka memuat karya tulis ilmiah berupa jurnal, buku, skripsi ataupun tesis ataupun hasil-hasil penelitian terdahulu yang yang ditelaah.

Maka, peneliti telah menelaah terhadap judul skripsi ini, Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap revisi Permendag Nomor 50 Tahun 2020 menjadi Permendag Nomor 31 Tahun 2023 (Studi Kasus Pelarangan Jual Beli di Tiktok *Shop*). Memang sudah banyak penelitian yang membahas tentang Tik Tok *Shop*, tetapi objek penelitian dalam skripsi ini membahas tentang revisi Permendag Nomor 50 Tahun 2020 menjadi Permendag Nomor 31 Tahun 2023 tentang Pelarangan Jual Beli di Tiktok *Shop*. Maka, ada kemiripan tema dalam penelitian lomba burung memang sudah ada. Antara lain:

Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
Erica Sri Harianti	Pengaruh Content Marketing Dan Social Media Influencer Pada Tik Tok Terhadap Keputusan Pembelian produk Prettywell	Sama-sama membahas tentang aplikasi Platform Tik Tok <i>Shop</i> .	Perbedaan yang sangat mencolok terhadap isi dalam skripsian. Dalam skripsi yang dibuat oleh Erica Sri Harianti membahas tentang pengaruh <i>Influencer Tik Tok</i> dalam pembelian Produk di Aplikasi Tik Tok <i>Shop</i> . Skripsi ini hadir di awal-awal

	Kota Kediri		adanya fitur Tik Tok <i>Shop</i> . Sedang dalam penelitian ini, peneliti lebih meniti beratkan pada revisi Permendag nomor 31 tahun 2023 tentang pelarangan aplikasi media sosial untuk transaksi jual beli.
Lailatul Fitria	Dampak <i>E-Commerce</i> Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah 2018 Iain Kediri	Sama-sama membahas tentang aplikasi <i>Platform</i> Tik Tok Shop.	Skripsi yang dibuat oleh lailatul Fitri membahas tentang Dampak perilaku konsumtif akibat adanya <i>E-commerce</i> Tik Tok <i>Shop</i> pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah di IAIN Kediri. Sedang dalam penelitian ini, peneliti lebih meniti beratkan pada revisi Permendag nomor 31 tahun 2023 tentang pelarangan aplikasi media sosial untuk transaksi jual beli.
Muhammad Syaiful Anwar	Pengaruh Diskon Harga, Endorsement, Dan Viral Marketing	Sama-sama membahas tentang aplikasi <i>Platform</i> Tik Tok Shop.	Skripsi yang dibuat oleh Muhammad Saiful Anwar membahas tentang Pengaruh Diskon Harga, Endorsement,

	Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Kasus: Mahasiswa UIN Walisongo Semarang Angkatan 2015-2021)		Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop bagi Mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Sedang dalam penelitian ini, peneliti lebih meniti beratkan pada revisi Permendag nomor 31 tahun 2023 tentang pelarangan aplikasi media sosial untuk transaksi jual beli.
--	--	--	--

Erica Sri Harianti, Pengaruh Content Marketing Dan Social Media Influencer Pada Tik Tok Terhadap Keputusan Pembelian produk Prettywell Kota Kediri. Skripsi yang dibuat oleh Erica Sri Harianti membahas tentang pengaruh *Influencer Tik Tok* dalam pembelian Produk di Aplikasi Tik Tok *Shop*. Skripsi ini hadir di awal-awal adanya fitur Tik Tok *Shop*. Hasil penelitian yaitu content marketing berpengaruh secara positif dan signifikan pada keputusan pembelian dengan nilai signifikansi t sebesar 0,035 serta nilai t hitung sebesar 2,217. Social media influencer juga memiliki pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian dengan signifikansi t sebesar 0,044 serta nilai t hitung sebesar 2,108. Content marketing dan social media

influencer secara simultan memiliki pengaruh signifikan pada keputusan pembelian dengan nilai signifikansi f sebesar 0,031.¹⁷

Lailatul Fitria, Dampak *E-Commerce* Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah 2018 Iain Kediri. Skripsi yang dibuat oleh lailatul Fitri membahas tentang Dampak perilaku konsumtif akibat adanya *E-commerce* Tik Tok *Shop* pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah di IAIN Kediri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa program studi Ekonomi Syariah angkatan 2018 cenderung menggunakan *E-commerce* TikTok *Shop* tidak hanya untuk berbelanja secara online, tetapi juga sering melakukan pembelian di platform tersebut. Mereka menyatakan bahwa mereka tertarik bahkan beralih ke belanja online menggunakan TikTok *Shop* karena kemudahan, keunggulan, dan fitur lengkap yang ditawarkan oleh TikTok. Menurut mereka, perilaku konsumtif sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari dan dalam penggunaan *E-commerce*, seperti dorongan untuk memenuhi keinginan yang berlebihan, mengikuti tren yang sedang populer, mengumpulkan dan menilai produk, serta berbelanja karena adanya penawaran menarik seperti promo, diskon, gratis pengiriman, dan kemudahan lainnya. Namun, penggunaan *E-commerce* TikTok *Shop* dengan perilaku konsumtif ini juga memiliki dampak negatif, seperti pembelian barang yang tidak produktif, kurangnya rasa puas, penggunaan barang hanya untuk

¹⁷ Erica Sri Harianti, "Pengaruh Content Marketing Dan Social Media Influencer Pada Tik Tok Terhadap Keputusan Pembelian produk Prettywell Kota Kediri", Skripsi *tidak diterbitkan*, (Kediri: FEB UIN Nusantara PGRI Kediri, 2022), Hlm. 64.

kepuasan sesaat tanpa memikirkan kebutuhan di masa depan, dan pola hidup yang boros.¹⁸

Muhammad Syaiful Anwar, Pengaruh Diskon Harga, Endorsement, Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok *Shop* (Studi Kasus: Mahasiswa UIN Walisongo Semarang Angkatan 2015-2021). Skripsi yang dibuat oleh Muhammad Saiful Anwar membahas tentang Pengaruh Diskon Harga, Endorsement, Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok *Shop* bagi Mahasiswa UIN Walisongo Semarang.¹⁹

G. Metode Penelitian

Agar sebuah penelitian ilmiah terarah dan sistematis. Maka, perlu adanya metode dalam memperoleh data-data dalam penelitian.²⁰ Jadi, metode peneliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian literatur atau kepustakaan. Jenis penelitian ialah penelitian kepustakaan (*library research*), sebab data maupun bahan yang dibutuhkan untuk menyempurnakan penelitian ini bersumber melauai perpustakaan meliputi jurnal, dokumen, buku, artikel, dan lain sebagainya.²¹ Penelitian kepustakaan (*library research*) yang digunakan oleh peneliti tentang Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah

¹⁸ Lailatul Fitria, "Dampak *E-Commerce* Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah 2018 Iain Kediri", Skripsi *tidak diterbitkan*, (Kediri: IAIN Kediri, 2022), Hlm. 63.

¹⁹ Muhammad Syaiful Anwar, "Pengaruh Diskon Harga, Endorsement, Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Kasus: Mahasiswa Uin Walisongo Semarang Angkatan 2015-2021)", Skripsi *tidak diterbitkan* (Semarang: UIN Walisongo, 2022), Hlm. 56.

²⁰ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 63

²¹ Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), hlm.

Terhadap Revisi Permendag Nomor 50 Tahun 2020 Menjadi Permendag Nomor 31 Tahun 2023 mengenai pelarangan Tik Tok *Shop*.

Adapun sifat dari penelitian ini yakni penelitian kualitatif, penelitian kualitatif yakni penelitian dengan teknik mewujudkan data penggambaran berbentuk kata tertulis atau lisan dari orang maupun tingkah laku yang dicermati.²² Penelitian kualitatif ini untuk menganalisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Revisi Permendag Nomor 50 Tahun 2020 Menjadi Permendag Nomor 31 Tahun 2023 mengenai pelarangan Tik Tok *Shop*.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan normatif. Pendekatan ini merupakan pendekatan yang hendak mengkaji hukum dalam konteks sosial.²³ Dalam penelitian ini pendekatan normative digunakan untuk mengetahui terhadap Revisi Permendag 50 Tahun 2020 Menjadi Permendag 31 Tahun 2023. Sedangkan konteks sosial digunakan untuk menelaah implikasi-implikasi terhadap regulasi terbaru dari kementerian perdagangan Indonesia terkait Permendag nomor 31 Tahun 2023.

3. Sumber Data Penelitian

Sumber data merupakan data-data informasi yang diperoleh melalui metode-metode yang digunakan dalam proses pengumpulan data. Maka, sumber data dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi 2, yaitu:

²² Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, 14

²³ Bachtiar, *Metode Penelitian Hukum* (Banten: Unpam Press, 2018), hlm. 90.

a. Sumber Primer

Sumber data primer atau sumber data utama yang didapat langsung oleh peneliti dari sumber utama. Dalam penelitian ini data primer yakni teori hokum Islam tentang jual beli yang diperbolehkan dan dilarang dalam Islam serta jurnal dan lain sebagainya yang dibutuhkan dalam penelitian. Data primer yang sangat dibutuhkan dalam penelitian ini ialah tentang Revisi Permendag 50 Tahun 2020 Menjadi Permendag 31 Tahun 2023. Berupa isi draft dari Permendag 31 Tahun 2023.

b. Sumber Sekunder

Sumber data sekunder merupakan penelusuran data melalui bahan tertulis. Bentuk sumber data sekunder dapat berupa berkas dari lembaga terkait, berita dari media masa hasil penelitian atau laporan yang telah dilakukan sebelumnya dan sumber dari buku.²⁴ Data sekunder yang penulis gunakan sebagai pendukung dari data primer berasal dari buku atau karya-karya yang berkaitan tentang Revisi Permendag 50 Tahun 2020 Menjadi Permendag 31 Tahun 2023.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data penelitian ini adalah penelitian kualitatif, Dokumentasi merupakan sebuah kegiatan pengumpulan data dalam bentuk visual.²⁵ Dokumentasi yaitu penelitian dengan teknik pengambilan data menggunakan dokumen (mendokumentasikan data)

²⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, 3.

²⁵ Feny Rita Fiantika dkk, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022), hlm. 24.

berupa informasi terekam ataupun tertulis.²⁶ Sumber dokumentasi yang berhubungan penelitian ini seperti dokumen berupa website yang membahas tentang Revisi Permendag 50 Tahun 2020 Menjadi Permendag 31 Tahun 2023.

5. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan peneliti ialah metode induktif yakni metode analitik yang berangkat dari realitas empirik yang bersifat khusus untuk dilakukan generalisasi sehingga dihasilkan konsep-konsep pengetahuan yang bersifat umum.²⁷ Dari pengertian metode induktif, peneliti ingin menggunakan metode tersebut sebab permasalahan Revisi Permendag 50 Tahun 2020 Menjadi Permendag 31 Tahun 2023 tentang pelarangan Tik Tok *Shop*. Kemudian akan menjadi sebuah konsep-konsep pengetahuan yang disimpulkan secara umum.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran pembahasan yang jelas dalam penelitian ini, maka penulisan disusun secara sistematis yang masing-masing bab mencerminkan satu kesatuan utuh dan saling berkaitan yaitu sebagai berikut:

Bab I merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan landasan teori dari bab-bab berikutnya yang merupakan konsep jual beli dalam Hukum Islam dan *Social E-Commerce*.

²⁶ Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, 85

²⁷ Agus Sunaryo dll, *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Syariah IAIN Purwokerto* (Purwokerto: Fakultas Syariah, 2020), hlm. 10.

Bab III berkaitan mengenai Revisi Permendag No. 50 Tahun 2020 dan Larangan Jual Beli melalui *E-Commerce*.

Bab IV merupakan paparan data yang berisikan Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Revisi Permendag 50 Tahun 2020 menjadi Permendag 31 Tahun 2023 Tentang Pelarangan Jual Beli Di Tiktok *Shop*.

Bab V merupakan bagian penutup yang terdiri dari kesimpulan sebagai jawaban atas penelitian dan saran-saran terkait penelitian.



BAB II

KONSEP JUAL BELI DALAM HUKUM ISLAM DAN *SOCIAL E-COMMERCE*

A. Jual Beli Dalam Hukum Islam

1. Pengertian dan Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli merupakan akad dalam sistem muamalah yang dipandang sebagai sangat penting kehidupan ekonomi Islam sejak dari dulu. Jual beli akad yang paling familiar di kalangan semua orang. Manusia adalah makhluk sosial maka membutuhkan orang lain dalam menjalani kehidupannya, kebutuhan tersebut diimplementasikan dalam bentuk timbal-balik. Timbal-balik tersebut dalam jual beli terjadi antara penjual dan pembeli. Secara bahasa, jual beli merupakan suatu kegiatan menukar sesuatu dengan sesuatu, sedangkan dalam syari'at Islam jual beli adalah menukar barang dengan dasar suka sama suka diantara keduanya.²⁸

Perdagangan atau jual beli secara bahasa berarti *al-mubādalah* (saling menukar).²⁹ Sedangkan, pengertian jual beli menurut istilah, sesuai dengan apa yang telah di sampaikan menurut Sayyid Sābiq adalah Tukar menukar benda dengan benda yang lainnya dengan saling ridha antara kedua belah pihak atau gantinya kepemilikan disertai penggantian dengan alasan yang diperbolehkan.³⁰

²⁸ Hamzah Ya`qub, *Kode Etik Dagang Menurut Hukum Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1984), hlm. 18.

²⁹ Sayyid Sābiq, *Fiqh al-Sunnah*, Juz 3 (Semarang: Toha Putra, t.t), hlm 126.

³⁰ Sayyid Sābiq, *Fiqh al-Sunnah*, III: 126.

Sedangkan Jual beli secara terminologi secara umum adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak yang satu menerima benda dan pihak kedua menerimanya sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan atau dibenarkan secara *syara*^ dan disepakati.³¹

Allah SWT mensyariatkan jual beli sebagai suatu kemudahan bagi manusia guna mereka dapat memenuhi kebutuhan dalam hidupnya, karena setiap manusia mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda adakalanya sesuatu yang kita butuhkan itu terdapat pada orang lain disekitar kita. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut seseorang tidak mungkin memberinya tanpa adanya suatu imbalan (timbang-balik). Oleh karena itu diperlukan suatu hubungan interaksi dengan sesama manusia salah satunya dengan melakukan transaksi jual beli.

Jual beli pada dasarnya merupakan kegiatan saling tolong menolong sesama manusia dengan prinsip yang saling menguntungkan sesuai ketentuan syariat dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam agama Islam berikut merupakan dasar-dasar hukum mengenai jual beli:

a. Al-Qur`an,

Dasar hukum adanya jual beli dalam al-Qur'an salah satunya terdapat pada Q.S Al-Baqarah ayat 275:

³¹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Raja Grafindo, 2002), hlm. 69.

وَالَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
 قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ
 فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ
 فِيهَا خَالِدُونَ

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.³²

b. Hadist

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ: أَيُّ الْكَسْبِ
 أَطْيَبُ؟ قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ. رَوَاهُ الْبَرَزِيُّ وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ

Dari Rifa'ah Ibn Rāfi sesungguhnya Rasulullah pernah ditanya “usaha apa yang paling baik? Rasulullah SAW menjawab “Usaha seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur (jujur). (H.R. al-Bazzar dan disahihkan oleh al-Hakim)³³

c. Ijma

Ibnu Qadamah R.A menyatakan bahwa kaum muslim sepakat mengenai diperbolehkannya jual beli karena jual beli mengandung hikmah yaitu setiap orang pasti mempunyai *ketergantungan* sesuatu yang dimiliki orang lain, dan orang lain tidak akan memberikan sesuatu yang dibutuhkan tanpa ada kompensasi. Dengan adanya

³² Anonim, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Bandung: Diponegoro, 2010), hlm. 47.

³³ Al-Ḥāfid Ibnu Ḥajar al-‘Asqalānī, *Bulūḡul Marām*, terj. Muh. Syarief Sukandi (Bandung: Al-Ma’arif, 1993), hlm. 284.

syari`at jual beli setiap umat muslim dapat meraih tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.³⁴

2. Rukun dan Syarat

Kegiatan jual beli merupakan suatu bentuk akad, yaitu suatu persetujuan atau perikatan. Jual beli dipandang sah apabila telah memenuhi rukun dan syaratnya. Secara bahasa rukun adalah yang harus dipenuhi untuk sahnya suatu pekerjaan.³⁵ Sedangkan syarat merupakan suatu ketentuan (peraturan, petunjuk) yang harus dilakukan.³⁶ Dalam pandangan ulama madzhab terdapat perbedaan mengenai rukun jual beli ini. Menurut Ulama Hanafiyah rukun akad jual beli terdiri dari *sigat* yaitu *ijab* dan *kabul*. Sedangkan menurut mayoritas ulama selain Hanafiyah yaitu subjek akad (*āqid*), Objek akad (*ma`qūd `alaih*) dan *sigat*.³⁷ Berikut merupakan rukun dan syarat jual beli, yaitu:

a. *Āqidayn*

Āqidayn adalah seseorang yang melakukan akad, yang artinya disini adalah seorang penjual dan pembeli. Syarat-syarat *Āqidayn* yaitu sebagai berikut:

- 1) Dalam melakukan akad harus secara sukarela yang artinya tidak ada keterpaksaan di dalamnya.

³⁴ Abdullah bin Muhammad dkk, *Ensiklopedi Fiqh Muamallah Dalam Pandangan 4 Madzhab* (Yogyakarta: Maktabah Al-Hanif, 2009), hlm. 5.

³⁵ Tim Penyusun Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hlm. 96.

³⁶ Departemen Penyusun Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hlm. 114.

³⁷ Rahmat Syafi`I, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2004), hlm. 74-75.

- 2) Orang yang berakad haruslah berakal bukan orang yang sedang gangguan kejiwaan, sehingga dapat membedakan mana yang baik dan mana yang buruk (*tamyīz*), kecakapan untuk memiliki hak dan kewajiban dan telah *bālig*. *Bālig* nya seorang laki-laki ditandai dengan telah mimpi basah (*ikhtilām*) dan haid bagi seorang perempuan.

b. *Ṣigat (ijab dan kabul)*

Ṣigat atau akad adalah suatu perkataan atau ucapan yang dilakukan penjual dan pembeli dalam transaksinya. Syarat-syarat yang terkait dengan *ṣigat* yaitu:

- 1) Orang yang mengucapkan merupakan seseorang yang *bālig* dan berakal
- 2) *Kabul* sesuai dengan *ijab*.
- 3) *Ijab* dan *Qabul* dilakukan dalam satu majlis. Artinya, kedua belah pihak yang melakukan jual beli hadir dan membicarakan topik yang sama.³⁸

Pelaksanaan akad *ijab* dan *qabul* dapat dilakukan dengan berbagai pernyataan yang dapat dipahami maksudnya oleh kedua belah pihak, baik dalam bentuk perkataan, perbuatan isyarat bagi orang yang bisu dan bentuk tulisan (*kitābah*) bagi orang yang sedang berjauhan.

c. *Ma'qūd 'Alayh*

Ma'qūd 'Alayh atau barang yang di perdagangkan yaitu uang dan benda yang dibeli agar kedua belah pihak mengetahui wujud

³⁸ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), hlm. 116.

barangnya, sifat, keadaan dan harganya. Syarat-syarat *Ma'qūd 'Alayh* yaitu: Suci, Memberi manfaat menurut *syara'*, oleh karena itu dilarang jual beli benda-benda yang tidak dapat diambil manfaatnya, Obyek barang dapat diserahkan secara cepat/lambat sesuai dengan bentuk jumlah yang ada pada saat terjadinya transaksi oleh karena itu dilarang menjual ikan dalam kolam yang tidak jelas jumlahnya, anak sapi yang masih dalam kandungan dan Milik sendiri, artinya tidak sah menjual barang yang bukan miliknya tanpa persetujuan orang yang memiliki barang tersebut.³⁹

3. Macam-macam jual beli

Jual beli dapat diperiksa dari beberapa perspektif. Dari sudut pandang hukumnya, jual beli terbagi menjadi dua jenis: jual beli yang mungkin dilarang oleh agama tetapi tetap sah menurut hukum, dan jual beli yang mungkin dilarang oleh agama dan menjadi batal menurut hukum.

a. Jual beli yang sah menurut hukum, meskipun dilarang oleh agama, merujuk pada transaksi yang telah memenuhi semua syarat dan elemen yang diperlukan, namun beberapa faktor mungkin menghalangi proses jual beli tersebut antara lain :

- 1) Membeli dari seseorang yang masih dalam proses tawar-menawar dilarang. Jika ada dua orang yang masih dalam proses tawar-menawar atas suatu barang, maka dilarang bagi orang lain untuk membeli barang tersebut sebelum penawar pertama

³⁹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Raja Grafindo, 2002), hlm. 72.

memutuskannya. Misalnya, ketika seseorang mengatakan, "Tolaklah penawarannya, saya akan membelinya dengan harga yang lebih tinggi." Praktik ini dilarang karena dapat merugikan pihak lain.

- 2) Transaksi jual beli dengan menghalangi dagangan di luar kota atau pasar, dimaksudkan untuk menguasai barang sebelum mencapai pasar agar bisa dibeli dengan harga rendah, sehingga memungkinkan penjual untuk menjualnya di pasar dengan harga yang lebih rendah juga. Tindakan ini dapat merugikan pedagang lain, terutama yang belum mengetahui harga pasar. Meskipun transaksi semacam itu sah dari segi akad, namun dilarang karena dapat mengganggu aktivitas pasar.
- 3) Jual beli *Najasy*. Jual beli *Najasy* terjadi ketika seseorang sengaja menaikkan harga barang temannya dengan harapan menarik minat pembeli untuk membeli barang tersebut.
- 4) Mengadakan penjualan di atas penjualan orang lain, seperti ketika seseorang mengatakan, "Kembalikan saja barang tersebut kepada penjualnya, saya akan menjual barang saya kepada Anda dengan harga yang lebih rendah dari itu."

b. Jual beli yang dilarang oleh agama dan dianggap batal menurut hukum adalah transaksi yang tidak memenuhi syarat atau elemen pentingnya. Akad yang tidak memenuhi syarat atau elemen penting ini dianggap tidak sah atau batal. Beberapa contohnya adalah sebagai berikut :

- 1) Transaksi jual beli barang yang memiliki zat yang haram, najis, atau tidak boleh diperjualbelikan tidak sah. Barang-barang seperti babi, berhala, bangkai, dan minuman keras tidak boleh diperjualbelikan karena keharamannya.
- 2) Jual beli yang barangnya tidak ada (*Bay' Ma'dūm*) (jual beli yang barangnya tidak ada) Transaksi yang mengandung ketidakjelasan dianggap batal. Barang yang memiliki sifat samar-samar tidak boleh diperjualbelikan karena dapat menyebabkan kerugian bagi salah satu pihak, baik penjual maupun pembeli. Ketidakjelasan tersebut dapat berkaitan dengan barang itu sendiri, harganya, kualitasnya, jangka waktu pembayaran, dan faktor ketidakjelasan lainnya. Jual beli yang dilarang karena ketidakjelasan disebut bathil.
- 3) Jual beli bersyarat (*'iwāḍ majlū*) Transaksi jual beli yang mengaitkan ijab kabul dengan syarat-syarat tertentu yang tidak berhubungan dengan transaksi jual beli, atau memiliki unsur-unsur yang merugikan, dilarang oleh agama. Contoh transaksi jual beli yang bersyarat dan dilarang adalah ketika pembeli mengatakan setelah persetujuan, “Baik, saya akan membeli mobilmu dengan syarat anak perempuanmu harus menjadi istri saya.” Atau sebaliknya, penjual mengatakan, “Ya, saya akan menjual mobil ini kepadamu dengan syarat anak perempuanmu harus menjadi istri saya”.

- 4) Jual beli *maḍāmin* merujuk pada praktik menjual sperma (mani) hewan, seperti memfasilitasi perkawinan antara seekor domba jantan dengan betina untuk memperoleh keturunan. Transaksi semacam ini diharamkan karena dilarang oleh Rasulullah Saw.

B. Social E-Commerce dan Jual Beli Online

1. Definisi Social E-Commerce

Kemunculan media sosial telah menciptakan paradigma baru dalam perdagangan elektronik yang dikenal sebagai *social commerce*. *Social commerce* memanfaatkan interaksi sosial dan kontribusi pengguna media sosial untuk kegiatan berbelanja online. Sebagai tren dalam pasar online, *social commerce* memperlihatkan bagaimana media sosial memengaruhi bisnis dengan menjadi alat pemasaran langsung yang mendukung keputusan pembelian konsumen dan perilaku belanja. Dengan belanja melalui jejaring sosial, *social commerce* mewakili bentuk baru dari media sosial yang menggunakan internet untuk memfasilitasi partisipasi aktif individu dalam pemasaran dan penjualan produk dan jasa dalam komunitas online dan pasar digital.⁴⁰

Media sosial menjadi platform yang menguntungkan bagi pelaku bisnis dan konsumen untuk bertransaksi serta menjalin komunikasi yang intens. Media sosial sebagai suatu alat inovatif bagi UMKM dalam mendukung sistem bisnis. Oleh karena itu, penyebaran media sosial

⁴⁰ Ghea Dwi Rahmadiane Dan Unggul Sedya Utami, "Analysis Of The Utilization Of Social Commerce For The Development Of Msme In Indonesia", *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, Vol. 6 No. 3, Desember 2022, hlm. 227. <https://jurnal.unpad.ac.id>. Diakses pada hari kamis tanggal 02 November 2023 pukul 20:47 WIB.

mencakup anteseden dalam adopsi, penggunaan dan konsekuensi akan dapat dijabarkan dengan baik berdasarkan pada teori DOI. Teori *Diffusion of Innovations* mendasarkan pada proses penyebaran inovasi di dalam organisasi atau di antara individu yang menentukan keberhasilan dalam adopsi untuk berbagai macam tujuan. Inovasi dapat berupa produk, jasa, gagasan, informasi maupun praktik yang dianggap baru oleh individu.⁴¹

Social commerce adalah bagian dari perdagangan elektronik yang melibatkan media sosial, dalam teknologi ini memungkinkan adanya interaksi sosial dan keaktifan pengguna dalam membantu pemasaran, pembelian dan penjualan produk. Disini *social commerce* berperan membantu individu yang akan membeli melalui interaksi secara sosial, dengan adanya *social commerce*, antara individu dapat melihat rekomendasi, rating pengguna, komunitas online, dan periklanan sosial yang berada pada website media sosial.⁴²

2. Fungsi *Social E-Commerce*

Secara khusus, *social commerce* telah mengubah lingkungan belanja online dari bisnis yang berorientasi pada individu ke bisnis yang berorientasi pada pengguna. Dibandingkan dengan *e-commerce* yang berpusat pada produk dengan informasi yang disediakan oleh perusahaan,

⁴¹ Ghea Dwi Rahmadiane Dan Unggul Sedya Utami, "Analysis Of The Utilization Of Social Commerce For The Development Of Msme In Indonesia", *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, Vol. 6 No. 3, Desember 2022, Hlm. 227. <http://jp.feb.unsoed.ac.id>. Diakses pada hari Kamis Tanggal 02 November 2023 Pukul 21:19 WIB.

⁴² Dezan Pandu Biantoro, Surpiko Hapsoro Darpito, Tugiyono Dan Hadi Oetomo, "Pengaruh Social Commerce, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli", *Jurnal Student Conference On Accounting & Business Magister Akuntansi Universitas Jenderal Soedirman*, Hlm 172. <http://jp.feb.unsoed.ac.id>. Diakses pada hari Kamis Tanggal 02 November 2023 Pukul 21:19 WIB.

social commerce berfokus pada pasar online berbasis sosial dan berbasis konsumen di mana situs jejaring sosial mendorong pengguna mereka untuk berbelanja melalui koneksi sosial dengan teman-teman. Menurut Shon & Kim dalam jurnal *Student Conference on Accounting & Business Magister Akuntansi Universitas Jenderal Soedirman*⁴³, *social commerce* memiliki 5 dimensi antara lain:

- a. *Economy*, merupakan pengembangan strategi yang dilakukan perusahaan dalam menghasilkan harga yang lebih rendah atau pengurangan biaya selama proses pembelian untuk memuaskan kebutuhan konsumen dan menarik konsumen untuk melakukan pembelianonline.
- b. *Necessity*, merupakan kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui media produk. Untuk memahami perilaku konsumen, perusahaan atau suatu merek perlu memahami apa yang konsumeninginkan.
- c. *Reliability*, adalah konsep kepercayaan diakui penting dalam hubungan pertukaran dalam membentuk suatu dasar kemitraan yang strategis dengan cara meningkatkan kualitas interaksi. Kepercayaan pada situs jejaring sosial pun dapat meningkatkan pencarian informasi, yang pada akhirnya akan meningkatkan keakraban dengan platform serta rasa kehadiran sosial.

⁴³ Dezan Pandu Biantoro, Surpiko Hapsoro Darpito, Tugiyono Dan Hadi Oetomo, "Pengaruh Social Commerce, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli", *Jurnal Student Conference On Accounting & Business Magister Akuntansi Universitas Jenderal Soedirman*, Hlm 172.

- d. *Interaction*, Menurut Hoffman & Nofak dalam Sohn & Kim dalam Jurnal *Student Conference on Accounting & Business* Magister Akuntansi Universitas Jenderal Soedirman⁴⁴, *Interaction* merupakan komunikasi yang terjadi antara dua pihak atau lebih di media komunikasi, media pesan yang saling mempengaruhi dan terjadi secara bersamaan.
- e. *Sales Promotion*, merupakan rancangan perusahaan atau suatu merek untuk merangsang pembelian yang lebih cepat atau secara besar-besaran terhadap suatu produk dalam jangka pendek kepada konsumen atau untuk mendorong penjualan dan pembelian produk atau jasa.

Saat ini *social commerce* menjadi faktor besar dalam belanja online. Selama lima tahun terakhir, kedewasaan media sosial telah melihat banyak pergeseran yang sekarang menjadi norma baru. Dalam waktu yang relatif singkat, platform sosial telah berkembang jauh melampaui ruang untuk komunikasi, berbagi informasi pribadi, dan jaringan menuju tempat di mana konsumen dapat terlibat dalam segudang perilaku yang tidak begitu sosial secara tradisional.

