



**ANALISIS PERLINDUNGAN KONSUMEN
DALAM PRAKTIK *FLASH SALE*
TIKTOK SHOP**



HASNAUL GINA HANIFAH

NIM 1221046

2025



**ANALISIS PERLINDUNGAN KONSUMEN
DALAM PRAKTIK *FLASH SALE*
TIKTOK SHOP**



HASNAUL GINA HANIFAH

NIM 1221046

2025

ANALISIS PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PRAKTIK *FLASH SALE* TIKTOK SHOP

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.)



Oleh :

HASNAUL GINA HANIFAH
NIM : 1221046

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

ANALISIS PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PRAKTIK *FLASH SALE* TIKTOK SHOP

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.)



Oleh :

HASNAUL GINA HANIFAH
NIM : 1221046

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hasnaul Gina Hanifah

NIM : 1221046

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa karya ilmiah skripsi yang berjudul **“ANALISIS PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PRAKTIK *FLASH SALE* TIKTOK SHOP”** adalah benar-benar karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila tidak benar saya bersedia mendapat sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Pekalongan, 11 Juni 2025

Penulis,



Hasnaul Gina Hanifah

NOTA PEMBIMBING

M. Zulvi Romzul Huda F, M.H.

Perumahan Joyo Tentrem Asti Gang Ponpes Al-Utsmani Blok C2. RT 14 RW 7.
Gejlig Kajen Kab. Pekalongan

Lamp : 2 (dua) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Hasnaul Gina Hanifah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

c.q Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

di-

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Hasnaul Gina Hanifah

NIM : 1221046

Judul Skripsi : Analisis Perlindungan Konsumen Dalam Praktik

Flash Sale TikTok Shop

Dengan ini mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 10 Juni 2025
Pembimbing,



M. Zulvi Romzul Huda F, M.H.

NIP. 199306292020121013



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS SYARIAH

Alamat Kampus 2 : Jl. Pahlawan Km 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Telp. 082329346517

Website : fasya.uingusdur.ac.id | Email : fasya@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan,
mengesahkan Skripsi atas nama :

Nama : Hasnaul Gina Hanifah
NIM : 12210460
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Analisis Perlindungan Konsumen Dalam Praktik *Flash Sale* TikTok Shop**

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 26 Juni 2025 dan dinyatakan **LULUS**,

serta telah disesuaikan dengan masukan dan saran dari penguji.

Pengesahan ini digunakan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).

Pembimbing,

M. Zulvi Romzul Huda F, M.H.

NIP. 199306292020121013

Dewan penguji

Penguji I

Tarmidzi, M.S.I.

NIP. 197802222023211006

Penguji II

Khafid Abadi, M.H.I.

NIP. 198804282019031013



Pekalongan, 1 Juli 2025

Mengesahkan Oleh

Dekan

Dr. Maghfur, M.Ag.

NIP. 197305062000031003

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	’	koma terbalik (di atas)
غ	Ghain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh: امرأة جميلة ditulis mar'atun jamīlah

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh: فاطمة ditulis *fātimah*

4. *Syaddad* (*tasydid*, *geminasi*)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh: ربنا ditulis *rabbānā*
البرر ditulis *al-barr*

5. Kata sandang (*artikel*)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh: الشمس ditulis *asy-syamsu*
الرجل ditulis *ar-rojulu*
السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh: القمر ditulis *al-qamar*
البدیع ditulis *al-badi'*
الجلال ditulis *al-jalāl*

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh: أمرت ditulis *umirtu*
شيء ditulis *syai'un*

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji bagi Allah yang telah memberikan atas segala limpahan rahmat iman, rezeki, kesehatan, berkah, rahmat, dan hidayahnya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PRAKTIK *FLASH SALE* TIKTOK SHOP”. Sholawat dan salam tak lupa tercerahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti meminta maaf jika masih ada kekurangan baik dalam penulisan maupun pemaparan. Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Meskipun demikian, peneliti berharap bisa memberikan manfaat bagi yang membacanya. Disamping itu, peneliti mengucapkan banyak-banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini, baik itu dalam membimbing, memberikan saran, dukungan serta selalu menyemangati peneliti sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Segala puji bagi Allah SWT, Dzat yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, yang telah memberikan penulis kehidupan, kesehatan, ilmu, serta kesempatan untuk menuntut ilmu hingga tahap ini. Tanpa rahmat, petunjuk, dan pertolongan-Nya, penulis tidak akan mampu menyelesaikan perjalanan akademik ini.
2. Kedua orang tuaku tercinta, Ayah Wijoyo dan Mamah Siti Fatiyah yang selalu menjadi sumber kekuatan, doa, dan motivasi bagi penulis. Terima kasih atas segala cinta, pengorbanan, dan dukungan yang tak terhingga. Setiap doa dan kerja keras yang kalian lakukan, penulis menjadi semangat dalam perjalanan untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini adalah bukti kecil dari cinta dan perjuangan kalian yang luar biasa. Penulis menyadari bahwa membawa pulang gelar ini, tidak dapat mengimbangi segala pengorbanan yang telah kalian lakukan. Besar harapan penulis, semoga Allah SWT selalu memberkahi umurmu, langkah kakimu ucapanmu, serta senyummu.

3. Adik tercinta, Lutfi Maulana Yusuf menjadi sumber semangat dan kebahagiaan dalam hidupku. Terima kasih atas doa, dukungan, serta tawa yang selalu menguatkan di saat lelah. Semoga keberhasilanku ini bisa menjadi inspirasi bagimu untuk terus berjuang meraih impianmu.
4. Kakek Yusmoyo, Nenek Casmi (Almh), Kakek Ruswadi (Alm), Nenek Turaseh, Terima kasih atas doa, kasih sayang, dan nasihat bijak yang selalu menjadi pegangan dalam hidup penulis. Kehangatan dan perhatian kalian selalu memberi kekuatan di setiap langkah perjuangan ini. Semoga Allah senantiasa memberikan kesehatan dan kebahagiaan
5. Seluruh saudara sepupu penulis, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup ini, memberikan kebahagiaan, tawa, serta semangat dalam setiap langkah yang penulis tempuh, serta sudah membantu dan mendoakan dalam proses perkuliahan dan proses penyusunan skripsi penulis.
6. Bapak M. Zulvi Romzul Huda F, M.H. selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan ilmu, arahan serta motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Teman-teman penulis, yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang kalian berikan. Setiap diskusi, canda tawa, serta dorongan yang kalian sampaikan menjadi sumber motivasi bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Almater penulis, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang menjadi tempat penulis mencari ilmu.
9. Seluruh dosen Fakultas Syariah yang telah menyalurkan ilmu yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Terisitimewa untuk jodoh penulis kelak, kamu adalah salah satu alasan penulis menyelesaikan skripsi ini. Penulis tidak mengetahui keberadaanmu dimana dan sedang menjaga perasaan siapa. Seperti

kata Bapak Bj Habibie “Kalau memang kamu dilahirkan untuk saya, dia jungkir balik pun tetap saya yang dapat“.

