

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi saat ini semakin cepat karena kebutuhan hidup masyarakat terus bertambah dan banyak orang ingin meningkatkan taraf hidup serta kesejahteraannya. Kegiatan ekonomi itu mencakup berbagai bidang, seperti industri, perdagangan, perbankan, usaha kecil dan menengah, serta jasa. Dalam hal jual beli, caranya juga semakin beragam. Dulu orang biasanya bertransaksi langsung di pasar atau lewat perantara. Sekarang, banyak transaksi dilakukan secara *online* melalui internet, yang sangat bergantung pada rasa saling percaya antara penjual dan pembeli.¹

Keberadaan internet berdampak pada perekonomian global era baru yang dikenal dengan istilah ekonomi digital atau digital ekonomi, yakni transaksi bisnis via internet, transaksi bisnis mengandalkan kepercayaan dan tidak harus bertemu secara langsung namun melalui media sosial.² Transaksi ini semakin berkembang dan mengubah pola pikir dan perilaku masyarakat dalam berinteraksi secara ekonomi dan sosial. Aktivitas dilakukan dengan tatanan, system dan konsep baru melalui penguasaan media social, untuk mendapatkan kesepakatan bertransaksi secara mudah dan praktis.³

¹ Rizka Adi Nugroho, Prihati Yuniarlin, Pelaksanaan Jual Beli Secar Online Berdasarkan Perspektif Hukum Perdata, Jurnal Media of Law and Ssharia, Vol. 2, No. 1, 2020, hal. 190-207.

² Wulandari, F.M, Jual Beli Online yang Aman dan Syar'i (Studi terhadap Pandangan Pelaku Bisnis Online di Kalangan Mahasiswa dan Alumni Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga), Jurnal Fakultas Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Vol.7, No. 2, hal. 201-216.

³ Nila Dwi Aprilia, Surryanto Djoko Waluyo, Herlina JR. Saragih, Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia The Development Of Indonesia's Digital Economy, Jurnal Ekonomi Pertahanan, Vol. 7 No. 2, 2021, hal. 245-269.

Salah satu contohnya adalah perdagangan yang semakin bergantung pada perdagangan elektronik atau *e-commerce* sebagai bentuk transaksi.⁴ *E-commerce* merupakan perdagangan berbasis teknologi canggih yang telah mengubah bentuk perdagangan konvensional di mana interaksi antara konsumen dan perusahaan yang biasanya terjadi secara langsung, kini menjadi interaksi yang tidak langsung.⁵

E-commerce telah menciptakan paradigma baru dalam dunia bisnis, dengan mengembangkan model-model interaksi antara produsen dan konsumen secara virtual. *Ecommerce* memiliki sistem perdagangan yang dirancang untuk melakukan tanda tangan elektronik, dimulai dari saat pembelian, pemeriksaan, hingga pengiriman produk.⁶ Salah satu *E-commerce* yang berkembang di era sekarang adalah pembelian barang via *TikTok Shop*. *TikTok Shop* merupakan salah satu dari beberapa media sosial yang kini memiliki fitur yang memudahkan para penggunanya dalam berbelanja online melalui aplikasinya. *TikTok Shop* merupakan fitur social commerce yang memungkinkan pengguna dan kreator untuk mempromosikan serta menjual produknya melalui TikTok. Fitur ini tersedia untuk pengguna TikTok dengan akun bisnis, sedangkan fitur belanja mulai hadir di TikTok sebagai respon terhadap meningkatnya penjualan berbagai produk setelah para brand melakukan promosi melalui platform media sosial tersebut.⁷

Seiring perkembangan teknologi TikTok mengeluarkan dua fitur yang digunakan dalam jual beli yaitu *Tiktok shop* dan jual beli melalui Live Streaming Dalam jual beli

⁴ Indrajit, Richardus Eko. 2001. *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*. (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo) hal. 33.

⁵ Nila Dwi Aprilia, Surryanto Djoko Waluyo, Herlina JR. Saragih, Loc. Cit.

⁶ Muhammad Satria Bagus Ardi, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli-Online (ECommerce)*, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli-Online (E-Commerce)* (Republika.Co.Id), Diakses 4 April 2023.

