

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Umum Tentang Jual Beli

2.1.1 Pengertian Jual Beli

Jual beli merupakan suatu perjanjian bertimbal balik di mana pihak penjual memberikan barang atau hak milik atas suatu barang kepada pembeli dan pihak pembeli berkomitmen untuk membayar harga yang telah disepakati, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kesepakatan yang mengikat antara penjual yang menjual atau mengirimkan barang dan pembeli yang membayar harga barang yang telah dibeli merupakan transaksi jual beli.

Dalam perspektif Hukum Perdata, berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata transaksi jual beli didefinisikan sebagai kesepakatan dimana ada satu pihak berkomitmen untuk menyerahkan suatu barang dan pihak lainnya berkomitmen untuk membayar dengan harga yang telah disepakati. Barang dan harga merupakan unsur pokok dari perjanjian jual beli, dan apabila pihak pembeli tidak membayar harga yang telah disepakati, hal tersebut dianggap sebagai wanprestasi yang memberikan dasar bagi penjual untuk menuntutnya.

Jual beli, sebagai prinsip dasar dalam dunia perdagangan, telah menjadi fondasi utama dalam kehidupan manusia sejak zaman prasejarah hingga era modern. Ia menggambarkan proses pertukaran barang atau jasa antara dua pihak yang melibatkan nilai ekonomi. Dalam esensi terdalamnya, jual beli mencerminkan dinamika kompleks

hubungan antara penjual dan pembeli, melibatkan interaksi ekonomi, sosial, dan kadang-kadang bahkan nilai-nilai kultural.

Barang yang telah ditentukan secara spesifik dalam bentuk dan jumlah saat diberikan kepada pembeli merupakan objek utama dalam sebuah perjanjian jual beli, sehingga menjadi sah dalam perjanjian jual beli. Komponen utama dalam perjanjian jual beli adalah barang dan harga. Berdasarkan prinsip yang mendasari hukum perdata, perjanjian jual beli dianggap terbentuk saat terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli mengenai barang dan harga menandakan terjadinya transaksi jual beli.

2.1.2 Unsur Jual Beli

Unsur dalam jual beli mengacu pada ketentuan atau kesepakatan yang harus diperhatikan dalam transaksi jual beli. Dalam Jual beli ini melibatkan kedua belah pihak yang terlibat dalam transaksi, yaitu penjual dan pembeli, untuk mencapai kesepakatan mengenai harga dan kondisi transaksi. Unsur-unsur penting dalam jual beli meliputi:

1. Adanya penjual: Penjual adalah pihak yang menawarkan barang untuk dijual.
2. Adanya pembeli: Pembeli adalah pihak yang mengakui untuk membeli barang yang dijual.
3. Adanya barang: Barang yang menjadi objek transaksi harus ada dan harus dapat diidentifikasi.
4. Adanya ijab qabul: Ijab qabul mencakup kesepakatan mengenai harga dan kondisi transaksi antara penjual dan pembeli.

Dalam jual beli, unsur dalam jual beli memastikan bahwa kedua belah pihak yang terlibat dalam transaksi mencapai kesepakatan mengenai harga dan kondisi transaksi, sehingga proses jual beli berlangsung dengan baik dan tanpa kesulitan.

Adapun Unsur-unsur dalam jual beli menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) meliputi:

- 1) Adanya kesepakatan mengenai barang dan harga antara penjual dan pembeli.
- 2) Terdapat objek jual beli yang jelas dan dapat diidentifikasi.
- 3) Kedua pihak yang terlibat dalam transaksi memiliki kemampuan atau kecakapan hukum yang memadai.
- 4) Adanya keabsahan dan kejelasan objek jual beli, termasuk hak milik dan kondisi barang yang dijual.
- 5) Terdapat proses peralihan hak atas barang yang dijual terjadi dengan jelas dan segera.

Dalam transaksi jual beli, keberadaan dari unsur-unsur ini memastikan prosesnya berjalan secara lancar. Jika persyaratan-persyaratan tersebut tidak terpenuhi maka transaksi jual beli tersebut dianggap tidak sah menurut hukum perdata.

2.1.3 Pelaksanaan Jual Beli

Pelaksanaan transaksi jual beli melibatkan perjanjian antara satu atau lebih orang yang mengikatkan diri kepada satu atau lebih orang lainnya. Didalam pasal tidak memberikan batasan yang jelas, karena disatu sisi terlalu luas dan disisi lain kurang lengkap. Istilah “pelaksanaan” disini terlalu luas pengertiannya, karena seakan-akan semua perbuatan termasuk didalamnya.

