

Keabsahan Akad Jual Beli Terhadap Kebutuhan Pokok Masyarakat Era 5.0 di *Tiktok Shop*

Eka Rahayu Puspita Ningrum¹, Iza Hanifuddin²

¹ Institut Agama Islam Negeri Ponorogo; Indonesia, rahayue753@gmail.com

² Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia; izahanifuddin@iainPonorogo.ac.id

Received: 06/06/2023

Revised: 30/08/2023

Accepted: 04/10/2023

Abstract

Along with technological advances, it has a full impact on changes in civilizational lifestyles. Humans seem to be required to live in an instant world. Even cruelly, humans are served with various conveniences to achieve every desire they have without having to know about the meaning of social life. In this 5.0 era, *Tiktok Shop* is present as one of the days of technology organization with the sophistication of various features to make it easier for everyone to achieve their wants and needs efficiently and effectively. However, it is not uncommon to find cases that bring a ratan to every circle. Such as fraud committed to objects of interest because transactions are carried out in cyberspace. With phenomenal research methods and descriptive research on these problems, researchers conducted a study on the validity of buying and selling contracts on one of the *Tiktok Shop* platforms based on Islamic law. The results of this study show that in Islamic sharia, the buying and selling contract on the *Tiktok Shop* platform is valid because it can fulfill the pillars in the buying and selling contract. However, the level of validity does not guarantee the security of business transactions on the platform.

Keywords

Sale and Purchase Agreement; Tiktok; Implications; Validity

Corresponding Author

Eka Rahayu Puspita Ningrum

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo; Indonesia, rahayue753@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Transformasi dunia yang kian hari semakin berkembang memberikan dampak pada berbagai kehidupan. Seperti pada dunia digital, Setiap individu mampu mendapatkan atau menggali sebuah informasi dengan mudah dan cepat dan bahkan dapat mengaktualisasikan dirinya melalui digital komunikasi, (Rossy, 2022). Salah satu digital komunikasi yang saat ini menjadi fenomena dunia adalah *TiktokTiktok*. Aplikasi buatan Tiongkok China ini mampu menyita minat masyarakat Indonesia sekitar 50 juta jiwa dan tergolong sebagai pengguna *TiktokTiktok* aktif, (Triyanti, 2022). Selain digunakan sebagai aplikasi penghibur, *TiktokTiktok* juga berfungsi sebagai media untuk transaksi jual beli secara online, (Vira, 2022). Seperti yang diketahui bahwasanya IslamIslam memiliki aturan yang jelas sebagai landasan dalam melakukan jual beli. Secara kontekstual jual beli secara Islam bukan hanya



diperuntukan sebagai ladang memenuhi kebutuhan. Akan tetapi juga sebagai ladang kemaslahatan umat, (Fadillah & Wildana, 2022). Dan dalam Islam pun konsep jual beli adalah hal pokok yang perlu diperhatikan untuk menentukan sah atau tidaknya transaksi tersebut. Terlepas dari hal kemudahan perlu pula adanya pencermatan mengenai syariat yang digunakan, (Mona, 2022).

Tiktok menjadi sebuah aplikasi yang mampu menjadi primadona segala kalangan. Hal tersebut dikarenakan rangkain fitur yang ditawarkan *Tiktok* seolah mampu menjawab kebutuhan zaman. Seperti fitur berbelanja *online* di *Tiktok* shop, (Dyan,2022). Indonesia menduduki peringkat kedua dengan jumlah 22, 2 juta pengguna *Tiktok* aktif. 71 % menggunakan *Tiktok* untuk menemukan produk baru, dan sisanya sebagai wahana informasi dan hiburan, (Aghnia & Agustinus, 2022). Menurut Sensor , salah satu negara yang paling banyak menyumbang pengguna terbanyak aplikasi *Tiktok* adalah Indonesia. Dan berdasarkan data yang tertera sebagian besar pelaku usaha memanfaatkan *Tiktok* untuk mempromosikan produknya, (Farida & Antika, 2022). *Tiktok* tidak hanya menawarkan fitur hiburan, tetapi juga memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk melakukan jual beli, mulai dari live streaming, atau mencantumkan link produk pada setiap video yang ditampilkan, (Ainur, 2022). Dengan adanya aplikasi *Tiktok* ini membuat segala bentuk aktifitas menjadi sangat mudah, orang tidak perlu melakukan transaksi dengan bertatap muka untuk mendapatkan suatu barang yang yang dibutuhkan. Setiap manusia tidak perlu melakukan komunikasi transaksi secara lisan atau langsung guna mendaptkan apa yang diinginkan, (Dewi & Sulistyani, 2021).