Dalam *social commerce* melibatkan pengguna media berdasarkan pada internet yang dapat memungkinkan orang untuk ikut berpartisipasi dalam hal pemasaran, penjualan, pengumpulan, membeli, serta berbagi produk dan layanan di pasar online maupun offline, dan juga di komunitas.

Mengutip dari jurnal *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen* studi milik

⁴⁴ Dezan Pandu Biantoro, Surpiko Hapsoro Darpito, Tugiyono Dan Hadi Oetomo, "Pengaruh Social Commerce, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli", *Jurnal Student Conference On Accounting & Business Magister Akuntansi Universitas Jenderal Soedirman*, Hlm 173.

Salsabiela Marsya Silliaa dan Asmai Ishak dari jurnal Busalim dan Hussin.⁴⁵, mengungkapkan bahwa ada kebutuhan yang kuat untuk menyelidiki faktor-faktor yang memotivasi pelanggan untuk tetap menggunakan situs *social commerce* yang sama. Terdapat faktor niat pembelian kembali dan niat eWOM (*electronic word of mouth*) yang sangat penting untuk menjaga kelangsungan bisnis dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

E-WOM (*electronic word of mouth*) merupakan pernyataan negatif atau positif yang dibuat oleh konsumen aktual, potensial, atau konsumen sebelumnya mengenai produk atau perusahaan dimana informasi ini tersedia bagi orang-orang atau pun institusi melalui via media *internet*. E-WOM adalah lanjutan atau perpanjangan dari komunikasi antar manusia secara tradisional menjadi generasi baru dalam dunia maya. Pelaksanaan e-WOM terjadi pada situs jejaring sosial, selain itu terdapat pada situs lainnya seperti blog hingga situs yang menyediakan forum diskusi. Pada media sosial dan situs internet, konsumen dapat saling bertukar informasi mengenai suatu produk makanan yang pernah mereka coba.⁴⁶

Hadirnya media sosial dalam *e-commerce* telah mengubah lingkungan *social commerce* untuk sepenuhnya memanfaatkan media

⁴⁵ Salsabiela Marsya Silliaa & Asmai Ishak, "Social Commerce: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pembelian Kembali Pelanggan Dan Niat E-Wom", *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*. Hlm. 2. <https://journal.uui.ac.id>. Di akses pada Kamis, 02 November 2023 pukul 20:19 WIB.

⁴⁶ Rahmi Qurrota Aynie1, Ratih Hurriyati Dan Puspo Dewi Dirgantari, "Strategi Pemasaran Electronic Word Of Mouth Pada *E-Commerce* Dalam Menghadapi Era Digital 4.0 Di Indonesia", *Jurnal Ekonomi Bisnis Mulawarman*, hlm. 137. <https://journal.feb.unmul.ac.id>. Di akses pada Kamis, 02 November 2023 pukul 20:19 WIB.

sosial karena menarik pelanggan membeli produk yang ditawarkan, penjual harus dapat memahami tentang faktor yang mempengaruhi niat membeli. Studi sebelumnya mendefinisikan *social commerce* didefinisikan sebagai perluasan dari platform *e-commerce*, yang terhubung dengan media sosial dan teknologi Web 2.0. Meilatinova 2021 menyatakan tujuan utama dari situs *social commerce* adalah mendorong pembelian secara online dan memfasilitasi interaksi antara pelanggan sebelum, selama dan setelah proses pembelian.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembeli Memilih Platform *E-commerce*

Social commerce memanfaatkan media sosial dan memungkinkan konsumen untuk berbagi pengetahuan mereka mengenai suatu produk dan pengalaman belanja secara online mereka dengan tujuan membantu mereka dalam mengambil keputusan pembelian yang lebih baik,⁴⁷ Faktor-faktor yang mempengaruhi pembeli memilih platform *e-commerce*:

a. Reputasi

Secara umum, reputasi didefinisikan sebagai keyakinan atau persepsi individu tentang orang, bisnis, atau organisasi. Reputasi dianggap sebagai faktor signifikan yang berasal dari perilaku organisasi atau perusahaan. Konsumen merasa puas dengan pengalaman mereka yang sesuai dengan harapan, mereka akan berbagi informasi tersebut

⁴⁷ Salsabiela Marsya Silliaa & Asmai Ishak, "Social Commerce: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pembelian Kembali Pelanggan Dan Niat E-Wom", *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*. hlm. 2. <https://journal.uui.ac.id>. Di akses pada Kamis, 02 November 2023 pukul 20:19 WIB.

dengan orang lain, melalui penyebaran informasi tersebut, akan terjadi pengaruh pada persepsi konsumen terhadap reputasi.

b. Kualitas Informasi

Kualitas informasi adalah sumber nilai dalam situs web *e-commerce* bagi pelanggan mereka. Kualitas informasi sebagai aspek penting untuk mengarahkan pelanggan untuk berpartisipasi dalam perdagangan sosial. Semakin banyak informasi yang relevan dan akurat di situs web, semakin besar partisipasi pelanggan dalam perdagangan sosial.

c. Kepuasan

Kepuasan dapat didefinisikan sebagai sikap, penilaian, dan respon emosional yang ditunjukkan oleh konsumen setelah melakukan pembelian. Hal ini mencerminkan perasaan senang terhadap produk atau layanan yang diperoleh. Kepuasan pengguna adalah kepuasan komprehensif dirasakan oleh pengguna setelah menggunakan sistem dan mengacu pada kepuasan yang dirasakan oleh evaluator atau pengguna, bukan kinerja objektif atau kualitas sistem aktual. Oleh karena itu, kepuasan pengguna dapat berbeda dari tingkat kinerja aktual sistem karena faktor-faktor lain yang terlibat dalam proses persepsi.⁴⁸

⁴⁸ Salsabiela Marsya Silliaa & Asmai Ishak, "Social Commerce: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pembelian Kembali Pelanggan Dan Niat E-Wom", *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*. hlm. 2. <https://journal.uui.ac.id>. Di akses pada Kamis, 02 November 2023 pukul 20:19 WIB.

d. Kepercayaan

Keuntungan yang dirasakan oleh konsumen terhadap produk yang mereka beli memiliki dampak positif pada peningkatan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut. Penelitian menganggap fitur kepercayaan penting ini perlu mendapat perhatian ekstra di dunia maya, karena *e-vendor* dan pelanggan tidak bertatap muka. Namun, pengembangan di platform media sosial dan *s-commerce* dapat membantu meningkatkan kepercayaan online.

e. Niat E-WOM

Pelanggan *social commerce* memiliki motivasi yang tentunya berbeda-beda, seperti perbedaan untuk mencari informasi ataupun menghasilkan eWOM dengan memposting ulasan dan pengalaman mereka sendiri mengenai produk dan layanan yang mereka dapatkan. *Word of mouth* (eWOM) melibatkan partisipasi dari dua jenis pelanggan, yaitu aktif dan pasif. Pelanggan aktif terlibat dalam berbagi pendapat dan informasi dengan konsumen lain, serta memberikan ulasan di situs yang telah disediakan.⁴⁹

4. Perkembangan *Social E-Commerce* di Indonesia

Era *e-commerce* di Indonesia dimulai pada tahun 1999, menjadi awal dari perkembangan perdagangan online di negara ini. Forum KASKUS, yang didirikan oleh Andrew Darwis, dan Bhinneka.com adalah

⁴⁹ Salsabiela Marsya Silliaa & Asmai Ishak, "Social Commerce: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pembelian Kembali Pelanggan Dan Niat E-Wom", *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*. hlm. 2. <https://journal.uui.ac.id>. Di akses pada Kamis, 02 November 2023 pukul 20:19 WIB.

contoh awal dari toko online di Indonesia. Perkembangan pesat *e-commerce* di negara ini merupakan hasil dari masyarakat yang semakin luas mengenal internet.

Perkembangan yang cepat dari *e-commerce* di Indonesia telah menyebabkan beberapa tantangan, terutama bagi toko-toko besar atau retail yang masih mengandalkan penjualan langsung di tempat. Perubahan preferensi masyarakat ini juga berdampak pada sejumlah mal di Indonesia yang menjadi semakin sepi, karena minat konsumen beralih ke *e-commerce* yang menawarkan kemudahan dalam proses transaksi jual-beli.⁵⁰

Beberapa media sosial sendiri telah mendesain aplikasi mereka untuk memfasilitasi kebutuhan brand untuk melaksanakan *social commerce*. Diantaranya: Facebook Shop, Instagram Shop dan TikTok Shop.⁵¹ *Social commerce* merupakan suatu fungsi platform media sosial untuk mencari informasi atau memberi informasi suatu produk. *Social commerce* merupakan suatu pengembangan konsep *e-commerce* dalam platform social media yang memungkinkan pengguna bisa secara aktif membuat konten mengenai suatu produk dalam internet. Perkembangan *social commerce* di masa mendatang tak terhindarkan. Adanya perubahan kultur dan preferensi konsumen dari generasi muda yang sangat dekat dengan media sosial menjadi salah satu sebab perkembangan *social*

⁵⁰ Tutik Mustajibah, "Dinamika E-Commerce Di Indonesia Tahun 1999-2015", *AVATARA, e-Journal Pendidikan Sejarah*, Volume 10, No. 3 Tahun 2021, hlm. 2. <https://ejournal.unesa.ac.id>. Di akses pada Kamis, 02 November 2023 pukul 20:17 WIB.

⁵¹ Rizqi Isnurhadi, "Social Commerce: Definisi Dan Contoh Di Indonesia", <https://Sleekflow.com>. Diakses Pada Hari Senin, Tanggal 29 Oktober 2023 Pukul 19:55 WIB.

commerce. Produk dan jasa yang akan susah mereka dapatkan tanpa *e-commerce*.

Minat yang meningkat dari masyarakat terhadap platform jual-beli online memiliki dampak yang signifikan bagi nasib toko konvensional dan pasar tradisional. Bagi sebagian pelaku usaha yang belum menyesuaikan diri dengan tren ini, penurunan penjualan terjadi karena pembeli lebih memilih untuk berbelanja secara daring. Kondisi ini mendorong para penjual untuk segera memasarkan produk mereka melalui *e-commerce* sebagai respons terhadap perubahan perilaku konsumen.

TikTok *Shop* sendiri adalah salah satu *social commerce* yang di Indonesia. Jumlah pengguna Tiktok di Indonesia merupakan terbanyak kedua di dunia yaitu total 99,1 juta pada tahun 2021. Tiktok sebagai pendatang baru dalam *social commerce* di Indonesia sehingga Tiktok dapat menarik perhatian sebagian besar Internet. Klien. Tiktok bukan sekadar bintang film dalam pandangan perusahaan sosial *commerce* ini, terutama dengan semua pendapatan luar biasa yang dihasilkannya. Tiktok harus selalu up-to-date untuk menjaga kualitas layanan yang ditawarkan dan meningkatkan daya saingnya dengan industri lain yang bergerak dalam jenis kegiatan bisnis yang sama.

5. Jual Beli Online

Kegiatan jual beli online saat ini semakin marak, apalagi situs yang digunakan untuk melakukan transaksi jual beli online ini semakin baik dan beragam. Namun, seperti yang kita ketahui bahwa dalam sistem jual beli

produk yang di tawarkan hanya berupa penjelasan spesifikasi barang dan gambar yang tidak bisa dijamin kebenarannya. Untuk itu sebagai pembeli, maka sangat penting untuk mencari tahu kebenaran apakah barang yang ingin di beli itu sudah sesuai atau tidak. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, jual beli adalah persetujuan saling mengikat antar penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual.⁵²

Kata Online terdiri dari dua kata, yaitu *on* (Inggris) yang berarti hidup atau di dalam, dan *line* (inggris) yang berarti garis, lintasan, saluran atau jaringan. Secara bahasa online bisa diartikan “di dalam jaringan” atau dalam koneksi. Online adalah keadaan terkoneksi dengan jaringan internet. Dalam keadaan online, kita dapat melakukan kegiatan secara aktif sehingga dapat menjalin komunikasi, baik komunikasi satu arah seperti membaca berita dan artikel dalam website maupun komunikasi dua arah seperti chatting dan saling berkirim email.

Online bisa diartikan sebagai keadaan di mana sedang menggunakan jaringan, satu perangkat dengan perangkat lainnya saling terhubung sehingga dapat saling berkomunikasi. Jual beli dilakukan melalui suatu jaringan yang terkoneksi dengan menggunakan handphone, komputer, tablet, dan lain-lain. Suatu transaksi *e-commerce* juga merupakan suatu perjanjian jual beli yang sama dengan jual beli konvensional pada umumnya. Di dalam suatu transaksi *e-commerce* juga

⁵² Depertemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Edisi IV* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2008), hlm. 589.

mengandung suatu asas konsensualisme, yang berarti kesepakatan dari kedua belah pihak. Penawaran dan penerimaan inilah yang merupakan awal terjadinya kesepakatan antara pihak-pihak yang bersangkutan. Proses penawaran dan penerimaan online ini tidaklah beda dengan proses penawaran dan penerimaan pada umumnya. Perbedaannya hanyalah pada media yang dipergunakan, pada transaksi *e-commerce* media yang digunakan adalah internet.

Dasar hukum transaksi elektronik juga diatur dalam hukum positif, yaitu:

a. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

Menurut pasal 1 ayat 2 UU ITE, transaksi elektronik, yaitu: “Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.”⁵³ Dalam pasal 3 UU ITE disebutkan juga bahwa: “Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, iktikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi.”⁵⁴ Pada pasal 4 UU ITE tujuan pemanfaatan teknologi dan informasi elektronik, yaitu: Pasal 4 UU ITE menetapkan tujuan dari penggunaan teknologi informasi dan transaksi elektronik, yang meliputi: a) Meningkatkan tingkat pendidikan masyarakat sebagai

⁵³ Republik Indonesia, Undang-undang RI Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Bab I, Pasal 1, angka 2.