Definisi pelaksanaan transaksi jual beli juga diatur dalam Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menyatakan bahwa “persetujuan adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”. Keberadaan syarat sahnya dalam suatu perjanjian menentukan apakah apakah transaksi jual beli tersebut sah atau tidak.

2.2 Tinjauan Umum Tentang *E-Commerce*

Dengan revolusi industri, jual beli mengalami transformasi besar dalam bentuk penyebaran produk secara massal dan pembentukan toko-toko fisik. Kedatangan teknologi informasi kemudian membawa perubahan signifikan melalui konsep jual beli elektronik.²⁸ Internet menjadi medium utama, memungkinkan transaksi terjadi tanpa batasan geografis. Fenomena *e-commerce* dan platform *online* telah merubah cara orang berbelanja, membuka peluang baru dan tantangan yang harus dihadapi.

E-commerce seperti telah menjadi suatu kegunaan yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Alimin menggambarkan transaksi jual beli *online* sebagai serangkaian proses bisnis, teknologi, dan aplikasi yang menghubungkan antara perusahaan bisnis, pelanggan atau konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik untuk menjual barang, layanan, dan informasi.²⁹

²⁸ Aditya Ayu Hakiki , Asri Wijayanti, Rizania Kharismasari, “Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Dalam Sengketa Jual Beli Online,” *Justitia Jurnal Hukum* 1, no. 1 (2017).

²⁹ Muhammad Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: BPFE, 2004).

Perdagangan elektronik atau yang biasa disebut sebagai *e-commerce* merupakan proses transaksi jual beli yang umumnya terjadi secara *online* melalui suatu platform elektronik seperti internet. *E-commerce* melibatkan transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet, dan melibatkan transfer dana, pemasaran *online*, jual beli, dan lain sebagainya.³⁰ Dalam konteks jual beli elektronik, konsep transaksi tidak lagi terbatas pada pertukaran fisik, melainkan mencakup dimensi virtual. Sistem pembayaran digital, seperti e-wallet dan cryptocurrency.

Dalam konteks *e-commerce*, subjek dan objek merujuk pada pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli secara *online*. Subjek dalam *e-commerce* adalah pihak yang melakukan transaksi atau pembelian, sedangkan object adalah barang atau jasa yang ditawarkan untuk dijual. Dalam transaksi *e-commerce*, subject dan objek dapat berupa individu, perusahaan, atau organisasi yang terlibat dalam transaksi jual beli secara *online*.³¹ Persyaratan sahnyanya suatu perjanjian jual beli dengan sistem elektronik antara lain meliputi kesepakatan antara pihak-pihak yang terlibat dan memenuhi syarat-syarat sahnyanya suatu perjanjian menurut hukum yang berlaku.

2.2.1 Dasar Hukum tentang Jual Beli Elektronik

Dasar hukum mengenai transaksi jual beli elektronik diatur pada beberapa perundangan hukum, seperti Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) serta Peraturan Menteri

³⁰ Yanti, Astuti, and Safitri, "Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fkip Uhamka 2018)."

³¹ Reza Hermiati, Asnawati, and Indra Kanedi, "Pembuatan E-Commerce Pada Raja Komputer Menggunakan Bahasa," Jurnal Media Infotama 17, no. 1 (2021): 54–66.

Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Berikut ini beberapa poin penting yang terkait dengan dasar hukum jual beli elektronik:

1. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik : Menurut pasal 1 ayat 2 UU ITE yaitu: *“Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.”*
2. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik : Menurut pasal 3 UU ITE yaitu:
“Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, iktikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi.”
3. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik : Menurut pasal 4 UU ITE yaitu:
“Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk:
 - a) *Mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia;*
 - b) *Mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat;*

- c) *Meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan publik;*
- d) *Membuka kesempatan seluas-luasnya kepada setiap Orang untuk memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi seoptimal mungkin dan bertanggung jawab; dan*
- e) *Memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara Teknologi Informasi.”*

4. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata): Dalam KUHPerdata, perjanjian jual beli melalui sistem elektronik dapat dikatakan telah sah bilamana telah memenuhi syarat-syarat sahnya suatu perjanjian. Dalam pasal 1457 dan 1458 KUHPerdata.

