

Perlindungan Konsumen atas Wanprestasi Pelaku Usaha dalam Transaksi Pakaian Bekas (*Preloved*) melalui *Live* Tiktok Perspektif Ibnu Taimiyah

Nurlaila Sari¹, Bagus Ramadi²

¹Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, e-mail: nurlaila0204222083@gmail.com

²Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, e-mail: bagusramadi@uinsu.ac.id

Histori Naskah

Diserahkan:
26-07-2026

Direvisi:
15-08-2026

Diterima:
19-08-2026

ABSTRACT

The sale and purchase of preloved clothing through the livestreaming feature on the TikTok application facilitates public shopping; however, such transactions can give rise to legal issues when business actors fail to fulfill their agreed obligations, thereby leaving consumer rights unfulfilled. This condition causes consumer losses and necessitates an analysis of consumer protection mechanisms and the legal liability of business actors. This study aims to analyze consumer protection against breach of contract by business actors in preloved clothing transactions via TikTok Live, evaluated under positive legal provisions and Ibn Taimiyah's perspective. This normative legal research employs statutory and conceptual approaches conducted through library research. The findings reveal that breach of contract by business actors in preloved clothing transactions via TikTok Live incurs financial losses for consumers and imposes an obligation on business actors to remedy consumer rights in accordance with applicable laws. From Ibn Taimiyah's perspective, fulfilling contractual obligations is an integral part of the principles of justice, honesty, and trustworthiness (amanah) in muamalah. A breach of contract directly contradicts these principles; thus, the restoration of consumer rights is essential to establishing fair and transparent transactions. Ultimately, this study contributes to formulating the limits of legal liability for social commerce business actors by integrating the norms of the Consumer Protection Law (UUPK) and Ibn Taimiyah's doctrine of hisbah to ensure legal certainty and transactional justice.

Keywords : Consumer Protection, Default, Digital Transactions, preloved clothing, Ibnu Taimiyah

ABSTRAK

Transaksi jual beli pakaian bekas *preloved* melalui fitur *Live streaming* pada aplikasi TikTok memudahkan masyarakat dalam berbelanja, Namun transaksi tersebut dapat menimbulkan permasalahan hukum apabila pelaku usaha tidak memenuhi kewajiban yang telah disepakati sehingga hak konsumen tidak terpenuhi sesuai dengan perjanjian. Kondisi tersebut dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen dan memerlukan analisis mengenai bentuk perlindungan serta tanggung jawab hukum pelaku usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan konsumen atas wanprestasi pelaku usaha dalam transaksi pakaian bekas (*preloved*) melalui TikTok *Live* berdasarkan ketentuan hukum positif dan perspektif Ibnu Taimiyah. Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual yang dilakukan melalui studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wanprestasi pelaku usaha dalam transaksi pakaian bekas melalui TikTok *Live* dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen dan menimbulkan kewajiban bagi pelaku usaha untuk memenuhi hak konsumen sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Dalam perspektif Ibnu Taimiyah, pemenuhan kewajiban dalam akad merupakan bagian dari prinsip keadilan, kejujuran, dan amanah dalam muamalah. Wanprestasi pelaku usaha bertentangan dengan prinsip tersebut sehingga diperlukan pemenuhan hak konsumen guna mewujudkan transaksi yang adil dan transparan. Penelitian ini berkontribusi memberikan formulasi batasan tanggung jawab hukum bagi pelaku usaha *social commerce* melalui integrasi norma UUPK dan doktrin *hisbah* Ibnu Taimiyah demi menjamin kepastian hukum dan keadilan bertransaksi.

Kata Kunci : Perlindungan Konsumen, Wanprestasi, Transaksi Digital, pakaian bekas, Ibnu Taimiyah

Corresponding Author : Nurlaila Sari, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, e-mail: nurlaila0204222083@gmail.com

PENDAHULUAN

Pemenuhan prestasi merupakan elemen krusial dalam perjanjian jual beli karena melahirkan hak dan kewajiban timbal balik. Tidak terpenuhinya kewajiban oleh salah satu pihak dikategorikan sebagai wanprestasi, baik berupa tidak melaksanakan prestasi sama sekali, terlambat, tidak sesuai spesifikasi, atau melanggar kesepakatan (Apriani, 2021; Erfania et al., 2026). Dalam kerangka Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), hal tersebut mencederai hak konsumen atas barang yang sesuai jaminan dan iktikad baik pelaku usaha (Indonesia, 1999). Sejalan dengan konsep tersebut, dari perspektif hukum ekonomi Islam, Ibnu Taimiyah menegaskan bahwa pemenuhan akad merupakan cerminan dari prinsip keadilan, kejujuran, dan larangan merugikan pihak lain dalam muamalah (Taimiyah, 1995; Norrahman, 2023). Dengan demikian, wanprestasi dalam transaksi jual beli tidak hanya menimbulkan konsekuensi yuridis berupa pelanggaran hak konsumen menurut UUPK, tetapi juga mencederai pilar keadilan dan amanah akad dalam muamalah.

Kemajuan teknologi digital turut mengubah lanskap perdagangan melalui beralihnya pola transaksi konvensional menuju sistem pembayaran nontunai dan platform digital (Syafitri et al., 2025). Salah satu bentuk perwujudannya yang makin marak adalah jual beli melalui fitur siaran langsung (*live streaming*) pada aplikasi TikTok, yang memungkinkan interaksi secara *real-time* antara penjual dan pembeli. Maraknya tren ini didukung oleh pertumbuhan pesat pasar social commerce di Indonesia yang nilai transaksinya diproyeksikan terus meningkat signifikan, di mana kategori fashion dan barang *preloved* menjadi salah satu komoditas utama yang paling diminati pengguna (Jossie, 2025; Rochman, 2023; Safitri & Ali, 2025). Fenomena perdagangan digital ini memberikan kemudahan dan efisiensi bagi masyarakat, khususnya dalam transaksi pakaian bekas yang semakin diminati karena menawarkan variasi produk bermerek dengan harga yang terjangkau (Kinanti et al., 2024).