12. Terakhir untuk diri penulis sendiri, Hasnaul Gina Hanifah yang telah bekerja keras dan berjuang sejauh ini. Terima kasih tetap berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai titik ini, walau kadang muncul rasa pesimis atas apa yang diusahakan. Namun terima kasih tetap menjadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba. Penulis bangga terhadap diri penulis, karena memutuskan untuk tidak menyerah dalam proses penyusunan skripsi, ini merupakan pencapaian yang patut di apresiasi. Rayakan selalu kehadiranmu, jadilah bersinar dimanapun berada dan berbahagialah selalu, Hasna. Penulis yakin usaha dan doa yang selalu dilangitkan, Allah sudah merencanakan dan memberikan pilihan yang terbaik. Semoga langkah kebaikan terus berada pada diri penulis dan semoga Allah selalu meridhoi setiap langkah dan selalu dalam lindungan-Nya. Mari bekerja sama untuk lebih berkembang lagi dari hari ke hari, kehidupan dunia akan segera bermulai.

Pekalongan, 11 Juni 2025

Penulis

MOTO

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah selayaknya yang kau harapkan”

(Maudy Ayunda)

“Orang lain ga akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini”

“Hiduplah hingga kau menemukan alasan dibalik 77 kali pertanyaan yang kau iyaikan sebelum kau terlahir didunia”

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa”

(Ridwan Kamil)

“Kesuksesan dan kebahagiaan terletak pada diri sendiri. Tetaplah berbahagia karena kebahagiaanmu dan kamu yang akan membentuk karakter kuat untuk melawan kesulitan”

(Hellen Keller)

ABSTRAK

Hanifah. Hasnaul Gina. Nim 1221046, 2025. Analisis Perlindungan Konsumen Dalam Praktik *Flash sale* TikTok Shop. Skripsi, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing : M. Zulvi Romzul Huda F, M.H.

Kemajuan teknologi digital telah mendorong transformasi pola perdagangan dari konvensional menjadi elektronik (e-commerce), salah satunya melalui platform TikTok Shop. Fitur *flash sale* di TikTok Shop menawarkan potongan harga dalam waktu terbatas dan menjadi strategi pemasaran yang efektif, namun di balik daya tariknya terdapat sejumlah permasalahan yang berpotensi merugikan konsumen, seperti ketidaksesuaian produk, keterlambatan pengiriman, hingga dugaan penipuan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi perlindungan hukum konsumen dalam praktik *flash sale* TikTok Shop serta apa saja upaya yang dapat dilakukan untuk mewujudkan perlindungan konsumen yang optimal. Kegunaan penelitian yaitu kegunaan praktis dan teoritis.

Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis empiris dengan pendekatan yuridis empiris. Pendekatan yuridis merupakan hukum yang dilihat sebagai norma karena dalam melakukan pembahasan masalah dalam penelitian ini menggunakan bahan-bahan hukum baik hukum primer, sekunder, dan tersier. Sedangkan pendekatan empiris dengan melihat hukum sebagai kenyataan sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan analisis yang telah dilakukan mengenai implementasi dari perlindungan konsumen dalam praktik *flash sale* di TikTok Shop, belum sepenuhnya efektif dalam melindungi konsumen. Meskipun Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan regulasi lainnya memberikan kerangka hukum yang jelas, implementasi di lapangan masih menghadapi berbagai kendala. Dan diperlukan upaya sistematis untuk meningkatkan perlindungan konsumen dalam praktik *flash sale*. Upaya tersebut mencakup transparansi informasi produk, perlindungan keamanan transaksi, larangan pembatalan sepihak oleh penjual, mekanisme pengaduan yang efektif, kewajiban memberikan ganti rugi, edukasi bagi konsumen dan penjual, serta pengawasan dan penegakan hukum yang ketat. Dengan menerapkan langkah-langkah ini, diharapkan

praktik *flash sale* dapat berjalan sesuai dengan prinsip perlindungan konsumen, sehingga kepercayaan masyarakat terhadap platform *e-commerce* dapat terjaga.

Kata Kunci: *Flash sale*, Perlindungan Konsumen, TikTok Shop



ABSTRACT

Hanifah. Hasnaul Gina. NIM 1221046, 2025. *Analysis of Consumer Protection in the Practice of Flash sales on TikTok Shop.* Undergraduate Thesis, Islamic Economic Law Study Program, Faculty of Sharia, K.H. Abdurrahman Wahid State Islamic University Pekalongan. **Supervisor:** M. Zulvi Romzul Huda F, M.H.

Advances in digital technology have driven the transformation of trading patterns from conventional to electronic (e-commerce), one of which is through the TikTok Shop platform. The flash sale feature on TikTok Shop offers limited-time discounts and is an effective marketing strategy, but behind its appeal lie a number of issues that could potentially harm consumers, such as product mismatches, delivery delays, and allegations of fraud. This study aims to analyze the implementation of consumer legal protection in TikTok Shop's flash sale practices and identify efforts that can be made to achieve optimal consumer protection. The study's utility lies in its practical and theoretical applications.

The research method used is legal-empirical with a legal-empirical approach. The legal approach views law as a norm, as the discussion of issues in this study utilizes legal materials, including primary, secondary, and tertiary laws. The empirical approach, on the other hand, views law as a social reality.

The research findings indicate that, based on the analysis conducted regarding the implementation of consumer protection in TikTok Shop's flash sale practices, it is not yet fully effective in protecting consumers. Although Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection and other regulations provide a clear legal framework, implementation on the ground still faces various challenges. Systematic efforts are needed to enhance consumer protection in flash sale practices. These efforts include product information transparency, transaction security protection, prohibition of unilateral cancellation by sellers, effective complaint mechanisms, obligation to provide compensation, education for consumers and sellers, as well as strict supervision and law enforcement. By implementing these measures, it is hoped that flash sale practices can be carried out in accordance with consumer protection principles, thereby maintaining public trust in e-commerce platforms.

Keywords: Consumer Protection, Flash sale, TikTok Shop.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabiullah Muhammad SAW, keluarga, seta para sahabatnya. Aamiin Yaa Rabbal Alamin. Penulisan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum (S.H.) pada Progam Studi Hukum Ekonomi Syariah di Fakultas Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Dalam perjalanan menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, arahan, serta bantuan dari berbagai pihak. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan motivasi dari mereka, akan sangat sulit untuk menyelesaikan tugas ini. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, atas segala kebijakan yang dikeluarkan khususnya berkaitan dengan penyusunan skripsi.
2. Bapak Prof. Dr. H. Maghfur, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Khafid Abadi, M.H.I selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.
4. Bapak Khafid Abadi, M.H.I.. selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan arahan dan masukan selama masa perkuliahan.
5. Bapak M. Zulvi Romzul Huda F, M.H. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan, memberikan ide, gagasan, dan kritik kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Serta seluruh pihak lain yang memberikan bantuan kepada penulis, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala saran dan kritik yang membangun

sangat penulis harapkan dan terima. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi segenap pembaca.

