



Jual Beli Online Melalui Tik Tok Shop Menurut Perspektif Qawaid Fiqhiyah

¹Muhammad Azmin, ²Rahmat, ³Rindi Sasmita

^{1,3}Ekonomi Syariah, Universitas Muhammadiyah Mataram, Indonesia

²Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Muhammadiyah Pontianak, Indonesia

azmincs0606@gmail.com¹, rahmatmbs251@unmuhpkn.ac.id²,

rindisasmita2003@gmail.com³

ARTICLE INFO

Article History:

Received : 15-06-2023

Revised : 03-08-2023

Accepted : 19-08-2023

Online : 01-09-2023

Keywords:

Buy and Sell Online;

Tiktok Shop;

Qawaid Fiqhiyah.

Kata Kunci:

Jual Beli Online;

Tiktok Shop;

Qawaid Fiqhiyah.

ABSTRACT

Abstract: *In the digital era, technological developments have brought significant changes in the business world, including increasingly popular online buying and selling methods. One platform that dominates the market share is TikTok Shop, where users can sell and buy products online. This study aims to examine online buying and selling transactions through TikTok Shop from the perspective of Qawaid Fiqhiyah, namely the principles of Islamic law that govern aspects of life, including muamalah or business transactions. This study uses an analytical descriptive approach to analyze the implementation of Qawaid Fiqhiyah in online buying and selling transactions through TikTok Shop. The results of the analysis show that the implementation of Qawaid Fiqhiyah in online buying and selling transactions through TikTok Shop can present challenges and opportunities. Fairness in transactions needs to be maintained so that all parties feel treated fairly. Fulfillment of promises is the main key to building trust between sellers and buyers. In addition, ownership provisions, usury prohibitions, and price provisions also need to be considered so that transactions remain in accordance with Islamic values.*



Abstrak: *Dalam era digital, perkembangan teknologi telah membawa perubahan signifikan dalam dunia bisnis, termasuk metode jual beli online yang semakin populer. Salah satu platform yang mendominasi pangsa pasar adalah TikTok Shop, di mana para pengguna dapat menjual dan membeli produk secara online. Studi ini bertujuan untuk mengkaji transaksi jual beli online melalui TikTok Shop dari perspektif Qawaid Fiqhiyah, yaitu prinsip-prinsip hukum Islam yang mengatur aspek-aspek kehidupan, termasuk muamalah atau transaksi bisnis. Studi ini menggunakan pendekatan deskriptif analitis untuk menganalisis implementasi Qawaid Fiqhiyah dalam transaksi jual beli online melalui TikTok Shop. Hasil analisis menunjukkan bahwa implementasi Qawaid Fiqhiyah dalam transaksi jual beli online melalui TikTok Shop dapat menghadirkan tantangan dan peluang. Keadilan dalam transaksi perlu dijaga agar semua pihak merasa diperlakukan secara adil. Pemenuhan janji menjadi kunci utama untuk membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli. Selain itu, ketentuan kepemilikan, larangan riba, dan ketentuan harga juga perlu diperhatikan agar transaksi tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam.*



<https://doi.org/10.31764/jseit.v4i1>



This is an open access article under the **CC-BY-SA** license

A. LATAR BELAKANG

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi telah mengubah paradigma bisnis secara signifikan, termasuk dalam praktik jual beli online. Salah satu platform yang memainkan peran utama dalam ekosistem bisnis online adalah TikTok Shop. TikTok Shop adalah sebuah aplikasi berbagi tulisan, foto dan video yang memungkinkan pengguna mengunggah foto dan video di akun masing-masing. Transaksi jual beli melalui media TikTok Shop ini menjadi alternatif yang menarik dan sangat diminati para konsumen, karena sangat mudah mencari barang yang diinginkan, dapat membandingkan harga, pembayaran cukup dilakukan dengan transfer, menunggu barang datang tanpa perlu keluar rumah, produk dapat dilihat oleh siapapun dan kapanpun (Mawardin et al., 2023). TikTok Shop memberikan peluang bagi para penjual untuk memasarkan produk dan berinteraksi langsung dengan konsumen melalui platform berbasis video (Masruroh, 2020). Pada dasarnya, jual beli online melalui TikTok Shop melibatkan transaksi yang melibatkan berbagai pihak, seperti penjual, pembeli, dan platform penyedia layanan. Dalam konteks ini, pemahaman dan implementasi prinsip-prinsip Qawaid Fiqhiyah menjadi sangat relevan untuk memastikan bahwa transaksi tersebut sesuai dengan nilai-nilai Islam (Rianti, 2021). Peningkatan penggunaan TikTok Shop sebagai platform e-commerce menandai transformasi dalam pola perilaku konsumen dan cara bisnis dijalankan. Dengan pertumbuhan pesatnya pengguna TikTok, platform ini menjadi ruang potensial untuk aktivitas jual beli online. Namun, seperti halnya dalam setiap transaksi bisnis, aspek etika dan hukum perlu diperhatikan (Lailiyah & Fageh, 2023).