Namun, di balik efisiensi dan kepraktisan transaksi melalui fitur *Live streaming*, terdapat kerentanan prosedural dan aspek hukum yang berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen. Dalam siaran langsung, pelaku usaha menampilkan produk serta menyampaikan informasi mengenai jenis, kondisi, dan harga barang (Findartika et al., 2025). Masalah hukum timbul ketika alur transaksi dialihkan ke luar sistem resmi *platform* melalui komunikasi pribadi maupun transfer langsung. Perpindahan jalur ini menyebabkan transaksi tidak lagi terekam dalam sistem pengawasan dan mekanisme perlindungan terpadu *platform* (Shopee, 2026). Akibatnya, timbul ketimpangan posisi hukum yang menempatkan konsumen pada posisi yang sangat rentan; ketika pelaku usaha melakukan wanprestasi seperti tidak mengirimkan barang, menunda penyerahan, atau barang tidak sesuai spesifikasi. Ini mengakibatkan konsumen kehilangan akses perlindungan otomatis *platform* serta kesulitan menuntut pertanggungjawaban maupun pengembalian dana (*refund*) dari pelaku usaha (Sulthonuddin & Muttaqin, 2025).

Berdasarkan dinamika tersebut, permasalahan mendasar yang dikaji dalam penelitian ini terfokus pada ketimpangan antara norma hukum dan praktik pemenuhan kewajiban pelaku usaha yang berpotensi memicu wanprestasi serta kerugian konsumen secara finansial maupun yuridis. Masalah ini krusial akibat timbulnya kekosongan kepastian prosedur terkait skema pengembalian dana (*refund*) dan mekanisme pertanggungjawaban ganti rugi ketika pelaku usaha cidera janji dalam transaksi *off-platform* (Arthamevia et al., 2024). Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting dilakukan guna merumuskan kerangka perlindungan hukum yang presisi melalui integrasi norma hukum positif (UUPK) dan prinsip keadilan muamalah Ibnu Taimiyah. Kehadiran kajian ini tidak hanya mengisi celah akademis terkait perlindungan konsumen pada fitur *social commerce* yang kian masif, tetapi juga memberikan formulasi batasan tanggung jawab hukum yang konkret bagi pelaku usaha guna menjamin kepastian hukum, keadilan, dan keamanan bertransaksi di era digital.

Kajian mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi digital melalui platform media sosial telah banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya dari pelbagai sudut pandang.

Arthamevia et al. (2024) membedah perlindungan hukum konsumen dalam jual beli pakaian bekas (*thrifting*) via aplikasi TikTok berfokus pada analisis Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Sirait & Sawitri (2025) menekankan kajiannya pada efektivitas perlindungan konsumen dan tanggung jawab penjual atas tidak tersedianya garansi atau refund pada fitur TikTok Live. Dari aspek keabsahan dan kepatuhan syariah, Izzah & Fauziah (2024) mengkaji praktik transaksi pakaian bekas via TikTok berdasarkan kriteria akad dalam Hukum Ekonomi Syariah, sedangkan Sulthonuddin & Muttaqin (2025) menelaah bentuk perlindungan konsumen pada fitur TikTok Shop berdasarkan perspektif fikih muamalah kontemporer. Di samping itu, Rizal et al. (2021) mengkaji perbandingan hukum positif dan hukum Islam terhadap hak ganti rugi konsumen atas barang *preloved* cacat tersembunyi. Namun, kajian yang secara spesifik mengintegrasikan analisis bentuk wanprestasi pelaku usaha *off-platform* pada TikTok Live menurut norma UUPK dengan landasan etika-filosofis muamalah perspektif Ibnu Taimiyah, khususnya dalam konteks keadilan akad dan pengawasan *hisbah* masih relatif terbatas.

Berdasarkan latar belakang dan ruang lingkup permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk wanprestasi pelaku usaha dalam transaksi pakaian bekas (*preloved*) melalui *Live* TikTok, serta merumuskan skema perlindungan konsumen dan bentuk tanggung jawab hukum pelaku usaha ditinjau dari ketentuan hukum positif dan perspektif Ibnu Taimiyah. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini difokuskan untuk menjawab dua pertanyaan utama: (1) bagaimana bentuk wanprestasi dan perlindungan hukum bagi konsumen atas ketidakpenuhan kewajiban pelaku usaha menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen? serta (2) bagaimana kewajiban akad dan tanggung jawab pelaku usaha atas wanprestasi dalam transaksi tersebut dari perspektif hukum ekonomi Islam Ibnu Taimiyah? Secara teoretis, kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis bagi pengembangan keilmuan hukum ekonomi syariah dan hukum perlindungan konsumen digital melalui pengintegrasian norma positif dengan asas *hisbah* serta keadilan akad. Sementara secara praktis, hasil penelitian ini bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dan panduan edukatif bagi masyarakat, pelaku usaha *e-commerce*, maupun pembuat kebijakan dalam memperkuat kepastian hukum dan iklim transaksi digital yang adil dan transparan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif dengan sifat penelitian deskriptif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual (Amiruddin & Asikin, 2020; Kristiawanto, 2024). Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah berbagai peraturan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan wanprestasi pelaku usaha, khususnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, serta peraturan lain yang mengatur transaksi elektronik. Sementara itu, pendekatan konseptual digunakan untuk memahami konsep wanprestasi pelaku usaha dalam transaksi pakaian bekas (*preloved*) melalui *Live* TikTok serta menelaah pemikiran Ibnu Taimiyah mengenai akad, amanah, dan tanggung jawab dalam muamalah. Bahan hukum diperoleh dari peraturan perundang-undangan, buku, jurnal, dan literatur lainnya sebagai sumber bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan dengan menelaah bahan hukum yang relevan.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif melalui tiga tahapan analisis hukum normatif yang sistematis. Pertama, inventarisasi dan kategorisasi, yaitu menginventarisasi norma-norma perlindungan konsumen dalam UUPK (khususnya Pasal 19 dan Pasal 22) serta doktrin *hisbah* dan akad Ibnu Taimiyah, kemudian mengelompokkannya berdasarkan indikator bentuk wanprestasi dan batasan tanggung jawab pelaku usaha. Kedua, analisis sinkronisasi dan komparasi, yaitu mempertentangkan serta menyelaraskan norma hukum positif dengan prinsip fikih muamalah guna menemukan titik temu dan kesenjangan pengaturan tanggung jawab pelaku

usaha pada transaksi *social commerce*. Ketiga, penarikan kesimpulan secara deduktif, yaitu menerapkan norma-norma abstrak yang telah disintesis ke dalam kasus spesifik transaksi *preloved* melalui TikTok Live untuk merumuskan formulasi batasan tanggung jawab hukum pelaku usaha yang adil, rasional, dan transparan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Bentuk Wanprestasi Pelaku Usaha Pakaian Bekas melalui *Live* TikTok

