

Pengaruh Kepatuhan Akad Jual Beli *Salam* dan *Istishna'* terhadap Tingkat Perlindungan Konsumen (*Hifz al-Mal*) pada Transaksi *Pre-Order (PO)* di TikTok Shop

Julia Rachmawati¹, Dewi Riza Lisvi Vahlevi²

^{1,2}STAI An-Najah Indonesia Mandiri

juliarachmawati172004@gmail.com¹, dewirizalisvivahlevi@gmail.com²

ABSTRACT.

The use of TikTok Shop as a digital transaction platform is increasingly popular, particularly through the pre-order (PO) system offered to consumers. Although it provides convenience in shopping, the pre-order system also carries potential risks such as product uncertainty, delivery delays, and financial losses. From the perspective of Islamic economics, these conditions require compliance with Sharia-based contracts to ensure the protection of wealth (hifz al-mal). This study aims to analyze the effect of compliance with salam and istishna' contracts on the level of consumer protection (hifz al-mal) in pre-order transactions on TikTok Shop. This study examines the contribution of salam and istishna' contract compliance to the protection of consumer wealth (hifz al-mal) in the pre-order system on TikTok Shop. A quantitative approach was employed, with data collected from 169 respondents who had previously made purchases through the pre-order system. Data were analyzed using classical assumption tests and multiple linear regression with SPSS software to test the research hypotheses. The results indicate that compliance with salam and istishna' contracts has a positive and significant effect on consumer protection, both partially and simultaneously. These findings confirm that adherence to Islamic principles is not merely normative but plays a crucial role in reducing financial risk and strengthening trust in digital transactions.

Keywords: *Salam Contract, Istishna' Contract, Hifz al-Mal, Pre-Order, TikTok Shop*

ABSTRAK.

Penggunaan TikTok Shop sebagai media transaksi digital semakin diminati, salah satunya melalui sistem pre-order (PO) yang ditawarkan kepada konsumen. Meskipun memberikan kemudahan dalam berbelanja, sistem pre-order juga berpotensi menimbulkan risiko seperti ketidakjelasan barang, keterlambatan pengiriman, hingga kerugian finansial. Dalam perspektif ekonomi Islam, kondisi tersebut menuntut adanya kepatuhan terhadap akad yang sesuai dengan prinsip syariah guna menjaga perlindungan harta (*hifz al-mal*) konsumen. Riset ini mengkaji kontribusi penerapan akad *salam* dan akad *istishna'* terhadap perlindungan harta konsumen (*hifz al-mal*) dalam sistem pre-order di TikTok Shop. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan pengumpulan data dari 169 responden yang pernah melakukan pembelian melalui sistem pre-order. Analisis data dilakukan melalui uji asumsi klasik dan regresi linear berganda menggunakan perangkat lunak SPSS untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap akad *salam* dan akad *istishna'* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perlindungan konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini menegaskan bahwa kepatuhan terhadap prinsip syariah tidak hanya bersifat normatif, tetapi berperan penting dalam menekan risiko kerugian finansial serta membangun kepercayaan dalam transaksi digital.

Kata kunci: *Akad Salam, Akad Istishna', Hifz al-Mal, Pre-Order, TikTok Shop*

PENDAHULUAN

Pemanfaatan platform digital dalam aktivitas perdagangan semakin intensif digunakan masyarakat sebagai sarana utama dalam melakukan transaksi jual beli secara online, salah satunya melalui kehadiran TikTok Shop sebagai platform *social commerce* yang mengintegrasikan hiburan dan transaksi dalam satu ekosistem digital (*shoppertainment*). Integrasi ini menciptakan pengalaman belanja yang lebih interaktif serta berkontribusi terhadap peningkatan aktivitas perdagangan daring (Muslan et al., 2024). Perubahan tersebut mencerminkan pergeseran perilaku konsumsi menuju transaksi digital yang lebih cepat, praktis, dan berbasis pengalaman visual.

Salah satu mekanisme transaksi yang banyak digunakan di TikTok Shop adalah sistem *pre-order* (PO), yaitu pemesanan produk sebelum barang tersedia atau diproduksi. Meskipun secara prinsip serupa dengan jual beli konvensional, praktik *pre-order* dalam transaksi daring menghadirkan kompleksitas tersendiri karena melibatkan unsur ketidakpastian, khususnya terkait ketersediaan barang, kesesuaian spesifikasi, serta waktu pengiriman (Ambawani & Mukarromah, 2020). Selain itu, pada sejumlah produk, metode pembayaran tidak dapat dilakukan melalui *cash on delivery* (COD), sehingga konsumen diwajibkan melakukan pembayaran di muka sebelum barang diterima. Kondisi ini berpotensi menimbulkan risiko kerugian, seperti keterlambatan pengiriman, ketidaksesuaian produk dengan informasi yang ditampilkan, hingga kegagalan penyerahan barang (Jocylina & Sawitri, 2025).

Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, mekanisme *pre-order* memiliki kesesuaian karakteristik dengan akad salam dan akad *istishna'*. Karakteristik akad salam terletak pada kewajiban pembayaran di awal oleh pembeli, sedangkan barang baru diterima setelah jangka waktu yang ditentukan sesuai kesepakatan penjual dan pembeli, sedangkan akad *istishna'* merupakan akad pemesanan pembuatan barang tertentu, dengan kewajiban pembayaran bisa dilakukan setelah barang diterima. Kedua akad tersebut secara fundamental menuntut kejelasan spesifikasi barang, harga yang disepakati, serta kepastian waktu penyerahan sejak awal akad guna menghindarkan transaksi dari unsur ketidakpastian (*gharar*) dan potensi perselisihan (Pahra, 2022). Landasan hukum mengenai interaksi antara pembeli dan penjual dalam aktivitas *pre-order* bersumber dari Pasal 1457 dan Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Ketentuan tersebut memayungi proses transaksi ini sebagai sebuah bentuk perjanjian jual beli yang sah secara hukum (Hertanto & Djajaputra, 2024). Apabila penjual tidak melaksanakan kewajibannya sesuai perjanjian, maka dapat dikualifikasikan sebagai wanprestasi yang menimbulkan hak bagi konsumen untuk menuntut pemenuhan perjanjian, pembatalan, maupun ganti rugi (Dianova & Djajaputra, 2025). Kondisi tersebut menempatkan perlindungan konsumen sebagai elemen krusial dalam memastikan keamanan dan keadilan transaksi digital.

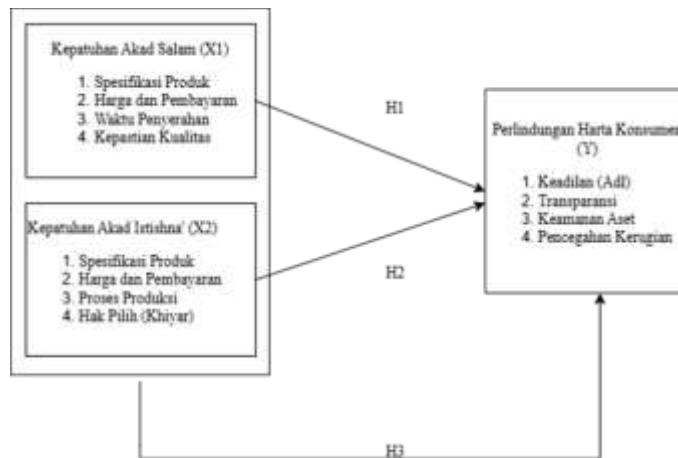
Dalam konteks ekonomi Islam, perlindungan konsumen merupakan bagian dari tujuan syariat (*maqasid al-syariah*), khususnya pada perlindungan terhadap harta (*hifz al-mal*). Prinsip ini menuntut agar setiap transaksi berlangsung secara adil,

transparan, serta terhindar dari unsur penipuan, kezaliman, dan ketidakpastian (*gharar*) yang dapat merugikan konsumen. Dalam transaksi *pre-order* di TikTok Shop, kepatuhan terhadap rukun dan syarat akad salam serta istishna' menjadi bentuk implementasi *hifz al-mal* karena kedua akad tersebut dirancang untuk meminimalisir ketidakpastian yang berpotensi merugikan aset finansial konsumen (Siregar, 2024).

Kajian mengenai kepatuhan akad salam dan istishna' dalam transaksi digital, khususnya pada mekanisme *pre-order*, hingga saat ini masih didominasi oleh pendekatan normatif-yuridis dan minim bukti empiris. Pendekatan tersebut belum menunjukkan secara terukur hubungan antara kepatuhan akad syariah dan tingkat perlindungan *hifz al-mal* konsumen dalam praktik *pre-order* pada platform *social commerce*. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji pengaruh kepatuhan akad jual beli salam dan istishna' terhadap tingkat perlindungan konsumen (*hifz al-mal*) pada transaksi *pre-order* (PO) di TikTok Shop.