Aplikasi tiktok termasuk aplikasi penghibur yang didalamnya terdapat video-video yang berdurasi pendek, akan tetapi pada aplikasi tiktok ini baru saja mengeluarkan fitur baru tepatnya pada tanggal 17 April 2021 dimana aplikasi tersebut bisa melakukan transaksi jual memberikan pengetahuan baru berupa kosa kata bagi masyarakat untuk kelancaran ketika melakukan transaksi dengan penjual online. Misalnya pada istilah COD yang berasal dari bahasa Inggris. COD merupakan kependekan dari *Cash On Delivery* yang merujuk pada sistem pembayaran langsung dari pembeli kepada penjual pada saat barang diterima oleh pembeli. Kata PO berasal dari bahasa Inggris, yang merupakan kependekan dari *purchase order*. PO (*purchase order*) merupakan singkatan dalam jual beli online yang merujuk pada sistem pembelian barang dengan memesan terlebih dahulu dan membayar terlebih dahulu sebelum produksi dimulai, dengan tenggat waktu menunggu (estimasi atau perkiraan) sampai barang tersebut tersedia (Abidah et al., 2024).

Suatu fenomena menarik dalam ranah ekonomi adalah adanya transaksi jual beli yang terjadi melalui media elektronik. Transaksi perdagangan ini dikenal dengan istilah *electronic commerce* atau e-commerce. E-commerce merupakan bentuk perdagangan yang mirip dengan perdagangan konvensional, namun

dengan perbedaan bahwa para pelaku transaksi tidak bertemu secara langsung, melainkan menggunakan media elektronik, terutama melalui internet (Al-Zarqa, 2020). E-commerce dibangun dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas suatu proses bisnis dengan pemanfaatan teknologi informasi. Adanya E-commerce memberikan kemudahan bagi konsumen. Transaksi jual beli online bisa lebih mudah dan dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja (Witro et al., 2022). Dalam perspektif Islam, situs jual beli online pada dasarnya masih merupakan bentuk transaksi jual beli, meskipun menggunakan inovasi teknologi. Meskipun demikian, terdapat perbedaan dalam pelaksanaannya jika dibandingkan dengan transaksi jual beli konvensional yang melibatkan interaksi fisik antara penjual dan pembeli, di mana barang harus hadir saat transaksi terjadi (Wahyuni, 2019). Dalam situs jual beli online, barang tersebut tidak hadir secara fisik saat transaksi dilakukan. Dalam prakteknya, Islam mengakui keberadaan situs jual beli online sebagai bentuk perdagangan modern dengan catatan bahwa prinsip-prinsip syariah tetap dipegang teguh. Hal ini membutuhkan pemahaman yang cermat dan aplikasi yang bijaksana dari aturan-aturan Islam untuk memastikan kepatuhan terhadap nilai-nilai etis dan prinsip-prinsip keadilan dalam transaksi jual beli online (Ulfah et al., 2023). Dalam perspektif Islam, situs jual beli online pada dasarnya masih merupakan bentuk transaksi jual beli, meskipun menggunakan inovasi teknologi. Meskipun demikian, terdapat perbedaan dalam pelaksanaannya jika dibandingkan dengan transaksi jual beli konvensional yang melibatkan interaksi fisik antara penjual dan pembeli, di mana barang harus hadir saat transaksi terjadi. Dalam situs jual beli online, barang tersebut tidak hadir secara fisik saat transaksi dilakukan. Dalam prakteknya, Islam mengakui keberadaan situs jual beli online sebagai bentuk perdagangan modern dengan catatan bahwa prinsip-prinsip syariah tetap dipegang teguh. Hal ini membutuhkan pemahaman yang cermat dan aplikasi yang bijaksana dari aturan-aturan Islam untuk memastikan kepatuhan terhadap nilai-nilai etis dan prinsip-prinsip keadilan dalam transaksi jual beli online (SHELEMO, 2023).

