



ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP TRANSAKSI SCOOP ORDER PADA APLIKASI TIKTOK

Amelia¹

¹Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Indonesia

e-mail: 240102040252@mhs.uin-antasari.ac.id¹

Received 25-04-2026 | Revised form 15-05-2026 | Accepted 09-06-2026

Abstract

The development of electronic commerce through social media has introduced various new transaction models, one of which is the scoop order system on the TikTok application. This system allows buyers to make payments before knowing the exact item they will receive, as the object of the transaction is determined through a random selection mechanism. This study aims to analyze the practice of scoop order transactions on TikTok from the perspective of Islamic economic law and to examine consumer protection aspects within such transactions. This research employs a normative legal research method using statutory and conceptual approaches. The primary legal sources include Fatwa DSN-MUI Number 110/DSN-MUI/IX/2017 concerning Sale and Purchase Contracts, the Compilation of Islamic Economic Law (KHES), Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, and Government Regulation Number 80 of 2019 concerning Electronic Commerce. The findings indicate that scoop order transactions involve uncertainty regarding the object of the contract, as the type, quality, and value of the goods are only known after the random selection process takes place. This condition potentially gives rise to elements of *gharar* in relation to the object of the transaction. The study also finds that information transparency plays a significant role in protecting consumers and minimizing potential losses in digital transactions. Therefore, improving information transparency may contribute to the creation of fairer, safer, and more Sharia-compliant digital transactions.

Keywords: Scoop Order, TikTok, Islamic Economic Law, *Gharar*, Consumer Protection

Abstrak

Perkembangan perdagangan elektronik melalui media sosial telah melahirkan berbagai model transaksi baru, salah satunya adalah scoop order pada aplikasi TikTok. Sistem ini memungkinkan pembeli melakukan pembayaran sebelum mengetahui secara pasti barang yang akan diterima karena penentuan objek dilakukan melalui mekanisme pengambilan secara acak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik scoop order pada aplikasi TikTok dalam perspektif hukum ekonomi syariah serta menelaah aspek perlindungan konsumen dalam transaksi tersebut. Penelitian menggunakan metode hukum normatif dengan pendekatan peraturan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Bahan hukum primer yang digunakan meliputi Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli, Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik scoop order mengandung ketidakjelasan objek transaksi karena jenis, kualitas, dan nilai barang baru diketahui setelah proses pengambilan dilakukan. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan unsur *gharar* pada aspek objek akad. Penelitian ini juga menemukan bahwa transparansi informasi memiliki peran penting dalam memberikan perlindungan kepada konsumen dan meminimalkan risiko kerugian dalam transaksi digital. Oleh karena itu, peningkatan transparansi informasi menjadi salah satu upaya yang dapat mendukung terciptanya transaksi yang lebih adil, aman, dan sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah.

Kata Kunci: Scoop Order, TikTok, Hukum Ekonomi Syariah, *Gharar*, Perlindungan Konsumen.

This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital saat ini telah melahirkan berbagai bentuk transaksi baru dalam perdagangan elektronik, termasuk melalui aplikasi TikTok yang mengembangkan sistem *social commerce* berbasis konten dan *live streaming*. Fenomena ini menunjukkan bahwa cara masyarakat bertransaksi telah beradaptasi seiring dengan kemajuan zaman. Namun, sebagai bagian dari aktivitas ekonomi, transaksi digital tersebut tetap harus memenuhi prinsip-prinsip hukum Islam, khususnya yang berkaitan dengan kejelasan akad, kepastian objek, serta terhindar dari unsur *gharar*.¹ Dalam praktiknya, jual beli online seringkali masih menghadapi berbagai permasalahan, seperti ketidakjelasan informasi produk, spesifikasi barang, maupun mekanisme penyerahan. Kondisi ini dapat menimbulkan ketidakpastian dalam akad, sehingga salah satu pihak tidak memperoleh kejelasan terhadap objek yang diperjualbelikan.² Salah satu bentuk praktik yang berkembang adalah *scoop order*, yaitu sistem jual beli di mana penjual mengambil barang secara acak menggunakan alat serok setelah pembeli melakukan pemesanan. Akibatnya, barang yang diterima pembeli tidak dapat di ketahui secara pasti pada saat akad berlangsung.

Berdasarkan kajian literatur, praktik *scoop ball* atau *scoop order* telah mulai dibahas dalam berbagai penelitian sebagai salah satu inovasi transaksi digital yang muncul di platform media sosial. Di sini, proses pembelian dilakukan secara acak setelah pembeli menyelesaikan pembayaran. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa ketidakpastian mengenai barang yang diterima menjadi ciri khas utama dari praktik ini, sehingga menyebabkan isu dalam hukum Islam, terutama mengenai kejelasan objek akad (*ma'qud*

¹ Reza Anggara Bahar dkk., "Analisis Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Online Marketplace TikTok Shop: Perspektif Hukum Positif Indonesia," *Lex Journal : Kajian Hukum Dan Keadilan* 7, no. 2 (2023): 369–85, <https://doi.org/10.25139/lex.v9i3.11038>.

² Muhammad Nur Ishak dan Muhammad Rafi Siregar, "Tafsir Hadis Tentang Transaksi Online Dalam Ekonomi Syariah: Studi Larangan *Gharar* Di Era Digital," *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah* 6, no. 4 (2025): 1231–42, <https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.v6i4.58264>.