⁵⁴ Republik Indonesia, Undang-undang RI Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Bab II, Pasal 3.

bagian dari masyarakat global yang berbasis informasi; b) Memajukan sektor perdagangan dan ekonomi nasional dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, aspek transaksi elektronik juga diatur dalam KUHPerdato yang mengikuti prinsip kebebasan berkontrak.

b. Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdato)

Jual beli merupakan bentuk perjanjian sebagaimana dijelaskan dalam Menurut Pasal 1457 KUHPerdato, perjanjian jual beli adalah perjanjian antara penjual dan pembeli di mana penjual mengikatkan dirinya untuk menyerahkan hak miliknya atas suatu barang kepada pembeli, dan pembeli mengikatkan dirinya untuk membayar harga barang itu. Jual beli merupakan perjanjian yang menghasilkan kewajiban atau komitmen untuk memberikan sesuatu, yang dalam konteks ini mengacu pada penyerahan barang yang dijual oleh penjual dan pembayaran uang dari pembeli kepada penjual.⁵⁵

Perjanjian jual beli merupakan suatu perjanjian yang paling lazim diadakan diantara para anggota masyarakat. Wujud dari perjanjian jual beli ialah rangkaian hak-hak dan kewajiban-kewajiban dari kedua belah pihak, yang saling berjanji, yaitu si penjual dan si pembeli. Perjanjian jual beli diatur dalam Pasal 1457 sampai dengan Pasal 1540 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (untuk selanjutnya

⁵⁵ Gunawan Wijaya dan Kartini Muljadi, *Seri Hukum Perikatan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 7.

disebut KUHPerdato).⁵⁶ Pengertian jual beli menurut Pasal 1457

KUHPerdato adalah:

“Suatu persetujuan, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.”⁵⁷

Dari pengertian jual beli menurut Pasal 1457 KUHPerdato tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah suatu perjanjian bertimbang balik, dimana pihak penjual berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang dan pihak pembeli berjanji untuk membayar sejumlah uang sebagai imbalan. Hak milik suatu barang yang semula dimiliki pihak penjual, akan berpindah tangan kepada si pembeli apabila sudah ada penyerahan secara yuridis sesuai dengan ketentuan Pasal 1459 KUHPerdato. Perjanjian jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, seketika setelahnya orang-orang ini mencapai kesepakatan tentang kebendaan tersebut dan harganya, meskipun kebendaan itu belum diserahkan, maupun harganya belum dibayar (Pasal 1458 KUHPerdato).⁵⁸

Barang dan harga inilah yang menjadi unsur pokok dari perjanjian jual beli. Menurut Pasal 1517 KUHPerdato, jika pihak pembeli tidak membayar harga pembelian, maka itu merupakan suatu wanprestasi yang memberikan alasan kepada pihak penjual untuk menuntut ganti rugi atau pembatalan perjanjian menurut ketentuan-ketentuan Pasal 1266 dan 1267 KUHPerdato “harga“ tersebut harus

⁵⁶ Achmad Ichsan, *Dunia Usaha Indonesia*, (Pradya Paramita: Jakarta, 1986), hlm.21.

⁵⁷ KUHPerdato Pasal 1457 tentang Jual Beli

⁵⁸ Achmad Ichsan, *Dunia Usaha Indonesia*, (Pradya Paramita: Jakarta, 1986), hlm.21.

berupa sejumlah uang. Jika dalam suatu perjanjian tidak menunjuk kepada dua hal tersebut (barang dan uang), maka itu akan merubah perjanjiannya menjadi tukar menukar, atau kalau harga itu berupa jasa, perjanjiannya akan menjadi suatu perjanjian kerja, dan begitulah seterusnya. Dalam pengertian jual beli sudah termaktub pengertian bahwa di satu pihak ada barang dan di lain pihak ada uang. Tentang macamnya uang, dapat diterangkan bahwa, meskipun jual beli itu terjadi di Indonesia, tidak diharuskan bahwa harga itu ditetapkan dalam mata uang rupiah, namun diperbolehkan kepada para pihak untuk menetapkannya dalam mata uang apa saja.⁵⁹



⁵⁹ Achmad Ichsan, *Dunia Usaha Indonesia*, (Pradya Paramita: Jakarta, 1986), hlm.21.

BAB III

**REVISI PERMENDAG NO 50 TAHUN 2020 DAN LARANGAN JUAL
BELI MELALUI *E-COMMERCE***

A. Regulasi Perdagangan Elektronik di Republik Indonesia

Kemajuan perdagangan elektronik atau *e-commerce* yang semakin cepat memiliki dampak signifikan bagi negara, baik secara individu maupun secara keseluruhan terhadap pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, pemerintah telah mengeluarkan peraturan dan kebijakan terkait *e-commerce*. Tujuannya adalah untuk memberikan perlindungan hukum yang jelas bagi semua pihak terutama konsumen dan penjual. Kebijakan yang dibuat oleh pemerintah juga penting untuk mendukung transformasi ekonomi digital Indonesia yang lebih baik. Salah satu contoh peran pemerintah dalam mengatur perkembangan *e-commerce* dan teknologi adalah dalam hal perpajakan atas penghasilan dari *e-commerce*, seperti yang tercermin dalam surat edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor S-429/PJ.22/1998 tanggal 24 Desember 1998 yang memberikan himbauan kepada wajib pajak yang melakukan transaksi melalui *Electronic Commerce*.⁶⁰

Surat edaran tersebut memberikan panduan untuk mengoptimalkan potensi pajak dari transaksi perdagangan elektronik dan *e-commerce* yang selalu terkait dengan kewajiban pajak. Selain peraturan terkait pajak penghasilan *e-commerce*, perlindungan bagi konsumen juga merupakan aspek

⁶⁰ Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor S-429/PJ.22/1998 tanggal 24 Desember 1998 Tentang Himbauan kepada Wajib Pajak yang Melakukan Transaksi Melalui *Electronic Commerce*

penting yang perlu diperhatikan. Keamanan transaksi jual-beli online menjadi isu sensitif karena rentan terhadap penipuan. Perlindungan hukum bagi konsumen dan penjual memiliki signifikansi yang besar. Antara tahun 2013 hingga 2015, terjadi peningkatan kasus penipuan yang merugikan konsumen karena kurangnya pengawasan dan regulasi pemerintah terhadap kegiatan *e-commerce*. Regulasi yang dibuat pemerintah tercermin dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mengedepankan prinsip perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, keselamatan, dan kepastian hukum.⁶¹

Peraturan perundang-undangan terhadap konsumen memberikan perlindungan atas hak-hak konsumen. Hak-hak konsumen tersebut diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dirumuskan bahwa (1) hak atas keamanan dan kenyamanan; (2) hak memilih dan mendapatkan barang; (3) hak atas informasi yang sesuai dan benar; (4) hak untuk didengar keluhannya; (5) hak mendapat perlindungan hukum dan diperlakukan dengan baik”.⁶²

Dalam pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 menyebutkan bahwa “Perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya”. Sesuai dengan definisi tersebut, segala transaksi jual-beli yang dilakukan melalui perangkat seperti komputer, handphone, dan gadget termasuk dalam kategori transaksi elektronik atau online. Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun

⁶¹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Lembaga Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42

⁶² Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen

2008 menegaskan bahwa pelaku usaha yang menjual produk melalui sistem elektronik diwajibkan untuk memberikan informasi yang lengkap dan akurat terkait dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Informasi tersebut mencakup identitas dan status hukum subjek, nama produk, alamat produk atau toko, serta deskripsi produk.

Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), terdapat regulasi terkait penipuan dalam transaksi elektronik oleh penjual. Pasal 378 KUHP menetapkan bahwa tindakan penipuan yang melibatkan penggunaan nama palsu atau rangkaian kebohongan lainnya dalam bertransaksi dapat dikenakan hukuman penjara dengan batas maksimum empat tahun.⁶³ Pasal 390 KUHP memiliki substansi yang hampir serupa dengan Pasal 378 KUHP, yakni mengenai tindakan kebohongan dan kelalaian dalam memberikan informasi yang benar dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dalam transaksi jual-beli, yang dapat mengakibatkan hukuman penjara paling lama dua tahun.⁶⁴

Pasal 28 ayat 1 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) mengatur bahwa setiap individu yang dengan sengaja dan tanpa izin menyebarkan informasi palsu dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen dalam transaksi elektronik. Melalui berbagai peraturan yang telah dikeluarkan, pemerintah berperan penting dalam memberikan perlindungan hukum kepada konsumen.

Hal yang hampir serupa juga dialami Yufi. Pria 30 tahun ini mengaku harga yang ada di TikTok ada yang sama seperti sebelum TikTok *Shop* tutup

⁶³ Kitab Undang-Undang Hukum Pidana pasal 378 tentang penipuan

⁶⁴ Kitab Undang-Undang Hukum Pidana pasal 390 tentang menyiarkan kabar bohong

dan ada pula yang mengalami kenaikan sehingga sama dengan marketplace lainnya. Namun, memang karena TikTok *Shop* tidak membebankan biaya layanan pada pelanggannya, total harga yang harus dibayarkan justru menjadi lebih murah. “Harga *overall* hampir sama dengan Tokopedia. Mungkin bedanya di TikTok, aku gak ada biaya layanan, jadi dibilang murah sih tidak, tetapi secara total iya,” ujar Yufi.⁶⁵

Pengguna setia Tik Tok lainnya, Ben justru menganggap harga barang-barang di TikTok mengalami kenaikan harga. Pria yang sudah menggunakan TikTok sejak Februari 2022 ini mengaku pernah membeli iPad Mini di TikTok *Shop* seharga Rp8,4 juta. Namun, saat dicek kembali baru-baru ini, harga iPad Mini tersebut sudah naik hingga Rp9,9 juta. Selain itu, Ben juga mengungkapkan ada beberapa barang lainnya yang juga mengalami kenaikan harga, mulai dari sabun mandi, hingga sepatu. Senada, pelanggan TikTok lainnya Dewi juga mengaku barang-barang di TikTok *Shop* kini menjadi lebih mahal. Adapun Dewi mengatakan barang-barang yang lebih mahal tersebut merupakan kategori barang fesyen, makanan, dan perabotan rumah. Sedikit kilas balik, TikTok sudah menutup TikTok *Shop* Indonesia per tanggal 4 Oktober 2023 pukul 17.00 WIB, seturut dengan resminya Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 31 Tahun 2023. Adapun dalam regulasi tersebut diatur bahwa *social commerce* tidak boleh digabung dengan *e-commerce*. Selain itu, *e-commerce* juga tidak diperbolehkan untuk melakukan predatory pricing atau menurunkan harga secara berlebihan hingga bisa

⁶⁵ Crysania Suhartanto, “Usai Akuisisi Tokopedia, Harga Barang TikTok Shop Tambah Murah atau Makin Mahal?”, Diakses pada hari Minggu tanggal 14 April 2024 Pukul 14:13, <https://teknologi.bisnis.com>.

mengeliminasi lawan. Setelah akuisisi terjadi beberapa pelanggan memiliki pengalaman yang berbeda-beda dalam berbelanja. Beberapa dari mereka merasa harga relatif sama murah, dan ada juga yang merasa lebih mahal.⁶⁶

B. Peraturan *Social Commerce* di Indonesia

Perkembangan perdagangan elektronik atau *e-commerce* yang mengalami pertumbuhan yang cepat memberikan dampak yang signifikan bagi Indonesia, baik secara individu maupun secara keseluruhan terhadap pertumbuhan ekonomi negara. Oleh karena itu, pemerintah telah mengeluarkan berbagai peraturan dan kebijakan terkait perdagangan elektronik atau *e-commerce*. Tujuannya adalah untuk memastikan adanya jaminan secara hukum antara semua pihak terutama konsumen dan penjual. Pentingnya pembuatan kebijakan oleh pemerintah juga membantu mendukung transformasi ekonomi Indonesia yang lebih baik dan lebih terfokus pada platform digital. Peran pemerintah dalam mengatur perkembangan *e-commerce* dan teknologi, termasuk dalam hal pengaturan pajak penghasilan dari *e-commerce*, tercermin dalam surat edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor S-429/PJ.22/1998 tanggal 24 Desember 1998 yang memberikan himbauan kepada wajib pajak yang melakukan transaksi melalui Electronic Commerce.⁶⁷

⁶⁶ Crysania Suhartanto, “Usai Akuisisi Tokopedia, Harga Barang TikTok Shop Tambah Murah atau Makin Mahal?”, Diakses pada hari Minggu tanggal 14 April 2024 Pukul 14:13, <https://teknologi.bisnis.com>.

⁶⁷ Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor S-429/PJ.22/1998 tanggal 24 Desember 1998 Tentang Himbauan kepada Wajib Pajak yang Melakukan Transaksi Melalui Electronic Commerce.

Perlindungan hukum bagi konsumen dan penjual menjadi aspek yang sangat vital. Antara tahun 2013 dan 2015, terjadi lonjakan kasus penipuan yang merugikan konsumen. Kekurangan jaminan keamanan yang diberikan pemerintah untuk mengawasi dan mengatur kegiatan *e-commerce* menjadi permasalahan utama. Regulasi yang dikeluarkan pemerintah tercermin dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang dirumuskan sebagai berikut “Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum”.⁶⁸

Pada tahun 2008, saat *e-commerce* mulai berkembang pesat, pemerintah mengeluarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang dikenal sebagai UU ITE. Undang-undang tersebut mengatur berbagai aspek yang berkaitan dengan transaksi elektronik, termasuk kegiatan jual-beli online.⁶⁹

Dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 disebutkan bahwa segala tindakan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Dengan demikian, semua kegiatan transaksi jual-beli yang dilakukan melalui komputer, ponsel, dan perangkat gadget lainnya termasuk dalam kategori transaksi elektronik atau online. Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 menyatakan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk

⁶⁸ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, LEMBAGA NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 1999 NOMOR 42

⁶⁹ Didik M. Arief dan Elisatris G, *Cyber Law, Aspek Hukum Teknologi Informasi* (Bandung; Refika Aditama, 2005), hlm. 133-135

melalui sistem elektronik diwajibkan untuk menyediakan informasi yang lengkap dan akurat mengenai syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Informasi tersebut mencakup identitas dan status subjek hukum, nama produk, alamat produk atau toko, serta deskripsi produk.

Perkembangan peraturan perundang-undangan terkait *e-commerce* terus mengikuti dinamika pasar yang semakin kompleks. Beberapa regulasi terkait *e-commerce* di Indonesia mencakup UU Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perdagangan Elektronik dan PP Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. UU Nomor 19 Tahun 2016 merupakan landasan hukum yang mengatur aspek-aspek *e-commerce* di Indonesia, termasuk prosedur dan persyaratan yang harus dipatuhi dalam melakukan perdagangan melalui platform elektronik. Dengan adanya UU Nomor 19 Tahun 2016, diharapkan dapat meningkatkan pengaturan dan pengawasan terhadap kegiatan *e-commerce* di Indonesia agar menjadi lebih terstruktur, transparan, dan dapat dipercaya. Selain itu, hal ini juga bertujuan untuk memberikan kepastian serta rasa aman bagi konsumen saat melakukan transaksi melalui platform *e-commerce*.⁷⁰

C. Tinjauan Yuridis Permendag No 31 Tahun 2023 Tentang Larangan Jual Beli Melalui *Social Commerce*

Latar belakang dari revisi Permendag 31/2023 termasuk kebutuhan akan standarisasi barang di platform Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), adanya tanda-tanda perdagangan yang tidak sehat oleh pelaku usaha

⁷⁰ Ony Thoyib Hadi Wijaya, "E-Commerce: Perkembangan, Tren, dan Peraturan Perundang-Undangan", *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS*, Vol.16, No.1, Juli 2023, hlm. 44.

asing, rendahnya daya saing UMKM dan produk domestik, ketidaksetaraan persaingan dalam ekosistem PMSE, dan munculnya model bisnis baru yang berpotensi mengganggu ekosistem PMSE. Tujuan dari penyusunan Permendag 31/2023 adalah untuk menciptakan lingkungan PMSE yang sehat, dengan memperhatikan kemajuan teknologi yang cepat. Selain itu, juga untuk mendukung pemberdayaan UMKM dan pelaku usaha PMSE dalam negeri, serta meningkatkan perlindungan konsumen domestik.⁷¹

Undang-undang Permendag nomor 31 Tahun 2023. Yang sebelumnya Tik Tok sendiri sudah memiliki izin *e-commerce*. Semua aplikasi/ platform media sosial tidak boleh adanya transaksi disana. Karena pada awal mula kehadiran Tik Tok merupakan aplikasi media social yang hanya menyuguhkan video-video konten kreator.