Dalam transaksi jual beli elektronik, ada beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan seperti, harga dan kesepakatan yang telah dibuat oleh para penjual dan pembeli mengenai barang tersebut, kejelasan dan identifikasi objek jual beli, kemampuan dan kecakapan hukum dari kedua belah pihak yang terlibat, keabsahan dan kejelasan dari objek jual beli, termasuk hak milik dan kondisi barang yang dijual, serta proses peralihan hak atas barang yang dilakukan secara jelas dan langsung.

2.2.2 Jenis Transaksi E-Commerce Dalam Praktik

E-commerce adalah proses perdagangan yang melibatkan transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet. Ada beberapa jenis transaksi *e-commerce*, antara lain:

1. Business to Business (B2B): Transaksi *e-commerce* ini dilakukan oleh dua belah pihak yang sama-sama memiliki kepentingan bisnis. Dua belah pihak ini saling mengerti dan menyediakan pasar.
2. Business to Consumer (B2C): Transaksi *e-commerce* diantara perusahaan dan konsumen. Penjual menawarkan barang atau jasa kepada konsumen melalui platform *online*.
3. Consumer to Consumer (C2C): Transaksi *e-commerce* diantara konsumen dengan mereka sendiri. Konsumen dapat membeli barang atau jasa dari pihak lain melalui platform *online*.
4. Consumer to Business (C2B): Transaksi *e-commerce* diantara konsumen dengan perusahaan. Konsumen dapat menawarkan barang atau jasa kepada perusahaan melalui platform *online*.
5. Business to Public Administration (B2A): Transaksi *e-commerce* diantara perusahaan dan pemerintah.

Dalam praktik, *e-commerce* juga dapat diartikan menjadi beberapa kategori, seperti:

1. Jual beli *online* di marketplace: Transaksi jual-beli *online* di platform jual beli *online* lokal seperti Shoope.com, Bukalapak.com, Tokopedia.com, Blibli.com, Kaskus.co.id, dan lainnya.
2. Internet banking dan SMS banking: Transaksi pembayaran melalui internet dan jaringan telekomunikasi.

3. *E-commerce* non-bisnis: Intrabusiness (organisasi) elektronik.

E-commerce menawarkan banyak manfaat, seperti cakupan yang luas, proses transaksi yang cepat, menciptakan efisiensi, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mudah dikelola. Kemajuan teknologi berkat internet telah membuka peluang bisnis baru, termasuk dalam dunia perdagangan.

2.3 Tinjauan Umum Tentang Media Sosial

Taprial dan Kanwar mendefinisikan media sosial sebagai wadah yang dipakai individu untuk terlibat dalam interaksi sosial atau bersosialisasi daring dengan cara membagikan berbagai jenis konten seperti isi, berita, foto, dan lainnya kepada orang lain.³² Media sosial melibatkan individu dalam berinteraksi dengan cara menciptakan, berbagi, menukar, dan mengubah ide atau gagasan melalui komunikasi virtual atau jaringan. Media Sosial adalah sebuah entitas yang memiliki potensi untuk menciptakan berbagai bentuk komunikasi dan informasi bagi semua penggunanya. Media sosial selalu menyediakan berbagai fasilitas yang membuat pengguna merasa nyaman dalam menjelajahi dunia media sosial dalam jangka waktu yang lama.³³ Media sosial menghilangkan pembatasan-pembatasan manusia dalam berinteraksi, baik itu dalam hal ruang maupun waktu. Dengan adanya platform ini, manusia dapat berkomunikasi satu sama lain tanpa terpengaruh oleh lokasi atau waktu, sehingga memungkinkan

³² Varinder Taprial Priya Kanwar, *Understanding Social Media* (Bookbon, 2012).

³³ Astari Clara Sari et al., "Komunikasi Dan Media Sosial," *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2018):.

interaksi yang lebih bebas dan fleksibel, tanpa memperdulikan seberapa jauh jarak fisik maupun waktu yang terbatas.