Perkembangan perdagangan digital, khususnya melalui fitur *Live streaming* pada TikTok, telah mengubah pola transaksi jual beli menjadi lebih cepat dan interaktif. Dalam praktiknya, penjual dapat menawarkan barang secara langsung kepada konsumen, sementara konsumen dapat melakukan pembelian secara *real time* tanpa melalui proses yang panjang. Namun, kemudahan ini juga diikuti dengan munculnya berbagai permasalahan, salah satunya adalah Wanprestasi setelah pembayaran dilakukan (Rizka & Dajaan 2024).

Salah satu komoditas yang paling banyak diperdagangkan adalah pakaian. Pakaian adalah kebutuhan dasar manusia yang terus berubah seiring dengan zaman, jadi akan selalu menjadi komoditas dengan permintaan tinggi. Perubahan dalam kualitas, model, dan harga pakaian juga memengaruhi tingkat penawaran dan permintaan masyarakat. Bagi sebagian orang, khususnya mahasiswa maupun masyarakat yang ingin tetap tampil menarik dengan biaya yang terjangkau (Rahmad & Permata, 2023). Jual beli pakaian bekas yang dikenal sebagai *preloved* telah menjadi alternatif yang populer. Hal ini karena pakaian bekas umumnya dijual dengan harga yang jauh lebih murah, bahkan jika berasal dari merek-merek ternama, dibandingkan dengan pakaian baru yang dijual di pusat perbelanjaan seperti mal.

Pada tahap penawaran, pelaku usaha melakukan siaran langsung dengan menawarkan pakaian bekas serta memberikan informasi mengenai kondisi barang, harga, dan sistem pembelian. tahap selanjutnya, konsumen yang tertarik akan diminta untuk melakukan "*keep*" atau mengamankan barang tersebut. Apabila proses transaksi dilanjutkan melalui aplikasi lain di luar sistem resmi platform, maka transaksi tersebut tidak lagi sepenuhnya berlangsung dalam sistem platform. Perpindahan ini menjadi titik awal munculnya risiko, karena transaksi tidak lagi berada dalam pengawasan sistem platform.

Setelah itu, Konsumen kemudian membayar sesuai dengan harga. yang telah disepakati, melalui metode pembayaran yang disepakati oleh para pihak. Setelah pembayaran dilakukan, pelaku usaha berkewajiban menyerahkan barang sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat dengan konsumen. Apabila pelaku usaha tidak memenuhi kewajiban tersebut, maka tindakan tersebut dapat dikategorikan sebagai wanprestasi (Pakaya, 2025).

Dalam transaksi pakaian bekas (*preloved*) melalui *Live* TikTok, tidak terpenuhinya kewajiban pelaku usaha setelah konsumen melakukan pembayaran dapat dikategorikan sebagai wanprestasi apabila kewajiban tersebut telah disepakati dalam perjanjian. Bentuk wanprestasi dalam suatu perjanjian dapat dibedakan menjadi empat, yaitu sama sekali tidak memenuhi prestasi, tidak sempurna dalam memenuhi prestasi, terlambat memenuhi prestasi, dan melakukan sesuatu yang dilarang dalam perjanjian (Syahrani, 2004). Dalam konteks transaksi pakaian bekas melalui *Live* TikTok, bentuk wanprestasi yang menjadi fokus pembahasan adalah tidak dipenuhinya kewajiban pelaku usaha setelah konsumen melakukan pembayaran, khususnya ketika barang yang telah disepakati tidak diserahkan kepada konsumen.

Dalam transaksi pakaian bekas melalui *Live* TikTok, terjadinya wanprestasi dapat dipengaruhi oleh beberapa kondisi, seperti lemahnya pengawasan transaksi di luar platform resmi, tidak adanya sistem pengamanan yang jelas, serta tidak adanya tanggung jawab dari pelaku usaha. Selain itu, posisi konsumen menjadi lebih lemah karena tidak memiliki bukti transaksi yang kuat dalam sistem resmi platform (Ankasa et al., 2022). Ketika hal tersebut tidak dipenuhi, maka timbul kerugian yang secara langsung dirasakan oleh konsumen.

B. Perlindungan Konsumen atas Wanprestasi Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) hadir sebagai fondasi hukum utama dalam menjamin kepastian, keadilan, dan keseimbangan hubungan antara pelaku usaha dan konsumen di Indonesia. Secara dogmatis, UUPK menegaskan hak-hak mendasar konsumen, seperti hak atas kenyamanan, keamanan, informasi yang benar dan jujur, serta hak untuk mendapatkan ganti rugi apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau standar yang berlaku. Di sisi lain, undang-undang ini membebaskan kewajiban beritikad baik dan jaminan mutu produk kepada pelaku usaha, termasuk melarang secara tegas penggunaan klausula baku yang bersifat eksonerasi atau mengalihkan tanggung jawab secara sepihak yang dapat merugikan posisi tawar konsumen.

Dalam kerangka penegakan hukum dan tanggung jawab keperdataan, UUPK menegaskan mekanisme ganti rugi serta prinsip pembuktian terbalik. Pasal 19 ayat (3) UUPK mengatur batas waktu pelaksanaan ganti rugi, yaitu wajib dilaksanakan dalam tenggat waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. Sementara itu, Pasal 22 UUPK memperkuat posisi hukum konsumen dengan menetapkan bahwa pembuktian ada atau tidaknya unsur kesalahan dalam tindak pidana perlindungan konsumen merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha, tanpa menutup kemungkinan bagi jaksa penuntut umum untuk tetap melakukan pembuktian (Indonesia, 1999). Penerapan kedua ketentuan ini bertujuan mengatasi asimetri informasi, mempercepat pemulihan hak konsumen, dan melengkapi mekanisme penyelesaian sengketa melalui BPSK maupun peradilan umum guna mencegah praktik bisnis yang curang dalam dinamika pasar.