Adapun pasal yang menyebutkan tentang pelarangan Tik Tok *Shop* yang merupakan salah satu dari pelaku usaha penyedia sarana komunikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi perdagangan terdapat di pasal 20 dan 21 ayat (2) yang berbunyi:

Setiap PMSE yang bersifat lintas negara wajib memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai ekspor atau impor dan peraturan perundang-undangan di bidang informasi dan transaksi elektronik.⁷²

⁷¹ Erlinda Puspita Wardani. "Zulhas Resmi Berlakukan Permendag 31/2023". Diakses pada hari Jumat tanggal 22 Desember 2023 Pukul 14:13. <https://www.kemendag.go.id>.

⁷² Permendag nomor 31 tahun 2023 Pasal 20 ayat (2).

PMSE adalah aturan perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian dan prosedur elektronik. Kemudian dijelaskan pasal 21 ayat (2) tentang aturan terbaru bagi *platform* media sosial yaitu sebagai berikut:

1. Dalam melakukan PMSE, Pelaku Usaha wajib memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang Perizinan Berusaha, bukti pemenuhan standar atau persyaratan teknis Barang dan/atau Jasa yang diwajibkan, dan Barang dan/atau Jasa yang dilarang dan/atau dibatasi perdagangannya, distribusi Barang, dan perpajakan.
2. PPMSE dengan model bisnis Lokapasar (*Marketplace*) dan/atau *Social-Commerce* dilarang bertindak sebagai produsen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang distribusi Barang.
3. PPMSE dengan model bisnis *Social-Commerce* dilarang memfasilitasi transaksi pembayaran pada Sistem Elektroniknya.⁷³

D. Dampak Permendag No 31 Tahun 2023 Tentang Larangan Jual Beli Melalui Sosial *Commerce*

Salah satu dampak langsung dari kebijakan pemerintah adalah penutupan TikTok *Shop* pada 4 Oktober 2023. Penutupan ini dilakukan karena TikTok *Shop* dituduh memonopoli pasar dan merugikan pedagang offline dengan menawarkan barang-barang dengan harga yang jauh lebih murah. Meskipun demikian, tindakan tersebut juga berdampak negatif bagi banyak pihak, khususnya para penjual di TikTok *Shop* yang kehilangan sumber pendapatan mereka. Oleh karena itu, regulasi ini diperlukan untuk

⁷³ Permendag nomor 31 tahun 2023 Pasal 21 ayat (2).

menciptakan lingkungan bisnis elektronik yang adil, sehat, dan bermanfaat, sambil mengikuti perkembangan teknologi yang terus berubah. Permendag No. 31 Tahun 2023 juga bertujuan untuk mendukung pemberdayaan UMKM dan pelaku usaha perdagangan online dalam negeri, serta meningkatkan perlindungan konsumen.⁷⁴

Berikut dampak dari Permendag No.31 Tahun 2023 terhadap *social commerce* di Indonesia, meliputi:

1. Pembatasan transaksi pembayaran pada *social commerce*

Social commerce dilarang untuk menyediakan layanan pembayaran langsung melalui platform elektroniknya, hanya diperbolehkan untuk melakukan penawaran atau promosi barang dan jasa. Hal ini berarti bahwa pengguna *social commerce* tidak dapat melakukan pembayaran langsung melalui platform tersebut. Mereka harus menggunakan platform pembayaran yang telah disetujui oleh *social commerce* tersebut sesuai dengan ketentuan Pasal 21 ayat (3) Permendag No. 31 Tahun 2023.

2. Peningkatan pengawasan dan perizinan

Permendag No.31 Tahun 2023 juga mengatur proses perizinan berusaha, periklanan, pembinaan, dan pengawasan terhadap pelaku usaha yang beroperasi dalam perdagangan melalui sistem elektronik. Kebijakan ini memengaruhi platform *social commerce* yang diwajibkan mematuhi persyaratan perizinan dan regulasi pengawasan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Sebagai contoh, Group Meta yang mencakup Facebook,

⁷⁴ Eric Peter Halomoan, dkk “Problematika Peraturan Menteri Perdagangan No.31 Tahun 2023 terhadap Eksistensi Social Commerce di Indonesia”, diakses pada hari minggu tanggal 24 Desember 2023 pukul 09.10 WIB. <https://kliklegal.com>.

Instagram, dan WhatsApp, setelah penerapan Permendag ini, segera mengajukan izin sebagai *social commerce*, mengingat sebelumnya mereka hanya terdaftar sebagai portal web dan media sosial. Masalah terkait perizinan ini menjadi alasan penutupan TikTok *Shop*, yang belum mengurus izin sehingga tidak diizinkan untuk beroperasi di Indonesia.

3. Peningkatan persaingan usaha yang sehat

Permendag No.31 Tahun 2023 dirancang untuk mempertahankan persaingan usaha yang adil. *Social commerce* diwajibkan untuk menghindari praktik yang dapat merugikan persaingan usaha yang sehat. Dengan penerapan Permendag ini, *social commerce* juga tidak diizinkan berperan sebagai produsen. Langkah ini memiliki tujuan yang baik, yaitu untuk mencegah terjadinya monopoli dan menjaga persaingan usaha yang sehat dalam ranah perdagangan di Indonesia. Beberapa waktu lalu, pedagang konvensional merasa dirugikan akibat aktivitas perdagangan yang dilakukan oleh TikTok *Shop* yang diduga melakukan praktik monopoli. TikTok *Shop* diduga telah menguasai aktivitas media sosial dan perdagangan online, yang menyebabkan para pelaku UMKM terpinggirkan, sehingga menimbulkan protes dari mereka..⁷⁵

4. Peningkatan perlindungan konsumen

Permendag No.31 Tahun 2023 juga menetapkan standar perlindungan konsumen dalam perdagangan melalui sistem elektronik. Hal ini mengharuskan *social commerce* untuk memastikan bahwa konsumen

⁷⁵ Eric Peter Halomoan, dkk “Problematika Peraturan Menteri Perdagangan No.31 Tahun 2023 terhadap Eksistensi Social Commerce di Indonesia”, diakses pada hari minggu tanggal 24 Desember 2023 pukul 09.10 WIB. <https://kliklegal.com>.

dilindungi dengan baik dalam setiap transaksi perdagangan elektronik. *Social commerce* harus memastikan bahwa tidak ada hubungan antara sistem elektronik yang digunakan untuk Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dengan sistem elektronik lain di luar PMSE, dan juga memastikan bahwa tidak ada penyalahgunaan data pengguna yang dimanfaatkan oleh PMSE dan/atau perusahaan yang terafiliasi dalam sistem elektroniknya.⁷⁶

E. Tik Tok Shop

Tiktok *Shop* merupakan suatu *E-commerce* yang dapat dianggap sebagai sistem informasi bisnis karena penjualannya dilakukan melalui media elektronik yang menyediakan informasi khusus mengenai jual beli atau bisnis. Selain itu, Tiktok *Shop* juga menyediakan layanan yang mirip dengan marketplace dan *E-commerce* pada umumnya. Yang membedakan Tiktok *Shop* adalah harga yang sangat terjangkau, jauh lebih rendah daripada marketplace atau *e-commerce* lainnya. Tiktok *Shop* juga menawarkan promo menarik dan potongan harga yang signifikan, sehingga mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan dalam aplikasi Tiktok.⁷⁷

Kegiatan belanja dengan TikTok tidaklah rumit, karena fitur ini sangat sederhana. Seseorang hanya perlu memastikan bahwa aplikasi yang diunduh ke ponsel adalah versi terbaru dan setelah itu ia sudah memiliki akun terdaftar.

⁷⁶ Eric Peter Halomoan, dkk “Problematika Peraturan Menteri Perdagangan No.31 Tahun 2023 terhadap Eksistensi Social Commerce di Indonesia”, diakses pada hari minggu tanggal 24 Desember 2023 pukul 09.10 WIB. <https://kliklegal.com>.

⁷⁷ Muhammad Bintang Priyono, Dian Permata Sari, “Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia” Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, September 2023, 9 (17), 497-506, hlm. 497.

Dengan begitu, untuk melanjutkan transaksi tidak perlu berpindah ke aplikasi lain. Aplikasi TikTok *shop* menawarkan berbagai produk dengan variasi merk, termasuk produk dari UMKM. Dalam kesempatan ini, konsumen dapat secara langsung ikut berbagai even promosi dan mendapatkan potongan harga. TikTok terus berinovasi dan berkembang dengan menghadirkan berbagai jenis promosi dan penawaran produk menarik yang dikemas dengan baik dan dipromosikan melalui konten kreatif. Untuk melancarkan pemasarannya, TikTok bekerja sama dengan lembaga perbankan dan perusahaan lain seperti Gopay, Dana, sehingga konsumen dapat dengan mudah melakukan transaksi pembayaran. Dengan adanya kerja sama ini, TikTok mempermudah konsumen dalam melakukan pembayaran tanpa harus keluar dari aplikasi.⁷⁸

Untuk meningkatkan penjualan, produsen perlu memperhatikan strategi promosi yang efektif. Salah satu bentuk strategi promosi yang cakupannya luas dan berdampak besar adalah *live streaming*. *Livestreaming* merupakan bentuk interaktif dari hiburan multimedia berbasis internet yang popularitasnya telah berkembang pesat di seluruh dunia sejak 2011. Dengan mengadopsi *live streaming* sebagai bagian dari upaya promosi mereka, produsen dapat mencapai audiens yang lebih luas dan mendapatkan interaksi langsung dengan konsumen potensial. Dengan demikian, strategi promosi yang melibatkan *live streaming* dapat menjadi alat yang kuat dalam meningkatkan penjualan produk mereka. Tayangan langsung ini menjadi media yang cukup populer karena konsumen dapat terlibat langsung dalam

⁷⁸ Muhammad Bintang Priyono, Dian Permata Sari, "Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia" Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, September 2023, 9 (17), 497-506, hlm. 499.

pengalaman tersebut. Keberadaan teknologi memungkinkan adanya interaksi langsung antara penyiar dan penonton. Dalam *live streaming*, penonton memiliki kesempatan untuk berpartisipasi secara aktif, seperti memberikan komentar, mengajukan pertanyaan, atau memberikan feedback secara real-time. Hal ini menciptakan rasa keterlibatan yang lebih dalam dan menghasilkan hubungan yang lebih erat antara produsen dan konsumen. Dengan demikian, kehadiran teknologi dalam *live streaming* memungkinkan adanya interaksi langsung yang menjadi daya tarik utama dan menjadikan media ini semakin populer di kalangan konsumen.



BAB IV

TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP REVISI

PERMENDAG 50 TAHUN 2020 MENJADI PERMENDAG 31

TAHUN 2023

A. Isi dari PERMENDAG Nomor 31 Tahun 2023 dalam Konteks Politik Hukum di Indonesia

Untuk memastikan persaingan usaha yang sehat, penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), termasuk *social commerce*, harus menjamin bahwa tidak ada keterhubungan antara sistem elektronik yang digunakan sebagai sarana PMSE dengan sistem elektronik lain di luar PMSE. Selain itu, juga harus dihindari penyalahgunaan data pengguna untuk kepentingan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan/atau perusahaan yang memiliki keterkaitan dengan sistem elektronik tersebut..

Mahfud MD mengemukakan, politik hukum adalah kebijakan hukum *legal policy*, yang akan atau telah dilaksanakan secara nasional oleh pemerintah.⁷⁹ *Legal policy* atau garis kebijakan resmi tentang hukum yang akan diberlakukan baik dengan pembuatan hukum baru maupun dengan penggantian hukum lama, dalam rangka mencapai tujuan negara, oleh definisi ini ia menjabarkan cakupan politik hukum secara luas yang ditulis dalam politik hukum di Indonesia. Ia menjelaskan tentang bagaimana politik mempengaruhi hukum dengan melihat konfigurasi kekuatan yang ada

⁷⁹ Mahmud MD, *Politik Hukum di Indonesia* Cet ke-5 (Jakarta: Raja Grafindo, 2012), hlm. 1-2.

dibelakang pembuatan dan penegakan hukum itu.⁸⁰ Hukum Islam merupakan sistem hukum yang berasal dari dan merupakan bagian integral dari ajaran Islam. Sebagai sebuah sistem hukum, Hukum Islam memiliki beberapa istilah kunci yang perlu dijelaskan terlebih dahulu, karena terkadang dapat membingungkan jika maknanya tidak dipahami dengan jelas. Secara sederhana, ketika membicarakan hukum, kita merujuk pada aturan-aturan atau seperangkat norma yang mengatur perilaku manusia dalam masyarakat, baik berupa peraturan maupun norma yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat. Namun, dalam beberapa konteks, masyarakat awam sering menganggap Hukum Islam sebagai terjemahan dari syariat Islam atau fiqh Islam. Pengertian ini terlalu sempit, karena konsep syariat tidak hanya mencakup aspek hukum semata, tetapi juga mencakup aspek keyakinan (*I'tiqodiyah*) dan akhlak (*khulukiyah*). Selain itu, Hukum Islam juga menegaskan bahwa nilai-nilai hukum yang disampaikan oleh syariat bersifat mutlak benar (*qoth'iy*) dan berlaku untuk setiap zaman dan tempat..⁸¹

Berangkat dari studi mengenai hubungan antara politik dan hukum di atas kemudian lahir sebuah teori “politik hukum”. Politik hukum adalah *legal policy* yang akan atau telah dilaksanakan secara nasional oleh pemerintah Indonesia yang meliputi: *pertama*, pembangunan yang berintikan pembuatan dan pembaruan terhadap materi-materi hukum agar dapat sesuai dengan kebutuhan. *Kedua*, pelaksanaan ketentuan hukum yang telah ada termasuk

⁸⁰ Mahmud MD, *Politik Hukum di Indonesia*, 1-2.

⁸¹ Suparman Usman, *Hukum Islam dan Asas-asas Pengantar, Studi Hukum Islam Dalam Tata Hukum Indonesia*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2001), hlm. 20

penegasan fungsi lembaga dan pembinaan para penegak hukum.⁸²Jadi politik hukum adalah bagaimana hukum akan atau seharusnya dibuat dan ditentukan arahnya dalam kondisi politik nasional serta bagaimana hukum difungsikan.