‘alaih).³ Dalam pandangan fikih muamalah, kejelasan objek adalah syarat yang diperlukan agar transaksi jual beli sah, sehingga setiap transaksi yang mengandung ketidakjelasan dapat berpotensi dikategorikan sebagai gharar.⁴ Temuan sejalan juga terdapat di penelitian Istasari yang mengkaji sistem *lucky scoop ball* di aplikasi Shopee, yang menunjukkan bahwa transaksi berbasis pengambilan acak berpotensi menimbulkan ketidakjelasan objek jual beli dan dapat bertentangan dengan prinsip etika bisnis Islam.⁵ Namun, kajian tersebut masih berfokus pada marketplace Shopee, sehingga belum secara spesifik membahas praktik pada Aplikasi TikTok. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian masih menggunakan istilah yang berbeda-beda dan belum secara spesifik mengkaji praktik *scoop order* sebagai fokus utama, serta belum menganalisis secara mendalam struktur akad dan variasi praktiknya di lapangan. Oleh karena itu, masih terdapat celah penelitian untuk mengkaji praktik *scoop order* secara lebih komprehensif dalam perspektif hukum Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik transaksi *scoop order* pada aplikasi TikTok dalam perspektif hukum ekonomi syariah. Analisis dilakukan terhadap kesesuaian praktik tersebut dengan rukun dan syarat akad jual beli, identifikasi unsur gharar yang timbul akibat ketidakjelasan objek transaksi, serta peran transparansi informasi dalam memberikan perlindungan kepada konsumen. Melalui kajian tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai kedudukan hukum transaksi *scoop order* serta kontribusi bagi pengembangan kajian hukum ekonomi syariah terhadap fenomena perdagangan digital yang terus berkembang.

Penelitian ini berfokus pada pandangan bahwa penggunaan *scoop order* di aplikasi TikTok dapat menyebabkan kebingungan dalam proses transaksi jual beli, terutama mengenai barang yang diperjualbelikan. Ini karena produk diambil secara acak setelah

³ Uly Fikrotul Ulya, “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli Online Pada Sistem Scoop Ball Di Tiktok Shop” (PhD Thesis, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2024), <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/67570/>.

⁴ Eva Wildani Febrianti, “Gharar dalam transaksi online: Analisis akad jual beli pada marketplace digital,” *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan* 4, no. 2 (2025): 178–84.

⁵ MIFTAKHUL ISTASARI, “Analisis Jual Beli Sistem Lucky Scoop Ball Di Shopee Perspektif Etika Bisnis Islam” (PhD Thesis, Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri, 2025), <https://repository.unugiri.ac.id:8443/id/eprint/7653/>.

pembayaran dilakukan, yang membuat pembeli tidak bisa mengetahui secara jelas barang yang diterima saat perjanjian dibuat. Situasi ini mengindikasikan adanya potensi pelanggaran terhadap prinsip-prinsip dasar perjanjian dalam hukum Islam yang menuntut kejelasan mengenai objek (*Ma'qud 'alaih*) dan persetujuan dari semua pihak yang terlibat. Selain itu, sistem transaksi tersebut juga berpotensi mengandung unsur *gharar* yang dapat memengaruhi keabsahan akad karena adanya ketidakpastian yang signifikan dalam objek transaksi. Oleh karena itu, diperlukan analisis hukum Islam untuk menilai kedudukan praktik *scoop order* tersebut, apakah masih dapat dikategorikan sebagai jual beli yang sah atau justru termasuk dalam transaksi yang dilarang karena mengandung unsur ketidakpastian.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Akad Dalam Fikih Muamalah

Akad dalam hukum Islam merupakan hubungan kesepakatan antara dua pihak atau lebih yang dilakukan melalui ijab dan qabul untuk menimbulkan akibat hukum terhadap objek tertentu. Dalam fikih muamalah, akad menjadi dasar utama dalam seluruh aktivitas transaksi karena menentukan sah atau tidaknya hubungan hukum antara para pihak. Akad tidak hanya dipahami sebagai kesepakatan formal, tetapi juga mencerminkan prinsip kerelaan (*an-tarāḍin*), keadilan, dan kepastian hukum dalam transaksi.⁶ Dalam perkembangan ekonomi digital, konsep akad mengalami penyesuaian bentuk tanpa menghilangkan substansi hukumnya. Persetujuan elektronik seperti klik pembayaran, *checkout*, maupun konfirmasi transaksi dapat dipandang sebagai bentuk ijab dan qabul modern selama memenuhi unsur kerelaan para pihak.⁷ Oleh karena itu, akad menjadi konsep yang sangat relevan dalam penelitian ini karena praktik *scoop order* pada aplikasi TikTok melibatkan proses kesepakatan digital yang menuntut adanya kejelasan objek transaksi agar sesuai dengan prinsip hukum Islam.

⁶ Wahibatul Maghfuroh, "Jual Beli Secara Online Dalam Tinjauan Hukum Islam," *Jurnal Ilmiah Ahwal Syakhshiyah (JAS)* 2, no. 1 (2020): 35.

⁷ Adil Alfarizi Nst dan Imsar Imsar, "Analisis fikih muamalah dalam transaksi jual beli online menurut perspektif hukum Islam dan syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak* 2, no. 3 (2025): 194–95.