Saat ini, masyarakat sering memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk melakukan beragam kegiatan. Kehadiran media sosial kini telah menjadi suatu kebutuhan bagi banyak orang. Bagi sebagian individu, handphone dan platform media sosial sudah menjadi hal yang sulit untuk ditinggalkan, tidak hanya sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai sarana hiburan, bahkan ada yang memanfaatkannya sebagai tempat untuk mencari penghasilan.³⁴ Media sosial memungkinkan pengguna untuk dengan mudah ikut serta, berbagi, dan menciptakan konten melalui berbagai platform.³⁵

Menurut Ardiansah dan Maharani, Media sosial adalah alat yang digunakan untuk memfasilitasi interaksi antar pengguna yang mana memiliki sifat komunikasi dua arah. Media sosial juga sering digunakan sebagai profil pribadi dan juga menjadi alat pemasaran yang bermanfaat bagi perusahaan. Dalam konteks pemasaran ini dapat digunakan dengan fitur membagikan gambar melalui akun media sosial.³⁶

Kaplan dan Haenlein menyatakan bahwa media sosial ialah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun dengan dasar-dasar ideologis dari web 2.0 yang berupa

³⁴ Kartika Marikhana et al., "Pemanfaatan Digital Marketing Dalam E-Commerce Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Majelis Talim Hidayatul Mubtadiin," *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri* 2, no. 2 (2020): 55–62.

³⁵ Meri Zaputri, "Dampak Kecanduan Media Sosial Tik Tok Terhadap Perilaku Belajar Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling IAIN Batusangkar SKRIPSI Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)," *Jurnal Komunikasi* (2021): 1–59.

³⁶ Ardiansah Irfan Anastasya Maharani, *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram Sebagai Media Pemasaran Online Pada Industri UKM* (CV. Cendekia Press, 2021).

platform dari evolusi media sosial yang memungkinkan terjadinya penciptaan dan pertukaran dari *User Generated Content*.³⁷

Begitu banyak platform media sosial yang digunakan dalam masyarakat saat ini. Kaplan dan Haenlein mengklasifikasikan media sosial menjadi 6 bagian, yaitu:³⁸

1) *Collaborative Projects*

Dalam proyek kolaboratif, beberapa pengguna dapat untuk bekerja sama guna membuat konten secara bersamaan. Beberapa platform semacam ini memperbolehkan pengguna untuk menambah, menghapus, atau mengedit konten mereka.³⁹

2) *Blogs*

Blogs merupakan singkatan dari “web log”, yaitu sebuah aplikasi web yang mirip dengan tulisan-tulisan lalu di posting ulang pada sebuah halaman web umum.⁴⁰

3) *Content communities*

Tujuan utama dari berbagi konten media antara pengguna adalah mencakup teks, foto, video, dan presentasi power point. Pengguna tidak perlu memiliki profil pribadi seperti Youtube dan TikTok.⁴¹

4) *Social Networking Sites*

³⁷ Kaplan, Andreas M., and Michael Haenlein. “Social Media: Back to the Roots and Back to the Future,” *Journal of systems and information technology* 14.2 (2012).

³⁸ Ibid.

³⁹ Siti Makhmudah, *Medsos Dan Dampaknya Pada Perilaku Keagamaan Remaja* (Guepedia, 2019).

⁴⁰ Ibid.

⁴¹ Ibid.

Merupakan situs web yang memungkinkan seseorang berinteraksi dengan orang lain guna membagikan informasi pribadi, seperti foto maupun video. Instagram dan Facebook adalah contoh aplikasi seperti ini.⁴²

5) *Virtual Game Worlds*

Merupakan platform yang membuat lingkungan tiga dimensi dimana pengguna berinteraksi dengan aturan permainan melalui avatar yang mereka buat sendiri.

6) *Virtual sosial worlds*

Merupakan suatu lingkungan dimana penggunanya berinteraksi dengan pengguna lain dalam sebuah dunia virtual. Namun, dunia virtual ini memiliki tingkat kebebasan yang lebih tinggi dan kurang terikat.⁴³

2.4 Platform TikTok

2.4.1 Profile TikTok

Aplikasi TikTok merupakan platform media sosial berbasis video yang menyediakan efek khusus yang unik dan menarik. Pengguna dapat dengan mudah menggunakan efek tersebut untuk membuat video pendek dengan tampilan elegan, yang dapat dilihat oleh teman-teman atau pengguna lainnya. TikTok juga memungkinkan pengguna untuk menciptakan berbagai video menarik, berinteraksi

⁴² Ibid.