Praktek jual beli online masih kerap menimbulkan permasalahan, seperti penipuan yang menimbulkan kerugian kepada konsumen. Hal ini dikarenakan adanya sebuah ketidakpastian dalam perjanjian yang dilakukan pada transaksi jual beli tersebut, (Fadillah, 2022). Selain itu fenomena transaksi online juga tidak jarang menimbulkan berbagai kasus yang merugikan seperti penipuan, dimana hal ini mengandung unsur kebatilan yang sangat dilarang dalam konsep Islam, (Eceng & Tiara, 2022). Dari beberapa unsur jual beli dalam Islam yang menjadi salah satu komponen terpenting dalam menentukan sah atau tidaknya suatu transaksi adalah akad, yang merupakan perjanjian antara kedua belah pihak untuk menekankan antara ijab dan qobul dalam suatu transaksi, (Deery, 2020). Dalam transaksi online ini konsumen tidak melakukan penawaran terhadap suatu barang dan lemahnya posisi konsumen yang dikarenakan sistem yang mengingat. Hal ini yang kemudian memunculkan beragam bentuk akad seperti akad elektronik, akad endrosment dan akad yang bersifat digital, (Dinda, 2022). Dalam Islam setiap transaksi diperbolehkan asalkan berlandaskan pada kesepakatan dan syariat Islam, (Syukron, 2022). Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti mencoba mengkaji keabsahan akad yang ada pada Tik Tok Shop, apalagi belakangan ini beredar rumor mengenai adanya penghapusan aktivitas jual beli di platfrom tersebut. Terbukti dalam sebuah penelitian yang berjudul Jual Beli Serok Live Tik Tok Shop dalam tinjauan Ekonomi Islam yang ditulis oleh Syamratun

Nurjannah, dkk menemukan kesimpulan jual beli dengan metode serok live di Tik Tok Shop terdapat sebuah ketidakpastian jumlah barang yang diperdagangkan sehingga sering terdapat kasus penipuan.

2. METODE

Untuk metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif yang digunakan untuk menjelaskan setiap ide maupun gagasan dalam penelitian. Sedangkan jenis penelitian yang diterapkan adalah penelitian kepustakaan yang mana dalam penelitian ini berfungsi untuk mendiskusikan beberapa informasi dari beberapa kajian literatur. Selain metode dan juga jenis penelitian, dalam literatur ini juga menggunakan data sekunder dengan teknik pengumpulan data melalui kajian-kajian terhadap referensi literatur atau kepustakaan terdahulu yang mana membahas terkait kajian serupa dengan penelitian selanjutnya.