Dalam hukum Islam, akad memiliki beberapa aspek penting yang menentukan keabsahan suatu transaksi. Pertama, adanya para pihak yang berakad (*aqidain*), yaitu penjual dan pembeli yang harus memiliki kecakapan hukum serta melakukan transaksi secara sukarela tanpa paksaan.⁸ Kedua, adanya sighat akad berupa ijab dan qabul sebagai bentuk kesepakatan antara kedua belah pihak. Dalam transaksi digital, sighat dapat diwujudkan melalui media elektronik seperti klik persetujuan atau konfirmasi pembayaran. Ketiga, adanya objek akad (*ma'qud 'alaih*) yang harus jelas dari segi jenis, jumlah, kualitas, dan kepemilikannya agar tidak menimbulkan perselisihan. Keempat, tujuan akad harus sesuai dengan syariat Islam dan tidak mengandung unsur yang dilarang seperti gharar, riba, maupun penipuan.⁹ Kejelasan objek menjadi aspek yang paling penting dalam praktik *scoop order* karena barang diperoleh secara acak setelah pembayaran dilakukan sehingga berpotensi menimbulkan ketidakpastian dalam akad.

B. Konsep Gharar Dalam Transaksi Digital

Gharar merupakan konsep dalam hukum Islam yang merujuk pada ketidakjelasan, ketidakpastian, atau spekulasi berlebihan dalam suatu akad yang dapat merugikan salah satu pihak.¹⁰ Larangan gharar bertujuan untuk menjaga keadilan dan menciptakan kepastian hukum dalam aktivitas muamalah. Dalam transaksi modern, gharar dapat muncul dalam bentuk ketidakjelasan spesifikasi barang, kualitas produk, harga, maupun mekanisme penyerahan barang.¹¹ Pada transaksi jual beli online, unsur gharar sering terjadi apabila informasi mengenai produk tidak dijelaskan secara rinci sehingga pembeli tidak mengetahui secara pasti barang yang akan diterima. Oleh karena itu, hukum Islam menekankan pentingnya transparansi dan keterbukaan informasi dalam setiap transaksi digital. Konsep gharar sangat relevan dalam penelitian ini karena praktik *scoop order* pada aplikasi

⁸ Prof Dr H. Abd Rahman Ghazaly M.A, *Fiqh Muamalat* (Prenada Media, 2016), 51–52.

⁹ Heni Risnawati dkk., “Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Islam,” *Jurnal Magister Ekonomi Syariah* 3, no. 1 Juni (2024): 128.

¹⁰ Ishak dan Siregar, “Tafsir Hadis Tentang Transaksi Online Dalam Ekonomi Syariah,” 1235.

¹¹ Febrianti, “Gharar dalam transaksi online,” 180.

TikTok menggunakan sistem pengambilan barang secara acak sehingga objek transaksi tidak diketahui secara jelas pada saat akad berlangsung.

Para ulama membagi gharar ke dalam beberapa kategori berdasarkan tingkat ketidakjelasan yang terdapat dalam transaksi. Pertama, gharar yasir yaitu ketidakjelasan ringan yang masih dapat ditoleransi karena sulit dihindari dalam praktik muamalah sehari-hari.¹² Kedua, gharar fahisy yaitu ketidakjelasan berat yang dominan sehingga berpotensi menyebabkan akad menjadi tidak sah. Gharar jenis ini biasanya terjadi apabila objek transaksi tidak diketahui secara jelas baik dari segi bentuk, kualitas, maupun keberadaannya. Selain itu, gharar juga dapat dilihat dari aspek objek transaksi, mekanisme penyerahan barang, dan ketidakpastian nilai barang yang diperjualbelikan.¹³ Dalam praktik *scoop order*, unsur gharar muncul karena pembeli hanya mengetahui kemungkinan isi barang tanpa mengetahui secara pasti produk yang diterima setelah pembayaran dilakukan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya ketidakjelasan terhadap ma'qud 'alaih yang berpotensi memengaruhi keabsahan akad menurut perspektif hukum ekonomi syariah.

C. Prinsip Transparansi Dan Perlindungan Pembeli dalam Hukum Ekonomi Syariah

Hukum Islam memberikan perlindungan kepada para pihak dalam transaksi melalui prinsip kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*'adl*), keterbukaan informasi, serta kerelaan para pihak (*an-taradin*). Prinsip tersebut bertujuan mencegah terjadinya gharar, penipuan (*tadlis*), dan kerugian bagi salah satu pihak dalam akad.¹⁴ Dalam konteks hukum ekonomi syariah, perlindungan pembeli diwujudkan melalui kewajiban penjual untuk menjelaskan objek transaksi secara benar dan lengkap sehingga para pihak mengetahui hak dan kewajibannya secara jelas. Ketentuan tersebut sejalan dengan Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli yang mensyaratkan objek akad diketahui secara jelas oleh para pihak serta

¹² Maghfuroh, "Jual Beli Secara Online Dalam Tinjauan Hukum Islam," 37.

¹³ Febrianti, "Gharar dalam transaksi online," 181.