METODE PENELITIAN

Untuk menggambarkan fenomena secara objektif, penelitian ini mengadopsi pendekatan deskriptif kuantitatif dalam menganalisis pengaruh kepatuhan akad salam (X1) dan akad istishna' (X2) terhadap perlindungan harta konsumen (Y) pada transaksi *pre-order* di TikTok Shop, baik secara parsial maupun simultan. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner menggunakan Google Form kepada konsumen yang pernah melakukan transaksi *pre-order* dalam satu tahun terakhir. Dalam mengidentifikasi responden, teknik purposive sampling diaplikasikan agar sampel yang diambil benar-benar memenuhi parameter spesifik yang menjadi fokus dalam penelitian ini (Ramadani et al., 2025). Responden yang tidak pernah melakukan transaksi *pre-order* tidak dilibatkan dalam penelitian, sehingga data penelitian diperoleh dari 169 responden yang memenuhi kriteria sebagai sumber data. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator variabel kepatuhan akad salam (X1) yang meliputi spesifikasi produk, harga dan pembayaran, waktu penyerahan, serta kepastian kualitas; variabel kepatuhan akad istishna' (X2) yang meliputi spesifikasi produk, harga dan pembayaran, proses produksi, serta hak pilih (*khiyar*); dan variabel perlindungan harta konsumen (Y) yang meliputi keadilan, transparansi, keamanan aset, serta pencegahan kerugian. Seluruh indikator diukur menggunakan skala Likert. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui uji asumsi klasik dan regresi linear berganda untuk melihat pengaruh kepatuhan akad salam dan akad istishna' terhadap perlindungan harta konsumen. Pengujian pengaruh variabel dilakukan secara terpisah untuk hipotesis H1 dan H2, serta secara bersama-sama untuk hipotesis H3. Rangkaian pemrosesan data dalam penelitian ini secara keseluruhan dioperasikan dengan menggunakan dukungan perangkat lunak SPSS. Keterkaitan antarvariabel dalam penelitian ini digambarkan melalui kerangka berpikir sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian

Keterangan gambar diatas:

H1: Keptuhan Akad *Salam* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perlindungan Harta Konsumen

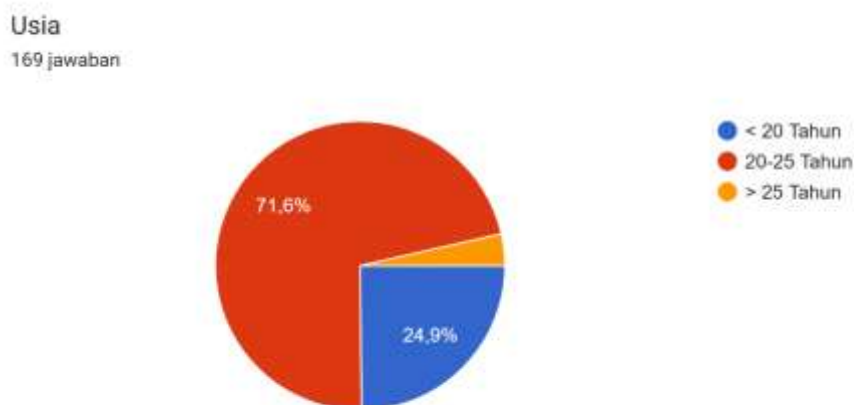
H2: Keptuhan Akad *Istishna'* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perlindungan Harta Konsumen

H3: Keptuhan Akad *Salam* dan Keptuhan Akad *Istishna'* berpengaruh simultan terhadap Perlindungan Harta Konsumen

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Karakteristik Responden

Berdasarkan usia dan frekuensi transaksi pre-order, karakteristik responden dianalisis untuk memperoleh gambaran mengenai profil konsumen dalam penelitian ini.



Gambar 2. Data Responden Berdasarkan Usia

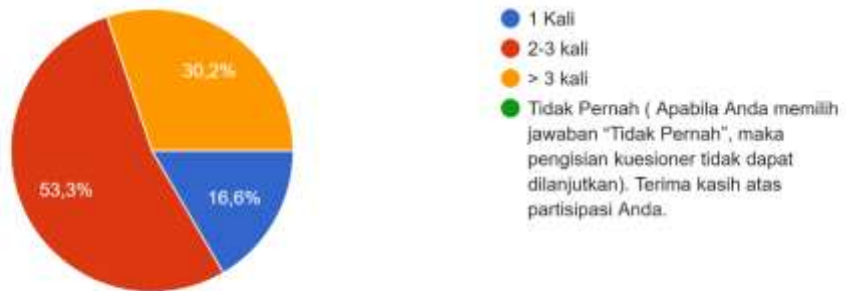
Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 27, Januari 2025

Dari total 169 responden yang terlibat, persentase terbesar berasal dari rentang usia 20–25 tahun dengan raihan 71,6%. Posisi kedua ditempati oleh kategori

usia di bawah 20 tahun sebesar 24,9%, sedangkan responden yang berumur lebih dari 25 tahun tercatat sebagai kelompok dengan frekuensi paling rendah. Data ini mengindikasikan bahwa pengguna *pre-order* di TikTok Shop didominasi oleh kalangan usia muda yang relatif aktif dalam memanfaatkan platform digital untuk bertransaksi.

Frekuensi pre-order (PO) di TikTok Shop (1 Tahun terakhir)

169 jawaban



Gambar 3. Data Responden Berdasarkan Frekuensi Pre-Order di TikTok Shop

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 27, Januari 2025

Gambar diagram di atas menggambarkan frekuensi responden dalam melakukan transaksi *pre-order* (PO) di TikTok Shop selama satu tahun terakhir. Berdasarkan data yang ditampilkan, responden yang melakukan *pre-order* sebanyak 2-3 kali memiliki persentase tertinggi, yaitu 53,3%. Selanjutnya, responden yang melakukan *pre-order* lebih dari 3 kali sebesar 30,2%, sedangkan responden yang melakukan *pre-order* sebanyak 1 kali sebesar 16,6%. Data tersebut mengindikasikan bahwa mayoritas responden memiliki pengalaman berulang dalam melakukan transaksi *pre-order*, sehingga dinilai cukup familiar dengan mekanisme pembelian tersebut.