Sedangkan cara atau metode yang digunakan dalam penelitian ini mendeskripsikan segala aspek yang berkaitan dengan tema dalam penelitian, yakni mendeskripsikan terkait bagaimana pentingnya keabsahan akad secara Islam dalam sebuah transaksi jual beli online yang kemudian dibenturkan dengan realita atau fenomena saat ini. Dimana hal ini menjelaskan kesesuaian antara syariat Islam tentang keabsahan akad jual beli dengan empiris dilapangan. Adapun pendeskripsian kajian ini diperoleh dari adanya beberapa kajian literatur terdahulu yang membahas beberapa keserasian dengan tema yang ada. Kajian literatur dilakukan dari berbagai sumber seperti: Buku, e-books, Jurnal, dan karya tulis ilmiah lainnya yang berkaitan dengan unsur tema yang dibuat. Yang kemudian dari berbagai informasi yang didapatkan melalui kepustakaan tersebut kemudian dikelola menjadi sebuah bahan kajian literatur. Dimulai dari pengumpulan yang melalui beberapa sumber referensi kepustakaan yang didapatkan dari berbagai media referensi seperti buku dan sumber digital lainnya yang sesuai dengan tema yaitu keabsahan akad jual beli dalam syariat Islam secara online yang dilakukan pada platform *Tiktok*. Kemudian mengkaji berbagai fenomena transaksi jual beli di e-comers *Tiktok* yang kemudian disajikan dalam bentuk data narasi. Dan langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan yang membenturkan antara teori akad jual beli secara syariat Islam dengan fenomena transaksi jual beli online di e-comers *Tiktok* yang saat ini sedang membooming. Tujuan dalam penelitian untuk menjelaskan fenomena yang berkaitan dengan akad jual beli yang dilakukan di Tik Tok Shop dengan kaca mata Islam.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Yunus dkk, dalam sebuah penelitian tentang fiqh muamalah tentang akad jual beli transaksi online yang ada pada aplikasi go food memperlihatkan bahwa transaksi tersebut telah selaras dengan syarat dan rukun akad dalam Islam, (Yunus, 2018). Menurut Putri Nurjati Rahayu, dkk menyebutkan pula bahwasanya transaksi jual beli online menggunakan Shopeei PayLater masuk

kedalam kategori ribai dan hukumnya haram, (Putri, 2022). M. Zainudin, dkk dalam penelitian akad jual beli pada Game Online Mobile Legend juga menyimpulkan bahwa hukum akad jual beli tersebut sah dan hukumnya boleh, (Zainudin, 2022). Risna dan Andiriko menyebutkan bahwa akad khiyar jual beli online pada aplikasi Lazada masih menimbulkan berbagai permasalahan, (Risna & Andiriko, 2022). Lia Luaida, menyimpulkan bahwasanya akad jual beli online emas yang dilakukan oleh Sra Gold sudah selaras dengan hukum jual beli online perspektif ekonomi Islam, (Lia, 2022). Menurut Pradia dalam penelitiannya menyebutkan bahwa jual beli online di akun Netflix @capella.appsi secara syariat Islam tidak sah akan tetapi jika dilihat dari segi rukun jual beli sah, (Parida, 2022). Dalam penelitian Firmansyah terhadap akad jual beli online saham di Bursa Efek Indonesia dinyatakan halal dan sah, (Firmansyah, 2022). Masjulita, transaksi jual beli online chip game online higgs domino secara ijab qobul jual beli sudah memiliki kejelasan akan tetapi dari segi barang yang diperdagangkan memiliki ketidakjelasan, (Masjulita & Nurhotia, 2022). Adapun Penelitian oleh Eceng terhadap transaksi jual beli online di HelloByl_Aesthetic menyebutkan dalam akad jual beli online masih terdapat beberapa syarat yang belum terpenuhi secara Islam, (Eceng, 2022). Serta menurut Fadel dalam transaksi jual beli Instagram secara praktiknya terdapat ketidaksesuaian syarat dan rukun akad secara Islam, (Fadel, 2022).