¹⁴ Rozan Avif Rozan Avif Dan Muhammad Julijanto Muhammad Julijanto, "Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Syariah: Kajian Pustaka Prinsip 'Adl, Sidq Dan Larangan Gharar Serta Riba," *JSE: Jurnal Shariah Economica* 5, no. 1 (2026): 324–36.

tidak mengandung unsur dapat menimbulkan perselisihan.¹⁵ Selain itu, Pasal 76 dan Pasal 77 KHES mengatur bahwa objek jual beli harus jelas, dapat diserahkan, dan diketahui sifat-sifatnya sehingga tidak menimbulkan sengketa di kemudian hari.¹⁶

Prinsip perlindungan pembeli dalam hukum Islam juga memiliki kesesuaian dengan hukum positif Indonesia. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang dan jasa,¹⁷ sedangkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik mewajibkan pelaku usaha menyediakan informasi yang lengkap dan akurat mengenai barang yang diperdagangkan.¹⁸ Dengan demikian, baik hukum Islam maupun hukum positif sama-sama menekankan pentingnya transparansi informasi sebagai bentuk perlindungan terhadap pihak pembeli dalam transaksi elektronik. Dalam *scoop order* pada aplikasi Tiktok, prinsip tersebut menjadi penting karena pembeli tidak mengetahui secara pasti barang yang akan diterima saat akad berlangsung sehingga berpotensi menimbulkan ketidakjelasan terhadap objek transaksi dan mengurangi perlindungan hukum yang seharusnya diperoleh pembeli.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berfokus pada praktik transaksi *scoop order* yang dilakukan melalui aplikasi Tiktok sebagai salah satu bentuk perkembangan perdagangan elektronik berbasis media sosial. Fokus tersebut dipilih karena sistem *scoop order* menggunakan mekanisme pengambilan barang secara acak setelah pembeli melakukan pembayaran sehingga

¹⁵ "110 - Akad Jual Beli.pdf," Google Docs, diakses 6 Juni 2026, https://drive.google.com/file/d/1pdEE2FPNArUnlMBse_GmRoogTChAti6/view?usp=sharing&usp=embed_facebook.

¹⁶ Sirmaneli Sirmaneli dkk., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah: AICONOMIA* 1, no. 1 (2022): 40–49.

¹⁷ "Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen - JDIIH Kementerian Perdagangan RI," diakses 6 Juni 2026, <https://jdiih.kemendag.go.id/peraturan/undang-undang-nomor-8-tahun-1999-tentang-perlindungan-konsumen>.

¹⁸ "Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik - JDIIH Kementerian Perdagangan RI," diakses 6 Juni 2026, <https://jdiih.kemendag.go.id/>.

menimbulkan permasalahan mengenai kejelasan objek akad dalam perspektif hukum Islam. Fenomena ini menarik untuk dikaji mengingat praktik tersebut semakin banyak ditemukan dalam transaksi digital, sementara kajian hukum Islam secara khusus membahas scoop order pada aplikasi tiktok masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis kesesuaian praktik scoop order dengan prinsip akad, kejelasan objek jual beli (*ma'qud 'alaih*), serta larangan *gharar* dalam hukum Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dan pendekatan hukum Islam.¹⁹ Penelitian hukum normative digunakan untuk mengkaji norma-norma hukum yang berkaitan dengan transaksi elektronik serta prinsip-prinsip fikih muamalah yang mengatur keabsahan akad jual beli.²⁰ Data yang digunakan berupa data sekunder yang terdiri atas bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer meliputi Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang akad Jual Beli,²¹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen,²² dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.²³ Adapun bahan hukum sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, skripsi, tesis, dan karya tulis ilmiah lain yang relevan dengan penelitian.

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh melalui studi kepustakaan (*library research*). Data dikumpulkan dari berbagai literatur yang membahas fikih muamalah, akad jual beli, *gharar*, perlindungan konsumen, dan transaksi elektronik. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan berbagai hasil penelitian terdahulu yang membahas praktik *scoop ball* maupun *scoop order* pada platform perdagangan elektronik sebagai bahan perbandingan

¹⁹ Prof Dr Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum: Edisi Revisi* (Prenada Media, 2017), 133–35.

²⁰ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Sinar Grafika, 2021), 22.

²¹ Google Docs, “110 - Akad Jual Beli.pdf.”

²² “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen - JDIIH Kementerian Perdagangan RI.”

²³ “Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik - JDIIH Kementerian Perdagangan RI.”

dan pendukung analisis.²⁴ Pemilihan sumber data dilakukan dengan mempertimbangkan relevansi, kredibilitas, dan keterkaitannya dengan objek penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi kepustakaan (library research). Peneliti mengumpulkan berbagai bahan hukum primer dan sekunder yang berkaitan dengan transaksi scoop order, baik yang berasal dari peraturan perundang-undangan, fatwa, literatur fikih muamalah, maupun artikel jurnal ilmiah. Selanjutnya, data yang telah diperoleh diklasifikasikan berdasarkan tema pembahasan, seperti konsep akad, gharar, perlindungan konsumen, dan transaksi elektronik. Proses tersebut dilakukan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai praktik scoop order pada aplikasi TikTok serta kedudukannya dalam hukum Islam.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif.²⁵ Analisis deskriptif dilakukan dengan menguraikan dan menjelaskan berbagai data serta temuan yang berkaitan dengan praktik scoop order pada aplikasi TikTok. Selanjutnya, data tersebut dianalisis dengan menghubungkannya pada konsep akad, kejelasan objek jual beli (ma'qud 'alaih), dan gharar dalam hukum Islam. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menafsirkan berbagai literatur, peraturan, fatwa, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan objek penelitian.²⁶ Analisis dilakukan secara sistematis untuk mengetahui kesesuaian praktik scoop order dengan prinsip-prinsip fikih muamalah serta menilai ada atau tidaknya unsur gharar yang dapat memengaruhi keabsahan akad. Berdasarkan hasil analisis tersebut, kemudian ditarik kesimpulan mengenai kedudukan hukum transaksi scoop order dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

HASIL TEMUAN

1. Mekanisme Transaksi Scoop Order pada Aplikasi TikTok

²⁴ Ulya, "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli Online Pada Sistem Scoop Ball Di Tiktok Shop" (UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2024).