⁴³ Kaplan, Andreas M., "Social Media: Back to the Roots and Back to the Future."

melalui kolom komentar, serta melakukan obrolan pribadi.⁴⁴ Aplikasi ini sangat user-friendly, memungkinkan seseorang untuk dengan mudah menciptakan konten yang menarik dan unik.⁴⁵

Aplikasi video pendek ini menawarkan banyak pilihan musik, memungkinkan pengguna untuk melakukan tarian, menampilkan gaya bebas, video unik, dan beragam konten kreatif lainnya. Hal ini mendorong pengguna untuk mengekspresikan kreativitas mereka sebagai konten kreator.⁴⁶

TikTok yang kini menjadi platform media sosial yang banyak digunakan oleh khalayak luas berita pun dapat dengan mudah didapatkan. Aplikasi TikTok ini diciptakan oleh seorang pria asal Tiongkok bernama Zhang Yiming. TikTok yang kita kenal saat ini pada awalnya tidak menggunakan nama sebagai TikTok Pada bulan September 2016, perusahaan asal China, *Byte Dance*, meluncurkan aplikasi video pendek yang dikenal dengan nama *Douyin*. Berkat popularitasnya yang melesat, *Douyin* kemudian melakukan ekspansi keluar dari negaranya sendiri yaitu China dengan nama yang lebih dikenal saat ini tentunya oleh masyarakat kita, yaitu dengan nama TikTok.⁴⁷ Walaupun TikTok diciptakan oleh China, banyak pengguna di luar China

⁴⁴ Zaputri, "Dampak Kecanduan Media Sosial Tik Tok Terhadap Perilaku Belajar Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling IAIN Batusangkar SKRIPSI Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)."

⁴⁵ Sulistianti and Sugiarta, "Konstruksi Sosial Konsumen Online Shop Di Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Sosial Konsumen Generasi Z Pada Online Shop Smilegoddess Di Media Sosial Tiktok)."

⁴⁶ Malimbe, Waani, and Suwu, "Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar Di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado."

⁴⁷ Sulistianti and Sugiarta, "Konstruksi Sosial Konsumen Online Shop Di Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Sosial Konsumen Generasi Z Pada Online Shop Smilegoddess Di Media Sosial Tiktok)."

yang mengunduh dan memanfaatkannya. Aplikasi ini menambahkan efek khusus pada video pendek, menjadikannya menarik dan dapat diakses oleh siapa pun dengan akses internet. Semakin unik video yang dibagikan, semakin besar juga jumlah penontonnya, mendorong pengguna untuk lebih berani dalam eksplorasi kreativitas. TikTok tidak hanya sebagai platform untuk membuat video pendek, tetapi juga sebagai sumber variasi musik yang memungkinkan pengguna untuk membuat video dengan tarian, nyanyian, dan beragam konten kreatif lainnya.⁴⁸

Dalam aplikasi TikTok, terdapat istilah yang sering digunakan oleh para pengguna yang dikenal sebagai FYP (For You Page). FYP merujuk kepada halaman utama TikTok yang menampilkan konten saat pengguna pertama kali membuka aplikasi tersebut, di mana video-video yang bertuliskan FYP akan muncul di sana.

2.4.2 Platform TikTok Shop

Menurut pendapat Sa'adah, TikTok Shop adalah platform *e-commerce* yang berperan sebagai sistem informasi bisnis karena proses transaksinya terjadi secara *online* melalui media elektronik, menyediakan informasi yang spesifik terkait dengan jual beli dan kegiatan bisnis. Selain menyediakan layanan yang serupa dengan marketplace dan *e-commerce* pada umumnya, TikTok Shop memiliki keunggulan harga yang sangat kompetitif, lebih terjangkau dibandingkan dengan platform serupa lainnya. Keunikan TikTok Shop terletak pada harga yang lebih rendah serta penawaran

⁴⁸ Malimbe, Waani, and Suwu, "Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar Di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado."

promo dan diskon yang menggiurkan, yang secara signifikan mendorong minat konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan di platform TikTok tersebut.⁴⁹

TikTok bukan hanya sekadar aplikasi *online* yang digunakan untuk membuat sebuah video, tetapi juga tiktok dapat memungkinkan pengguna untuk berbagi hasil karyanya ke media sosial lainnya seperti aplikasi Instagram, YouTube, dan aplikasi lain yang telah mereka gunakan. TikTok juga telah mengeluarkan sebuah fitur baru didalamnya yang disebut dengan TikTok Shop sebagai bagian dari upaya inovasi dan eksperimen dalam memfasilitasi pelaku bisnis di platformnya. Salah satu upaya inovasi yang dilakukan oleh TikTok adalah dengan memasuki pasar *e-commerce*, dengan menambahkan fitur belanja *online*.⁵⁰