Berdasarkan teori Thahir Ibn' Asyur menjelaskan bahwasanya akad adalah mengikati sesuatu dengan sesuatu sehingga tidak menjadi bagiannya dan tidak berpisah dengannya, (Qurish, 2022). Menurut Abu Hanifah, akad yang tidak sah adalah akad yang tidak mencakup rukun dan syarat akad, (Wahbah, 2017). Sedangkan menurut Syamsuli Anwar, pertemuan ijab dan qobul sebagai pernyataan kehendak dua pihak atau lebih yang kemudian melahirkan suatu akibat hukum pada suatu objek, (Bagus, 2021). Pandangan Imam Syafi'i berpendapat akad tidak akan sah apabila salah satu syarat tidak terpenuhi, (Wahab, 2017). Berdasarkan pandangan Ibnu Abidin akad adalah pertalian antara ijab dan qobul sesuai dengan kehendak syaria, yang berpengaruh pada objek perikatan, (Abdul, 2019). Menurut Hasbi Ash-Shiddieqy menyebutkan bahwa akad perikatan antara ijab dan qobul secara yang dibenarkan syara' yang menetapkan keridhoan kedua belah pihak, (Hasbi, 2012). Menurut Mustafa Ahmad al-Zarqa dalam akad terdapat dua hal tindakan berupa perbuatan dan tindakan berupa perkataan, (Mustafa, 1998). Sedangkan menurut pendapat Yusuf al-Qaradhawi bahwasannya dalam setiap aspek transaksi ekonomi harus berdasarkan syarat atau ketentuan, (Yusuf, 2014). Sedangkan menurut Jumhur Ulama mendefinisikan akad sebagai suatu perikatan antara ijab dan qobul dengan cara yang dibenarkan syara' dan menetapkan adanya akibat hukum pada objeknya, (Sukiyat, 2020).

Selain dari segi teori peneliti juga melakukan perbandingan dengan literatur penelitian terdahulu yang hampir serupa seperti dalam penelitian ini yakni adanya penemuan yang melanggar atau

membuat batalnya akad dalam transaksi jual beli di *Tiktok*, (Hijar, 2022). Berdasarkan hasil penelitian Ida Fitriyah pada kasus jual beli online di *Tiktok* masih ditemui dengan adanya permasalahan karena masih belum sesuai dengan kompilasi hukum syariah, (Ida, 2022). Dalam penelitian Fadillah dan Wildana yang mengkaji terkait pemasaran MH Whitening Skin secara online yang dilakukan di *Tiktok* sudah dirasa sesuai dengan syariat Islam dilihat adanya tingkat kepuasan dari konsumen, (Fadillah, 2020).

Wahbah Az-Zuhaili adalah seorang anak dari seorang ayah Hafizh Qur'an yang lahir di Dair' Athiyah, Damaskus pada tahun 1932, (Rumaizuddin, 2022). Di Tahun 1956, beliau mampu menyelesaikan pendidikan tingginya disalah satu Universitas Al-Azhar di Fakultas Syariah. Dan ditahun 1959 beliau mampu menyanggah gelar magister pada Bidang Syariah Universitas Al-Azhar di Kairo. Setelah menyelesaikan pendidikannya Wahbah Az-Zuhaili memutuskan untuk menyalurkan ilmu yang dimiliki sekaligus mendalami ilmu Fiqih serta Usul Fiqih disalah satu Fakultas Syariah Universitas Damaskus. Selain mengajar beliau juga kerap kali membagi ilmunya dengan mengisi seminar-seminar atau acara televisi di Damaskus, Emirat Arab, Kuwait, dan Arab Saudi, (Wahbah, 2006). Menurut Wahbah Zuhaili jual beli yang dikemukakan oleh para ulama fiqh seperti Imam Hanafiyah mendefinisikan jual beli adalah saling tukar menukar dengan cara tertentu. Menurut Malikiyah, safi'iyah dan Hambaliyah jual beli adalah saling menukar harta dengan harta dalam bentuk pemindahan milik dan pemilikan, (Wahbah, 2006).