²⁵ Rahmawati Rahmawati dkk., "Jenis-Jenis Metode Pengumpulan Data (Qualitative Research)," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 9, no. 1 (2025): 9932–38, <https://doi.org/10.31004/jptam.v9i1.26166>.

²⁶ Muhammad Rijal Fadli, "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif," *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum* 21, no. 1 (2021): 40, <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>.

Berdasarkan penelitian Uly Fikrotul Ulya mengenai sistem scoop ball di TikTok Shop, peneliti mengamati secara langsung mekanisme transaksi yang dilakukan melalui siaran langsung (*live streaming*). Dalam praktiknya, penjual menampilkan wadah berisi berbagai barang atau bola yang di dalamnya terdapat produk dengan nilai dan jenis berbeda. Pembeli terlebih dahulu melakukan pembayaran sesuai harga yang telah ditentukan, kemudian penjual mengambil satu barang secara acak menggunakan alat serok di hadapan penonton. Dari hasil pengamatan dan analisis literatur fikih muamalah, ditemukan bahwa pembeli tidak mengetahui secara pasti barang apa yang akan diterima saat akad berlangsung. Informasi yang diberikan biasanya hanya berupa kategori umum atau kemungkinan hadiah tertentu, tanpa kepastian spesifikasi konkret. Penelitian tersebut juga mencatat bahwa sistem ini dikemas dengan unsur hiburan dan interaksi langsung untuk menarik minat konsumen. Namun secara hukum, kondisi ini menunjukkan adanya ketidakjelasan objek akad (*ma'qud 'alaih*) yang berpotensi mengandung unsur *gharar* apabila ketidakpastian tersebut bersifat dominan dalam transaksi.²⁷

Hasil telaah terhadap Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli dan Pasal 76 serta Pasal 77 KHES menunjukkan bahwa objek akad merupakan unsur penting yang harus diketahui para pihak dalam transaksi. Berdasarkan ketentuan tersebut ditemukan beberapa aspek yang berkaitan dengan objek transaksi, yaitu kejelasan jenis barang, kualitas barang, kuantitas barang, serta kemampuan objek untuk diserahkan. Selain itu, ditemukan pula aspek para pihak yang melakukan akad, mekanisme kesepakatan, dan tujuan transaksi yang menjadi bagian dari hubungan hukum antara penjual dan pembeli. Aspek-aspek tersebut menjadi unsur yang digunakan untuk memahami struktur transaksi scoop order yang berkembang pada platform digital.²⁸

Fakta tersebut berlangsung dalam konteks perkembangan social commerce di platform TikTok yang mengintegrasikan transaksi jual beli dengan konten

²⁷ Uly Fikrotul Ulya, "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli Online Pada Sistem Scoop Ball Di Tiktok Shop" (PhD Thesis, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2024), <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/67570/>.

²⁸ Google Docs, "110 - Akad Jual Beli.pdf."

hiburan dan live streaming. Sistem scoop ball muncul sebagai strategi pemasaran interaktif untuk meningkatkan partisipasi dan minat konsumen melalui konsep permainan atau “mystery purchase”. Dalam lingkungan digital yang kompetitif, metode ini dianggap efektif untuk menarik perhatian dan menciptakan pengalaman belanja yang berbeda. Namun, dalam perspektif hukum Islam, praktik tersebut harus tetap memenuhi prinsip kejelasan akad dan terhindar dari unsur gharar. Ketika unsur acak menjadi elemen dominan dalam penentuan objek transaksi, maka muncul persoalan normatif terkait keabsahan akad. Oleh karena itu, temuan ini tidak hanya menggambarkan fenomena pemasaran digital, tetapi juga menunjukkan adanya ketegangan antara inovasi bisnis dan prinsip-prinsip fikih muamalah.²⁹

2. Karakteristik Faktor Ketidakpastian Objek

Berdasarkan penelitian Miftakhul Istasari mengenai mekanisme lucky scoop ball di Shopee, peneliti mengamati praktik jual beli yang dilakukan melalui sistem pengambilan barang secara acak setelah pembeli menyelesaikan pembayaran. Dari hasil studi kepustakaan, analisis terhadap mekanisme transaksi, serta telaah prinsip etika bisnis Islam, ditemukan bahwa objek yang diperoleh pembeli baru diketahui setelah proses scoop dilakukan. Dalam praktiknya, penjual hanya memberikan informasi umum mengenai kategori atau kisaran nilai barang tanpa memastikan jenis dan spesifikasi yang pasti. Penelitian tersebut juga mencatat bahwa sistem ini dikemas sebagai strategi promosi interaktif dengan unsur kejutan untuk menarik minat konsumen. Namun, dari sudut pandang etika bisnis Islam, kondisi ini menunjukkan adanya ketidakjelasan terhadap objek akad (*ma'qud 'alaih*) pada saat kesepakatan berlangsung, sehingga memunculkan persoalan normatif mengenai kepastian dan transparansi dalam transaksi daring.