Pekalongan, 11 Juni 2025

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTO.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT	xiv
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
E. Kerangka Teoritik.....	6
F. Penelitian yang Relevan	8
G. Metode Penelitian.....	13
H. Sistematika Pembahasan	15
BAB II TEORI PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PRAKTIK <i>FLASH SALE</i> TIKTOK SHOP	17
A. Kerangka Teori	17
1. Teori Perlindungan Hukum	17
2. Teori Perlindungan Konsumen.....	20
B. Kerangka Konseptual	29

1. <i>Flase Sale</i>	29
2. TikTok Shop	31

BAB III REGULASI PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PRAKTIK *FLASH SALE* DI TIKTOK SHOP 36

A. Regulasi <i>Flash sale</i> Tiktok Shop.....	36
1. Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.....	37
2. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen	39
3. Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat .40	
4. Peraturan Pemerintah Nomor 58 tahun 2001 tentang Pembinaan Pengawasan dan penyelenggaraan Perlindungan Konsumen	42
5. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 tahun 2023 tentang Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik	43
B. Kebijakan Umum Penggunaan TikTok Shop.....	45

BAB IV PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM PRAKTIK *FLASH SALE* DAN UPAYA YANG DAPAT DILAKUKAN UNTUK MEWUJUDKAN PRAKTIK *FLASH SALE* AGAR SESUAI DENGAN PERLINDUNGAN KONSUMEN 48

A. Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Praktik <i>Flash sale</i> ..	48
B. Upaya Yang Dapat Dilakukan Untuk Mewujudkan Praktik <i>Flash sale</i> Agar Sesuai Dengan Perlindungan Konsumen	65

BAB V PENUTUP 69

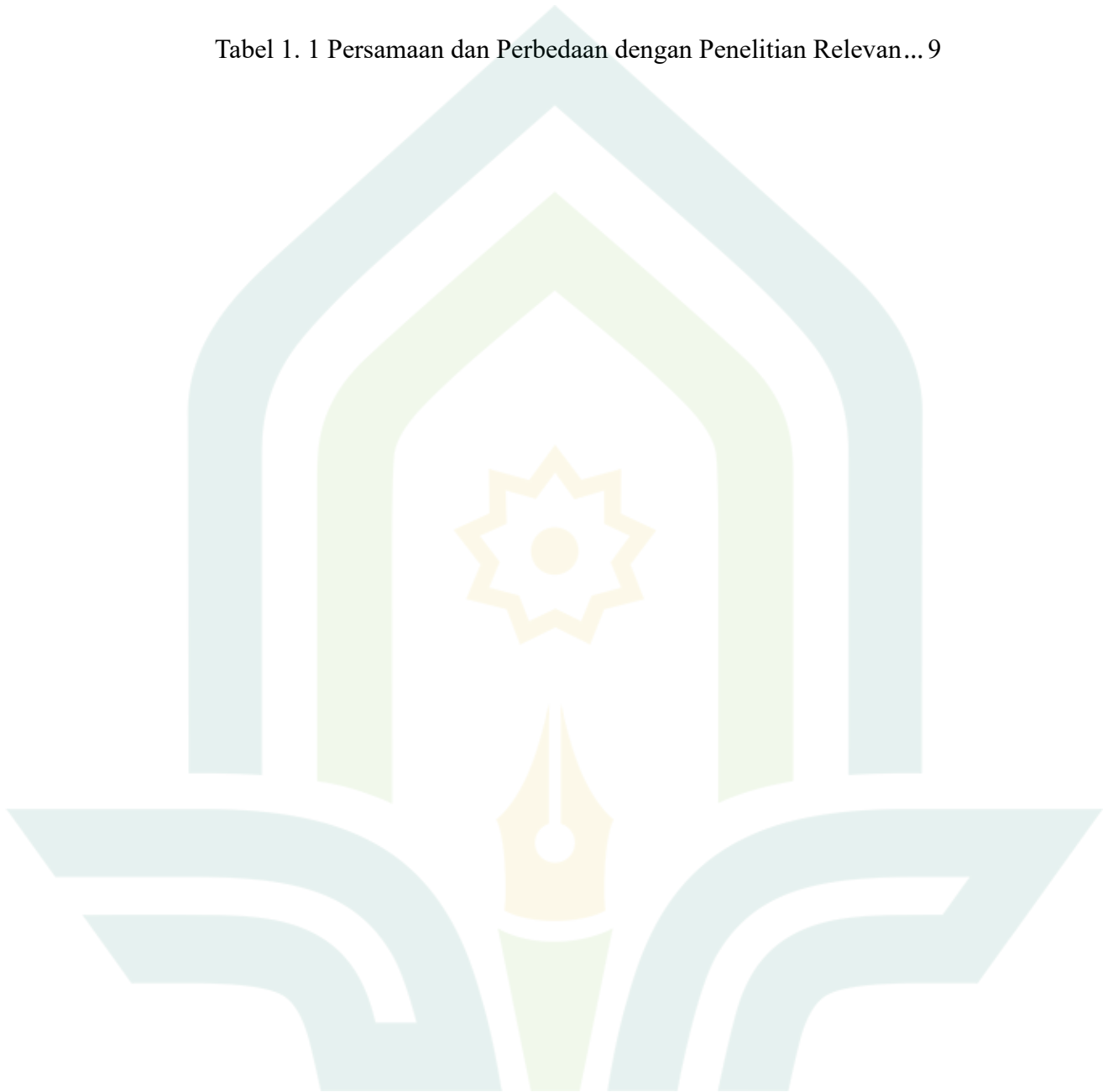
A. Kesimpulan.....	69
--------------------	----

B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Relevan... 9



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan di bidang teknologi digital telah memengaruhi berbagai aspek di kehidupan sehari-hari. Salah satunya dengan berkembangnya dalam kegiatan perdagangan, jika sebelumnya transaksi jual beli dilakukan secara langsung melalui bertemunya penjual dan pembeli, saat ini pola tersebut telah bergeser menuju pada sistem perdagangan elektronik (*e-commerce*). Transformasi ini disebabkan oleh kemajuan teknologi internet yang menawarkan kemudahan akses, kecepatan dalam bertransaksi, serta biaya operasional yang relatif rendah. Akibatnya, masyarakat kini cenderung memilih platform online sebagai sarana utama dalam melakukan transaksi jual beli.¹

Perubahan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dalam perdagangan, tetapi juga membuka peluang yang lebih besar bagi pelaku usaha terutama pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Teknologi digital telah mendorong terbentuknya lingkungan perdagangan baru yang lebih dinamis, inovatif, dan kompetitif. Salah satu dampak nyata dari perubahan ini adalah munculnya berbagai platform media sosial yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga menjadi media pemasaran dan perdagangan digital. Salah satu platform yang berkembang pesat adalah TikTok.²

TikTok yang awalnya berfokus pada konten hiburan berbasis video pendek, kini berkembang menjadi sarana pemasaran digital yang efektif melalui fitur TikTok Shop. Dengan fitur ini memungkinkan pengguna untuk melakukan promosi, transaksi jual beli, dan pengiriman produk secara langsung di dalam aplikasi. Fitur ini semakin populer, khususnya di kalangan generasi milenial dan

¹ Imam Sjaputra, “*Problematika Hukum Internet Indonesia*”, (Jakarta: Prenhallindo, 2002), 92.

² Priyambodo, “*Pandangan Islam Terhadap Teknologi Dalam Pengembangan Ekonomi Digital Syariah*”, *Journal Of Islamic Studies* Vol. 2 No. 1, 2023, 2.

Gen Z karena menawarkan kemudahan berbelanja hanya dalam satu aplikasi.