Wahbah Az-Zuhaili dalam salah satu kitabnya yang berjudul *Fiqh Islam Wa Adillatuhu* jilid V menjelaskan bahwasanya jual beli berarti muqabalatu syai'im bi syai'in yang artinya menukar sesuatu dengan sesuatu. Jadi penjual memberikan barang yang dijualnya dan pembeli menyerahkan uang yang dimilikinya, (Wahbah, 2010). Dalam berbagai pemikiran Wahbah Az-Zuhaili yang salah satunya mengartikan bahwasannya jual beli secara istilah adalah tukar menukar antara barang atau harta yang dilakukan dengan cara tertentu, (Hendra, 2021). Menurut Wahbah Az-Zuhaili akad jual beli akan sah apabila memenuhi rukun dan syarat jual beli tersebut yakni:

1. Pembeli dan Penjual

Dikatakan pembeli dan penjual apabila ia berakal dan mumayyiz. Mereka adalah pemilik atau wakil dari pemilik. Memiliki dasar kerelaan antara penjual dan pembeli.

2. Ijab dan Qabul

Melakukan ijab dan qabul dalam satu tempat, tidak ada yang memisahkan antara ijab dan qabul serta diucapkan dengan lafaz.

3. Objek (barang)

Objek yang dimaksud tidak boleh melarang syariat, terhindar dari najis, dapat diserahkan serta diketahui jenis dan sifatnya oleh pembeli dan penjual, (Hendra, 2021).

Menurut Wahbah Az-Zuhaili terdapat sighat yang didalamnya terdapat ijab dan qobul. Ijab adalah ungkapan pertama yang diucapkan oleh orang yang melakukan akad. Wahbah Az-Zuhaili berpendapat bahwasanya didalam ijab terdapat ucapan khusus yang menunjukkan kerelaan pertama yang ada akibat pembicaraan yang dilakukan oleh orang pertama yang berakad. Sedangkan qobul adalah pernyataan yang disebutkan kedua kali dari ucapan salah seorang yang melakukan akad yang mana ucapan tersebut memiliki makna kesepakatan antara kedua belah pihak, (Zubaidah, 2019). Selain itu Wahbah Az-Zuhaili juga berpendapat bahwasanya prinsip dasar dalam suatu perdagangan ialah *'an taradin* (suka sama suka). Maka landasan dalam melakukan transaksi jual beli menurut Wahbah Az-Zuhaili adalah kerelaan antara pihak penjual maupun pembeli, (Sahar, 2022).

Banyaknya persaingan dalam dunia pemasaran maka kini berbagai macam strategi pemasaran mulai di kembangkan. Salah satunya adalah pemasaran melalui berbagai jenis media digital. Hari ini trend pemasaran online diberbagai platform media telah berkembang. Seperti *Tiktok Shop*, yang menjadi salah satu peralihan dari pasar tradisional menuju pasar moderen. Tiktok menawarkan transaksi dengan berbagai kemudahan seperti dapat dilakukan setiap waktu. Selain itu belanja di *Tiktok Shop* juga tidak menguras tenaga. Adapun berbagai kebutuhan di *Tiktok Shop* juga dirasa sangat membantu setiap konsumen dalam memenuhinya. Adapun transaksi menggunakan *Tiktok Shop* dilakukan secara tidak langsung yakin baik itu pembeli dan penjual tidak saling berinteraksi secara langsung melainkan berinteraksi menggunakan sebuah media, seperti menggunakan *smartphone*, (Theresia, 2017).

Dalam aplikasi *Tiktok Shop* bentuk akad yang ditawarkan adalah akad jualah dimana bentuk nya adalah sayembara melalui live streaming di *Tiktok* tersebut. Kemudian setiap penjual memaparkan spesifikasi dari masing-masing produk. Dari situlah kemudian konsumen diberi kebebasan untuk memilih produk mana yang ingin dibeli. Kemudian Akan tetapi tidak jarang pula konsumen yang merasa kecewa dengan adanya transaksi tersebut, (Risna, 2021).