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 27, Januari 2025

Variabel	Butir Pernyataan	Nilai Pearson Correlation (r hitung)	Nilai Sig.	Keterangan
Kepatuhan Akad Salam (X1)	X1.1	0.570	<0.001	Valid
	X1.2	0.503	<0.001	
	X1.3	0.466	<0.001	
	X1.4	0.625	<0.001	
	X1.5	0.601	<0.001	
	X1.6	0.584	<0.001	

	X1.7	0.625	<0.001	
	X1.8	0.692	<0.001	
Kepatuhan Akad Istishna' (X2)	X2.1	0.608	<0.001	Valid
	X2.2	0.663	<0.001	
	X2.3	0.661	<0.001	
	X2.4	0.625	<0.001	
	X2.5	0.580	<0.001	
	X2.6	0.618	<0.001	
	X2.7	0.586	<0.001	
	X2.8	0.574	<0.001	
Perlindungan Konsumen (Y)	Y.1	0.605	<0.001	Valid
	Y.2	0.523	<0.001	
	Y.3	0.593	<0.001	
	Y.4	0.526	<0.001	
	Y.5	0.543	<0.001	
	Y.6	0.668	<0.001	
	Y.7	0.673	<0.001	
	Y.8	0.679	<0.001	

Pengujian validitas digunakan sebagai dasar untuk menilai kesesuaian instrumen dalam mengukur variabel penelitian (Yusup, 2018). Seluruh item pernyataan pada variabel kepatuhan akad salam (X1), kepatuhan akad istishna' (X2), dan perlindungan konsumen (Y) dinyatakan valid berdasarkan hasil uji korelasi Pearson dengan nilai r hitung $> 0,30$ dan signifikansi $< 0,05$, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.

Uji Realibilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 27, Januari 2025

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabel	Keterangan
Kepatuhan Akad Salam (X1)	0.726	0.60	Reliabel
Kepatuhan Akad Istishna' (X2)	0.762		
Perlindungan Konsumen (Y)	0.749		

Uji reliabilitas diaplikasikan untuk memvalidasi konsistensi instrumen penelitian (Amanda et al., 2019). Merujuk pada data yang disajikan dalam Tabel 2, diketahui bahwa koefisien Cronbach's Alpha untuk variabel kepatuhan akad salam (X1) mencapai 0,726. Sementara itu, variabel kepatuhan akad istishna' (X2) mencatatkan nilai 0,762 dan perlindungan konsumen (Y) sebesar 0,749. Mengingat seluruh perolehan angka tersebut melampaui ambang batas yang disyaratkan, maka dapat disimpulkan bahwa setiap instrumen variabel dalam studi ini telah memenuhi kriteria reliabilitas yang baik.

Uji Asumsi Klasik

Kelayakan sebuah model regresi ditentukan melalui serangkaian uji asumsi klasik (Mardiatmoko, 2020). Melalui pengujian ini, peneliti dapat memastikan bahwa model terbebas dari berbagai masalah statistik yang bisa berdampak pada validitas kesimpulan penelitian. Tahap pertama dimulai dengan memastikan data terdistribusi normal. Selanjutnya, model diuji untuk melihat ada tidaknya gejala multikolinearitas. Langkah terakhir dalam rangkaian asumsi klasik ini adalah melakukan pengecekan terhadap heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 27, Januari 2025

Keterangan	Unstandardized Residual
N	169
Test Statistic	0.060
Asymp. Sig.	0.200
Kesimpulan	Berdistribusi Normal

Penggunaan uji normalitas ditujukan untuk memverifikasi apakah nilai residual pada model regresi yang dikembangkan telah terdistribusi secara normal. Hal ini penting untuk memastikan bahwa model tersebut layak digunakan dalam pengujian statistik selanjutnya (Mardiatmoko, 2020). Temuan pada Tabel 3 memperlihatkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,200 melalui metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov. Karena signifikansinya lebih besar dari 0,05, hal ini membuktikan bahwa residual model regresi mengikuti distribusi normal. Konsekuensinya, model regresi dalam penelitian ini dinyatakan layak secara statistik.