TikTok Shop adalah fitur terbaru dari platform TikTok dan menjadi salah satu situs belanja online yang sedang populer, menjadi *marketplace* yang banyak dikunjungi oleh pelanggan saat ini. Sesuai dengan namanya, TikTok Shop memberikan pengguna TikTok kemudahan dalam berbelanja produk di dalam aplikasi tanpa perlu membuka browser web untuk mengakses toko *e-commerce* terpisah. TikTok Shop menyediakan tab belanja khusus di profil pengguna, ditandai dengan ikon tas belanja. Pelanggan dapat menjelajahi dan memilih produk langsung di TikTok, dan kemudian dapat

⁴⁹ Ai Nur Sa'adah, Ayu Rosma, and Dea Aulia, "Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Tiktok Shop Pada Aplikasi Tiktok," *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan* 2, no. 5 (2022): 131–140.

⁵⁰ Setyadi et al., "Tiktok Shop Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Witpari Karanganyar."

melakukan pembelian baik di dalam aplikasi maupun diarahkan ke toko *online* untuk proses checkout.⁵¹

TikTok Shop menawarkan layanan inovatif yang diklaim dapat mencapai penjual dan pembeli dengan cara yang kreatif dan menyenangkan. Dengan pertumbuhan pengguna TikTok yang cepat dan pembatasan dalam belanja langsung, TikTok Shop menjadi alternatif menarik untuk berbelanja secara daring.⁵² TikTok Shop dapat diakses melalui platform TikTok, yang merupakan salah satu platform streaming terbesar di dunia. Selain itu, TikTok Shop menyediakan fitur *live streaming* yang menghubungkan langsung antara penjual dan pembeli. Video promosi produk yang dipasarkan di TikTok Shop sering muncul di timeline TikTok, yang dikenal sebagai For You Page (FYP), sehingga menarik perhatian pengguna TikTok. TikTok Shop juga menawarkan beragam produk yang terdapat dalam kategori-kategori yang beraneka ragam.

2.5 Teori Keadilan

Keadilan merupakan suatu konsep abstrak yang selalu ditekankan dan diungkapkan secara kuat. Penggunaan istilah keadilan juga telah menjadi bagian integral dalam pemikiran penulis sejak masa kecilnya. Meskipun keadilan hanyalah suatu konsep abstrak (tidak dapat dirasakan secara nyata), namun dampaknya dalam kehidupan manusia sangat signifikan. Terutama, keadilan dapat menjadi pemicu

⁵¹ Yanti, Astuti, and Safitri, "Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fkip Uhamka 2018)."

⁵² Setyadi et al., "Tiktok Shop Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Witpari Karanganyar."

semangat manusia yang sedang mengalami ketidakadilan dunia, seolah menjadi bahan bakar yang membara. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan makna keadilan yang artinya sama berat, tidak berat sebelah, tidak memihak, berpihak kepada yang benar dan tidak sewenang-wenang. Secara etimologis, keadilan berawalan dari kata ‘adl dari bahasa Arab yang bermakna adil dengan menetapkan sesuatu (hukum) dengan benar.⁵³

Mengacu pada *nash* prioritas Islam sebagai sumber hukum yaitu al-Quran, lebih tepatnya pada Q.S. alMaidah ayat 8 telah diterangkan secara jelas bahwa berperilaku adil mendekatkan manusia dengan ketakwaan pada Tuhannya (Allah). Tidak hanya itu, Q.S. 4; 135 juga menekankan bahwa manusia tidak boleh memalingkan keadilan hanya karena hawa nafsu semata saja. Keadilan menurut Socrates sebagaimana dikutip Ahmad Fadlil Sumadi mengatakan bahwa, “hakekat hukum dalam memberikan suatu keputusan yang berkeadilan haruslah: tidak berat sebelah, berpegang pada fakta yang benar, dan tidak bertindak sewenang-wenang atas kekuasaannya.⁵⁴

Aristoteles juga memberikan kontribusi yang signifikan dalam pemahaman konsep keadilan. Menurutnya, keadilan pada dasarnya adalah penyesuaian proporsi, bukan penyamarataan hak. Dengan demikian, setiap individu memiliki bagian yang

⁵³ Nurdin, “Konsep Keadilan Dan Kedaulatan Dalam Perspektif Islam Dan Barat,” *Media Syari’ah* Vol. XIII (2011): 121–130.