Dalam Permendag 31/2023, juga diatur mengenai penetapan harga minimum sebesar USD 100 per unit untuk barang jadi yang berasal dari luar negeri dan dijual langsung oleh pedagang ke Indonesia melalui platform *e-commerce*. Selain itu, diatur juga mengenai daftar barang yang berasal dari luar negeri yang sudah diizinkan "langsung" masuk ke Indonesia melalui platform *e-commerce* yang memfasilitasi perdagangan antar negara (*cross border*).⁸³

Selain itu, Permendag 31/2023 juga menetapkan kewajiban bagi pedagang dan platform *e-commerce* untuk menampilkan dan melakukan perdagangan dengan bukti pemenuhan standar barang. Bukti tersebut mencakup nomor pendaftaran barang atau sertifikat SNI, atau persyaratan teknis lainnya untuk barang dan/atau jasa yang telah diberlakukan SNI, nomor sertifikat halal untuk barang dan/atau jasa yang harus bersertifikat halal sesuai dengan ketentuan hukum, nomor registrasi barang keamanan, keselamatan, kesehatan, dan lingkungan hidup untuk barang yang diwajibkan sesuai dengan ketentuan hukum, serta nomor izin, nomor registrasi, atau nomor sertifikat

⁸² Moh. Mahfud, MD. *Politik Hukum di Indonesia*, 9.

⁸³ Kementerian Kominfo, "Terbitkan Permendag Nomor 31 Tahun 2023, Mendag Zulkifli Hasan: Pemerintah Bangun Ekosistem Perdagangan Digital Adil dan Sehat. Diakses pada hari minggu tanggal 24 Desember 2023 pada pukul 09.42 WIB. <https://www.kominfo.go.id>.

untuk produk kosmetik, obat, dan makanan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.⁸⁴

Penyelenggara PMSE, termasuk marketplace dan social commerce, yang melanggar aturan akan menerima peringatan tertulis sebanyak tiga kali dalam waktu 14 hari kalender sejak tanggal surat peringatan sebelumnya diterbitkan. Jika pelaku PMSE masih tidak memenuhi kewajibannya dalam jangka waktu tersebut, mereka akan dikenai sanksi administratif berupa pemblokiran sementara layanan PPMSE oleh instansi terkait yang berwenang..

Untuk mengatasi berbagai praktik tidak sehat dalam perdagangan melalui sistem elektronik yang merugikan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKMO), Pemerintah telah berkomitmen untuk membangun ekosistem niaga elektronik (*e-commerce*) yang adil, sehat, dan bermanfaat. Upaya tersebut diwujudkan melalui penerbitan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Permendag Nomor 31 Tahun 2023 mulai berlaku pada tanggal diundangkan, yaitu 26 September 2023..

Menteri Perdagangan, Zulkifli Hasan, menyampaikan hal ini saat menggelar konferensi pers di Kantor Kemendag, Jakarta pada Rabu, (27/9). Dia didampingi oleh Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, Isy Karim. “Permendag ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem *e-commerce* yang adil, sehat, dan bermanfaat dengan memperhatikan perkembangan teknologi

⁸⁴ Kementerian Kominfo, “Terbitkan Permendag Nomor 31 Tahun 2023, Mendag Zulkifli Hasan: Pemerintah Bangun Ekosistem Perdagangan Digital Adil dan Sehat. Diakses pada hari minggu tanggal 24 Desember 2023 pada pukul 09.42 WIB. <https://www.kominfo.go.id>.

yang dinamis. Permendag ini juga bertujuan untuk mendukung pemberdayaan UMKM serta pelaku usaha perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) dalam negeri dan untuk meningkatkan perlindungan konsumen,” terang Mendag Zulkifli Hasan.⁸⁵

Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan menyatakan bahwa Permendag ini merupakan penyempurnaan dari Permendag 50 Tahun 2020 yang menyangkut perizinan usaha, periklanan, pembinaan, dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik. Alasan di balik revisi ini adalah karena masih banyaknya barang yang beredar di platform PMSE yang belum memenuhi standar, termasuk Standar Nasional Indonesia (SNI) dan standar lainnya. Selain itu, ada indikasi praktik perdagangan yang tidak sehat yang dilakukan oleh pelaku usaha asing, di mana mereka diduga menjual barang dengan harga sangat murah untuk mendominasi pasar di Indonesia..

“Revisi Permendag 50/2020 juga dilatarbelakangi kesetaraan dalam persaingan berusaha dan ekosistem PMSE yang belum terwujud serta berkembangnya model bisnis PMSE yang berpotensi mengganggu, yakni dengan memanfaatkan data dan informasi media sosial,” tambah Mendag Zulkifli Hasan.

Beberapa aturan utama dalam Permendag 31 Tahun 2023 di antaranya pendefinisian berbagai model bisnis penyelenggara PMSE, mulai dari lokapasar (*marketplace*) hingga *social commerce*. Melalui pendefinisian

⁸⁵ Kementerian Komunikasi dan Informatika, “Terbitkan Permendag Nomor 31 Tahun 2023, Mendag Zulkifli Hasan: Pemerintah Bangun Ekosistem Perdagangan Digital Adil dan Sehat”, Diakses pada hari minggu tanggal 04 Februari 2024 pukul 10:58 WIB. <https://www.kominfo.go.id>

tersebut, pembinaan dan pengawasan terhadap PMSE dapat dilakukan dengan optimal, termasuk terkait perizinan, perpajakan, dan ketentuan perdagangan lainnya.

Dalam Permendag ini, *social commerce* didefinisikan sebagai penyelenggara media sosial yang menyediakan fitur, menu, dan/atau fasilitas tertentu yang memungkinkan pedagang (merchant) dapat memasang penawaran barang dan/atau jasa. “*Social commerce* dilarang memfasilitasi transaksi pembayaran pada sistem elektroniknya dan hanya dapat melakukan penawaran/promosi barang dan/jasa,” tegas Mendag Zulkifli Hasan.⁸⁶

Agar terjaga persaingan usaha yang sehat, para penyelenggara PMSE, termasuk *social commerce*, harus memastikan bahwa tidak ada keterhubungan antara sistem elektronik yang mereka gunakan sebagai platform PMSE dengan sistem elektronik yang digunakan di luar platform PMSE tersebut. Selain itu, mereka juga harus mencegah penyalahgunaan data pengguna untuk kepentingan mereka sendiri atau perusahaan yang terafiliasi dengan platform elektronik tersebut.

Demikian pula, upaya pembinaan pelaku usaha akan terus dilakukan guna meningkatkan daya saing produk dalam negeri serta kapasitas para pelaku UMKM. Hal ini akan dilakukan melalui berbagai kegiatan promosi, acara offline dan online, serta pelatihan yang ditujukan khusus bagi pelaku

⁸⁶ Kementerian Komunikasi dan Informatika, “Terbitkan Permendag Nomor 31 Tahun 2023, Mendag Zulkifli Hasan: Pemerintah Bangun Ekosistem Perdagangan Digital Adil dan Sehat”, Diakses pada hari minggu tanggal 04 Februari 2024 pukul 10:58 WIB. <https://www.kominfo.go.id>

UMKM. Semua kegiatan ini akan dijalankan secara sinergis bersama seluruh pihak terkait.

B. Pandangan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Revisi Permendag

Dalam aplikasi tik-tok *shop* sendiri harga yang ditawarkan kepada pembeli benar-benar mematikan harga pasar. Dampak tersebut juga benar-benar dirasakan oleh penjual di Pasar Tanah Abang. Dalam kasus ini memang apa yang telah dilakukan oleh pemerintah telah sesuai dengan analisa awal dalam hukum Islam. Dalam hukum Islam dikenal dengan jual beli dengan cara menghadang dijalan yang dikenal dengan nama jual beli *talāqi ar-ruqbān*. Ada hal yang sangat penting dalam transaksi jual beli yaitu permasalahan harga. Harga dalam teori hukum ekonomi ditetapkan berdasarkan harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati. Ketika terjadi penawaran dengan dua sistem yang berbeda, yaitu sistem jual beli langsung antara pembeli dan penjual dengan harga yang diketahui, dan sistem jual beli langsung antara penjual dan pembeli dengan harga yang tidak diketahui, serta tindakan mencegah penjual yang hendak menjual barangnya di pasar, ini dapat menciptakan perbedaan harga yang tidak konsisten. Dari segi sosiologis dan ekonomi, perbedaan ini sering dianggap sebagai sesuatu yang umum dan wajar. Namun, dalam konteks teologis, seperti dalam ajaran Islam, perbedaan harga ini dapat menimbulkan masalah. Hal ini karena dalam Islam, Rasulullah Saw melarang praktik penawaran dengan dua harga dan jenis penjualan yang berbeda dalam satu transaksi. Tetapi disisi lain pemerintah juga memutus penghasilan dari *affiliate* yang sudah beberapa tahun mendapatkan

penghasilan dengan cara mempromosikan produk, kemudian menjualnya di aplikasi Tik Tok.

Ada hadits yang menjelaskan tentang *talāqi ar-ruqbān* yang diriwayatkan Ibnu Abbas RA sebagai berikut:

أَحْبَرَنَا مُحَمَّدُ بْنُ رَافِعٍ، قَالَ: أُنْبَأَنَا عَبْدُ الرَّزَّاقِ، قَالَ: أُنْبَأَنَا مَعْمَرٌ، عَنْ طَاوُسٍ، عَنِ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ (لَا تَلْقُوا الرُّقْبَانَ، وَلَا يَبِيعُ حَاضِرٌ لِبَادٍ قُلْتُ لِابْنِ عَبَّاسٍ: مَا قَوْلُهُ: وَلَا يَبِيعُ حَاضِرٌ لِبَادٍ؟ قَالَ: لَا يَكُونُ لَهُ سَمَسَارًا) مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ وَاللَّفْظُ لِلْبُخَارِيِّ⁸⁷

Dikabarkan dari Muhammad bin Rafi berkata diberi tahu dari Abdur Rozaq berkata diberi tahu dari ma'mar dari thawus, dari Ibnu Abbas RA bahwa Rasulullah SAW bersabda: "Janganlah engkau menghadang kafilah di tengah perjalanan (untuk membeli barang dagangannya), dan janganlah orang kota menjual kepada orang desa. "Aku bertanya kepada Ibnu Abbas: Apa maksud sabda beliau "Janganlah orang kita menjual kepada orang desa?". Ibnu Abbas menjawab: Janganlah menjadi makelar (perantara). *Muttafaq Alaihi* dan lafadznya menurut riwayat Bukhari.⁸⁸

Larangan tersebut karena pedagang tidak tahu harga pasar dan tidak memiliki informasi yang benar tentang harga di pasar. Hal ini dapat mengakibatkan kerugian bagi para pedagang. Maka sistem jual beli *talāqi ar-ruqbān* adalah cara jual beli dengan mencegat pedagang yang hendak menjualkan barang dagangannya di pasar dan tidak mengetahui informasi harga yang benar dipasar.⁸⁹

⁸⁷ Bukhāri, al-Imam, Abi 'Abdillāh Muhammad bin Isma'īl bin Ibrāhīm ibnu al-Mugīrah bin Bardizbah, al-Ja'fy, *Saḥiḥ Bukhari*, Juz 3, (Beirut, Dar al-Fikri, 1401 H / 1981 M), hlm. 27

⁸⁸ Dani Hidayat, *Terjemahan Bulughul Maram Versi 2.0* (Surabaya: Pustaka Al-hidayah, 2008), Hadits No. 828

⁸⁹ Syaikh Salim bin 'Ied al-Hilali, *Ensiklopedi Larangan Menurut Al-Qur'an dan As-Sunnah*. Edisi II (Surabaya: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2005), hlm. 229

Praktek bisnis seperti ini dilarang Rasulullah SAW dan beliau Rasulullah SAW membeli barang kepada penjual yang datang dari luar kota ini apabila terjadi penipuan (manipulasi) harga. Rasulullah SAW:

لَا تَلْقُوا الْجَلَبَ فَمَنْ تَلَقَّاهُ فَاشْتَرَى مِنْهُ فَإِذَا أَتَى سَيِّدَهُ السُّوقَ فَهُوَ بِالْخِيَارِ

Janganlah kalian menghadang barang yang di bawa dari luar kota. Barang siapa menghadang lalu ia membeli barang darinya, lalu yang punya barang datang ke pasar, maka ia mempunyai hak khiyar. (H.R. Muslim).⁹⁰

Talāqi ar-ruqbān juga disebut sebagai *talāqi as-silai'*, suatu peristilahan dalam fiqh muamalah yang menggambarkan proses pembelian komoditi/barang dengan cara mencegat orang desa (*kāfilah*), yang membawa barang dagangannya, seperti beras, jagung, dan gula, sebelum tiba di pasar dengan harapan dapat membeli barang dengan harga di bawah harga pasar yang berlaku. Praktik ini berpotensi merugikan penduduk desa yang belum mengerti atau tidak mengetahui harga yang berlaku di pasar..⁹¹

Hadits tersebut menjelaskan bahwa seseorang yang membawa barang dagangan dari daerah lain, disebabkan oleh perbedaan harga barang antara kedua daerah tersebut atau karena permintaan pasar yang tinggi di daerah yang akan didatangi. Kemudian, penduduk asli daerah tersebut menyambut kedatangan mereka dengan maksud membeli barang dagangan tersebut dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang berlaku di pasar, dengan

⁹⁰ Abdul Rahman Ghazaly, dkk. *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 80-87.

⁹¹ Asyari, *Kamus Istilah Ekonomi Syariah*, (Padang, PT. Al-Ma'arif, 2003) , h. 100

tujuan untuk memperoleh keuntungan sebanyak mungkin, tanpa memberitahukan harga yang sebenarnya berlaku.⁹²

Dalam praktiknya, transaksi ini secara konkret terjadi ketika seorang penjual akan menuju pasar namun dihadang oleh pembeli sebelum sampai ke pasar. Pembeli kemudian membeli barang dagangan tersebut dengan harga di bawah standar pasar karena penjual tidak mengetahui harga standar yang berlaku di pasar. Sebagai kesimpulan *talāqi ruqbān* adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh pedagang yang tidak menginformasikan harga yang sesungguhnya yang terjadi di pasar. Transaksi ini dilarang karena terdapat dua aspek yang mencakupnya: pertama, rekayasa penawaran yang bertujuan untuk mencegah barang masuk ke pasar (entry barrier), dan kedua, menghalangi penjual dari luar kota untuk mengetahui harga pasar yang sebenarnya. Larangan ini diberlakukan karena terdapat unsur ketidakadilan dalam tindakan pedagang yang tidak memberikan informasi yang sebenarnya tentang harga pasar. Meskipun mencari barang dengan harga lebih murah adalah hal yang sah, namun jika dalam transaksi jual-beli terdapat ketidakseimbangan informasi di mana satu pihak memiliki pengetahuan lengkap tentang harga pasar sementara pihak lain tidak mengetahui harga yang sebenarnya, hal ini dianggap tidak adil dan merugikan salah satu pihak.

Di dalam hadits di atas dijelaskan haram hukumnya pasokan barang dagangan. Ini adalah madzhab Syafi'i, Malik, dan jumhur ulama. Sedangkan Imam Abu Hanifah dan Al-Auza'i berpendapat, "Boleh melakukan pencegahan

⁹² Syihabu al-Din Ahmad bin 'Ali bin Hajar al-'Asqalany, *Ibanatu al-Ahkam Syarhu Bulugu al-Maram Qismu al-Mu'amalah*, (Juz III), hlm. 40

(*talāqi ruqbān*) bila tidak membahayakan masyarakat, bila menimbulkan bahaya maka hukumnya makruh.” yang benar adalah pendapat pertama, berdasarkan larangan yang sangat jelas. Jual beli dengan sistem *talāqi ruqbān* merupakan sistem jual beli yang sah, tetapi dilarang. Yang menjadikan pokok sebab timbulnya larangan adalah:

1. Menyakiti penjual, pembeli, atau orang lain,
2. Menyempitkan gerakan pasar,
3. Merusak ketentraman umum.⁹³

Selain itu, dalam kaidah fikih *talāqi ruqbān* merupakan sebuah transaksi yang diharamkan karena selain dzatnya (*harām liḡayrihi*). Hukum haram pada jenis ini melanggar prinsip *lā tazlimūna wa lā tuḡlamun* (jangan menzalimi dan dizalimi). Karena tidak setiap larangan syariat menetapkan rusaknya akad. Yang dikehendaki dengan perbuatan dhalim ini adalah perbuatan yang bisa merugikan dan membahayakan orang lain.