Uji Multikolinearitas

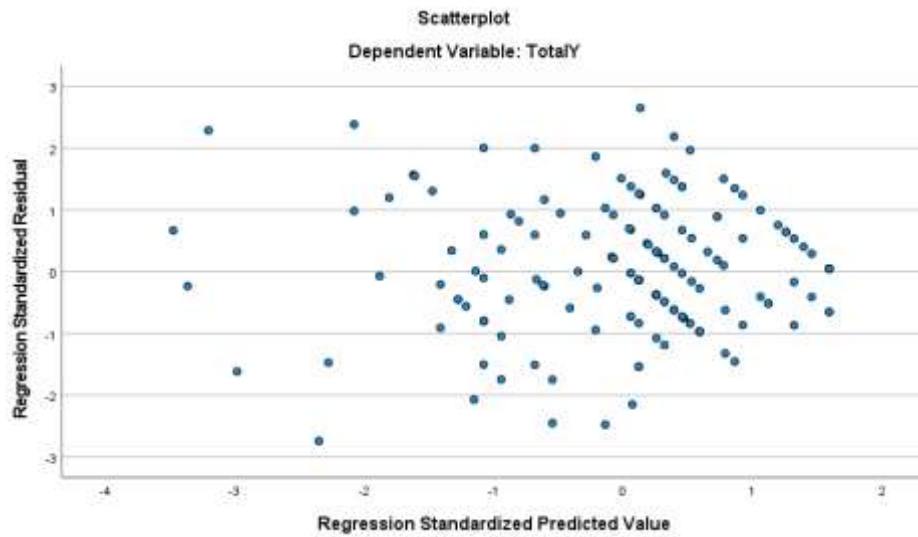
Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 27, Januari 2025

Collinearity Statistics		
Model	Tolerance	VIF
Kepatuhan Akad Salam (X1)	0.441	2.270
Kepatuhan Akad Istishna' (X2)	0.441	2.270

Guna menjaga kualitas model regresi, dilakukan uji multikolinearitas untuk memverifikasi bahwa tidak terdapat keterikatan yang terlalu tinggi antarvariabel independen (Mardiatmoko, 2020). Model regresi dalam penelitian ini dinyatakan layak setelah melalui uji multikolinearitas dengan hasil yang memuaskan. Variabel Akad Salam dan Akad Istishna' menunjukkan angka VIF sebesar 2,270 serta nilai *Tolerance* 0,441, yang mengindikasikan bahwa tidak ada hubungan linear yang terlalu kuat di antara variabel-variabel bebas tersebut.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 27, Januari 2025

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat ada tidaknya perbedaan varians residual. Model yang baik dicirikan oleh tidak adanya pola varians yang berbeda antar satu pengamatan dengan pengamatan lainnya (Mardiatmoko, 2020). Hasil uji heteroskedastisitas yang direpresentasikan melalui grafik scatterplot pada Gambar 4 menunjukkan persebaran data yang acak tanpa mengikuti pola khusus. Kondisi di mana data tidak mengelompok di area tertentu pada sumbu Y mengonfirmasi bahwa tidak terjadi penyimpangan varians residual, sehingga model regresi dinyatakan valid dan aman digunakan.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 27, Januari 2025

Model	Unstandardized B
(Constant)	6.003
Kepatuhan Akad Salam (X1)	0.345
Kepatuhan Akad Istishna (X2)	0.502

Hubungan antara dua variabel independen atau lebih dengan satu variabel dependen ditelaah menggunakan model regresi linear berganda (Wibisono et al., 2019). Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh model persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2$$

$$Y = 6,003 + 0,345 X_1 + 0,502 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda yang diperoleh, hubungan antara kepatuhan akad salam (X1), kepatuhan akad istishna' (X2), dan perlindungan konsumen (Y) dapat dijelaskan secara terintegrasi. Nilai konstanta sebesar 6,003 menggambarkan tingkat perlindungan konsumen ketika kepatuhan akad salam dan

kepatuhan akad istishna' berada pada kondisi tetap. Koefisien kepatuhan akad salam sebesar 0,345 bernilai positif, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan kepatuhan terhadap akad salam akan diikuti oleh peningkatan perlindungan konsumen sebesar 0,345. Sementara itu, koefisien kepatuhan akad istishna' sebesar 0,502 juga menunjukkan arah positif, sehingga peningkatan kepatuhan terhadap akad istishna' akan meningkatkan perlindungan konsumen sebesar 0,502. Berdasarkan besarnya nilai koefisien regresi, dapat disimpulkan bahwa variabel Kepatuhan Akad Istishna' (X2) memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap Perlindungan Konsumen dibandingkan dengan variabel Kepatuhan Akad Salam (X1).

Uji T Parsial

Tabel 6. Hasil Uji Parsial

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 27, Januari 2025

Model	t	Sig
(Constant)	4.575	<0,001
Kepatuhan Akad Salam (X1)	6.460	<0,001
Kepatuhan Akad Istishna' (X2)	9.905	<0,001

Penilaian mengenai sejauh mana kontribusi masing-masing variabel bebas dalam memengaruhi variabel terikat secara individual dilakukan dengan menggunakan prosedur uji t (Wibisono et al., 2019). Merujuk pada data uji t di Tabel 6, variabel kepatuhan akad salam (X1) mencatatkan nilai statistik t sebesar 6,460 dengan P-Value di bawah 0,001. Hasil ini membuktikan bahwa kepatuhan pada akad salam berkontribusi positif secara nyata dalam memperkuat perlindungan bagi konsumen. Secara logis, peningkatan komitmen terhadap prinsip akad salam akan berbanding lurus dengan peningkatan jaminan perlindungan yang diterima pelanggan. Hal serupa ditemukan pada variabel kepatuhan akad istishna' (X2) yang meraih nilai t sebesar 9,905 (sig < 0,001), yang menegaskan perannya yang signifikan dalam mendukung perlindungan konsumen. Hal ini menegaskan bahwa penerapan akad istishna' secara patuh memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat perlindungan konsumen dalam transaksi pre-order.