Hasil telaah terhadap Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 dan KHES menunjukkan adanya hubungan antara tingkat kejelasan objek dengan

²⁹ Zahra Rahmawati, “Tanggung Jawab Hukum Tokopedia Terhadap Konsumen Atas Ketidaksesuaian Barang Dalam Jual Beli Online,” *JOURNAL of LEGAL RESEARCH* 6, no. 2 (2024): 255–57.

kualitas informasi yang diterima para pihak dalam transaksi. Hubungan tersebut terlihat pada beberapa unsur, yaitu informasi mengenai jenis barang, kualitas barang, jumlah barang, dan kemampuan barang untuk diserahkan kepada pembeli. Semakin lengkap informasi yang diberikan mengenai objek transaksi, semakin besar tingkat pengetahuan para pihak terhadap barang yang diperjualbelikan. Sebaliknya, semakin terbatas informasi yang tersedia, semakin rendah tingkat kepastian mengenai objek transaksi. Temuan ini menunjukkan adanya keterkaitan antara mekanisme penentuan barang dengan tingkat informasi yang diterima oleh pembeli sebelum transaksi berlangsung³⁰

Hubungan antar unsur tersebut berlangsung dalam konteks marketplace digital Shopee yang berkembang pesat dan mengutamakan persaingan promosi interaktif untuk menarik perhatian konsumen. Dalam lingkungan perdagangan digital, penjual memanfaatkan fitur siaran langsung (*live streaming*) dan konsep permainan berhadiah sebagai strategi pemasaran agar transaksi terlihat lebih menarik dan menghibur. Kondisi ini menyebabkan unsur hiburan sering kali lebih ditonjolkan dibanding kejelasan objek akad. Di sisi lain, konsumen cenderung terdorong oleh rasa penasaran dan harapan memperoleh keuntungan lebih besar dari harga yang dibayarkan. Konteks tersebut memperlihatkan adanya ketegangan antara inovasi pemasaran digital dengan prinsip etika bisnis Islam yang menekankan transparansi, kepastian objek transaksi, dan perlindungan hak para pihak dalam akad jual beli.³¹

3. Strategi Transparansi Dalam Mengurangi Ketidakjelasan Transaksi

Berdasarkan hasil telaah terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, ditemukan bahwa konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan jasa yang ditawarkan. Selain itu, pelaku usaha juga memiliki kewajiban

³⁰ Google Docs, "110 - Akad Jual Beli.pdf."

³¹ ISTASARI, "Analisis Jual Beli Sistem Lucky Scoop Ball Di Shopee Perspektif Etika Bisnis Islam."

untuk menyediakan informasi yang lengkap dan akurat mengenai produk yang diperdagangkan. Hasil pembacaan terhadap regulasi tersebut menunjukkan bahwa transparansi informasi merupakan salah satu unsur penting dalam penyelenggaraan transaksi elektronik. Temuan ini juga didukung oleh penelitian Eva Wildani Febrianti yang menunjukkan bahwa berbagai permasalahan dalam transaksi digital sering berkaitan dengan keterbatasan informasi mengenai objek yang diperjualbelikan.³²

Implikasi dari temuan tersebut menegaskan perlunya penguatan prinsip transparansi dan akuntabilitas dalam transaksi digital. Strategi yang dapat diterapkan meliputi kewajiban pencantuman spesifikasi produk secara lengkap dan jujur, penggunaan foto asli yang representatif, serta penyediaan informasi detail mengenai kualitas, ukuran, bahan, dan kondisi barang. Marketplace juga perlu menerapkan sistem verifikasi penjual dan standar kualitas informasi produk. Selain itu, mekanisme pengembalian barang (*refund* dan retur) harus dibuat jelas dan mudah diakses sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen. Edukasi kepada pelaku usaha mengenai prinsip akad dan larangan *gharar* dalam hukum Islam juga menjadi langkah strategis untuk memastikan transaksi berjalan sesuai syariah.

Penerapan strategi transparansi dan kejelasan informasi tersebut memiliki nilai strategis dalam mewujudkan transaksi digital yang adil, aman, dan berlandaskan kepastian hukum. Transparansi tidak hanya berfungsi untuk meminimalkan potensi sengketa antara penjual dan pembeli, tetapi juga membangun kepercayaan (*trust*) sebagai fondasi utama dalam ekosistem marketplace. Ketika informasi produk disampaikan secara lengkap dan jujur, konsumen dapat mengambil keputusan secara sadar dan rasional, sehingga akad berlangsung atas dasar kerelaan yang nyata (*an-tarāḍin*).³³

³² “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen - JDIH Kementerian Perdagangan RI.”

³³ Febrianti, “Gharar dalam transaksi online.”

PEMBAHASAN

1. Analisis Hukum Islam Berdasarkan Rukun dan Syarat Akad

Temuan penelitian menunjukkan bahwa transaksi scoop order pada aplikasi TikTok dilaksanakan melalui pembayaran terlebih dahulu sebelum barang yang menjadi objek transaksi diketahui secara pasti oleh pembeli. Fakta tersebut menunjukkan adanya model transaksi digital yang memadukan aktivitas jual beli dengan unsur hiburan melalui mekanisme pengambilan barang secara acak. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, kondisi ini memiliki arti bahwa meskipun unsur penjual, pembeli, dan harga telah terpenuhi, kejelasan objek akad tetap menjadi aspek penting yang harus diperhatikan. Keberadaan media elektronik dan fitur live streaming tidak mengubah prinsip dasar akad jual beli yang mensyaratkan adanya objek yang jelas dan dapat diketahui oleh para pihak. Oleh karena itu, perkembangan model transaksi digital perlu tetap memperhatikan prinsip-prinsip akad yang menjadi dasar dalam hukum ekonomi syariah.