Dalam UU No. 8 tahun 1999 terdapat kurang lebih empat pasal yang menyinggung mengenai hak konsumen, kewajiban pelaku usaha dan hal – hal yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha. Tentunya keempat pasal tersebut harus diperhatikan oleh pihak yang melakukan kegiatan jual beli (Tousiya & Surahman, 2022). Dalam memahami dan menerapkan fiqh muamalah, ulama menggunakan metode ijtihad untuk menganalisis dan menafsirkan sumber-sumber hukum Islam, seperti Al-Quran, hadis, dan lainnya dan prinsip-prinsip umum syariah (Gustanto, 2022). Hal ini bertujuan untuk menyediakan panduan dan aturan yang sesuai dengan tuntunan Islam dalam menjalankan kegiatan ekonomi dan bertransaksi. Dengan demikian, ijtihad dalam bidang fiqh muamalah menjadi penting untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berbagai jenis transaksi yang beragam dalam kehidupan sehari-hari (Jamaluddin, 2017).

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kepustakaan atau metode *library research*. Metode ini melibatkan pengumpulan informasi dari berbagai sumber kepustakaan, seperti buku dan tulisan terkait dengan objek penelitian. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Dalam pendekatan ini, data dikumpulkan dalam bentuk fakta-fakta yang diungkapkan melalui katakata atau gambar, bukan melalui prosedur statistik atau perhitungan angka.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pada studi literatur yang telah disampaikan diatas, penelitian ini dapat menyimpulkan bahwa dalam berbagai market place yang telah ada di hidup kita sehari-hari, banyak hal yang mempermudah dalam mendapatkan kemudahan dalam berproduksi untuk manusia dalam mensejahterahkan kehidupannya, yakni seperti adanya toko online yang mempermudah, seperti e-commerce toko online shopee, lazada, dan lainnya, sekarang Ditambah dengan fitur terbaru yang baru-baru ini lagi ramai yaitu tiktok, dimana dalam fitur ini selain banyak dalam menghibur seperti fokus untuk membuat video yang menambahkan musik, stiker, efek, filter, live, pengubah suara, dan sebagainya, tiktok juga bisa digunakan dalam berbisnis. Adapun fitur tiktok sendiri dengan yang sekarang lebih canggih, tiktok memiliki fitur tiktok shop yang mana banyak audiens yang lebih muda membeli atau menjual suatu barang. Dimana hampir setengah dari seluruh pengguna tiktok berusia dibawah 30 tahun dan 25 persen berada dibawah usia 20 tahun. Pengguna berusia 50 tahun keatas hanya 11 persen dari keseluruhan.

Tiktok shop selain digunakan juga punya banyak manfaat yang bisa dirasakan oleh para pengguna yaitu rasa senang, hal ini memberikan pengetahuan bahwa mengenai persepsi kemudahan dalam mengakses tiktok shop tidak membebani penggunaannya dan cocok apabila digunakan untuk berbelanja online. Akan tetapi dalam fitur tiktok shop juga memiliki sedikit risiko dalam penggunaannya, yakni tiktok menjadikannya dalam satu platform, dimana tiktok sebagai sarana mencari hiburan, bermedia sosial dan unjuk dari ayal jika pengguna aktif sekitar 900jt pemakai aktif, yang mana kebanyakan dari mereka idalah masih anak-anak remaja yang biasanya sign in aplikasi tersebut beberapa kali sehari. Sekaligus fitur ini lebih lengkap sehingga digandrungi banyak pengguna serta penawaran harga lebih rendah dari harga sebenarnya dan sangat berpengaruh dalam hasil penjualan dari konsumen tersebut. Secara prinsip, dalam Islam, jual beli online diperbolehkan atau bersifat mubah, karena syarat dan rukun jual beli online tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip dalam sistem hukum Islam dan sesuai dengan prinsip muamalah.