Salah satu strategi pemasaran yang banyak digunakan di TikTok Shop adalah *flash sale*, yaitu penawaran potongan harga yang besar dalam waktu yang sangat terbatas. Strategi ini terbukti efektif menarik perhatian konsumen karena dapat meningkatkan penjualan secara cepat, dan mendorong konsumen untuk segera mengambil keputusan pembelian. Namun demikian, di balik daya tariknya, praktik *flash sale* juga menyimpan sejumlah permasalahan yang berpotensi dapat merugikan konsumen.³

Beberapa keluhan yang sering muncul meliputi pembatalan sepihak oleh penjual dan proses refund yang bermasalah. Seorang konsumen bernama Endra membagikan pengalamannya saat membeli handphone seharga Rp. 799.900 melalui TikTok Shop pada tanggal 27 Februari 2023. Setelah pembelian, penjual menghubungi Endra dan kemudian membatalkan transaksi tersebut. Meskipun Endra telah mengajukan pengembalian dana hingga maret 2023, dana tersebut belum dikembalikan dan upaya komplainnya tidak mendapatkan kejelasan dari pihak TikTok Shop.⁴ Pembatalan promo sepihak oleh penjual pada tanggal 18 Maret 2025, akun TikTok @louissescarlettfamily mengadakan promo *flash sale* handphone seharga Rp. 1000. Seorang konsumen berhasil melakukan checkout dan pembayaran, namun kemudian penjual membatalkan pesanan dengan alasan adanya indikasi penggunaan bot. Meskipun konsumen tidak menggunakan bot dan melakukan pembelian secara manual, pesanan tetap dibatalkan. Upaya untuk mengikuti promo ulang juga berujung pada pembatalan dengan

³ Cheryl Arshiefa Krisdanu, dkk, “*Tiktok Sebagai Media Pemasaran Digital Indonesia*”, Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi Vol.7 No.2, 2023, 25.

⁴ Detiknews, “*Pembelian dibatalkan penjual, TikTok Shop Belum Lakukan Refund Dana*”
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://news.detik.com/suarapembaca/d-6631741/pembelian-dibatalkan-penjual-tiktok-shop-belum-lakukan-refunddana&ved=2ahUKEwiX66b5uMAxX0wjgGHQ2GDtYQFnoECCAQAQ&usg=AOvVaw0aWjJoKKVwv0kvARfdyVOc> (Diakses 24 April 2025).

alasan kesalahan harga.⁵ Pembelian blender dengan harga promo, dan barangnya tidak sesuai. Seorang ibu membeli dua blender dengan harga promo melalui TikTok Shop. Namun saat paketnya tiba, yang diterima hanyalah bungkus bubble wrap tanpa isi. Kasus ini menunjukkan pentingnya waspada terhadap penawaran dengan harga yang terlalu murah.⁶ Kondisi ini yang memperlihatkan lemahnya perlindungan konsumen dalam praktik perdagangan digital. Di mana konsumen berada pada posisi yang rentan terhadap kerugian akibat informasi yang menyesatkan atau tidak lengkap. Dalam konteks ini, sangat penting untuk melihat sejauh mana perlindungan hukum terhadap konsumen diterapkan secara efektif.

Perlindungan terhadap hak-hak konsumen telah diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan. Diantaranya adalah Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang dapat disebut UU ITE. Undang-Undang ini memberikan dasar hukum untuk pengakuan transaksi dan dokumen elektronik di Indonesia.⁷ Serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang dapat disebut UUPK. Undang-Undang ini memberikan landasan hukum bagi konsumen untuk menuntut pelaku usaha yang melanggar hak-hak

⁵ Rama, "Promo TikTok Shop Live Mami Louise Dibatalkan Sepihak" https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://mediakonsumen.com/2025/03/19/surat-pembaca/promo-tiktok-shop-live-mami-louisse-dibatalkan-sepihak&ved=2ahUKEwiv5bb95MAxWsTGcHHaREMrQQFnoECBYQAAQ&usg=AOvVaw2u0skpzCoGZ-gl_8MTx5E (Diakses 24 April 2025).

⁶ Dream, "Ibu Ini Kaget Beli Dua Blender Harga Promo TikTok, Yang Datang Malah Bubble Wrap, Kurir Baik Banget Jelaskan Soal Penipuan" https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.dream.co.id/stories/ibu-ini-kaget-beli-dua-blender-harga-promo-di-tiktok-yang-datang-malah-bubble-wrap-kurir-baik-banget.html&ved=2ahUKEwj4y7Gn6uMAxXVUGwGHeIZI2UQFnoECBcQAQ&usg=AOvVaw0l7_CRRar4dvYKxYXuM2FDt (Diakses 24 April 2025).

⁷ "Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik".

konsumen dan menyediakan mekanisme penyelesaian terhadap permasalahan pada transaksi jual beli.⁸

Sedangkan pada permasalahan tersebut sebenarnya tidak sejalan dengan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang secara tegas mewajibkan pelaku usaha untuk bertanggung jawab atas informasi dan produk yang diperdagangkan. Khususnya terdapat pada pasal 4 yang menjamin hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, keselamatan, serta informasi yang benar, jelas, dan jujur. Selain itu, pada pasal 7 mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang akurat mengenai produk yang diperdagangkan.⁹ Ketika hak-hak ini tidak terpenuhi, konsumen kerap kali berada dalam posisi yang dirugikan. Beberapa memilih untuk menerima kerugian, sementara yang lain mencoba mengembalikan barang dengan risiko penolakan dari penjual.

Di samping itu, pemerintah juga mengeluarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha dan Pengawasan Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, yang merupakan penyempurnaan dari Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020. Regulasi ini bertujuan untuk memperkuat pengawasan terhadap praktik *e-commerce* agar pelaku usaha mematuhi ketentuan perlindungan konsumen. Namun, dalam implementasinya, masih ditemukan berbagai kendala, seperti lemahnya pengawasan, minimnya literasi digital konsumen, serta kurangnya kesadaran pelaku usaha akan tanggung jawab hukumnya.

Perbedaan antara realitas yang terjadi dan ketentuan hukum yang seharusnya berlaku menunjukkan adanya celah yang perlu dikaji lebih lanjut. Oleh karena itu, penting untuk melakukan analisis mendalam terhadap perlindungan hukum konsumen dalam praktik *flash sale* TikTok Shop, guna melihat efektivitas

⁸ “Undang-undang No 8 tahun 1999 pasal 1 ayat (1) tentang Perlindungan Konsumen”.

⁹ “Undang-undang No 8 tahun 1999 pasal 4 dan 7 tentang Perlindungan Konsumen”.

pelaksanaan regulasi yang ada dan sejauh mana hak-hak konsumen benar-benar dilindungi dalam era perdagangan digital.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dalam skripsi yang berjudul: “Analisis Perlindungan Konsumen Dalam Praktik *flash sale* TikTok Shop.”

B. Rumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan uraian permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya, agar lebih terarah dan terencana, maka dirumuskan beberapa poin pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi perlindungan hukum konsumen dalam praktik *flash sale*?
2. Apa saja upaya yang dapat dilakukan untuk mewujudkan praktik *flash sale* agar sesuai dengan perlindungan konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan serta perumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis perlindungan hukum konsumen dalam praktik *flash sale*.
2. Untuk menjelaskan upaya yang dapat dilakukan untuk mewujudkan praktik *flash sale* sesuai dengan perlindungan konsumen.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Praktis

Bagi pelanggan, informasi ini sangat berarti bagi pelanggan agar mereka memahami hak-hak mereka dalam transaksi *flash sale*. Dengan begitu, mereka dapat melindungi diri dari praktik yang merugikan dan dapat dijadikan panduan jika mengalami kerugian dalam kegiatan jual beli pada *flash sale*. Bagi TikTok Shop, informasi ini penting untuk dapat membantu platform *e-commerce* seperti TikTok Shop untuk meningkatkan pengawasan

terhadap atas praktik *flash sale*, sehingga menciptakan transaksi yang adil, transparan, dan aman. Bagi pelaku usaha, informasi ini penting untuk memberikan panduan tentang kewajiban hukum yang harus dipatuhi dalam menjalankan praktik *flash sale*, sehingga dapat menghindari masalah hukum serta dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan.

2. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memperluas literatur terkait perlindungan konsumen dalam ranah *e-commerce* dan *flash sale*, sehingga dapat menambah kajian penelitian akademis di bidang ini. Temuan dari hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang berminat pada topik perlindungan konsumen dalam *e-commerce*.

E. Kerangka Teoritik

1. Teori Perlindungan Hukum

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Perlindungan hukum berarti tempat perlindungan, suatu perbuatan (hal dan sebagainya) yang harus dilindungi. Makna dari kata “perlindungan” memiliki unsur yang serupa, yaitu unsur tindakan melindungi, dan unsur cara-cara melindungi. Sehingga dapat disimpulkan perlindungan berarti melindungi terhadap pihak tertentu dengan cara atau tindakan tertentu.

Perlindungan Hukum menurut pendapatnya Philipus M. Hadjon yaitu pengakuan akan harkat dan martabat manusia yang bersumber pada Pancasila dan konsep negara hukum.¹⁰ Ada dua jenis perlindungan hukum terhadap warga negara: perlindungan hukum preventif dan represif. Perlindungan hukum preventif memberikan warga negara kesempatan untuk menyuarakan ketidaksetujuan atau pendapat mereka sebelum keputusan pemerintah menjadi hukum. Maka, tujuan dari perlindungan hukum preventif adalah untuk mencegah terjadinya konflik.

¹⁰ Philipus M. Hadjon, “*Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*” (Surabaya: Bina Ilmu, 1987), 25.

Perlindungan hukum yang bersifat preventif memiliki peranan yang sangat penting bagi tindakan negara yang berlandaskan pada kebebasan untuk bertindak. Hal ini disebabkan oleh perlunya adanya perlindungan hukum preventif yang dapat memotivasi negara untuk mengambil keputusan yang lebih bijaksana dalam kebebasan memilih. Sebagai contoh, sebelum pemerintah mengambil sebuah keputusan, masyarakat memiliki kesempatan untuk menyampaikan protes atau memberikan pandangan terhadap rencana keputusan yang akan diambil. Sementara itu, perlindungan hukum yang bersifat represif lebih difokuskan pada penyelesaian konflik.¹¹ Oleh karena itu, badan hukum yang berwenang di Indonesia melakukan perlindungan hukum masyarakat secara represif.

2. Teori Perlindungan Konsumen

Berdasarkan pendapat Az. Nasution bahwa perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum yang mencakup prinsip dan aturan yang mengatur serta menjaga hak-hak konsumen terkait penyediaan dan penggunaan produk baik berupa barang maupun jasa dalam kehidupan bermasyarakat, sedangkan hukum konsumen adalah seperangkat aturan yang mengelola hubungan serta isu-isu yang timbul antara berbagai pihak yang terkait dengan barang maupun jasa yang ditujukan bagi konsumen dalam kehidupan bermasyarakat.¹² Dan pada pasal 1 angka 1 UUPK menyatakan bahwa Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.¹³

3. Konsep *Flash sale*

Seperti diungkapkan oleh Joshi, S. dan M. Domb “*Flash sale is a shopping platform that is used as a*

¹¹ Philipus M. Hadjon, “*Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*” (Surabaya: Bina Ilmu, 1987), 2.

¹² Az. Nasution, “*Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*”, (Diadit Media, Jakarta, 2002), 37.

¹³ *Undang-undang No 8 tahun 1999 pasal 1 angka (1) tentang Perlindungan Konsumen*

marketing strategy to introduce the market and sell various goods such as electronic equipment, clothing and others at large discounts.” *Flash sale* merupakan suatu platform perbelanjaan yang dimanfaatkan sebagai strategi pemasaran untuk memperkenalkan pasar serta menjual berbagai barang seperti perlengkapan elektronik, busana dan lain lain dengan potongan harga yang besar.¹⁴

4. Konsep TikTok Shop

Menurut Sa’adah, Tiktok Shop merupakan suatu E-commerce yang dapat dianggap sebagai sistem informasi bisnis karena penjualannya dilakukan melalui media elektronik yang menyediakan informasi khusus mengenai jual beli atau bisnis. Selain itu, Tiktok Shop juga menyediakan layanan yang mirip dengan *marketplace* dan *e-commerce* pada umumnya. Yang membedakan Tiktok Shop adalah harga yang sangat terjangkau, jauh lebih rendah daripada *marketplace* atau *e-commerce* lainnya. Tiktok Shop juga menawarkan promo menarik dan potongan harga yang signifikan, sehingga mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan dalam aplikasi Tiktok.¹⁵

F. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang Relevan merupakan tindakan peneliti untuk mengkaji perbedaan dan persamaan kemudian membuat inovasi baru untuk penelitian lebih lanjut. Dan peneliti memasukan beberapa penelitian terdahulu yang ada keterkaitan dengan penelitian yang akan dijalankan. Di bawah ini merupakan temuan

¹⁴ Sebagaimana yang dikutip oleh Ayunda Rahmawati, “*Pengaruh Program Flash Sale Terhadap Perilaku Impulsive Buying*”, Skripsi, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2023), 14.

¹⁵ Sebagaimana dikutip oleh Muhammad Bintang Priyono, “*Dampak Aplikasi TikTok dan TikTok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia*”, Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan Vol. 9 No. 17 (2023).

penelitian sebelumnya bersangkutan dengan topik penulis yang pelajari:

Tabel 1.1 Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Relevan

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Muhammad Khadafi	“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi <i>E-Commerce</i> (Studi Kasus Melalui Media Sosial Instagram)” ¹⁶	Kesamaan pada objek kajian penelitian yaitu jual beli di media sosial (<i>e-commerce</i>).	Dalam skripsi tersebut, fokus penelitiannya membahas bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan jual beli di media sosial Instagram. Sedangkan skripsi yang ditulis oleh penulis membahas mengenai Perlindungan Konsumen Dalam Praktik <i>Flash sale</i> Tiktok Shop.
2.	Rifaul Anwar	“Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap	Kesamaan Objek yang diteliti tentang	Penelitian sebelumnya, fokus membahas

¹⁶ Muhammad Khadafi, “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Melalui Media Sosial Instagram)*”. Skripsi, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2016)

		Iklan Yang Menyesatkan Berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen” ¹⁷	perlindungan konsumen.	tentang Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyesatkan Berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Sedangkan skripsi yang ditulis oleh penulis membahas mengenai Perlindungan Konsumen Dalam Praktik <i>Flash sale</i> Tiktok Shop.
3.	Widadatul Ulya	“Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen dan Persaingan Usaha Dalam Pemanfaatan Big Data	Kesamaan objek yang diteliti tentang perlindungan konsumen.	Penelitian sebelumnya, fokus meneliti tentang Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen dan

¹⁷ Rifaul Anwar, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyesatkan Berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”. Skripsi, (Semarang: Universitas Semarang, 2019).