Wanprestasi setelah pembayaran dalam transaksi jual beli pakaian bekas (*preloved*) melalui Live TikTok dapat menimbulkan permasalahan hukum yang berkaitan dengan pemenuhan hak-hak konsumen. Kondisi tersebut terjadi apabila pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat, sehingga berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen. Merujuk pada ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, transaksi penjualan elektronik melibatkan berbagai subjek hukum, seperti penjual, pembeli, perbankan/penyedia layanan pembayaran, dan penyedia platform (*marketplace/social commerce*). Hubungan hukum antar-subjek tersebut secara langsung berkaitan dengan hak dan kewajiban masing-masing pihak yang wajib dipenuhi demi menjamin kepastian serta perlindungan hukum dalam bertransaksi (Sobirin & Choeriyah 2024).

Kontrak penjualan yang dilakukan secara elektronik melalui internet merupakan perjanjian atau hubungan hukum yang terbentuk melalui sistem komunikasi. Perjanjian antara para pihak terbentuk melalui penawaran yang diajukan oleh suatu pelaku usaha dan penerimaannya oleh konsumen. Pelaku usaha menggunakan fitur *Live streaming* untuk menawarkan produk kepada konsumen. Penawaran tersebut bersifat terbuka, sehingga konsumen yang tertarik dapat melakukan transaksi atas barang yang ditawarkan (Ismail & Isradjuningtias, 2022). Oleh karena itu, bahkan jika perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen dibuat melalui media elektronik seperti WhatsApp, hukum tetap menganggapnya sebagai perjanjian yang sah. Pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban secara hukum jika terbukti melanggar perjanjian tersebut dengan cara yang merugikan konsumen, sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Alfatunisah & Sativa, 2025).

Merujuk pada Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen memiliki hak untuk memperoleh kenyamanan, keamanan, informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan jasa, serta hak untuk memperoleh kompensasi atau ganti rugi apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian (Indonesia, 1999). Dalam hal pelaku usaha tidak memenuhi kewajibannya setelah konsumen melakukan pembayaran, hak tersebut tidak terpenuhi karena konsumen tidak memperoleh barang sebagaimana yang diperjanjikan maupun pengembalian dana atas transaksi yang telah dilakukan. Kondisi ini

menunjukkan bahwa pelaku usaha telah mengabaikan hak-hak konsumen yang dijamin oleh UUPK.

Pasal 19 UUPK juga mengatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha, termasuk kewajiban memberikan ganti rugi kepada konsumen yang mengalami kerugian akibat barang yang diperdagangkan. serta memberikan ganti rugi atau kompensasi jika konsumen mengalami kerugian karena suatu transaksi (Indonesia, 1999). Tidak terpenuhinya kewajiban pelaku usaha setelah konsumen melakukan pembayaran merupakan tindakan yang bertentangan dengan kewajiban tersebut karena pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya sebagaimana yang telah disepakati.

Bentuk tanggung jawab penjual dapat diwujudkan melalui pengembalian dana (refund), pengiriman barang sesuai kesepakatan, atau pemberian kompensasi lain yang disepakati para pihak. Apabila pelaku usaha mengabaikan kewajiban tersebut, konsumen berhak menempuh upaya penyelesaian sengketa sesuai mekanisme yang diatur dalam peraturan perundang-undangan. Dengan demikian, tidak terpenuhinya kewajiban pelaku usaha setelah konsumen melakukan pembayaran dalam transaksi jual beli pakaian bekas melalui *Live* TikTok dapat bertentangan dengan asas itikad baik dalam perjanjian serta ketentuan Pasal 4, Pasal 7, dan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha wajib mempertanggungjawabkan kerugian yang dialami konsumen akibat tidak terpenuhinya kewajiban yang telah disepakati sebagai bentuk perlindungan hukum sekaligus untuk mewujudkan kepastian hukum dalam transaksi perdagangan elektronik.

Dalam konteks transaksi pakaian bekas melalui *Live* TikTok, ketentuan tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha tetap berkewajiban memenuhi hak konsumen meskipun transaksi dilakukan melalui media digital. Media yang digunakan dalam transaksi tidak menghilangkan kewajiban pelaku usaha untuk memenuhi kesepakatan yang telah dibuat dengan konsumen. Kesepakatan mengenai barang dan harga menjadi dasar bagi timbulnya kewajiban pelaku usaha untuk memenuhi prestasi yang telah disepakati. Apabila konsumen telah memenuhi kewajibannya, khususnya melakukan pembayaran, tetapi pelaku usaha tidak memenuhi kewajibannya untuk menyerahkan barang sesuai kesepakatan, maka keadaan tersebut dapat dianalisis sebagai wanprestasi yang merugikan konsumen (Sirait et al.,)

Perlindungan hukum konsumen tidak dimaksudkan untuk menghentikan usaha bisnis seseorang sebaliknya, perlindungan tersebut diharapkan dapat menciptakan lingkungan bisnis yang sehat yang mendorong berdirinya perusahaan yang kuat yang menawarkan barang dan jasa berkualitas tinggi (Lubis & Zahara, 2023). Maka dari itu Perlindungan konsumen secara langsung bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan martabat konsumen, dan secara tidak langsung mendorong pelaku usaha untuk bertindak dengan tanggung jawab (Andini & Zulham, 2023).

Perlindungan hukum yang diberikan kepada pembeli saat mereka membeli pakaian bekas melalui TikTok *Live* tetap berlaku, meskipun transaksi tersebut dilakukan secara elektronik atau tidak. Tidak terpenuhinya kewajiban yang telah disepakati dalam perjanjian dapat dikategorikan sebagai wanprestasi yang menimbulkan tanggung jawab hukum bagi pelaku usaha. Ini karena hubungan hukum yang timbul dari perjanjian antara para pihak memiliki konsekuensi hukum yang mengikat dalam hal ini, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menciptakan praktik *e-commerce* yang menjunjung tinggi kepastian hukum, keadilan, dan hubungan yang seimbang antara pelaku usaha dan konsumen. Undang-undang ini juga melindungi hak-hak konsumen dan mendorong pengembangan praktik *e-commerce* yang lebih baik (Yuliska & Yuliska, 2024).