Maka dengan adanya fenomena tersebut Wahbah Zuhaili berpendapat setiap akad jual beli tercantum beberapa rukun yang harus dipenuhi sebagai salah satu syarat sah akad transaksi tersebut. Seperti adanya penjual dan pembeli, ada objek dan ada ijab qabul, (Wahbah, 2006). Dimana dalam transaksi jual beli di *Tiktok*, terdapat penjual dan pembeli. Penjual menawarkan produk kemasyarakat umum akan tetapi penjual tidak mengetahui bagaimana karakter si pembeli. Dari sisi pembeli, pembeli bisa saja mengetahui sipenjual maupun objek yang dijual akan tetapi tidak mampu memastikan keakuratan dari transaksi tersebut. Oleh karena itu kerap kali ditemui adanya penyelewangan dalam transaksi online seperti di *Tiktok Shop* oleh oknum-oknum tertentu. Dalam konteks jual beli Islam sighat (ijab qabul) sangat diperhitungkan guna menghindari adanya kecedraan dalam transaksi jual beli tersebut. Pada transaksi *Tiktok Shop* sighth yang kemudian melahirkan akad perjanjian dilakukan secara online dimana anata penjual dan pembeli melakukan kesepakatan dengan

adanya komunikasi secara isyarat atau virtual. Walaupun dalam ungkapan Wahbah Zuhaili dijelaskan bahwasanya dalam melakukan ijab qabul antara penjual dan pembeli diharuskan berada dalam satu tempat yang sama. Pendapat lain mengungkapkan sumpah dalam sebuah transaksi bisa dilakukan secara berisyarat seperti simbol maupun tulisan, (Wahbah, 2006). Selama dalam transaksi tersebut sama-sama mengandung unsur kerelaan antara pihak penjual maupun pembeli. Akan tetapi dari pihak penjual tetap harus menjelaskan secara detail terkait kondisi objek yang dipasarkan. Sehingga dari pihak pembeli sudah mengetahui bagaimana kelayakan produk tersebut. Kejelian dari pihak pembeli juga akan membantu memudahkan dalam proses transaksi jual beli online. Konsumen yang sudah mengetahui objek yang dibutuhkan biasanya akan jauh dari kata cidera dalam sebuah transaksi. Begitu pula dalam Islam sudah diatur bahwasanya antara penjual dan pembeli adalah mereka yang berakal dan mumayiz untuk menghindari kemudorotan dalam sebuah transaksi. Dan didalam platform *Tiktok* sudah ada hukum yang mengatur jika adanya tindakan penipuan oleh oknum-oknum tertentu.

Wahbah Zuhaili menegaskan bahwa sah atau tidaknya akad itu dilihat dari seberapa kebermanfaatannya yang ditimbulkan dalam transaksi tersebut. Bahkan menurut beliau jika dalam sebuah transaksi online ditemui adanya kecurangan maka berhak adanya ganti rugi yang harus dilakukan oleh pihak terkait. Sesuai dengan berapa besar kerugian yang dialami oleh pihak terkait. Jadi dalam transaksi jual beli di *Tiktok Shop* secara akad menurut syariat Islam masih relevansi walaupun tidak menutup kemungkinan dengan adanya dampak-dampak negatif yang ditimbulkan. Akan tetapi dalam perekonomian Islam pula dijelaskan bahwasanya umat muslim diwajibkan untuk mengembangkan adanya ilmu pengetahuan. Terkhusus dalam ilmu teknologi digitalisasi, umat muslim wajib menggali potensi akademik dibidang IT guna mendorong perekonomian bangsa yang lebih maju. Akan tetapi umat muslim tetap haruslah berhaluan pada ajaran-ajaran syariat yang telah ditentukan sejak zaman dahulu. Dan menjadikan segala bentuk aktivitas hanyalah mengharap ridho dari Allah SWT.