Berdasarkan asumsi penelitian bahwa praktik scoop order harus memenuhi rukun dan syarat akad jual beli dalam Islam, hasil penelitian menunjukkan bahwa asumsi tersebut belum sepenuhnya terpenuhi. Fatwa DSN-MUI Nomor 110 Tahun 2017 dan Pasal 76 serta Pasal 77 KHES mensyaratkan bahwa objek akad harus diketahui secara jelas oleh para pihak pada saat akad berlangsung. Namun, dalam praktik scoop order barang yang menjadi objek transaksi baru diketahui setelah proses pengambilan dilakukan. Dengan demikian, argumentasi bahwa praktik scoop order telah memenuhi seluruh syarat akad jual beli tidak sepenuhnya berlaku karena masih terdapat persoalan pada aspek kejelasan objek akad.³⁴

2. Analisis Unsur Gharar dalam Ketidakjelasan Objek Transaksi

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pembeli tidak mengetahui secara pasti jenis, kualitas, maupun nilai barang yang akan diterima ketika melakukan pembayaran dalam transaksi scoop order. Informasi yang diberikan umumnya hanya berupa kategori barang atau kisaran produk yang tersedia. Fakta tersebut

³⁴ Google Docs, "110 - Akad Jual Beli.pdf."

menunjukkan adanya ketidakpastian mengenai objek transaksi sebelum proses pengambilan dilakukan. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, kondisi ini memiliki arti bahwa kejelasan objek akad menjadi faktor penting dalam menjamin kepastian hak dan kewajiban para pihak. Semakin tinggi tingkat ketidakjelasan objek, semakin besar potensi munculnya perbedaan persepsi dan sengketa antara penjual dan pembeli setelah transaksi berlangsung.

Berdasarkan asumsi penelitian bahwa sistem scoop order mengandung unsur gharar karena adanya ketidakjelasan objek transaksi, hasil penelitian menunjukkan bahwa asumsi tersebut dapat diterima. Ketidakjelasan mengenai jenis, kualitas, dan nilai barang yang diterima pembeli menunjukkan adanya unsur ketidakpastian dalam objek akad. Menurut Fatwa DSN-MUI Nomor 110 Tahun 2017, objek akad harus diketahui secara jelas oleh para pihak. Oleh karena itu, hasil penelitian memperlihatkan bahwa mekanisme pengambilan barang secara acak dalam scoop order berpotensi menimbulkan unsur gharar pada aspek objek transaksi sehingga praktik tersebut belum sepenuhnya selaras dengan prinsip kejelasan objek dalam hukum ekonomi syariah.³⁵

3. Analisis Transparansi dan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Scoop Order

Temuan penelitian menunjukkan bahwa transparansi informasi merupakan faktor penting dalam transaksi digital. Konsumen membutuhkan informasi yang jelas mengenai karakteristik barang, mekanisme transaksi, dan kemungkinan risiko yang dapat timbul dalam sistem scoop order. Fakta tersebut memiliki arti bahwa kualitas informasi yang diberikan penjual berpengaruh terhadap kemampuan konsumen dalam mengambil keputusan secara tepat. Dalam praktik scoop order, transparansi menjadi sangat penting karena konsumen tidak dapat mengetahui secara langsung barang yang akan diterima sebelum transaksi selesai dilakukan.

³⁵ Google Docs, "110 - Akad Jual Beli.pdf."

Oleh karena itu, kejelasan informasi menjadi salah satu instrumen penting dalam menciptakan transaksi yang aman dan memberikan kepastian bagi konsumen.³⁶

Berdasarkan asumsi penelitian bahwa peningkatan transparansi informasi dapat meminimalkan permasalahan dalam transaksi scoop order, hasil penelitian menunjukkan bahwa asumsi tersebut dapat diterima. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik menegaskan pentingnya penyampaian informasi yang benar, jelas, dan jujur kepada konsumen. Semakin lengkap informasi yang diberikan mengenai barang dan mekanisme transaksi, semakin kecil kemungkinan terjadinya kesalahpahaman maupun kerugian konsumen. Dengan demikian, transparansi informasi dapat menjadi salah satu upaya untuk memperkuat perlindungan konsumen sekaligus mendukung penerapan prinsip kejujuran, keterbukaan, dan keadilan dalam hukum ekonomi syariah.³⁷

PENUTUP

Penelitian ini menemukan bahwa praktik scoop order pada aplikasi TikTok memiliki karakteristik berupa pembayaran yang dilakukan sebelum pembeli mengetahui secara pasti barang yang akan diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketidakjelasan objek transaksi terletak pada jenis, kualitas, dan nilai barang yang baru diketahui setelah proses pengambilan acak dilakukan. Temuan ini menjadi hasil penting karena menunjukkan bahwa persoalan utama dalam transaksi scoop order bukan terletak pada penggunaan platform digital atau mekanisme live streaming, melainkan pada tingkat kejelasan objek akad yang menjadi dasar transaksi. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa transparansi informasi memiliki peran penting dalam mengurangi risiko kerugian konsumen dan meningkatkan kepastian dalam transaksi elektronik. Dengan demikian,

³⁶ “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen - JDIH Kementerian Perdagangan RI”; “Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik - JDIH Kementerian Perdagangan RI.”