Mengenai sistem jual beli *talāqi ruqbān* yang terjadi dalam masyarakat Indonesia, hal ini nampak jelas bahwa sistem yang umum dilakukan oleh masyarakat Indonesia, yang tidak dianggap mencurigakan, adalah praktik yang dilakukan dengan mencegat sejumlah penjual yang akan membawa barang dagangannya ke pasar. Para penjual ini belum mengetahui harga di pasar, yang menyebabkan kerugian bagi mereka, sedangkan pihak pembeli barang dagangan ini mendapatkan keuntungan yang besar. Substansi dari larangan *talāqi ruqbān* ini adalah Tidak adilnya tindakan pedagang yang tidak

⁹³ Sulaiman Rasjid, *Fiqih Islam (hukum fiqih lengkap)* (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2016), hlm. 284

menginformasikan harga sesungguhnya yang berlaku di pasar merupakan suatu ketidakadilan. Namun, mencari barang dengan harga lebih murah tidaklah dilarang. *Talāqi ruqbān* ini dilarang, Ketidakadilan terjadi ketika satu pihak memiliki informasi lengkap sedangkan pihak lain tidak mengetahui harga pasar yang sebenarnya. Pada situasi tersebut, pihak yang memiliki informasi lengkap dapat memanfaatkannya untuk mencari keuntungan lebih, yang menyebabkan penzaliman terhadap pihak lain, seperti petani.

Sebagai kesimpulan *talāqi ruqbān* adalah tindakan yang dilakukan oleh pedagang yang tidak menginformasikan harga yang sebenarnya di pasar melibatkan dua aspek yang penting: pertama, menghalangi masuknya barang ke pasar (entry barrier), dan kedua, mencegah penjual dari luar kota mengetahui harga pasar yang sebenarnya. Larangan atas transaksi semacam ini didasarkan pada ketidakadilan, karena pedagang kota yang melakukan praktik semacam itu tidak memberikan informasi yang sesungguhnya tentang harga pasar. Meskipun mencari barang dengan harga lebih murah adalah hal yang sah, namun jika dalam transaksi jual-beli terdapat perbedaan informasi di mana satu pihak memiliki pengetahuan penuh tentang harga pasar sementara pihak lain tidak mengetahui harga yang sebenarnya, hal ini dianggap tidak adil dan merugikan salah satu pihak.

C. Metodologi Analisis Perbandingan Antara Tik Tok Shop dan *Talāqi Ruqbān*

Dalam aplikasi tik-tok *shop* sendiri harga yang ditawarkan kepada pembeli benar-benar mematuhi harga pasar. Dampak tersebut juga benar-

benar dirasakan oleh penjual di Pasar Tanah Abang. Dalam kasus ini memang apa yang telah dilakukan oleh pemerintah telah sesuai dengan analisa awal dalam hukum Islam. Dalam hukum Islam dikenal dengan jual beli dengan cara menghadang dijalan yang dikenal dengan nama jual beli *talāqi ar-ruqbān*.

Analisis peneliti yang lakukan menggunakan metodologi *qiyas* dalam menganalisis anomali harga yang ada di Tik-Tok *Shop* yang dijual dengan harga murah peneliti menggunakan *qiyas*. *Qiyas* merupakan bentuk masdar dari kata *qâsa- yaqîsu*, yang artinya ukuran, mengetahui ukuran sesuatu. Amir Syarifudin menjelaskan bahwa *qiyas* berarti qadara yang artinya mengukur, membandingkan sesuatu dengan yang semisalnya. Sebagai contoh, "Fulan Meng-qiyas-kan baju dengan lengan tangannya", artinya membandingkan antara dua hal untuk mengetahui ukuran yang lain. Secara bahasa juga berarti "menyamakan", dikatakan "Fulan meng-qiyas-kan extasi dengan minuman keras", artinya menyamakan antara extasi dengan minuman keras.⁹⁴

Jadi *qiyas* hanya dapat dilakukan apabila telah diyakini bahwa benar-benar tidak ada satupun *nash* yang dapat dijadikan dasar untuk menetapkan hukum. Karena itu tugas pertama yang harus dilakukan oleh seseorang yang akan melakukan *qiyas*, ialah mencari apakah ada *nash* yang dapat dijadikan dasar untuk menetapkan hukum dari peristiwa atau kejadian. Jika telah diyakini benar-benar tidak ada *nash* yang dimaksud barulah dilakukan *qiyas*. Menurut Imam Syafi'i, tidak boleh melakukan *qiyas* kecuali orang yang telah berhasil memiliki alat-alat *qiyas*, yaitu; mengetahui hukum-hukum al-Qur'an

⁹⁴ Amir Syarifuddin., *Ushul Fiqh Jilid I* (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997), hlm. 144

yakni fardu (kewajiban), adab (kesusasteraan), *nasikh mansukh* (yang menghapus dan yang dihapus), *'amm-khas* (umum-khusus), *irsyad* (petunjuk) dan *nadb-nya* (anjurannya).⁹⁵

Para ahli Ushul yang mempergunakan qiyas sebagai dalil dalam menetapkan ketika qiyas itu telah memenuhi rukunnya. Rukun *qiyas* ada empat:

1. *Aslun*

Merupakan hukum pokok yang diambil persamaan atau sesuatu yang ada *nash* hukumnya. Syarat-syarat *asl*:

a) Hukum yang hendak dipindahkan kepada cabang masih ada pada pokok.

Kalau sudah tidak ada misalnya, sudah dihapuskan (mansukh) maka tidak mungkin terdapat perpindahan hukum.

b) Hukum yang ada dalam pokok harus hukum Syara' bukan hukum akal atau hukum bahasa.

Dalam hal ini hukum asal dalam permasalahan ini ada pada *talaqi ruqban*. *Talāqi ruqbān* adalah tindakan yang dilakukan oleh pedagang yang tidak menginformasikan harga yang sebenarnya di pasar melibatkan dua aspek yang penting: pertama, menghalangi masuknya barang ke pasar (*entry barrier*), dan kedua, mencegah penjual dari luar kota mengetahui harga pasar yang sebenarnya. Larangan atas transaksi semacam ini didasarkan pada ketidakadilan, karena pedagang kota yang melakukan praktik semacam itu tidak memberikan informasi yang sesungguhnya tentang harga pasar.

⁹⁵ Abdul Karim al-Khatib, *Ijtihad; Menggerakkan Potensi Dinamis Hukum Islam*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2005), hlm. 87-88.

2. *Far'un*

Merupakan hukum cabang yang dipersamakan atau sesuatu yang tidak ada *nash* hukumnya. Syarat-syarat:

- a) Hukum cabang tidak lebih dulu adanya daripada hukum pokok.
- b) Cabang tidak mempunyai kekuatan sendiri.
- c) 'Illat yang terdapat pada hukum cabang harus sama dengan 'Illat yang terdapat pada pokok.
- d) Hukum cabang harus sama dengan hukum pokok.

Pada rukun ini yang menjadi *far'un* adalah jual beli yang ada di Tik-Tok *Shop* yang menjualkan barang-barang dibawah harga yang ada di Pasar Tanah Abang.

3. 'Illat

Sifat yang menjadi dasar persamaan antara hukum cabang dengan hukum pokok. Syarat-syaratnya:

- a) 'Illat harus berupa sesuatu yang terang dan tertentu.
- b) 'Illat tidak berlawanan dengan *nash*, apabila berlawanan maka *nash* yang didahulukan.

Ada dua persamaan diantara tik-tok *shop* dan *talāqi ruqbān* yaitu sama-sama jual beli yang menghalangi masuknya barang ke pasar (*entry barrier*), dan kedua, mencegah penjual dari luar kota mengetahui harga pasar yang sebenarnya. Sedangkan cara kerja tik-tok *shop* diketahui secara online.

4. Hukum

Hukum merupakan hasil dari qiyas tersebut. Lebih jelasnya biasa dicontohkan bahwa Allah telah mengharamkan arak, karena merusak akal, membinasakan badan, menghabiskan harta. Jadi dalam hal ini hukum yang ada di Tik Tok *Shop* sama seperti halnya yang ada di proses *talāqi ruqbān*. Hanya saja untuk Tik Tok *Shop* sendiri lebih modern karena proses jual belinya melalui online. Barang yang diperoleh berasal dari luar negeri kemudian dijualkan di Tik Tok *Shop*.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan dalam bab-bab sebelumnya dalam bab ini merupakan kesimpulan. Dalam skripsi ini dapat ditarik kesimpulan tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap revisi permendag 50 tahun 2020 menjadi permendag 31 tahun 2023 (studi kasus pelarangan jual beli di tiktok *shop*).

Untuk memberikan jawaban atas rumusan masalah, sebagai berikut:

1. Aturan Permendagri No. 50 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang melarang jual beli di tiktok *shop* merupakan Undang-undang Permendag nomor 31 Tahun 2023. Yang sebelumnya Tik Tok sendiri sudah memiliki izin *e-commerce*. Semua aplikasi/ platform media sosial tidak boleh adanya transaksi disana. Karena pada awal mula kehadiran Tik Tok merupakan aplikasi media social yang hanya menyuguhkan video-video konten. Pasal yang menyebutkan tentang pelarangan Tik Tok *Shop* yang merupakan salah satu dari pelaku usaha penyedia sarana komunikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi perdagangan terdapat di pasal 20 dan 21 ayat (2) yang berbunyi: “Setiap PMSE (Perdagangan Melalui Sistem Elektronik) yang bersifat lintas negara wajib memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai ekspor atau impor dan peraturan perundang-undangan di bidang informasi dan transaksi elektronik”

2. Pelarangan Permendagri No. 50 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik terhadap jual beli di tiktok *shop* perspektif hukum ekonomi syariah sudah sesuai dengan Hukum Ekonomi Syariah. Dalam aplikasi tik-tok *shop* sendiri harga yang ditawarkan kepada pembeli benar-benar mematikan harga pasar pada umumnya. Dampak tersebut juga benar-benar dirasakan oleh penjual di Pasar Tanah Abang. Dalam kasus ini memang apa yang telah dilakukan oleh pemerintah telah sesuai dengan analisa awal dalam hukum Islam. Dalam hukum Islam dikenal dengan jual beli dengan cara menghadang dijalan yang dikenal dengan nama jual beli *talāqi ruqbān*.

B. Saran

1. Kepada pemerintahan khususnya kemendagri harus memperkuat regulasi yang telah ada agar tidak ada kecemburuan dari pihak penjual di tanah abang.
2. Kepada pemerintahan juga harus menjamin para influencer tik tok *shop* yang sudah lama menekuni bisnis sebagai influencer di Tik Tok *Shop* agar tidak kehilangan penghasilannya.
3. Kepada Penjual Online *Sosial Commerce* juga tidak diperbolehkan untuk melakukan predatory pricing atau menurunkan harga secara berlebihan hingga bisa mengeliminasi lawan-lawan penjual yang ada di Pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah bin Muhammad dkk. *Ensiklopedi Fiqh Muamallah Dalam Pandangan 4 Madzhab*. Yogyakarta: Maktabah Al-Hanif. 2009.
- Al-Hāfid Ibnu Hajar al-‘Asqalānī, *Bulūghul Marām*, terj. Muh. Syarief Sukandi. Bandung: Al-Ma’arif. 1993.
- Anonim. “Rahasia Akhirnya Terbongkar, Pemicu Tanah Abang Sepi Parah”. Diakses pada hari minggu tanggal 01 Oktober 2023 Pukul 21:13, <https://www.cnbcindonesia.com>.
- Anonim. *Al-Quran dan Terjemahnya*. Bandung: Diponegoro. 2010.
- Anwar, Muhammad Syaiful. “Pengaruh Diskon Harga, Endorsement, Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Kasus: Mahasiswa UIN Walisongo Semarang Angkatan 2015-2021)”. Skripsi tidak diterbitkan. Semarang: UIN Walisongo. 2022.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. 2013.
- Asyari. *Kamus Istilah Ekonomi Syariah*. Padang, PT. Al-Ma’arif. 2003.
- Bachtiar. *Metode Peneltian Hukum*. Banten: Unpam Press. 2018.
- Bestari, Novina Putri (CNBC Indonesia). “Begini Nasib Pedagang Setelah TikTok Shop Tutup”. Diakses pada hari minggu tanggal 01 Oktober 2023 Pukul 21:13. <https://www.cnbcindonesia.com>.
- Bestari, Novina Putri (CNBC Indonesia). “Begini Nasib Pedagang Setelah TikTok Shop Tutup”. Diakses pada hari minggu tanggal 01 Oktober 2023 Pukul 21:13. <https://www.cnbcindonesia.com>.
- Bukhāri, al-Imam. Abi ‘Abdillah Muhammad bin Isma’īl bin Ibrāhīm ibnu al-Mugīrah bin Bardizbah, al-Ja’fy. *Saḥīḥ Bukhari, Juz 3*. Beirut. Dar al-Fikri. 1401 H / 1981 M.
- Dani Hidayat. *Terjemahan Bulughul Maram Versi 2.0*. Surabaya: Pustaka Al-hidayah. 2008.
- Departemen Penyusun Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 2002.
- Depertemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Edisi IV*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka. 2008.

