

ABSTRAK

Elva Hanifa, NIM 1223020043, 2026: Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik *Overclaim* Pada Platform TikTok Shop Dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Kosumen (Studi pada Akun Bass Perabotan).

Perkembangan ekonomi digital telah mendorong pertumbuhan pesat platform *e-commerce*, termasuk TikTok Shop yang menggabungkan konten hiburan dengan fitur jual beli secara daring. Namun, di balik kemudahan tersebut, muncul praktik *overclaim* dalam periklanan yang berpotensi merugikan konsumen. Salah satu contohnya adalah akun Bass Perabotan yang menggunakan klaim visual “Obral perabot Rp10.000 hari ini saja” dalam siaran langsungnya padahal harga tersebut hanya berlaku untuk sebagian kecil produk, sehingga menimbulkan pertanyaan atas keabsahannya dari perspektif hukum ekonomi syariah dan perlindungan konsumen di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk praktik *overclaim* yang dilakukan oleh akun Bass Perabotan di platform TikTok Shop, menganalisis tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap akad jual beli dan praktik *overclaim* tersebut serta mengkaji tinjauan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap praktik *overclaim* yang dilakukan akun Bass Perabotan.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analitis. Jenis penelitian ini bersifat yuridis empiris yang menggabungkan kajian normatif terhadap peraturan perundang-undangan dengan data lapangan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara langsung kepada pemilik akun Bass Perabotan dan para konsumen, dokumentasi terhadap aktivitas siaran langsung di TikTok Shop, serta studi pustaka terhadap literatur hukum ekonomi syariah dan hukum perlindungan konsumen.

Landasan teoritis penelitian ini mencakup teori hukum ekonomi syariah beserta prinsip akad jual beli dan akad *samsarah* untuk menilai keabsahan transaksi. selanjutnya, menggunakan teori *maqashid* syariah sebagai tolak ukur kesesuaian praktik dengan prinsip keadilan, kejujuran. Secara yuridis, digunakan teori perlindungan konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 untuk menganalisis praktik *overclaim* dari perspektif hukum positif terkait hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, serta larangan iklan menyesatkan dan penerapan sanksi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *overclaim* akun Bass Perabotan dilakukan melalui tahapan pembuatan akun, penyusunan strategi visual dan pengaturan etalase, pelaksanaan siaran langsung sebagai media promosi, hingga konsumen melakukan pengecekan etalase dan transaksi (*checkout*). Akad jual beli pada praktik ini sah menurut Hukum Ekonomi Syariah, namun praktik promosinya belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip HES, tujuan *maqashid* syariah, serta ketentuan fatwa tentang akad *samsarah*.. Dari sisi hukum positif, praktik ini melanggar sebagian ketentuan UU No. 8 Tahun 1999 terkait hak konsumen atas informasi yang jujur dan larangan iklan menyesatkan. Adapun untuk sanksi yang sesuai adalah penghentian iklan menyesatkan dan perbaikan sistem promosi.