C. Perspektif Ibnu Taimiyah atas Wanprestasi dalam Transaksi Pakaian Bekas

Pemikiran Ibn Taimiyah dapat membantu orang memahami prinsip keadilan dalam transaksi dan menolak segala jenis penipuan dalam ekonomi Islam, sejalan dengan masalah yang disebutkan di atas. Dalam hal ekonomi Islam, Pemikiran Ibnu Taimiyah mengenai transaksi muamalah

menempatkan keadilan sebagai salah satu prinsip penting dalam hubungan ekonomi. Dalam *Majmū' al-Fatāwā*, Ibnu Taimiyah menjelaskan bahwa transaksi timbal balik, termasuk jual beli, merupakan bagian dari kebutuhan manusia dan bahwa kemaslahatan dalam transaksi berkaitan dengan terwujudnya keadilan. Ia juga menjelaskan bahwa pada dasarnya transaksi dilakukan atas dasar kerelaan para pihak (Ibnu Taimiyah, 1995).

Prinsip keadilan dan kerelaan tersebut menunjukkan bahwa transaksi jual beli tidak hanya berkaitan dengan adanya pertukaran barang dan pembayaran, tetapi juga dengan pemenuhan hak dan kewajiban para pihak. Ibnu Taimiyah memasukkan jual beli sebagai bentuk transaksi timbal balik, yaitu pertukaran harta dengan harta. Oleh karena itu, pelaksanaan kewajiban yang telah disepakati menjadi bagian penting dalam menjaga keseimbangan hubungan antara pihak-pihak yang melakukan transaksi. (Ibnu Taimiyah, 1995).

Dalam pengertian istilah, *hisbah* merupakan upaya untuk mendorong praktik yang benar (*al-ma'rūf*) dan mencegah perbuatan yang salah (*al-munkar*) dalam kehidupan masyarakat, termasuk dalam aktivitas muamalah. Konsep tersebut bertujuan untuk menjaga agar kegiatan perdagangan berlangsung sesuai dengan prinsip keadilan dan tidak menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Dalam konteks perdagangan, *hisbah* berkaitan dengan pengawasan terhadap aktivitas pasar untuk mencegah praktik-praktik yang bertentangan dengan ketentuan syariah, seperti kecurangan dan tindakan yang merugikan pihak lain (Arifah et al., 2023).

Dalam pandangan Islam, jual beli merupakan salah satu bentuk muamalah yang pelaksanaannya harus didasarkan pada prinsip kerelaan dan keadilan antara para pihak. Islam memberikan pedoman dalam pelaksanaan transaksi perdagangan agar pertukaran harta tidak dilakukan dengan cara yang batil serta tidak menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak. Prinsip kerelaan dalam transaksi menjadi salah satu dasar penting dalam pelaksanaan jual beli, sehingga kesepakatan yang telah terbentuk antara penjual dan pembeli harus dihormati dan dilaksanakan oleh masing-masing pihak (Matondang & Hidayat, 2024). Prinsip tersebut menjadi relevan ketika dikaitkan dengan transaksi pakaian bekas (*preloved*) melalui *Live* TikTok, khususnya ketika pelaku usaha telah menerima pembayaran dari konsumen tetapi tidak memenuhi kewajibannya untuk melanjutkan transaksi. Konsumen dalam keadaan tersebut telah melaksanakan kewajibannya berupa pembayaran, sedangkan pelaku usaha tidak memberikan prestasi sebagaimana yang telah disepakati.

Tindakan pelaku usaha yang tidak memenuhi kewajibannya setelah menerima pembayaran perlu dilihat dari ada atau tidaknya unsur kecurangan dalam transaksi. Apabila tindakan tersebut disertai dengan ketidakjujuran atau perbuatan yang merugikan pihak lain, maka perbuatan tersebut dapat dikaitkan dengan prinsip pencegahan terhadap kecurangan dalam aktivitas perdagangan. Dalam pemikiran Ibnu Taimiyah, hal tersebut berkaitan dengan fungsi *hisbah* yang mencakup pelaksanaan *al-amr bi al-ma'rūf wa al-nahy 'an al-munkar* serta pengawasan terhadap aktivitas perdagangan agar tidak terjadi praktik yang merugikan pihak lain (Riski, 2024).

Dalam pemikiran Ibnu Taimiyah, konsep *hisbah* berkaitan dengan pelaksanaan *al-amr bi al-ma'rūf wa al-nahy 'an al-munkar*. Meskipun Ibnu Taimiyah tidak menjelaskan istilah *hisbah* secara langsung sebagai sebuah institusi, uraian pemikirannya menunjukkan bahwa *hisbah* berkaitan dengan pelaksanaan pengawasan terhadap ketertiban kehidupan umum. Pengawasan tersebut memiliki relevansi dengan aktivitas perdagangan, antara lain melalui pengawasan pasar untuk mencegah terjadinya pemalsuan barang serta kecurangan dalam timbangan dan ukuran (Hajar, 2021).

Sebagaimana dinyatakan oleh Ibnu Taimiyah dalam bukunya *al-Hisbah fi al-Islām*, fungsi-fungsi *hisbah*, ada 3 yaitu (Taimiyah, 1980):

1. Pengawasan terhadap aktivitas perdagangan. Pengawasan terhadap aktivitas perdagangan dilakukan untuk memastikan agar kegiatan jual beli berjalan sesuai dengan prinsip syariah dan tidak merugikan pihak lain.

2. Pencegahan kecurangan dan tindakan yang merugikan. *Hisbah* berfungsi mencegah praktik perdagangan yang mengandung kecurangan atau tindakan yang dapat merugikan pihak lain. Fungsi ini paling relevan dengan kasus pelaku usaha yang menerima pembayaran tetapi tidak memenuhi kewajibannya kepada konsumen.
3. Mendorong pelaku usaha menjalankan *al-ma'rūf* dan meninggalkan *al-munkar*. Fungsi *hisbah* juga diarahkan untuk mendorong pelaku usaha menjalankan kegiatan perdagangan secara jujur dan bertanggung jawab serta mencegah tindakan yang bertentangan dengan prinsip keadilan.