- Dwi Rahmadiane, Ghea Dan Unggul Sedyu Utami, "Analysis Of The Utilization Of Social Commerce For The Development Of Msme In Indonesia". *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*. Vol. 6 No. 3, Desember 2022. <https://jurnal.unpad.ac.id>. Diakses pada hari kamis tanggal 02 November 2023 pukul 20:47 WIB.
- Eric Peter Halomoan, dkk "Problematika Peraturan Menteri Perdagangan No.31 Tahun 2023 terhadap Eksistensi Social Commerce di Indonesia", diakses pada hari minggu tanggal 24 Desember 2023 pukul 09.10 WIB. <https://kliklegal.com>.
- Erlinda Puspita Wardani. "Zulhas Resmi Berlakukan Permendag 31/2023". Diakses pada hari Jumat tanggal 22 Desember 2023 Pukul 14:13. <https://www.kemendag.go.id>.
- Fiantika, Feny Rita dkk. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi. 2022.
- Fitria, Lailatul. "Dampak E-Commerce Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah 2018 Iain Kediri". Skripsi *tidak diterbitkan*. Kediri: IAIN Kediri, 2022.
- Hakim, Atang Abd. *Fiqih Perbankan Syari'ah, Transformasi Fiqih Muamalah ke Dalam Perundang-undangan Indonesia*. Bandung: Refika Aditama. 2011.
- Hakim, Rahmat Nur. "Pasar Tanah Abang, Digadang-gadang Kekuatan Ekonomi", dalam website www.kompas.com, diakses pada tanggal 28 November 2022. Pada jam 10.45 WIB.
- Harianti, Erica Sri. "Pengaruh Content Marketing Dan Social Media Influencer Pada Tik Tok Terhadap Keputusan Pembelianproduk Prettywell Kota Kediri". Skripsi *tidak diterbitkan*. Kediri: FEB UIN Nusantara PGRI Kediri. 2022.
- Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama. 2000.
- Isnurhadi, Rizqi. "Social Commerce: Definisi Dan Contoh Di Indonesia". <https://sleekflow.com>. Diakses Pada Hari Senin, Tanggal 29 Oktober 2023 Pukul 19:55 WIB.
- Kementerian Kominfo, "Terbitkan Permendag Nomor 31 Tahun 2023, Mendag Zulkifli Hasan: Pemerintah Bangun Ekosistem Perdagangan Digital Adil dan Sehat. Diakses pada hari minggu tanggal 24 Desember 2023 pada pukul 09.42 WIB. <https://www.kominfo.go.id>.
- Kinanti, Ayu Puspa. "TikTok Luncurkan TikTok Shop, Apa Sih Itu?". Diakses pada hari minggu tanggal 01 Oktober 2023 Pukul 21:13. <https://campusdigital.id>.

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana pasal 378 tentang penipuan

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana pasal 390 tentang menyiarkan kabar bohong

M. Arief, Didik dan Elisatris G. Cyber Law. *Aspek Hukum Teknologi Informasi*. Bandung: Refika Aditama. 2005.

Marsya Silliaa, Salsabiela & Asmai Ishak, "Social Commerce: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pembelian Kembali Pelanggan Dan Niat E-Wom". *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*. <https://journal.uui.ac.id>. Di akses pada Kamis, 02 November 2023 pukul 20:19 WIB.

Mustajibah, Tutik. "Dinamika E-Commerce Di Indonesia Tahun 1999-2015". *AVATARA, e-Journal Pendidikan Sejarah*, Volume 10, No. 3 Tahun 2021. <https://ejournal.unesa.ac.id>. Di akses pada Kamis, 02 November 2023 pukul 20:17 WIB.

Pandu Biantoro, Dezan dkk. "Pengaruh Social Commerce, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli", *Jurnal Student Conference On Accounting & Business Magister Akuntansi Universitas Jenderal Soedirman*. <http://jp.feb.unsoed.ac.id>. Diakses pada hari kamis Tanggal 02 November 2023 Pukul 21:19 WIB.

Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen

Peraturan Menteri Perdagangan. "Permendag Nomor 31 Tahun 2023". Diakses pada hari minggu tanggal 03 Oktober 2023 Pukul 21:02. <https://peraturan.bpk.go.id>.

Permendag nomor 31 tahun 2023 Pasal 20

Qurrota Aynie1, Rahmi dkk. "Strategi Pemasaran Electronic Word Of Mouth Pada E-Commerce Dalam Menghadapi Era Digital 4.0 Di Indonesia". *Jurnal Ekonomi Bisnis Mulawarman*. <https://journal.feb.unmul.ac.id>. Di akses pada Kamis, 02 November 2023 pukul 20:19 WIB.

Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press. 2011.

Redaksi. CNBC Indonesia. "Nasib TikTok Shop Usai Jokowi Larang Medsos Jadi Ecommerce". Diakses pada hari minggu tanggal 01 Oktober 2023 Pukul 21:13 WIB. <https://www.cnbcindonesia.com>.

Republik Indonesia, Kitab Undang-undang Hukum Perdata, Pasal 1313.


Republik Indonesia, Undang-undang RI Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

- Sābiq, Sayyid. *Fiqh al-Sunnah* Juz 3. Semarang: Toha Putra. t.t.
- Salim, Syaikh bin 'Ied al-Hilali. *Ensiklopedi Larangan Menurut Al-Qur'an dan As-Sunnah*. Edisi II. Surabaya: Pustaka Imam Asy-Syafi'i. 2005.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. 2007.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo. 2002.
- Sunaryo, Agus dkk. *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Syariah IAIN Purwokerto*. Purwokerto: Fakultas Syariah. 2020.
- Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor S-429/PJ.22/1998 tanggal 24 Desember 1998 Tentang Himbauan kepada Wajib Pajak yang Melakukan Transaksi Melalui *Electronic Commerce*
- Syafi`I, Rahmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia. 2004.
- Syihabu al-Din Ahmad bin 'Ali bin Hajar al-'Asqalany. *Ibanatu al-Ahkam Syarhu Bulugu al-Maram Qismu al-Mu'amalah* Juz III.
- Syukriah, Laras Tri. Sejarah Pasar Tanah Abang Sebagai Pusat Grosir Terbesar di Indonesia, dalam skripsi *tidak diterbitkan* 2019.
- Thoyib Hadi Wijaya, Ony. "E-Commerce: Perkembangan, Tren, dan Peraturan Perundang-Undangan". *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS*, Vol.16. No.1. Juli 2023.
- Tim Penyusun Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 2002.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Lembaga Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, LEMBAGA NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 1999 NOMOR 42
- Wijaja, Gunawan dan Kartini Muljadi. *Seri Hukum Perikatan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2003.
- Ya`qub, Hamzah. *Kode Etik Dagang Menurut Hukum Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 1984.
- Yani, Muhammad. "Kini Mencekam, Begini Sejarah Terbentuknya Pasar Tanah Abang", dalam website *merahputih.com*. di akses pada tanggal 26 September 2022. Pada jam 11:33 WIB.

Lampiran 1 : Sertifikat KKN



Lampiran 2 : Sertifikat PPL


 **KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS SYARIAH
Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A, Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553



SERTIFIKAT
Nomor : 211/Un.19/Kalab.FS/PP.05.3/10/2021

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia dan Dosen Pembimbing Lapangan Praktek Pengalaman Lapangan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto pada tanggal 12 Oktober 2021 menerangkan bahwa:

Nama : Lazar Valerian Fitriargo P
NIM : 1817301021
Jurusan/Prodi : Hukum Ekonomi Syariah

Telah mengikuti Kegiatan Praktek Pengalaman Lapangan di Pengadilan Agama Banyumas dari tanggal 01 Oktober 2021 sampai dengan tanggal 31 Oktober 2021 dinyatakan LULUS dengan nilai A (skor 90.3). Sertifikat ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto tahun 2021 dan sebagai syarat mengikuti ujian Munaaqasyah.

Mengetahui,
Dekan Fakultas

Dr. Supani, S.Ag., M.A.
NIP. 19700705 200312 1


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Purwokerto, 12 Oktober 2021
Katab Fakultas

Muh. Bachrul Ulum, S.H., M.H.
NIP. 19720906 200003 1 002

Lampiran 3 : Sertifikat Aplikasi Komputer

SERTIFIKAT

APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A, Telp. 0281-635624 Website: www.lainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126



IAIN PURWOKERTO

SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF
96-100	A
91-95	A-
86-90	B+
81-85	B-
75-80	C

MATERI PENILAIAN

MATERI	NILAI
Microsoft Word	90 / B+
Microsoft Excel	85 / B
Microsoft Power Point	90 / B+

Diberikan Kepada:

LAZAR VALERIAN FITRIARGO PUTRO
NIM: 1817301021
Tempat / Tgl. Lahir: Banyumas, 24 Juni 2000

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan LULUS Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program *Microsoft Office®* yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.



MATERI	NILAI
Microsoft Word	90 / B+
Microsoft Excel	85 / B
Microsoft Power Point	90 / B+




Purwokerto, 27 Desember 2023
Kepala UPT TIPD
Dr. H. Fajar Hardoyono, S.Si., M.Sc
NIP. 19801215 200501 1 003

Lampiran 4 : Sertifikat Bahasa Arab


IAIN PURWOKERTO

وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية بورنوكرتو
الوحدة لتنمية اللغة

مخولان، شارع جندول أحمدباني رقم: ٤٤، بورنوكرتو ٥٣١٢٦، هاتفه ٠٢٨-٦٣٥٦٢٤ www.iaipurwokerto.ac.id

الترجمة

الرقم: ان.١٧ / UPT.Bhs / PP.٠٠٩ / ٢٠١٩/٩٧٨٧

منحت الى	
الاسم	: لازار فاليريان فطرأرغو بوترو
المولود	: ببورنوكرتو، ٢٤ يونيو ٢٠٠٠
	الذي حصل على
	٤٩ : فهم المسموع
	٥٠ : فهم العبارات والتراكيب
	٤٩ : فهم المقروء
	٤٩٢ : النتيجة

في اختبارات القدرة على اللغة العربية التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ ١١
ديسمبر ٢٠١٨

بورنوكرتو، ١١ يناير ٢٠١٩
الوحدة لتنمية اللغة.

KEMENTERIAN AGAMA
IAIN PURWOKERTO
KEMENTERIAN BAHASA

المهاتور صبور، الماجستير.
رقم التوظيف: ١ ٠٠٥ ١٩٩٣٠٣ ١٩٦٧٠٣٠٧

ValidationCode

Lampiran 5 : Sertifikat Bahasa Inggris



The certificate is framed with a decorative green border. At the top center is the logo of IAIN Purwokerto, a yellow triangle with three upward-pointing chevrons. Below the logo, the text reads: "IAIN PURWOKERTO", "MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS", "INSTITUTE COLLEGE ON ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO", and "LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT". The address "Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Central Java Indonesia, www.iainpurwokerto.ac.id" is listed below. The word "CERTIFICATE" is prominently displayed in the center. The certificate number is "In.17/UPT.Bhs/PP.009/9787/2019". The recipient's name is "LAZAR VALERIAN FITRIARGO PUTRO" and the date of birth is "PURWOKERTO, June 24th, 2000". The test was held on December 10th, 2018. The scores are: 1. Listening Comprehension: 54, 2. Structure and Written Expression: 53, 3. Reading Comprehension: 51. The total score is 526. A portrait of the recipient is shown on the right. The certificate is signed by Dr. Subur, M.Ag., Head of Language Development Unit, on January 11th, 2019. A QR code and validation code are at the bottom left, and a circular official stamp is at the bottom center.

IAIN PURWOKERTO

MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
INSTITUTE COLLEGE ON ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Central Java Indonesia, www.iainpurwokerto.ac.id

CERTIFICATE

Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/9787/2019

This is to certify that :

Name : **LAZAR VALERIAN FITRIARGO PUTRO**
Date of Birth : **PURWOKERTO, June 24th, 2000**

Has taken English Proficiency Test of IAIN Purwokerto with paper-based test, organized by Language Development Unit IAIN Purwokerto on December 10th, 2018, with obtained result as follows:

1. Listening Comprehension	: 54
2. Structure and Written Expression	: 53
3. Reading Comprehension	: 51

Obtained Score : 526

The English Proficiency Test was held in IAIN Purwokerto.

Purwokerto, January 11th, 2019
Head of Language Development Unit,
Dr. Subur, M.Ag.
NIP: 19670307 199303 1 005

ValidationCode

Lampiran 6 : Sertifikat BTA/PPI


IAIN PURWOKERTO

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635624, 628250 | www.ialnpurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT
Nomor: In.17/UPT.MAJ/9025/04/2019

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

NAMA : LAZAR VALERIAN FITRIARGO PUTRO
NIM : 1817301021

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

# Tes Tulis	:	71
# Tartil	:	70
# Imla'	:	70
# Praktek	:	70
# Nilai Tahfidz	:	70



Purwokerto, 04 Jul 2019





MENGESAHKAN
DIPOTONG SESUAI DENGAN ASLINYA
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH
IAIN PURWOKERTO

SIMA v.1.0 UPT MA'HAD AL-JAMI'AH IAIN PURWOKERTO - page 1/1

Lampiran 7 : Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal

BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Pada hari ini, Jum'at tanggal 20 Oktober 2023 telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi dari mahasiswa berikut:

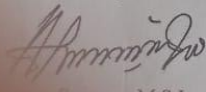
Nama : Lazar Valerian Fitriargo Putro
 NIM : 1817301021
 Semester/ Prodi : XI/HES
 Judul Proposal Skripsi : TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP REVISI PERMENDAG 50 TAHUN 2020 MENJADI PERMENDAG 31 TAHUN 2023 (STUDI KASUS PELARANGAN JUAL BELI DI TIKTOK SHOP)

NO	ASPEK	URAIAN	SKOR
1	Substansi Materi	Teori HES yang dipakai belum jelas	Maksimal : 40 Skor :
2	Metodologi Penelitian dan kualitas rujukan	Metode diuraikan agar operasional	Maksimal : 30 Skor :
3	Teknis Penulisan	Perbaiki sesuai pedoman	Maksimal : 20 Skor :
4	Kerapihan dan Kesopanan	Baik	Maksimal : 10 Skor :
CATATAN : Skor minimal untuk dinyatakan LULUS adalah : 56 (Lihat Rentang Nilai/ Skor)			JUMLAH SKOR : 80 NILAI : B+

RENTANG NILAI/ SKOR:

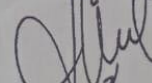
A : 86-100	B+ : 76-80	B- : 66-70	C : 56-60	D+ : 46-50
A- : 81-85	B : 71-75	C+ : 61-65	C- : 51-55	D : 41-45

Ketua Sidang




Purwokerto, 20 Oktober 2023

Sekretaris Sidang,



Lampiran 8: Surat Keterangan Lulus Seminar Komprehensif

 KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS SYARIAH
Jalan Jendral A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 835824 Faksimili (0281) 836553

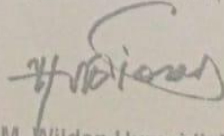
SURAT KETERANGAN
Nomor : 1/Un.19/D.Syariah/PP.05.3/1/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas Syaria'ah Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri
Purwokerto, menerangkan bahwa:

Nama : Lazar Valerian F.P.
NIM : 1817301021
Semester/Prodi : 11/Hukum Ekonomi Syariah

Mahasiswa tersebut benar-benar telah melaksanakan ujian
komprehensif pada hari Jum'at, 29 Desember 2023 dan dinyatakan LULUS
dengan nilai 80 (B+).

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat digunakan
sebagaimana mestinya.

Purwokerto, 02 Januari 2024
AA.n. Dekan
Kajur HES dan HTN,

M. Wildan Humaidi, M.H.
NIP. 19890929 201903 1 021

Lampiran 9 : Daftar Riwayat Hidup Penulis

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA DIRI

Nama : Lazar Valerian Fitriargo Putro
Tempat dan tanggal lahir : Purwokerto, 24 Juni 2000
Jenis kelamin : Laki-laki
Alamat : Purwanegara Rt 01 Rw 03, Purwokerto Utara
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Nomor handphone : 08812019402
Email : lazarvalerian3@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

2006-2012 : SD al-Irsyad al-Islamiyyah Purwokerto
2012-2015 : SMP Negeri 8 Purwokerto
2015-2018 : SMA Islam Ta'allumul Huda Bumiayu
2018- Sekarang : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

Purwokerto, 22 Maret 2024



Lazar Valerian Fitriargo Putro
NIM. 1817301021