Namun, penting untuk diingat bahwa jual beli online dapat dianggap haram jika melibatkan unsur-unsur yang bertentangan dengan ajaran Islam, seperti riba haram (bunga yang diharamkan), gharar (ketidakpastian yang berlebihan), penipuan, ketidakjelasan, atau merugikan konsumen. Dalam jual beli online, produk yang diperdagangkan haruslah barang yang baik dan halal. Barang-barang yang diharamkan dalam Islam, seperti minuman keras, babi, narkoba, bangkai, judi online, dan sejenisnya, tidak boleh diperdagangkan secara online. Oleh karena itu, perlu adanya kehati-hatian dan kejelasan dalam memastikan bahwa produk yang ditawarkan dalam jual beli online memenuhi persyaratan syariah. Dalam kesimpulannya, jual beli online pada dasarnya diperbolehkan dalam Islam, namun harus memenuhi syarat-syarat dan prinsip-prinsip yang sesuai dengan ajaran agama. Penting untuk menjauhi unsur-unsur haram dan memastikan produk yang diperdagangkan adalah halal serta tidak merugikan konsumen.

Sejalan dengan Pasal 4 UU Nomor 7 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mengatur hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen, jual beli online juga perlu memperhatikan aspek kemaslahatan, seperti memberikan kemudahan dan efisiensi waktu dalam melakukan transaksi. Pemikiran ulama tentang jual beli online melalui surat atau perantara juga dapat ditemukan dalam fikih, sehingga jual beli online dapat diklasifikasikan sebagai jual beli melalui surat atau perantara, selama dilakukan dengan prinsip kejujuran dan kerelaan (suka sama suka) (Hidayani, 2021). Dalam konsep perlindungan konsumen dalam Islam, terdapat juga konsep khiyar atau hak memilih, yang merupakan bentuk perlindungan terhadap hak-hak konsumen dalam proses transaksi jual beli. Konsep ini bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan demikian, jual beli online harus mempertimbangkan perspektif perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam undang-undang dan prinsip-prinsip Islam. Jual beli online yang dilakukan dengan kejujuran, kerelaan, dan memperhatikan hak-hak konsumen, termasuk hak memilih, sesuai dengan prinsip-prinsip yang dianut dalam Islam (Beli et al., 2023).

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam jual beli online terdapat banyak marketplace di Indonesia. Namun, saat ini situs marketplace yang paling populer adalah TikTok Shop. TikTok Shop merupakan platform media sosial dan pusat jual beli online terbesar di Indonesia, yang telah dikunjungi oleh lebih dari 100.000 pengunjung. Nilai transaksi di situs ini mengalami peningkatan yang signifikan, terutama pada momen-momen penting di Indonesia. Selain memiliki kepercayaan dan pengaruh positif dalam pembelian online melalui tik tok shop, yang merupakan adanya kepercayaan konsumen timbul sebelum memutuskan pembelian karena konsumen dapat melihat

komentar, rating, dan review yang sangat bagus pada tiktok shop, maka dari itu jika semakin tinggi kepercayaan konsumen maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen. Namun selain itu, kepercayaan disebabkan karena konsumen memiliki pengetahuan tentang hukum Islam mengenai sifat Nabi Muhammad SAW saat menjadi pedagang yaitu seorang pebisnis itu harus dapat dipercaya, adil, jujur dan amanah. Sementara itu, selain hukum Islam adapula rukun akad yang harus dilakukan pada saat jual beli, agar jual beli dapat dikatakan sah. Rukun akad adalah elemen-elemen penting yang harus ada dan merupakan inti dari setiap kontrak.

Dengan adanya beberapa prinsip fiqhiyah yang sering digunakan sebagai pedoman dalam mengimplementasikan produk-produk fiqh, para ulama dan fuqaha dapat menyusun panduan hidup bagi umat Islam dalam berbagai konteks waktu dan tempat yang berbeda. Seperti yang kita ketahui, Islam memberikan kesempatan kepada umatnya melalui otoritas yang dimiliki oleh para ulama untuk melakukan ijtihad menggunakan berbagai metode yang diajarkan oleh Rasulullah, seperti ijma', qiyas, istihsan, istishab, istislah (masalihul-mursalah), dan lain-lain, untuk mencari kebenaran yang tidak ditemukan secara langsung dalam AlQur'an atau Hadits Rasulullah SAW. Hal yang sama juga berlaku dalam kehidupan ekonomi, atau yang dikenal sebagai muamalat dalam literatur para fuqaha terdahulu, di mana penggunaan prinsip-prinsip fiqhiyah menjadi sangat penting.