Dari beberapa fungsi tersebut, fungsi pengawasan terhadap aktivitas perdagangan dan pencegahan terhadap tindakan yang merugikan pihak lain memiliki relevansi dengan transaksi pakaian bekas melalui *Live* TikTok. Dalam transaksi tersebut, pengawasan tidak hanya berkaitan dengan barang dan harga, tetapi juga dengan pelaksanaan kesepakatan setelah konsumen melakukan pembayaran. Ketika pelaku usaha tidak memenuhi kewajibannya, tidak memberikan kejelasan mengenai transaksi, atau menghentikan komunikasi dengan konsumen, keadaan tersebut dapat dianalisis melalui prinsip *hisbah* sebagai upaya mencegah terjadinya tindakan yang merugikan pihak lain.

Prinsip pencegahan terhadap tindakan yang merugikan pihak lain dalam transaksi juga memiliki dasar dalam Al-Qur'an. Islam melarang seseorang memperoleh atau memanfaatkan harta orang lain dengan cara yang batil. Larangan tersebut ditegaskan dalam QS. Al-Baqarah (2) Ayat 188 sebagai berikut:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: "*Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui*" (LPMQ, 2022).

Dalam perspektif hukum Islam, jual beli merupakan akad yang menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak. Ketika konsumen telah melakukan pembayaran, pelaku usaha berkewajiban memenuhi prestasi berupa penyerahan barang sesuai dengan kesepakatan. Apabila pelaku usaha telah menerima pembayaran tetapi tidak memenuhi kewajibannya untuk menyerahkan barang kepada konsumen, tindakan tersebut dapat dikategorikan sebagai ingkar janji karena pelaku usaha tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana yang telah disepakati. Keadaan tersebut dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen dan bertentangan dengan prinsip pemenuhan akad dalam hukum ekonomi syariah (Monalisa et al., 2024).

Dalam pemikiran Ibnu Taimiyah, keadilan merupakan prinsip penting dalam aktivitas perdagangan. Keadilan dalam transaksi berkaitan dengan terciptanya hubungan ekonomi yang tidak merugikan salah satu pihak. Pemikiran tersebut juga berkaitan dengan keberadaan *hisbah* sebagai bentuk pengawasan terhadap aktivitas pasar untuk mencegah terjadinya ketidakadilan dan praktik yang merugikan masyarakat (Hajar, 2021). Dalam konteks transaksi pakaian bekas melalui *Live* TikTok, prinsip tersebut dapat digunakan untuk menilai tindakan pelaku usaha yang telah menerima pembayaran tetapi tidak memenuhi kewajibannya kepada konsumen. Tindakan tersebut perlu dilihat dari prinsip keadilan dalam transaksi serta fungsi *hisbah* dalam mencegah praktik perdagangan yang merugikan pihak lain.

Pemikiran Ibnu Taimiyah mengenai *hisbah* memberikan dasar untuk menilai praktik perdagangan dari aspek keadilan, pengawasan, dan pencegahan terhadap tindakan yang merugikan pihak lain. Dalam transaksi pakaian bekas melalui *Live* TikTok, prinsip tersebut relevan untuk menilai tindakan pelaku usaha yang telah menerima pembayaran tetapi tidak memenuhi kewajibannya kepada konsumen. Dengan demikian, praktik tersebut tidak hanya berkaitan dengan tidak terpenuhinya kewajiban dalam transaksi, tetapi juga dapat dinilai dari prinsip keadilan dan pengawasan perdagangan yang menjadi bagian dari pemikiran Ibnu Taimiyah.

Guna menjamin kepastian hukum, keadilan, dan keamanan bertransaksi di era digital, dibutuhkan formulasi batasan tanggung jawab hukum yang konkret dan operasional bagi pelaku usaha *social commerce*. Pertama, mengenai kewajiban pemulihan hak (*restitutio in integrum*), pelaku usaha yang terbukti wanprestasi wajib melakukan pengembalian dana (*full refund*) atau pengiriman ulang barang yang sesuai. Secara yuridis, pelaksanaan ganti rugi tersebut didasarkan pada Pasal 19 ayat (3) UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang membatasi tenggat waktu maksimal 7 (tujuh) hari (Indonesia, 1999); namun, dalam dinamika *social commerce* berbasis sistem *real-time payment*, tenggat tersebut diakselerasi menjadi maksimal 3 x 24 jam sebagai bentuk penyesuaian terhadap asas kepatutan (*redelijkheid en billijkheid*) dan kebiasaan standar industri *e-commerce*. Kedua, pelaku usaha wajib menerapkan pembuktian transparansi pra-transaksi dengan menginformasikan secara jujur setiap cacat produk *preloved* saat siaran langsung. Kelalaian menyampaikan cacat barang mengalihkan seluruh beban kerugian kepada penjual. Ketiga, dalam hal terjadi sengketa *off-platform*, diterapkan mekanisme beban pembuktian terbalik sesuai prinsip Pasal 22 UUPK, di mana pelaku usaha wajib membuktikan kelengkapan pemenuhan prestasinya. Keempat, ditinjau dari konsep *hisbah* Ibnu Taimiyah, penentuan batas waktu yang tegas dan kepastian ganti rugi ini merupakan bentuk batasan operasional dan kontrol pasar untuk menegakkan *al-ma'rūf* dan mencegah *al-munkar*. Hal ini memastikan bahwa pelaku usaha bertindak amanah, mencegah tindakan memakan harta konsumen secara batil, dan mewujudkan iklim transaksi digital yang adil dan transparan.