		Marketplace Di Indonesia” ¹⁸		Persaingan Usaha Dalam Pemanfaatan Big Data Marketplace Di Indonesia. Sedangkan skripsi yang ditulis oleh penulis membahas mengenai Perlindungan Konsumen Dalam Praktik <i>Flash sale</i> Tiktok Shop.
4.	Andi Frezky Saputra Ilham Dwijayana, Dkk.	“Dinamika Hukum Persaingan Usaha Di Era Digital: Analisis Perlindungan Hukum Dalam <i>E-Commerce</i> Shopee Dan Tiktok Shop Di Indonesia” ¹⁹	Sama-sama membahas terkait perlindungan konsumen pada <i>e-commerce</i> .	Penelitian sebelumnya meneliti Perlindungan Hukum Dalam <i>E-Commerce</i> Shopee Dan Tiktok Shop Di Indonesia. Sedangkan penelitian ini tentang Perlindungan Konsumen

¹⁸ Widadatul Ulya, “Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen dan Persaingan Usaha Dalam Pemanfaatan Big Data Marketplace Di Indonesia”. Jurnal Hukum dan Dinamika Masyarakat Vol.20 No.2 (2022).

¹⁹ Andi Frezky Saputra Ilham Dwijayana, Dkk. “Dinamika Hukum Persaingan Usaha Di Era Digital: Analisis Perlindungan Hukum Dalam *E-Commerce* Shopee Dan Tiktok Shop Di Indonesia”. Jurnal Ilmu Hukum dan Tata Negara Vol.2 No.2 (2024).

				Dalam Praktik <i>Flash sale</i> Tiktok Shop.
5.	Widadatul Ulya	“Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Pada Transaksi Bisnis Social Commerce Tik Tok Shop (Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam).” ²⁰	Sama-sama membahas terkait perlindungan konsumen pada <i>e-commerce</i> .	Penelitian sebelumnya meneliti Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Pada Transaksi Bisnis Social Commerce Tik Tok Shop (Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam). Sedangkan penelitian ini tentang Perlindungan Konsumen Dalam Praktik <i>Flash sale</i> Tiktok Shop.

Sumber : Hasil Penelitian Peneliti

Penelitian Perlindungan Konsumen pada Tiktok Shop ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang sebelumnya dan sudah dijelaskan dalam tabel 1.1. Dan penelitian ini lebih menekankan fokus penelitian pada Perlindungan Konsumen Dalam Praktik *Flash sale* Tiktok Shop dengan jenis penelitian yuridis empiris.

²⁰ Widadatul Ulya, “Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Pada Transaksi Bisnis Social Commerce Tik Tok Shop (Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam)”. Jurnal of Indonesian Comparative of Syari’ah Law Vol.6 No.1 (2023).

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian hukum yang digunakan adalah penelitian hukum yuridis empiris. Penelitian hukum mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan hukum normatif secara *in action* pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat.²¹

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan yuridis empiris. Pendekatan yuridis yang dimaksudkan adalah hukum dilihat sebagai norma, karena dalam melakukan pembahasan masalah dalam penelitian ini menggunakan bahan-bahan hukum baik bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Sedangkan pendekatan empiris adalah dengan melihat hukum sebagai kenyataan sosial.

3. Sumber Data

Terdapat sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder :

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer bagi Peter Mahmud Marzuki, adalah bahan hukum yang bersifat mengikat. Seperti undang-undang, catatan resmi dalam peraturan hukum.²² Pada penelitian ini menggunakan bahan hukum primer sebagai berikut :

- 1) Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- 2) Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

²¹ Abdul kadir Muhammad, "Hukum dan Penelitian Hukum", (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004), 134.

²² Peter Mahmud Marzuki, "Penelitian Hukum", (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 141.

- 3) Undang-undang nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
 - 4) Peraturan pemerintah nomor 58 tahun 2001 tentang Pembinaan Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.
 - 5) Peraturan menteri perdagangan Nomor 31 tahun 2023 tentang Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
 - 6) Kebijakan umum penggunaan Tiktok Shop.
- b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder, termasuk yang menunjang dan memperkuat suatu bahan hukum primer memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer yang telah ada untuk memperdalam penelitian dan pemahaman dengan memperkuat landasan hukum dan mengarah pada analisa hukum yang lebih baik.²³ Bahan hukum sekunder meliputi:

- 1) Buku Hukum dan buku-buku karya ilmiah yang berhubungan dengan suatu pokok bahasan yang akan diteliti.
 - 2) Jurnal-jurnal Hukum yang berhubungan dengan pokok bahasan yang akan diteliti.
 - 3) Hasil Penelitian yang berhubungan dengan pokok bahasan yang akan diteliti.
 - 4) Artikel dan Skripsi yang berhubungan dengan pokok bahasan yang akan diteliti.
- c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yaitu suatu pelengkap dalam menyerahkan terkait uraian tambahan terhadap bahan hukum

²³ Soerjono Suekanto, dan Sri Mamudi, "*Penelitian hukum normative suatu tinjauan singkat*", (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), 23.

primer dan sekunder.²⁴ Misalnya kamus hukum dan kamus besar bahasa indonesia.

4. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan kajian kepustakaan dengan mencari peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan masalah hukum yang dihadapi, mengumpulkan buku, jurnal lainnya yang berkaitan dengan topik yang akan diteliti.²⁵

5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis yang digunakan berdasarkan sumber hukum primer dan sekunder. Dalam penelitian ini, dilakukan dengan cara mengidentifikasi fakta hukum yaitu dengan menelaah isu hukum dibahas terlebih dahulu sebelum dirujuk ke bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder. Selanjutnya, peneliti menarik kesimpulan dalam bentuk argumen yang menjawab pertanyaan hukum dan memberikan preskripsi berdasarkan argumen tersebut. Metode Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu metode analisis deskriptif kualitatif. Pengolahan data diambil dengan mengumpulkan informasi (fakta) dan meneliti bahan kepustakaan yang kemudian diidentifikasi untuk menjawab tujuan penelitian ini.

H. Sistematika Pembahasan

Agar mempermudah penulisan dan memperjelas pembacaannya. Oleh karena itu, peneliti membuat sistem penulisan yang disusun secara berurutan :

Bab I Meliputi pendahuluan, pada bab ini berupa suatu latar belakang masalah penyebab mengapa tema ini menarik untuk diteliti. Kemudian seorang penulis akan membuat sebuah rumusan masalah yang akan dijawab lewat penelitian ini. Sehingga penulis akan menyampaikan tujuan penelitian dan manfaat yang akan diperoleh lewat studi ini, Serta selanjutnya yaitu sistematika penulisan.

²⁴ Peter Mahmud Marzuki, "Penelitian Hukum", (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 141.

²⁵ Muhaimin, "Metode Penelitian Hukum", (Mataram: Mataram University Press, 2020), 65.