UJI F Simultan

Tabel 7. Hasil Uji F Simultan

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 27, Januari 2025

Anova		
Model	F	Sig
Regression	267.011	<0,001

Penilaian mengenai dampak kolektif dari variabel-variabel independen terhadap fluktuasi variabel dependen dilakukan melalui prosedur uji F (Wibisono et al., 2019). Dengan nilai F sebesar 267,011 dan signifikansi < 0,001, hasil uji F pada Tabel 7 menegaskan adanya pengaruh simultan kepatuhan akad salam dan istishna' terhadap perlindungan konsumen.

Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 27, Januari 2025

<i>Model Summary^b</i>			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0.873 ^a	0.763	0.760

Derajat kemampuan model regresi dalam memaparkan variabilitas variabel dependen dinilai melalui angka koefisien determinasi (Wibisono et al., 2019). Kemampuan variabel kepatuhan akad salam dan akad istishna' dalam memprediksi perlindungan konsumen tergolong kuat, dengan nilai R Square mencapai 0,763. Data ini menunjukkan bahwa 76,3% perubahan pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui model yang dibangun, sedangkan 23,7% sisanya dipengaruhi oleh unsur-unsur lain yang berada di luar konteks penelitian ini.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kontribusi Kepatuhan Akad Salam dan Kepatuhan Akad Istishna' dalam meningkatkan Perlindungan Konsumen (*Hifz Al-Mal*). Temuan dalam studi ini diharapkan dapat memperkaya literatur ekonomi syariah serta memperkuat konsistensi hasil penelitian terdahulu mengenai implementasi akad di lembaga keuangan. Adapun uraian mendalam mengenai temuan penelitian ini dipaparkan sebagai berikut:

Kepatuhan Akad Salam Secara Parsial Berpengaruh Terhadap Perlindungan Konsumen (*Hifz Al-Mal*)

Akad salam adalah bentuk transaksi jual beli dengan mekanisme pembayaran di awal dan penyerahan barang pada waktu yang disepakati sesuai spesifikasi (Rasyid & Bahri, 2019). Kepatuhan terhadap akad salam terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perlindungan konsumen (*Hifz al-Mal*). Konsistensi penjual di TikTok Shop dalam menjaga kejelasan spesifikasi produk, kesesuaian harga dan mekanisme pembayaran, ketepatan waktu penyerahan, serta kualitas barang berperan dalam meningkatkan rasa aman dan perlindungan bagi konsumen. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepatuhan terhadap indikator-indikator akad salam tersebut berperan penting dalam meminimalisir potensi kerugian konsumen dalam transaksi pre-order. Konteks ini sangat sesuai dengan karakteristik platform TikTok Shop, di mana interaksi antara penjual dan pembeli banyak dipengaruhi oleh tampilan visual melalui fitur live streaming dan konten video. Penerapan akad salam secara patuh memastikan bahwa informasi dan gambaran produk yang ditampilkan di layar benar-benar mencerminkan kondisi barang yang akan diterima konsumen, sehingga tingkat kepercayaan konsumen dapat tetap terjaga. Temuan ini sejalan dengan penelitian mengenai perlindungan konsumen pada platform Shopee yang menyatakan bahwa jaminan atas kesalahan pengiriman dan ketidaksesuaian barang merupakan bagian dari hak fundamental konsumen. Dalam perspektif ekonomi syariah, kepatuhan terhadap akad salam berfungsi sebagai instrumen penting dalam

mengurangi unsur ketidakpastian (gharar) dan risiko kerugian materi, sehingga tujuan syariat dalam menjaga harta (hifz al-mal) dapat tercapai secara optimal (Bagaskara & Kurniati, 2023).