PENUTUP

Wanprestasi pelaku usaha dalam transaksi pakaian bekas (*preloved*) melalui Live TikTok seperti pembatalan transaksi secara sepihak maupun tidak diserahkannya barang setelah pembayaran telah mencederai hak-hak konsumen yang dijamin dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Ditinjau dari UUPK, kondisi ini melahirkan kewajiban bagi pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi atau pengembalian dana (*refund*) paling lambat 7 hari sesuai Pasal 19 ayat (3) UUPK, yang diperkuat oleh mekanisme pembuktian terbalik berdasarkan Pasal 22 UUPK. Sementara dalam perspektif Ibnu Taimiyah, tindakan wanprestasi bertentangan dengan pilar keadilan, kejujuran, dan amanah dalam muamalah, serta melanggar fungsi *hisbah* yang menghendaki pencegahan kecurangan dan pelarangan mengambil harta orang lain secara batil.

Kajian ini memiliki keterbatasan karena berfokus pada analisis yuridis-normatif berbasis data sekunder sehingga belum memotret dinamika penegakan hukum dan efektivitas penyelesaian sengketa di lapangan secara empiris. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan socio-legal/empiris melalui wawancara mendalam dengan konsumen korban wanprestasi, pelaku usaha *social commerce*, serta pihak pengelola *platform* (TikTok) guna mengevaluasi efektivitas skema perlindungan konsumen dan mekanisme *dispute resolution* yang berlaku secara praktis.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfatunisah, A. and Sativa, A., 2025. Keabsahan hukum perjanjian jual beli melalui WhatsApp Bisnis berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. *Legal Standing: Jurnal Ilmu Hukum*, 9(4). <https://doi.org/10.24269/lis.v9i4.12137>
- Amiruddin, & Asikin, Z. (2020). *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Raja Wali Pers.
- Andini, F. and Zulham, Z., 2023. Pertanggungjawaban dokter kecantikan terhadap konsumen pada informasi produk cream wajah. *Journal of Education Research*, 4(2). <https://doi.org/10.37985/jer.v4i2.259>
- Ankasa, R.G., Nurhasanah, N. and Hadi, A.C., 2022. Pembatalan kontrak sepihak dalam transaksi e-commerce. *Journal of Legal Research*, 4(3). <https://doi.org/10.15408/jlr.v4i3.21419>

- Apriani, T. (2021). KONSEP GANTI RUGI DALAM PERBUATAN MELAWAN HUKUM DAN WANPRESTASI SERTA SISTEM PENGATURANNYA DALAM KUH PERDATA. *GANEC SWARA*, 15(1), Article 1. <https://doi.org/10.35327/gara.v15i1.193>
- Arifah, U., Baroroh, N., & Muttoharoh, S. (2023). Lembaga Hisbah dalam Ekonomi Bisnis Islam. <https://doi.org/10.33507/lab.v7i01.1231>
- Arthamevia, L., Awaludin, A., Triana, I. D. S., & Periani, A. (2024). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Pakaian Bekas (Thrifting) Melalui Aplikasi TikTok. *Cakrawala Hukum: Majalah Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Wijayakusuma*, 26(2), 19–26. <https://doi.org/10.51921/chk.8915sb93>
- Erfania, A., Rosalina, M., Sabrina, A., & Zuhra, N. (2026). Analisis Hukum Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Menurut Kuhperdata. *Al-Zayn : Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 4(4), 7367–7382. <https://doi.org/10.61104/alz.v4i4.8467>
- Evangelii, G. A. beta, Zubaedah, R., & Affandi, I. (2024). Wanprestasi Oleh Penjual Pada Perjanjian Pengikatan Jual Beli. *Legal Spirit*. <https://doi.org/10.31328/ls.v8i1.5604>
- Filjannah, A. and Hidayat, R., 2025. *Consumer Protection Against Unauthorized Charges in Subscription-Based Parking System in Medan: A Legal Analysis from the Perspective of Istishab*. *Al-Adalah: Jurnal Hukum dan Politik Islam*, 10(2), pp.383–395. <https://doi.org/10.30863/ajmpi.v10i2.10263>
- Findartika, L. D., Handayani, I. S., Honainah, Qomariyah, L., Fauzi, M., & Iman, A. K. N. (2025). Live Shopping Dalam Perspektif Syariah: Analisis Kualitatif Terhadap Indikasi Gharar Dan Preferensi Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan Dan Teknik*, 2(6), 88–94. <https://doi.org/10.70134/identik.v2i6.985>
- Hajar, E. S. (2021). Institusi pengawasan publik (hisbah) menurut Ibnu Taimiyah. *An Nawawi: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, 1(2), 71–78. <https://doi.org/10.55252/annawawi.v1i2.11>
- Ibnu Taimiyah. (1995). *Majmu' al-Fatawa* (Jilid 29). *Majma' al-Malik Fahd li Thiba'at al-Mushaf al-Syarif*.
- Indonesia, P. P. R. (1999). *UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Database Peraturan | JDIH BPK. <http://peraturan.bpk.go.id/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999>
- Iqbal, M. and Hidayat, R., 2024. Perlindungan Konsumen dalam Rekayasa Rating Penilaian pada Aplikasi Shopee Perspektif Mazhab Imam Asy-Syafi'i: Studi Kasus Pengguna Aplikasi Shopee di Desa Tembung Kecamatan Percut Sei Tuan. *As-Syar'i: Jurnal Bimbingan & Konseling Keluarga*, 6(2), pp.1196–1205. <https://doi.org/10.47476/assyari.v6i2.6440>
- Ismail, M.R. and Isradjuningtias, A.C., 2022. Analisis pembuatan kontrak jual beli online dalam transaksi e-commerce ditinjau dari undang-undang informasi dan transaksi elektronik. *The Juris*, 6(2). <https://doi.org/10.56301/juris.v6i2.591>
- Jossie, A. (2025, May 22). *Jualan Preloved di TikTok Melonjak, Jadi Pilihan Favorit Gen Z Cari Cuan!* | *beritajatim.com*. <https://beritajatim.com/jualan-preloved-di-tiktok-melonjak-jadi-pilihan-favorit-gen-z-cari-cuan>
- Kinanti, A.P. et al., 2024. Live shopping TikTok dalam perspektif ekonomi syariah serta keberlanjutan pasar. *Jihbiz: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah*. <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v8i1.3592>
- Kristiawanto. (2024). *Pengantar Mudah Memahami Metode Penelitian Hukum*. Nas Media Pustaka.
- Kusumadewi, Y. and Sharon, G., 2022. Hukum perlindungan konsumen. Lembaga Fatimah Azzahrah.
- Lasut, T.H., Akyuwen, R.J. and Kuahaty, S.S., 2024. Pembatalan sepihak oleh penjual dalam perjanjian jual beli online. <https://doi.org/10.47268/tatohi.v4i7.2463>
- LPMQ. (2022). *Qur'an Kemenag*. Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur'an. <https://quran.kemenag.go.id/>