⁷ Dewa, C. B., & Safitri, L. A, *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie)*. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, Vol. 12, No. 1, 2021, hal. 65-71.

melalui *Live Streaming*, salah satu model yang digunakan para penjual semakin berkembang mengikuti daripada itu banyak penjual “nakal” yang mulai mengedarkan minuman keras di tiktok secara *live* dan di cantumkan di keranjang kuning sebagai produk lain, Praktik jual beli minuman keras di *TikTok Shop* dengan cara mengelabui pembeli melalui pemalsuan atau penyamaran nama barang di “keranjang kuning” merupakan bentuk perbuatan yang tidak jujur dalam transaksi elektronik. Konsep ini relevan untuk dianalisis sebagai salah satu cara bagaimana konten pemasaran di platform digital dapat mempengaruhi persepsi dan kepuasan konsumen, terutama apabila strategi tersebut digunakan untuk menarik minat terhadap produk yang berpotensi bertentangan dengan prinsip hukum Islam.⁸

Dalam praktik yang ditemukan pada penelitian ini, penjual tidak mencantumkan identitas produk sesuai dengan barang yang sebenarnya diperjualbelikan. Produk yang diduga merupakan minuman beralkohol dipasarkan dengan menggunakan nama-nama lain yang terkesan sebagai produk minuman biasa, seperti “minuman herbal”, “sirup”, “jus mineral”, atau istilah lain yang tidak menggambarkan karakteristik produk secara nyata. Penggunaan nama tersebut menyebabkan informasi yang diterima konsumen menjadi tidak sesuai dengan kondisi barang yang sesungguhnya. Konsumen yang melihat produk melalui etalase toko maupun siaran langsung berpotensi menganggap bahwa barang yang dijual merupakan minuman konsumsi umum, padahal terdapat indikasi bahwa produk tersebut adalah minuman beralkohol. Dengan demikian, informasi yang disampaikan penjual tidak mencerminkan keadaan objek transaksi secara sebenarnya.

⁸ Andi Ardiyan Mustakim, “Garansi Berulang Dalam Premium Care ADP (Accidental Damage Protection) Dan Relevansinya Pada Konsumen Perspektif Hukum Islam,” *Al-Hikmah: Jurnal Kependidikan* 8, no. 2 (2020): 93–104.

Tindakan tersebut dapat dikategorikan sebagai bentuk penyesatan informasi (*misleading information*) karena terdapat perbedaan antara informasi yang ditampilkan kepada konsumen dengan barang yang sebenarnya diperjualbelikan. Dalam transaksi elektronik, informasi mengenai produk merupakan unsur yang sangat penting karena menjadi dasar bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Apabila informasi yang diberikan tidak benar, tidak lengkap, atau sengaja disamarkan, maka konsumen tidak dapat menilai produk secara objektif dan berpotensi mengalami kerugian. Oleh karena itu, penyajian informasi yang tidak sesuai mengenai identitas produk menunjukkan adanya ketidaktransparanan yang bertentangan dengan prinsip perdagangan yang jujur dan bertanggung jawab.

Dari perspektif hukum, praktik tersebut berpotensi melanggar prinsip itikad baik yang harus diterapkan dalam setiap transaksi elektronik. Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang yang ditawarkan kepada konsumen. Sebaliknya, konsumen memiliki hak untuk mengetahui secara pasti karakteristik, jenis, manfaat, maupun risiko dari produk yang akan dibeli. Ketika identitas produk sengaja disamarkan, hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar menjadi tidak terpenuhi. Selain itu, apabila produk yang diperjualbelikan merupakan minuman beralkohol yang dipasarkan tanpa memenuhi ketentuan perizinan atau dengan cara menyembunyikan identitas produk, maka tindakan tersebut dapat menimbulkan konsekuensi hukum bagi pelaku usaha karena tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam kegiatan perdagangan.

Dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah, praktik tersebut dapat dikaitkan dengan konsep *tadlīs*, yaitu tindakan menyembunyikan atau memanipulasi informasi

yang seharusnya diketahui oleh pihak lain dalam suatu transaksi. *tadlīs* terjadi ketika salah satu pihak tidak mengungkapkan fakta yang sebenarnya mengenai objek akad sehingga menimbulkan kesalahpahaman atau kekeliruan bagi pihak lain. Pada praktik penjualan minuman beralkohol secara terselubung ini, unsur *tadlīs* terlihat dari adanya penyamaran identitas produk, penggunaan istilah yang tidak sesuai dengan barang yang dijual, serta tidak adanya penjelasan yang transparan mengenai objek transaksi. Perbuatan tersebut bertentangan dengan prinsip kejujuran (*ṣidq*), keterbukaan (*tabyīn*), dan kerelaan para pihak (*an-tarāḍin*) yang menjadi dasar dalam pelaksanaan akad jual beli menurut syariat Islam. Oleh karena itu, praktik tersebut tidak hanya menimbulkan permasalahan dari aspek hukum positif, tetapi juga bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar muamalah dalam Hukum Ekonomi Syariah.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana implementasi proses jual beli minuman isotonik di *TikTok Shop*?
2. Bagaimana analisis pandangan Hukum Ekonomi Syariah terhadap sistem jual beli minuman isotonik di *TikTok Shop*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui implementasi proses akad antara penjual dan pembeli yang disalahgunakan untuk menjual minuman isotonik serta bentuk penyamaran produk yang menyebabkan cacat informasi pada informasi transaksi.
2. Untuk mengetahui analisis pandangan hukum ekonomi syariah terhadap praktik tersebut, terutama terkait sah atau tidaknya akad, kehalalan barang, adanya unsur *tadlīs* (penipuan).

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa informasi dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai praktik jual beli minuman keras melalui *live commerce TikTok*. Melalui penelitian ini, dapat diketahui bagaimana proses promosi, penawaran, hingga transaksi dilakukan oleh pelaku usaha dalam memanfaatkan fitur *live streaming* sebagai sarana pemasaran dan penjualan produk. Selain itu, penelitian ini juga memberikan gambaran mengenai berbagai permasalahan yang muncul dalam praktik perdagangan *digital*, khususnya terkait kejelasan informasi produk dan mekanisme transaksi yang dilakukan.

Selain memberikan gambaran mengenai praktik yang terjadi, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan analisis dalam menilai kesesuaian praktik tersebut dengan prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah. Fokus penilaian diarahkan pada aspek kejujuran (*ṣidq*), keterbukaan informasi (*tabyīn*), keabsahan akad, serta kemungkinan adanya unsur *tadlīs* dan *gharar* dalam transaksi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian Hukum Ekonomi Syariah sekaligus meningkatkan kesadaran akan pentingnya perlindungan konsumen dalam perdagangan digital.

1. Secara Teoritis

Penelitian ini bertujuan memperkaya literatur keilmuan di bidang Hukum Ekonomi Syariah, khususnya dalam kajian muamalah kontemporer yang berkaitan dengan transaksi digital dan perdagangan barang melalui platform *live commerce*. Fenomena jual beli Minuman Keras yang dilakukan secara *live* tidak hanya menghadirkan inovasi metode promosi, tetapi juga memunculkan isu-isu penting

berkaitan dengan transparansi kondisi barang, kejelasan akad, serta potensi penipuan (*tadlīs*) akibat ketidakseimbangan informasi antara penjual dan pembeli. Kajian mendalam terhadap aspek-aspek tersebut akan menambah variasi pembahasan dalam literatur muamalah modern, sehingga dapat menjadi rujukan bagi penelitian lanjutan mengenai integrasi prinsip syariah dalam perdagangan berbasis teknologi.

Lebih jauh, penelitian ini juga memberikan dasar teoretis bagi pengembangan konsep keadilan dan perlindungan konsumen dalam hukum Islam dengan pendekatan yang lebih kontekstual terhadap perkembangan teknologi digital. Di tengah pesatnya pertumbuhan *live commerce* di Indonesia, dibutuhkan analisis yang mampu menjelaskan bagaimana prinsip-prinsip syariah dapat diimplementasikan secara relevan dan *adaptif*. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi akademik untuk memetakan problematika, tantangan, dan solusi syariah terhadap praktik jual beli *digital* yang semakin kompleks.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk menambah wawasan dan memperdalam pemahaman mengenai praktik jual beli minuman keras yang dilakukan melalui *platform live commerce TikTok*. Melalui penelitian ini, penulis dapat memahami bagaimana proses promosi, penawaran, hingga transaksi dilakukan dalam lingkungan perdagangan digital yang terus berkembang. Selain itu, penelitian ini juga memungkinkan penulis untuk menganalisis secara langsung fenomena yang terjadi di lapangan, termasuk mengidentifikasi adanya ketidakjelasan informasi produk, bentuk-bentuk akad yang digunakan, serta pola promosi yang

berpotensi mengandung unsur *tadlīs* dalam transaksi.