Kepatuhan Akad Istishna' Secara Parsial Berpengaruh Terhadap Perlindungan Konsumen (*Hifz Al-Mal*)

Akad istishna' adalah akad jual beli dengan sistem pemesanan (custom) yang banyak diterapkan dalam transaksi pre-order pada platform online, di mana pembayaran dan penyerahan barang dilakukan sesuai kesepakatan (Maylinda & Wirman, 2023). Hasil uji parsial menunjukkan bahwa kepatuhan akad istishna' memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perlindungan konsumen (*Hifz al-Mal*), serta menjadi variabel yang paling dominan dalam penelitian ini. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa semakin konsisten penjual di TikTok Shop dalam menerapkan ketentuan akad istishna', khususnya terkait kejelasan spesifikasi produk, kesepakatan harga dan mekanisme pembayaran, transparansi proses produksi, serta pemberian hak pilih (khiyar), maka semakin tinggi tingkat perlindungan yang dirasakan oleh konsumen. Temuan ini sejalan dengan konsep *Hifz al-Mal* dalam *Maqashid Syariah* yang menekankan pentingnya menjaga harta dari potensi kerugian, termasuk melalui kejelasan biaya dan pencegahan praktik biaya tersembunyi yang dapat menimbulkan persepsi negatif (Kholil, 2025). Dengan kepatuhan terhadap indikator-indikator tersebut, risiko kerugian materi akibat ketidaksesuaian barang pesanan dapat diminimalisir, sehingga hak-hak konsumen tetap terjaga secara optimal. Instrumen hukum seperti UU No. 8 Tahun 1999 bersama Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) menjadi fondasi utama dalam memperkuat perlindungan bagi konsumen pada transaksi akad istishna'. Kedua payung hukum tersebut secara eksplisit menjamin hak pelanggan untuk menerima komoditas yang selaras dengan kesepakatan awal, mencakup aspek mutu, rincian spesifikasi, hingga ketepatan jadwal pengiriman. Hal ini juga mewajibkan pelaku usaha untuk menghindari praktik penipuan atau ingkar janji, dengan menyediakan mekanisme ganti rugi atau penyelesaian sengketa secara musyawarah sesuai prinsip syariah (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2014).

Kepatuhan Akad Salam dan Akad Istishna' Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Perlindungan Konsumen (*Hifz Al-Mal*)

Secara simultan, penerapan Akad Salam dan Akad Istishna' terbukti memengaruhi tingkat perlindungan konsumen (*Hifz al-Mal*) pada transaksi pre-order di TikTok Shop. Berdasarkan hasil analisis, kontribusi gabungan dari kedua variabel tersebut mencapai 76,3% sebagaimana ditunjukkan oleh angka R Square 0,763. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar aspek perlindungan harta pelanggan ditentukan oleh kepatuhan terhadap kedua akad tersebut, sedangkan 23,7% sisanya dipengaruhi oleh unsur di luar cakupan studi. Temuan ini mengindikasikan bahwa penerapan akad salam dan istishna' yang patuh syariah memiliki peran besar dalam menciptakan rasa aman bagi konsumen muslim dalam transaksi pre-order di

platform digital. Lebih lanjut, hasil ini menunjukkan bahwa ketika penjual mampu mengombinasikan ketepatan waktu penyerahan dan kepastian kualitas dalam akad salam dengan transparansi proses produksi serta kejelasan spesifikasi dalam akad istishna', maka sistem perlindungan konsumen dapat terbentuk secara lebih optimal. Sinergi kedua akad tersebut secara nyata berkontribusi dalam mewujudkan tujuan Maqashid Syariah, khususnya menjaga harta (Hifz al-Mal) dari potensi kerugian materi, ketidakpastian (gharar), dan praktik ketidakadilan dalam transaksi digital. Hal ini sejalan dengan kaidah fihiyyah yang menegaskan bahwa perlindungan terhadap hak dan harta merupakan kewajiban dalam setiap akad muamalah demi tercapainya kemaslahatan bersama (Akbar et al., 2025). Selain itu, prinsip kejelasan akad dan keadilan dalam transaksi juga ditekankan dalam konsep muamalah Islam sebagai upaya preventif untuk melindungi konsumen dari risiko kerugian (Syafuruddin, 2023).

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepatuhan Akad Salam dan Akad Istishna' terbukti berperan penting dalam mewujudkan perlindungan konsumen (Hifz al-Mal) pada transaksi pre-order di TikTok Shop. Akad Istishna' menjadi variabel yang paling dominan dalam memberikan perlindungan karena kejelasan spesifikasi produk dan pemberian hak pilih (khiyar) mampu meningkatkan rasa aman konsumen dalam mekanisme pemesanan berbasis produksi. Secara simultan, sinergi kedua akad tersebut memperkuat perlindungan harta konsumen dari risiko ketidakpastian (gharar) dan praktik yang merugikan, sehingga tujuan perlindungan harta dalam Maqashid Syariah dapat tercapai secara lebih optimal.