- Lubis, N.R. and Zahara, F., 2023. Perlindungan konsumen terhadap pembelian sepeda motor baru mengenai kerusakan rangka ESaf ditinjau dari perspektif Ibnu Taimiyah dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. *UNES Law Review*, 6(2). <https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i2>
- Matondang, F. dan Hidayat, R., 2024. Legal Analysis of Online Selling and Buying During Friday Sermons Perspective of The Syafi'i Mazhab. *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences*, 5(2), pp.873–882. <https://doi.org/10.33367/ijhass.v5i2.5636>
- Monalisa, I., Fauziah, & Pertiwi, H. (2024). Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap pembatalan transaksi oleh TikTok Shop perspektif hukum ekonomi syariah. *Journal of Multidiscipline & Equality*, 1(1), 25–36.
- Norrahman, R.A., 2023. Pembatalan kontrak perspektif hukum ekonomi syariah. *IBLAM Law Review*, 3(3), pp.292–304. <https://doi.org/10.52249/ilr.v3i3.206>
- Pakaya, J., 2025. Perlindungan hukum bagi pelaku usaha dalam transaksi jual beli online sistem pre-order melalui platform online dengan metode pembayaran down payment. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(1), pp.94–100. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v5i1.981>
- Permana, A. M. (2024). Perlindungan Konsumen Terhadap Korban Penipuan Online Jual Beli Pakaian Bekas Impor (Thrifting). <https://doi.org/10.30595/pssh.v17i.1118>
- Rahmad, N. dan Permata, C., 2023. Additional costs as a condition of completing sell purchase transactions thrifting Instagram account @Thrift.Perempuan Wahbah Az Zuhaili's perspective. *Academy of Education Journal*, 14(2), pp.956–966. <https://doi.org/10.47200/aoej.v14i2.1957>
- Riduan Syahrani. (2004). *Seluk Beluk dan Asas-Asas Hukum Perdata*. Bandung: PT Alumni.
- Ridwan, A. F., Diksy, K. P., Azzahra, N. F., Silitonga, R. R., Raynee, R. R., & S, S. (2025). Analisis Tanggung Jawab Hukum Pembeli Atas Wanprestasi Dalam Transaksi E-Commerce Dengan Metode Pembayaran Cash On Deliver. *Media Hukum Indonesia (MHI)*, 3(1). <https://doi.org/10.5281/zenodo.15206693>
- Riski, D., 2024. Dampak era digital terhadap perlindungan konsumen dalam perspektif hukum ekonomi syariah. *Jurnal Al-Maqasid*, 10(2), pp.246–261. <https://doi.org/10.24952/almaqasid.v10i2.11456>
- Rizka, F. T., & Dajaan, S. S. (2024). The problem down payment (dp) in online buying and selling agreement. *Suloh (Lhokseumawe)*, 12(1), 1–1. <https://doi.org/10.29103/sjp.v12i1.13749>
- Rochman, F. (2023, July 5). *Ini tiga kategori produk paling laris dibeli di toko TikTok*. Antara News. <https://www.antaranews.com/berita/3620784/ini-tiga-kategori-produk-paling-laris-dibeli-di-toko-tiktok>
- Safitri, R., & Ali, A. M. H. (2025). *Praktik jual beli pakaian bekas impor di aplikasi tiktok tinjauan undang-undang no 7 tahun 2014 tentang perdagangan* [bachelorThesis, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/86856>
- Shopee. (2026). *Hindari Transaksi di Luar Shopee | Pusat Edukasi Penjual Shopee Indonesia*. <https://seller.shopee.co.id/edu/article/5640>
- Sirait, D. A., & Esther, J. (2025). Tanggung Jawab Hukum Marketplace Terhadap Konsumen Dalam Kasus Wanprestasi Transaksi Online. *Al Yasini : Jurnal Keislaman, Sosial, Hukum Dan Pendidikan*, 10(05), 351–351. <https://doi.org/10.55102/alyasini.v10i05.94>
- Sobirin, L. A., & Choeriyah, P. U. (2024). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce ditinjau dari undang-undang perlindungan konsumen. *Collegium Studiosum Journal*, 7(1), 284–289. <https://doi.org/10.56301/csj.v7i1.1457>
- Soraya, A. et al., 2025. *Hukum perlindungan konsumen*. Yogyakarta: CV Edu Akademi.
- Sulthonuddin, B.H. and Muttaqin, T.A.F., 2025. Perspektif hukum ekonomi syariah tentang perlindungan konsumen pada transaksi jual beli di Live streaming TikTok Shop. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(2). <https://doi.org/10.37968/jhesy.v3i2.912>

- Sutrisno, A., 2021. Ekonomi Islam perspektif Ibnu Taimiyah. *Muamalatuna*, 13(1), p.103.
<https://doi.org/10.37035/mua.v13i1.4733>
- Syafitri, C.E.D., Salsabila, D.I., Ramadhan, I.A., Azizah, N.W., Sembiring, R.B.P. and Ramadi, B., 2025. Sosialisasi QRIS sebagai upaya peningkatan literasi keuangan dan pendapatan UMKM melalui program KKN di kawasan eks lokasi Bandar Baru. *LOYALITAS:Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*,8(2).
<https://ejournal.uimsya.ac.id/index.php/loyal/article/view/4292/2168>
- Taimiyah, I. (1980). *Al-Hisbah fī al-Islām*. Mansyurat al Mu'assasah as Sa'idiyah.
- Taimiyah, I. (1995). *Majmū' al-Fatāwā*. Majma' al-Malik Fahd li Thiba'at al-Mushaf al-Syarif.
- Yuliska, E., & Yuliska, E. (2024). *Peran Perlindungan Bagi Konsumen Dan Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999*. 2(2), 99–108.
<https://doi.org/10.59963/jglegar.v2i2.371>