UCAPAN TERIMAKASI

Alhamdulillah, puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga artikel ini dapat diselesaikan dengan baik. Kami juga ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada: Keluarga tercinta atas dukungan moral dan doa yang tiada henti, yang telah memberikan semangat sepanjang proses penulisan artikel ini. Para praktisi dan ahli fiqh yang telah memberikan wawasan dan pemikiran yang sangat berguna dalam menganalisis jual beli online melalui Tik Tok Shop dalam perspektif qawaid fiqhiyah. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan inspirasi dalam penyusunan artikel ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan Anda dengan sebaik-baiknya balasan. Semoga artikel ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi dalam memperkaya pemahaman tentang jual beli online dalam kerangka fiqh yang benar dan sesuai syariat.

REFERENSI

- Abidah, Itaristanti, & Udin Kamiluddin. (2024). Register Jual Beli Online Dalam Aplikasi Live Tiktok (Tinjauan Sociolinguistik). *Deiksis : Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 10(2), 164–174. <https://doi.org/10.33603/5y5nvy79>
- Al-Zarqa, M. A. (2020). *Syarah Al-Qawaid Al-Fiqhiyah*.

- Anti Fitriyatul Lailiyah, I. F., & Fageh, A. (2023). Jual Beli Online Melalui Market Place Tiktok Shop Dalam Perspektif Qowaid Fiqqiyah. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 3(2), 658–676.
- Beli, J., Branded, T., & Tiktok, V. (2023). file:///C:/Users/HP/Downloads/576172505.pdf. *Law, Development and Justice Review*, 6(1), 1–15.
- Edo Segara Gustanto. (2022). Digital Marketing dalam Perspektif Hukum Islam: Pendekatan Maqashid Syariah Index. *Tamaddun Journal of Islamic Studies*, 1(1), 70–79. <https://doi.org/10.55657/tajis.v1i1.27>
- Hidayani, R. (2021). *hukum penggunaan aplikasi tiktok menurut fatwa DSN: 75/DSN MUI/VII/2009 tentang pedoman penjualan langsung berjenjang syariah (studi kasus pengguna tik-tok kecamatan medan perjuangan kota medan)*.
- Jamaluddin, J. (2017). Konsep Dasar Muamalah & Etika Jual Beli (al-Ba'i) Perspektif Islam. *Jurnal Pemikiran Keislaman*, 28(2), 289–316. <https://doi.org/10.33367/tribakti.v28i2.485>
- Masrurroh. (2020). Analisis Maqashid Syariah Imam Haramain dalam Etika Bisnis e-Commerce Melalui Marketplace (Studi Kasus Marketplace Shopee.co.id). *SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah*, 02(02), 1–16.
- Mawardin, M., Khairunnisah, N. A., & Rosdiyanti, E. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Transaksi Online Tiktok Shop Di Kota Mataram. *JIHAD: Jurnal Ilmu Hukum Dan Administrasi*, 5(2), 49–52. <https://doi.org/10.58258/jihad.v5i2.5995>
- Rianti, R. (2021). Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Pada Marketplace Lazada. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v1i1.57>
- Shelemo, A. A. (2023). Strategi Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Santri Dalam Mencetak Santripreneur. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Tousiya, S. M., & Surahman, M. (2022). Tinjauan Fikih Muamalah dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli Dropshipping pada Marketplace X. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 1(2), 94–103. <https://doi.org/10.29313/jres.v1i2.493>
- Ulfah, Q., Ariza, A. F., & Rezeki, Y. (2023). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Mahasiswa. *Economic and Education Journal (Ecoducation)*, 5(3), 292–302. <https://doi.org/10.33503/ecoducation.v6i1.3785>
- Wahyuni, E. S. (2019). Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 186. <https://doi.org/10.29300/ba.v4i2.2429>
- Witro, D., Nurjaman, M. I., Ayu, D., & Al-Rasyid, C. S. (2022). Kontestasi Marketplace Di Indonesia Pada Era Pandemi: Analisis Strategi Promosi Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Dan Bibli Dalam Pemulihan Ekonomi Nasional. *OIKONOMIKA: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 33–42. <https://doi.org/10.53491/oikonomika.v2i2.178>