⁵⁴ Ahmad Fadlil Sumadi, “Hukum Dan Keadilan Sosial Dalam Perspektif Hukum Ketatanegaraan,” *Jurnal Konstitusi* 12, no. 4 (2016): 849.

sesuai dalam mendapatkan sesuatu, dan tidak diterapkan secara merata tanpa mempertimbangkan faktor-faktor lain.⁵⁵

Plato dalam periode klasik juga membahas pandangan tentang keadilan, tetapi keadilan tersebut bersifat individualistik karena fokusnya hanya pada tindakan yang terkait dengan urusan pribadi tanpa mengganggu orang lain. Elemen keharmonisan dan sosial terpancar sangat kuat dari konsep keadilan milik Plato, maka dari itu konsep keadilan ini diperlukan kolektivistik tiap-tiap masyarakat dalam suatu negara sesuai dengan kedudukan dan sifat alamiahnya.⁵⁶ Thomas Aquinas memberikan pengertiannya sebagai *Justitia est constans et perpetua voluntas jus suum cuique tribuendi* yang artinya adalah keadilan adalah kecenderungan yang tetap dan kekal untuk memberikan kepada setiap orang apa yang menjadi haknya. Selain itu juga, Thomas Aquinas juga menyebutkan *Justitia Generalis* yang artinya keadilan ditegakkan sebenar-benarnya untuk kepentingan khalayak dengan mengacu pada peraturan perundang - undangan yang ada.⁵⁷ Menurut John S. Mill, pemahaman tentang keadilan melibatkan tiga tahap. *Pertama*, eksplorasi dan perhitungan berbagai bentuk ketidakadilan sambil menyelidiki sifat umum. *Kedua*, penyelidikan terhadap munculnya perasaan yang kuat terkait keadilan, disertai pemeriksaan apakah perasaan tersebut didasarkan pada kemanfaatan. *Ketiga*, analisis beberapa kasus kontroversial

⁵⁵ Rudri Musdianto Saputro, "Penegakan Hukum Lingkungan Di Indonesia Ditinjau Dari Teori Keadilan Aristoteles," *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)* 7, no. 1 (2023): 25–32.

⁵⁶ Zakki Adlhiyati and Achmad Achmad, "Melacak Keadilan Dalam Regulasi Poligami: Kajian Filsafat Keadilan Aristoteles, Thomas Aquinas, Dan John Rawls," *Undang: Jurnal Hukum* 2, no. 2 (2020): 409–431.

⁵⁷ Bahder Johan Nasution, "Kajian Filosofis Tentang Konsep Keadilan Dari Pemikiran Klasik Sampai Pemikiran Modern," *Yustisia Jurnal Hukum* 3, no. 2 (2014).

untuk menunjukkan bahwa dorongan terhadap keadilan tidak dapat menjawab kontroversi karena aspek kemanfaatan hanya dapat diukur melalui perhitungan.⁵⁸

John Rawls berusaha mengatasi kelemahan dalam teori keadilan yang sebelumnya diperkenalkan oleh John S. Mill telah memperkenalkan model utilitarianisme sebagai cara untuk mencapai keadilan. Sementara itu, Rawls mengusulkan konsep keadilan sebagai *fairness* atau kesetaraan.⁵⁹ Konsep ini dapat dilaksanakan hanya jika semua pihak memiliki posisi yang sama. Kesetaraan hanya dapat dicapai melalui proses pencarian keadilan yang tidak memperhitungkan status sosial, kelas, kekayaan, distribusi harta, serta keistimewaan individu seperti kemampuan alami, kecerdasan, kekuatan, atau kekuasaan.⁶⁰

⁵⁸ Raju Moh Hazmi, “Konstruksi Keadilan, Kepastian, Dan Kemanfaatan Hukum Dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 46P/HUM/2018,” *Res Judicata* 4, no. 1 (2018): 23–45.

⁵⁹ Harefa, “Ketika Keadilan Bertemu Dengan Kasih.”

⁶⁰ *Ibid.*