³⁷ “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen - JDIH Kementerian Perdagangan RI.”

penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih spesifik mengenai hubungan antara praktik scoop order, kejelasan objek akad, dan perlindungan konsumen dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

Penggunaan konsep akad jual beli, gharar, transparansi, dan perlindungan konsumen dalam penelitian ini terbukti mampu menjawab permasalahan yang diteliti. Melalui pendekatan hukum normatif dengan analisis terhadap Fatwa DSN-MUI Nomor 110 Tahun 2017, Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, penelitian ini dapat menjelaskan kedudukan hukum praktik scoop order dalam perspektif hukum ekonomi syariah dan hukum positif Indonesia. Hasil analisis menunjukkan bahwa ketidakjelasan objek transaksi berpotensi menimbulkan unsur gharar, sedangkan transparansi informasi dapat menjadi instrumen untuk memperkuat perlindungan konsumen dalam transaksi digital. Oleh karena itu, teori, konsep, dan metode yang digunakan dinilai relevan dan mampu menjawab rumusan masalah penelitian.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan metode penelitian normatif yang berfokus pada analisis bahan hukum dan literatur tanpa melakukan pengumpulan data lapangan secara langsung dari pelaku usaha maupun konsumen yang terlibat dalam praktik scoop order. Akibatnya, penelitian ini belum dapat menggambarkan secara empiris pengalaman para pihak yang melakukan transaksi tersebut. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan metode empiris atau socio-legal untuk mengkaji persepsi konsumen, praktik pelaku usaha, serta efektivitas perlindungan hukum dalam transaksi scoop order pada platform digital. Penelitian lanjutan juga dapat mengembangkan kajian mengenai bentuk-bentuk transaksi digital serupa yang berkembang pada media sosial dan marketplace agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika perdagangan elektronik dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Zainuddin. *Metode Penelitian Hukum*. Sinar Grafika, 2021.
- Avif, Rozan Avif Rozan, dan Muhammad Julijanto Muhammad Julijanto. “PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF SYARIAH: Kajian Pustaka Prinsip ‘Adl, Sidq Dan Larangan Gharar Serta Riba.” *JSE: Jurnal Sharia Economica* 5, no. 1 (2026): 324–36.
- Bahar, Reza Anggara, Wahyu Prawesthi, Dedi Wardana Nasution, dan Sri Sukmana Damayanti. “Analisis Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Online Marketplace TikTok Shop: Perspektif Hukum Positif Indonesia.” *Lex Journal : Kajian Hukum Dan Keadilan* 7, no. 2 (2023): 369–85. <https://doi.org/10.25139/lex.v9i3.11038>.
- Fadli, Muhammad Rijal. “Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif.” *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum* 21, no. 1 (2021): 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>.
- Febrianti, Eva Wildani. “Gharar dalam transaksi online: Analisis akad jual beli pada marketplace digital.” *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan* 4, no. 2 (2025): 178–84.
- Google Docs. “110 - Akad Jual Beli.pdf.” Diakses 6 Juni 2026. https://drive.google.com/file/d/1pdEE2FPNArulMBse_GmRoogTChAti6/view?usp=sharing&usp=embed_facebook.
- Ishak, Muhammad Nur, dan Muhammad Rafi Siregar. “Tafsir Hadis Tentang Transaksi Online Dalam Ekonomi Syariah: Studi Larangan Gharar Di Era Digital.” *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari’ah* 6, no. 4 (2025): 1231–42. <https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.v6i4.58264>.
- ISTASARI, MIFTAKHUL. “Analisis Jual Beli Sistem Lucky Scoop Ball Di Shopee Perspektif Etika Bisnis Islam.” PhD Thesis, Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri, 2025. <https://repository.unugiri.ac.id:8443/id/eprint/7653/>.
- M.A, Prof Dr H. Abd Rahman Ghazaly. *Fiqh Muamalat*. Prenada Media, 2016.
- Maghfuroh, Wahibatul. “Jual Beli Secara Online Dalam Tinjauan Hukum Islam.” *Jurnal Ilmiah Ahwal Syakhshiyah (JAS)* 2, no. 1 (2020): 33–40.
- Marzuki, Prof Dr Mahmud. *Penelitian Hukum: Edisi Revisi*. Prenada Media, 2017.
- Nst, Adil Alfarizi, dan Imsar Imsar. “Analisis fiqih muamalah dalam transaksi jual beli online menurut perspektif hukum Islam dan syariah.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi,*

Dan Pajak 2, no. 3 (2025): 191–201.

“Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik - JDIH Kementerian Perdagangan RI.” Diakses 6 Juni 2026. <https://jdih.kemendag.go.id/>.

Rahmawati, Rahmawati, Bakharudin All Habsy, dan Mochamad Nursalim. “Jenis-Jenis Metode Pengumpulan Data (Qualitative Research).” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 9, no. 1 (2025): 9932–38. <https://doi.org/10.31004/jptam.v9i1.26166>.

Rahmawati, Zahra. “Tanggung Jawab Hukum Tokopedia Terhadap Konsumen Atas Ketidaksesuaian Barang Dalam Jual Beli Online.” *JOURNAL of LEGAL RESEARCH* 6, no. 2 (2024): 253–90.

Risnawati, Heni, Tuti Nadhifah, dan Dian Rosita. “Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Islam.” *Jurnal Magister Ekonomi Syariah* 3, no. 1 Juni (2024): 125–34.

Sirmaneli, Sirmaneli, Y. Sonafist, Helmina Helmina, dan Saffa Azzahra Putri. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah: AICONOMIA* 1, no. 1 (2022): 40–49.

Ulya, Uly Fikrotul. “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli Online Pada Sistem Scoop Ball Di Tiktok Shop.” PhD Thesis, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2024. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/67570/>.

“Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen - JDIH Kementerian Perdagangan RI.” Diakses 6 Juni 2026. <https://jdih.kemendag.go.id/peraturan/undang-undang-nomor-8-tahun-1999-tentang-perlindungan-konsumen>.