Lebih lanjut, penelitian ini membantu penulis memahami penerapan prinsip-prinsip muamalah dalam konteks perdagangan *digital*, khususnya yang berkaitan dengan kejujuran, transparansi, dan keabsahan transaksi menurut Hukum Ekonomi Syariah. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan manfaat akademis berupa pengembangan pengetahuan dan kemampuan analisis penulis, tetapi juga menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.

b. Bagi Pembaca

Bagi akademisi, mahasiswa, dan masyarakat umum, penelitian ini dapat menjadi referensi yang memberikan gambaran jelas tentang dinamika perdagangan *digital*, khususnya dalam praktik jual beli Minuman Keras melalui *live streaming*. Penelitian ini juga dapat menjadi rujukan dalam memahami bagaimana hukum ekonomi syariah mengatur dan memberikan kerangka etik terhadap transaksi modern, sehingga pembaca memperoleh pemahaman ilmiah dan praktis mengenai perlindungan konsumen, prinsip akad, serta etika bisnis syariah di era digital.

c. Bagi Konsumen (Pengguna melalui *Live Commerce*)

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi konsumen dalam mengambil keputusan sebelum melakukan pembelian Minuman Keras melalui *live commerce*. Konsumen dapat memahami risiko-risiko seperti ketidakjelasan kondisi barang, kemungkinan rekayasa promosi, serta potensi kerugian akibat gharar dan *tadlīs*. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan konsumen menjadi lebih

kritis, mampu memeriksa informasi dengan lebih teliti, serta sadar akan pentingnya kejelasan akad dan transparansi sebelum menerima transaksi. Hal ini juga berfungsi sebagai bentuk edukasi agar konsumen dapat melindungi diri dari praktik yang merugikan.

d. Bagi Pelaku Usaha Digital (Penjual/*Host Live Commerce*)

Penelitian ini juga memberikan manfaat bagi pelaku usaha yang menjalankan kegiatan penjualan melalui *live commerce TikTok*. Dengan memahami prinsip-prinsip muamalah dalam hukum syariah, pelaku usaha dapat merancang strategi promosi yang tidak hanya efektif secara bisnis, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai kejujuran, transparansi, dan keadilan. Penjual dapat menjadikannya sebagai bahan evaluasi untuk memperbaiki cara menyampaikan informasi produk, termasuk kondisi sebenarnya dari Minuman Keras, sehingga dapat menghindari praktik-praktik yang mengarah pada *tadlis*. Dengan meningkatkan etika bisnis, pelaku usaha dapat membangun reputasi yang lebih baik dan kepercayaan konsumen yang lebih kuat.

3. Telaah Pustaka

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menemukan beberapa kemiripan pada skripsi meskipun membahas topik yang berbeda, yaitu:

- a. Tesis oleh Suci Dayanti, yang berjudul “Analisis Praktik Tadlis Perspektif Hadis Ekonomi (Studi Pada Produk Jilbab Di Marketplace Shopee Tahun 2022)”, 2023.

Hasil penelitian ini memamparkan bahwa praktik tadlis di marketplace Shopee pada produk jilbab segi empat motif terjadi secara dominan pada aspek kualitas (93%),