- Bab II Terdapat suatu landasan Teori, pada bab ini berisikan kerangka teori berupa perlindungan konsumen, perlindungan hukum, dan *flash sale*.
- Bab III Pada bab ini terdapat pembahasan, berisi penjelasan beberapa data yang berhubungan dengan pembahasan penelitian, yaitu peraturan mengenai *flash sale tiktok shop* serta aturan terkait perlindungan konsumen dalam praktik *flash sale tiktok shop*.
- Bab IV Pada bab ini berupa analisis, berisi penjelasan bagaimana perlindungan hukum konsumen dalam praktik *flash sale* serta bagaimana upaya yang dapat dilakukan untuk untuk mewujudkan praktik *flash sale* agar sesuai dengan perlindungan konsumen.
- Bab V Berupa penutup, terkait sebuah kesimpulan dan beberapa saran untuk peneliti-peneliti berikutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan mengenai analisis perlindungan konsumen dalam praktik *flash sale* TikTok Shop, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan mengenai implementasi dari perlindungan konsumen dalam praktik *flash sale* di TikTok Shop, dapat disimpulkan menunjukkan bahwa perlindungan hukum yang ada saat ini belum sepenuhnya efektif dalam melindungi konsumen. Meskipun Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan regulasi lainnya memberikan kerangka hukum yang jelas, implementasi di lapangan masih menghadapi berbagai kendala.
2. Diperlukan upaya sistematis untuk meningkatkan perlindungan konsumen dalam praktik *flash sale*. Upaya tersebut mencakup transparansi informasi produk, perlindungan keamanan transaksi, larangan pembatalan sepihak oleh penjual, mekanisme pengaduan yang efektif, kewajiban memberikan ganti rugi, edukasi bagi konsumen dan penjual, serta pengawasan dan penegakan hukum yang ketat. Dengan menerapkan langkah-langkah ini, diharapkan praktik *flash sale* dapat berjalan sesuai dengan prinsip perlindungan konsumen, sehingga kepercayaan masyarakat terhadap platform *e-commerce* dapat terjaga.

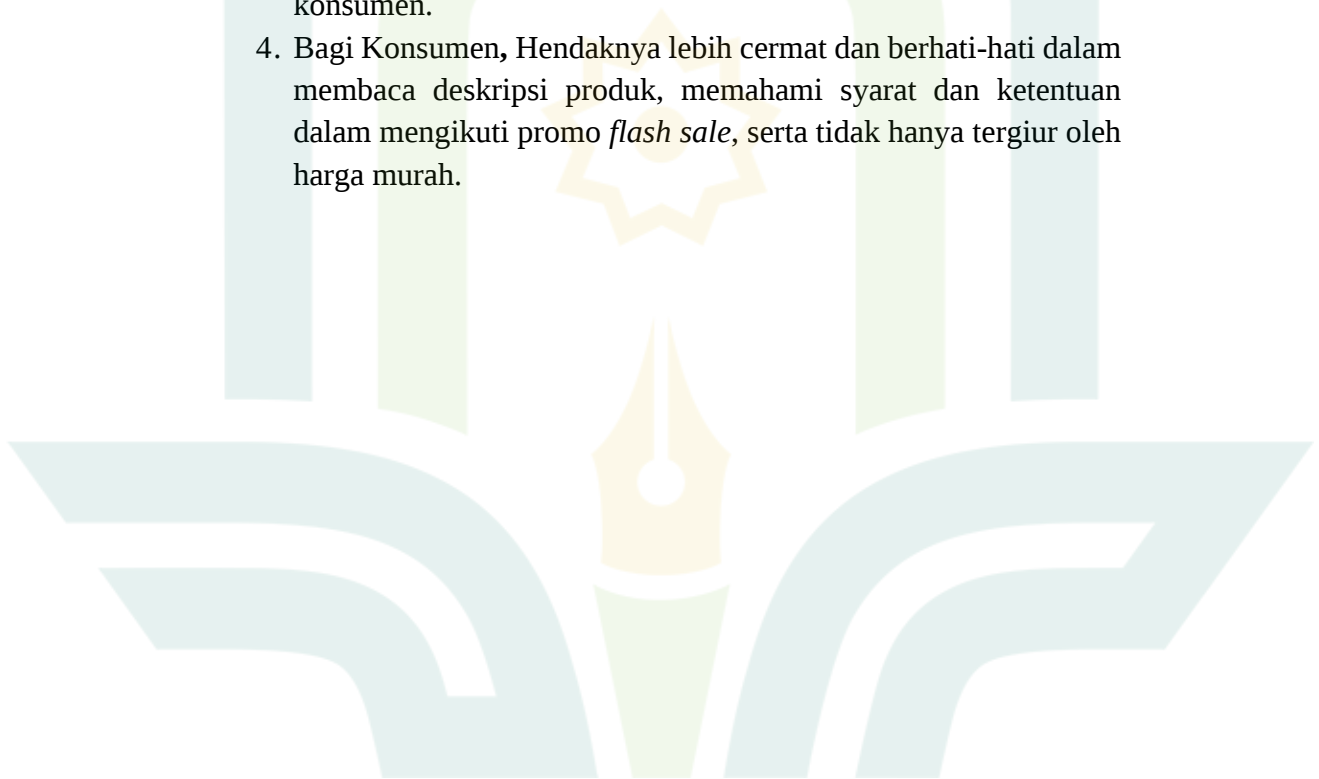
B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan simpulan yang telah disampaikan, berikut adalah beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan perlindungan konsumen dalam praktik *flash sale* di TikTok Shop:

1. Bagi TikTok Shop, Perlu meningkatkan sistem pengawasan terhadap penjual untuk mencegah penipuan dan praktik curang. TikTok Shop harus menyediakan program edukasi dan pelatihan

bagi penjual mengenai etika berjualan, kewajiban hukum, dan cara memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

2. Bagi Pemerintah, Pemerintah dan lembaga terkait diharapkan dapat memperkuat regulasi mengatur perlindungan.
3. Bagi Penjual, Penjual diharapkan selalu menjaga transparansi dan kejujuran dalam setiap informasi produk, harga, serta kebijakan pengembalian. Hal ini penting untuk membangun kepercayaan konsumen. Penjual perlu memahami dan mematuhi ketentuan hukum yang berlaku, termasuk Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Mereka harus beritikad baik dalam setiap transaksi dan tidak melakukan praktik yang menyesatkan. Serta responsif dan komunikatif, terutama dalam menangani pengembalian barang dan pengembalian dana. Proses ini harus dilakukan dengan cepat dan transparan untuk menjaga kepuasan konsumen.
4. Bagi Konsumen, Hendaknya lebih cermat dan berhati-hati dalam membaca deskripsi produk, memahami syarat dan ketentuan dalam mengikuti promo *flash sale*, serta tidak hanya tergiur oleh harga murah.



DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Rais, dkk, 2024, *“TikTok Shop Sebagai Bentuk Realitas Konstruksi Sosial Teknologi Media Baru”*, Journal Of Education Humaniora and social Sciences, Vol. 7 No. 1.
- Alvina, Ella, Paramita, 2024, *“Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui e-commerce”*, Jurnal Notarius, Vol.17, No.1.
- Anisa, Putri, dan Santoso, 2022, *“Pengaruh Live Streaming TikTok Shop terhadap Minat Beli Konsumen melalui Interaksi dan Review Produk”*. Jurnal Pemasaran Digital Indonesia, Vol. 10 No. 3.
- Anwar, Rifaul, 2019. *“Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyesatkan Berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”*. Semarang: Skripsi Universitas Semarang.
- Aprinelita, *“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Online Melalui Facebook Berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”*, Riau: Universitas Islam Kuantan Singingi.
- Detiknews, *“Pembelian dibatalkan penjual, TikTok Shop Belum Lakukan Refund Dana”*
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://news.detik.com/suarapembaca/d-6631741/pembelian-dibatalkan-penjual-tiktok-shop-belum-lakukan-refunddana&ved=2ahUKEwiJx66b5uMAxX0wjgGHQ2GDtYQFnoECCAQAQ&usg=AOvVaw0aWjJoKKVwv0kvARfdyVQc>.
- Dita, Amanah dan Stephany P. Pelawi, 2015, *“Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulsive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair”*, Jurnal Quonomic, Vol.3 No. 2.