Berdasarkan temuan penelitian, pelaku usaha di TikTok Shop disarankan untuk lebih konsisten dalam menerapkan prinsip akad salam dan istishna', khususnya dalam kejelasan spesifikasi produk, ketepatan waktu penyerahan, serta pemberian hak khiyar kepada konsumen. Pihak platform juga diharapkan dapat memperkuat sistem perlindungan konsumen yang mendukung transparansi transaksi. Mengingat dinamisnya ekonomi digital, disarankan bagi peneliti berikutnya untuk mengintegrasikan variabel literasi keuangan syariah serta kualitas pelayanan jasa pengiriman ke dalam model penelitian. Selain itu, mengeksplorasi pengaruh regulasi platform digital secara lebih spesifik akan memperkaya khazanah keilmuan mengenai proteksi konsumen dalam transaksi yang berbasis prinsip syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. I., Septiawadi, S., & Abuzar Alghifari. (2025). Consumer Protection in Law No. 8 of 1999 and Qur'anic Review. *Jurnal Ilmu Agama: Mengkaji Doktrin, Pemikiran, Dan Fenomena Agama*, 26(1), 42-60. <https://doi.org/10.19109/jia.v26i1.28215>

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179–188. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Ambawani, T., & Mukarromah, S. (2020). Praktik Jual Beli Online dengan Sistem Pre-order pada Online Shop dalam Tinjauan Hukum Islam. *Alhamra Jurnal Studi Islam*, 1(1), 35. <https://doi.org/10.30595/ajsi.v1i1.9115>
- Bagaskara, G., & Kurniati, G. (2023). Perlindungan Konsumen Atas Kesalahan Pengiriman Barang Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada Shopee (Hukum Perdata). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(5), 236–244. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7733346>
- Dianova, E. R., & Djajaputra, G. (2025). ANALISIS HAK DAN KEWAJIBAN PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN JUAL BELI YANG BERUJUNG WANPRESTASI. 5(1).
- Hertanto, S., & Djajaputra, G. (2024). Tinjauan Yuridis Terhadap Penyelesaian Wanprestasi dalam Perjanjian Jual Beli. *UNES Law Riview*, 6(4), 10368–10380. <https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i4>
- Jocylina, M., & Sawitri, D. A. D. (2025). PERTANGGUNGJAWABAN ATAS WANPRESTASI DALAM SISTEM PRE-ORDER MELALUI E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERDATA. <https://doi.org/10.62281/c7rdwc02>
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2014, July). *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Kemendag Website. <https://jdih.kemendag.go.id/peraturan/undang-undang-nomor-8-tahun-1999-tentang-perlindungan-konsumen>
- Kholil, S. (2025). ETIKA PRODUKSI ISLAMI BERBASIS MAQASHID AL-SHARIAH: PILAR KESEJAHTERAAN SOSIAL DAN EKONOMI. *Equality: Journal of Islamic Law (EJIL)*, 3(1), 13–25. <https://doi.org/10.15575/ejil.v3i1.1220>
- Mardiatmoko, G. (2020). PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA (STUDI KASUS PENYUSUNAN PERSAMAAN ALLOMETRIK KENARI MUDA [CANARIUM INDICUM L.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Maylinda, R. & Wirman. (2023). Analisis Transaksi Akad Istishna' dalam Praktek Jual Beli Online. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(6), 482–492. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7785395>
- Muslan, Ashar Hasyim, Tasya, & Nana Adriana Hutari. (2024). PERILAKU SHOPPERTAINMENT PADA PENJUAL DI E-COMMERS TIKTOK. *Journal of Social and Economics Research*, 6(1), 443–459. <https://doi.org/10.54783/jser.v6i1.458>
- Pahra, J. (2022). Akad Salam Menurut Fatwa DSN MUI Nomor 05/DSNMUI/IV/2000. *Al-Hiwalah: Journal Syariah Economic Law*, 1(1), 85–100. <https://doi.org/10.47766/alhiwalah.v1i1.888>
- Ramadani, U. P., Muthmainnah, R., Ulhilma, N., Wazabirah, A., Hidayatullah, R., & Harmonedi, H. (2025). Strategi Penentuan Populasi dan Sampel dalam Penelitian Pendidikan: Antara Validitas dan Representativitas. *Jurnal QOSIM*

- Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 3(2), 574–585.
<https://doi.org/10.61104/jq.v3i2.1021>
- Rasyid, M. R. A., & Bahri, E. S. (2019). Pertimbangan Dewan Syariah Nasional dalam Menetapkan Fatwa Akad Transaksi Syariah di Indonesia. *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 3(2), 105–118.
<https://doi.org/10.21070/perisai.v3i2.2020>
- Siregar, E. S. (2024). IMPLEMENTASI PRINSIP MAQASID SYARIAH DALAM KONTRAK BISNIS SYARIAH TINJAUAN YURIDIS TERHADAP KEPATUHAN DAN KEADILAN. *Juris Sinergi Journal*, 1(2).
<https://journal.sinergilp.com/index.php/jsj/article/download/49/60>
- Syafruddin, A. U. F. (2023). Ekonomi Global Perspektif Konsep Maqashid Syariah Imam Al-Syatibi. *Mu'amalah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 49–66.
<https://doi.org/10.32332/muamalah.v2i1.7022>
- Wibisono, A., Rofik, M., & Purwanto, E. (2019). Penerapan Analisis Regresi Linier Berganda dalam Penyelesaian Skripsi Mahasiswa. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 3(1), 30–35. <https://doi.org/10.29407/ja.v3i1.13512>
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).
<https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>