diikuti oleh kuantitas (4%) dan waktu penyerahan barang (3%), yang dibuktikan melalui analisis customer reviews, serta ditegaskan dalam perspektif hadis ekonomi bahwa tadlis merupakan perbuatan yang diharamkan karena termasuk cara memperoleh harta secara bathil dan menghilangkan keberkahan rezeki.⁹ Persamaan penelitian ini terletak pada kesamaan fokus kajian terhadap praktik tadlis dalam transaksi digital, kesamaan objek kajian berupa jual beli online di *marketplace*, serta kesamaan landasan normatif berupa larangan tadlis dalam Islam yang merusak keadilan dan kejujuran transaksi. Adapun perbedaannya terletak pada objek dan bentuk praktik tadlis yang dianalisis, di mana penelitian Suci Dayanti berfokus pada manipulasi kualitas, kuantitas, dan waktu pengiriman jilbab di Shopee dengan pendekatan hadis ekonomi, sementara skripsi ini secara khusus mengkaji tadlis dalam bentuk penyamaran objek jual beli berupa minuman keras di platform TikTok, yang tidak hanya melanggar prinsip kejujuran akad, tetapi juga secara substansial bertentangan dengan prinsip kehalalan objek dalam hukum ekonomi syariah, sehingga ruang lingkup pelanggaran pada skripsi ini menjadi lebih kompleks karena menyentuh aspek penipuan sekaligus keharaman objek transaksi.

- b. Skripsi oleh Dea Almadina dengan judul “Praktik Jual Beli Parfum Yang Mengandung Alkohol Melalui Tiktok Shop (Studi Kasus Tiktok Shop Balme.Official), 2022” .

Hasil dari penelitian ini membahas tentang jual beli parfum yang mengandung alkohol melalui tiktokshop untuk mengetahui pandangan hukum Islam terhadap jual beli parfum yang mengandung alkohol melalui Tiktok Shop balme.official.¹⁰

⁹ Suci Dayanti, Tesis tidak diterbitkan, “Analisis Praktik Tadlis Perspektif Hadis Ekonomi (Studi Pada Produk Jilbab Di Marketplace Shopee Tahun 2022)”, Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, Universitas Islam Indonesia, 2023.

¹⁰ Dea Almadina, Skripsi tidak diterbitkan, “Praktik Jual Beli Parfum Yang Mengandung Alkohol Melalui

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian di atas di dalam penelitian ini membahas jual beliparfum alkohol pada tiktok sedangkan penelitian yang penulis lakukann yaitu membahas marketing jual beli miras dengan berkedok menjualbarang lain yang di pasangkan di iklan terdapat persamaan antara skripsi tersebut dengan skripsi penulis skripsi kejelasan produk dalam platform tiktokmengandung unsur ketidak jelasan (Ghoror) dalam jual beli tersebut

- c. Jurnal oleh Faishol R. Mahmud dkk, yang berjudul “Analisis Kriminologis Terhadap Transaksi Jual Beli Secara Ilegal Minuman Keras Di Amarasi Selatan, Kabupaten Kupang” 2024,

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transaksi jual beli minuman keras ilegal di Amarasi Selatan, Kabupaten Kupang dilakukan melalui dua pola utama, yaitu transaksi internal (langsung di rumah penjual atau melalui komunikasi pribadi seperti pesan WhatsApp) dan transaksi eksternal (pertemuan di luar rumah dengan sistem perjanjian), serta terbukti memiliki dampak signifikan terhadap meningkatnya tindak kriminal seperti penganiayaan, pengeroyokan, pemalakan, perusakan, dan kecelakaan lalu lintas akibat pengaruh alkohol, yang diperparah oleh lemahnya penegakan hukum, rendahnya kesadaran masyarakat, dan motif ekonomi pelaku usaha.¹¹ Persamaan penelitian terletak pada kesamaan objek kajian berupa transaksi jual beli minuman keras ilegal, kesamaan persoalan tentang lemahnya pengawasan serta adanya pola penyamaran distribusi agar terhindar dari aparat, serta kesamaan dampak negatif yang ditimbulkan bagi ketertiban sosial dan keamanan masyarakat. Adapun perbedaannya terletak pada fokus media transaksi dan pendekatan analisis

Tiktok Shop (Studi Kasus Tiktok Shop Balme.Official)”, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2022.

¹¹ Faisol R.Mahmud, Dkk, “Analisis Kriminologis Terhadap Transaksi Jual Beli Secara Ilegal Minuman Keras Di Amarasi Selatan, Kabupaten Kupang Faishol,” *ArtemisLawJournal* 1, no. 2 (2024): 718–28.

hukum, di mana penelitian terdahulu menitikberatkan pada transaksi miras konvensional di tingkat lokal dengan pendekatan kriminologis dan hukum positif, sedangkan skripsi ini secara khusus mengkaji penjualan minuman keras yang dilakukan secara terselubung melalui platform TikTok dengan menggunakan perspektif hukum ekonomi syariah, sehingga tidak hanya menilai dampak pidana dan sosial, tetapi juga menegaskan pelanggaran prinsip kejujuran akad (tadlis) serta keharaman objek jual beli dalam Islam.