Dream, *"Ibu Ini Kaget Beli Dua Blender Harga Promo TikTok, Yang Datang Malah Bubble Wrap, Kurir Baik Banget Jelaskan Soal Penipuan"*

https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.dream.co.id/stories/ibu-ini-kaget-beli-dua-blender-harga-promo-di-tiktok-yang-datang-malah-bubble-wrap-kurir-baik-banget.html&ved=2ahUKEwj4y7Gn6uMAxXVUGwGHeIZI2UQFnoECBcQAQ&usg=AOvVaw0l7_CRar4dvYKxYXU2FDt

Dwijayana, Andi Frezky Saputra Ilham, Dkk, 2024. *"Dinamika Hukum Persaingan Usaha Di Era Digital: Analisis Perlindungan Hukum Dalam E-Commerce Shopee Dan Tiktok Shop Di Indonesia"*. Jurnal Ilmu Hukum dan Tata Negara Vol.2 No.2.

Fitriani, Retno Dwi, 2024, *"Perlindungan Hukum Terhadap Penyelenggara Financial Technology (Fintech) Lending Syariah"*, Pekalongan: Skripsi UIN K.H. Abdurrahman Wahid.

Hadjon, Philipus M. , *"Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia"* Surabaya: Bina Ilmu, 1987.

Kempa, Sesilya, dkk, 2020. *Sales Promotion, Hedonic Shopping Value, and Impulse Buying on Online Consumer Websites, The 1 st International Conference on Social Sciences and Humanities*, Vol. 76.

Khadafi, Muhammad, 2016. *"Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Melalui Media Sosial Instagram)"*. Jakarta: Skripsi UIN Syarif Hidayatullah.

Krisdanu, Cheryl Arshiefa dkk, 2023, *"Tiktok Sebagai Media Pemasaran Digital Indonesia"*, Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi Vol.7 No.2.

Marzuki, Peter Mahmud, *"Penelitian Hukum"*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group , 2011.

- Nasution, Az., *“Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar”*, Diadit Media, Jakarta, 2002.
- Novita, dkk, 2022, *“Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Dalam Transaksi E-Commerce Pada Situs Belanja Online Shopee”*, Surakarta: Skripsi thesis Universitas Muhammadiyah).
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 tahun 2023 tentang Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.
- Permana, Erwin, 2024, *“Strategi Pemasaran Flash sale Live Shopping TikTok Shop Terhadap Minat Konsumen Dalam Membeli Produk Maybeline”* Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis, Vol. 2 No. 4.
- Pratama, Ahmad Angga Tiaz dan Rani Apriani, 2024, *“Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce: Kajian Hukum Dagang dan Hukum Perlindungan Konsumen”*, Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Vol. 10 No. 23.
- Priyambodo, 2024, *“Pandangan Islam Terhadap Teknologi Dalam Pengembangan Ekonomi Digital Syariah”*, Journal Of Islamic Studies Vol. 2 No. 1,
- Priyono, Muhammad Bintang, 2023, *“Dampak Aplikasi TikTok dan TikTok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia”*, Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan Vol. 9 No. 17.
- Putri, Monica, 2025, *“Pengaruh Live Streaming, Flash sale, dan Double Date Sale terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Pengguna TikTok Shop,”* Jurnal Lentera Bisnis, Vol. 14 No. 2.
- Putri, Rahmadya Carellia, *“Perlindungan Hak-Hak Konsumen Dalam Jual Beli Pada TikTok Shop”*, Skripsi Semarang: UIN Walisongo.

- Rahmawati, “*Apa Saja Variabel Penelitian Dalam Bidang marketing*”, Yogyakarta: Deepublish, 2022.
- Rahmawati, Ayunda, 2023, “*Pengaruh Program Flash sale Terhadap Perilaku Impulsive Buying*”, Jakarta: Skripsi UIN Syarif Hidayatullah.
- Rama, “*Promo TikTok Shop Live Mami Louisse Dibatalkan Sepihak*”
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://mediakonsumen.com/2025/03/19/surat-pembaca/promo-tiktok-shop-live-mami-louisse-dibatalkan-sepihak&ved=2ahUKEwiv5bb95MAxWsTGcHHaREMrQQFnoECBYQAQ&usg=AOvVaw2u0skpzCoGZ-gl_8MTx5E
- Rohendi, Acep, 2015, “*Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-commerce Perspektif Hukum Nasional dan Internasional*”, Jurnal Ecodemica, Vol.3, No.2.
- Rosmiati, Risti, 2022, “*Dari Video ke Toko: Budaya Konsumen Melalui Media Sosial Tiktok Shop*”, Journal Of Society Studies, Vol.2, No.2.
- Sari, Daevina, 2023, “*Analisis Pelaksanaan Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Wanprestasi Pelaku Usaha Melalui Transaksi Elektronik (E-Commerce) (Studi Kasus Pada E-Commerce Media Sosial Tiktok)*”, Skripsi, Semarang: Unissula.
- Shidarta, “*Hukum Perlindungan Konsumen*”, Jakarta: Grasindo, 2000.
- Simanjuntak, Owen De Pinto, 2022 “*Pengaruh Flash sale Promotion Dan Discount Terhadap Online Impulsive Buying (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Shopee Di Universitas Sari Mutiara Indonesia) Flash sale Online Impulsive Buying Discount*”, Vol. 9 No.2.
- Samsul, Inosentius “*Perlindungan Konsumen ,Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*”, Jakarta: Universitas Indonesia,2004.

- Sismadi, Indah P., dkk, 2024, "*Pelatihan Pemanfaatan Aplikasi TikTok Shop Sebagai Media Pemasaran Pada Forum UMKM Bojongbaru Kecamatan Bojong Gede*", Jurnal Pengabdian Masyarakat AIC Vol. 3 No. 3.
- Sjaputra, Iman, "*Problematika Hukum Internet Indonesia*", Jakarta: Prenhallindo, 2002.
- Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji , "*Penelitian hukum normative suatu tinjauan singkat*", Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji, "*Penelitian Hukum Normatif*", Cetakan ke-8, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Sommaliagustina,Desi, 2018 "*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen E-Commerce di Indonesia*", Jurnal Equitable, Vol. 3, No. 2.
- Susanto, Happy, "*Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*", Jakarta: Visimedia,2008.
- Supriyanto, A. Nugroho, dkk, 2023 "*Inovasi TikTok Shop dalam Mengubah Pola Transaksi Jual Beli dan Dampaknya pada Efisiensi Biaya Konsumen*", Jurnal Ekonomi Digital, Vol. 12 No. 2.
- Susilowati, Deviana, dkk, "*Hukum Perlindungan Konsumen*", Bandung: Cakra 2020.
- Ulya, Widadatul, 2022. "*Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen dan Persaingan Usaha Dalam Pemanfaatan Big Data Marketplace Di Indonesia*". Jurnal Hukum dan Dinamika Masyarakat Vol.20 No.2.
- Ulya, Widadatul, 2023 "*Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Pada Transaksi Bisnis Social Commerce Tik Tok Shop (Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam)*". Jurnal of Indonesian Comparative of Syari'ah Law Vol.6 No.1.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Zulham, “*Hukum Perlindungan Konsumen*”, Cetakan ke- 1, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.