- d. Jurnal oleh Risky Willy Dama, Ahmad Untung, dan Haris Setiawan, yang berjudul “Kaidah Hukum Ekonomi Syariah dalam Transaksi Miras”, 2024.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transaksi minuman keras secara tegas dinyatakan haram dalam hukum ekonomi syariah karena mengandung unsur khamar yang memabukkan, merusak akal, membahayakan jasmani dan rohani, serta menimbulkan kemudharatan sosial yang luas, seperti gangguan ketertiban masyarakat, meningkatnya tindak kriminal, dan rusaknya kehidupan keluarga, sementara praktik peredarannya masih tetap berlangsung karena lemahnya pemahaman agama dan kuatnya tradisi serta motif ekonomi masyarakat, khususnya pada peredaran cap tikus yang disamarkan dengan nama lain di wilayah Maluku Utara.¹² Persamaan penelitian ini terletak pada kesamaan objek kajian berupa transaksi minuman keras, kesamaan landasan normatif hukum Islam yang sama-sama menegaskan keharaman miras, serta kesamaan problematika adanya praktik penyamaran dalam peredaran minuman memabukkan di tengah masyarakat. Adapun perbedaannya terletak pada fokus media dan bentuk praktik, di mana penelitian terdahulu menitikberatkan pada transaksi miras konvensional berbasis tradisi lokal dengan kajian kaidah hukum ekonomi

¹² Risky Willy Dama, Dkk, “Kaidah Hukum Ekonomi Syariah Dalam Transaksi Miras,” *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* 3, no. 4 (2024): 2039–44.

syariah secara umum, sedangkan skripsi ini secara spesifik mengkaji penjualan minuman keras yang dilakukan secara terselubung melalui platform digital TikTok dengan menggunakan pola tadlis dalam transaksi online, sehingga skripsi ini tidak hanya menyoroti keharaman objek jual beli, tetapi juga menegaskan pelanggaran prinsip kejujuran akad dan penipuan konsumen dalam konteks ekonomi digital syariah.

- e. Jurnal oleh Adinda Putriani, Hendro Saptono, dan Rinitami Njatrijani yang berjudul “Analisis Hambatan dan Solusi Perlindungan Hukum Konsumen dalam Jual Beli Tas Branded Via Tiktok Shop” 2023.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik jual beli tas branded melalui TikTok Shop masih menghadapi berbagai hambatan perlindungan hukum bagi konsumen, seperti ketidakjujuran pelaku usaha terkait kondisi barang, ketidaksesuaian antara produk yang dipesan dengan yang diterima, rendahnya pemahaman konsumen terhadap detail produk, serta proses pengembalian barang yang sulit dan memakan waktu lama, sehingga merugikan konsumen secara langsung.¹³ Persamaan penelitian ini terletak pada kesamaan objek kajian berupa aktivitas jual beli melalui platform TikTok, kesamaan persoalan adanya ketidakjujuran pelaku usaha dalam menyampaikan informasi barang, serta kesamaan dampak berupa kerugian yang dialami konsumen akibat informasi yang menyesatkan.

Sementara itu, perbedaannya terletak pada fokus objek transaksi dan pendekatan hukum yang digunakan, di mana penelitian terdahulu menitikberatkan pada perlindungan konsumen dalam jual beli tas branded berdasarkan hukum positif,

¹³ Adinda Putriani, Dkk, “Analisis Hambatan Dan Solusi Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Law , Development and Justice Review,” *Law, Development and Justice Review Volume: 6*, no. 1 (2023): 1–15.

khususnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sedangkan skripsi ini secara spesifik mengkaji penjualan minuman keras yang dilakukan secara terselubung dengan menggunakan pola penyamaran produk (tadlis digital) serta dianalisis secara lebih mendalam melalui perspektif hukum ekonomi syariah, sehingga skripsi ini tidak hanya menilai aspek kerugian konsumen, tetapi juga menegaskan pelanggaran terhadap prinsip kejujuran akad dan kehalalan objek jual beli dalam Islam.