Karena dengan mempelajari perkembangan teknologi maka secara tidak langsung juga ikut andil dalam berhijrah untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang teknologi yang masuk dalam perekonomian. Lambat laun segala aktivitas kehidupan yang ada dimuka bumi ini secara tidak langsung perlahan akan mulai dikikis oleh kemajuan-kemajuan yang berdampak pada perubahan segala bentuk aktivitas manusia. Termasuk dalam aktivitas ekonomi, diberbagai penjuru dunia mulai dapat dirasakan dan dicermati perubahan-perubahan yang berdampak signifikan terhadap kehidupan manusia. Seperti di Negara Jepang yang mana segala bentuk aktivitas perekonomian sudah tidak lagi dilakukan oleh seorang manusia namun pelaku ekonomi melakukan aktivitas tersebut dengan bantuan kecanggihan teknologi. Selain itu di Negara Korea, masyarakat Korea tidak perlu bersusah payah mengeluarkan tenaga untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari. Cukup berdiam diri dirumah dengan memanfaatkan teknologi yang dimiliki apapun dapat dimiliki dengan mudah dan cepat. Hal ini kemudian

dapat disimpulkan bahwasanya hari ini manusia telah mengalami evolusi kehidupan yang signifikan terhadap adanya digitalisasi, bahkan tidak hanya di kedua negara tersebut namun hampir diseluruh penjuru dunia.

Begitupun di Indonesia yang notabennya adalah masyarakat konsumtif yang mana masyarakat Indonesia tercatat sebagai pengguna teknologi terbesar. Tentunya itu berdampak pada sistem pola kehidupan masyarakat Indonesia saat ini. Mulai dari kalangan anak-anak, remaja, muda, bahkan kalangan tua. Teknologi sudah mempengaruhi segala bentuk aspek kehidupan di masyarakat Indonesia, termasuk dalam dunia perekonomian. Secara empiris banyak kemudian platform digital yang menawarkan kemudahan dalam melakukan transaksi jual beli seperti di *Tiktok*. Bagi masyarakat Indonesia *Tiktok* telah hadir dan memberikan tawaran solusi yang menggiur untuk trend masa kini, termasuk dalam melakukan transaksi jual beli. Dan beberapa oknum menjelaskan bahwasannya di aplikasi *Tiktok* tersebut memiliki banyak keunggulan, seperti promosi dalam bentuk hiburan, karena para penjual mampu menawarkan atau mempromosikan produk tersebut yang dibranding dengan sebuah video.

Kemudian di *Tiktok* juga menawarkan kemudahan dan kehematan biaya, beberapa individu mengatakan jika bertransaksi di *Tiktok* tidak perlu mengeluarkan badget yang mahal, dan juga efisiensi waktu. Nah maka dari itu dengan pola konsumtif para pengguna *Tiktok* Islam hadir memandang penuh dengan kerisauan. Karena tidak banyak masyarakat yang kemudian memperdulikan syariat dalam jual beli tersebut. Transaksi tersebut dilakukan atas dasar suka sama suka, tanpa memikirkan dampak baik dan buruknya. Oleh karena itu ketika dalam sebuah transaksi tersebut justru mengakibatkan kemudhorotan maka transaksi tersebut dinilai haram. Akan tetapi jika transaksi tersebut membawa kemaslahatan umat maka transaksi tersebut halal.

Dan secara akad dalam jual beli *Tiktok* menurut Wahhab Az-Zuhaili selama proses transaksi tersebut berada dikorektor Islam dan membawa kemaslahatan bersama maka akad tersebut dapat berjalan dengan baik dan sah. Namun bilamana dalam transaksi tersebut akan merugikan atau membawa kemudhorotan baik salah satu pihak atau lebih maka akad tersebut dinilai batal dan tidak sah walaupun telah berlandaskan suka sama suka. Oleh karena itu perlu adanya pengkajian ulang terhadap hukum perekonomian Islam yang kemudian dapat dibenturkan dengan realita hari ini, sehingga dapat menciptakan masyarakat yang adil dan makmur

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa akad jual beli terhadap segala bentuk kebutuhan pokok yang ditawarkan di pasar digital, seperti *Tiktok Shop*, dapat dianggap sah dalam pandangan Islam asalkan proses transaksi tersebut tidak membawa kerugian bagi pihak yang terlibat. Akad dalam

transaksi jual beli secara Islam adalah kesepakatan antara penjual dan pembeli yang bertujuan untuk meminimalkan risiko dalam transaksi tersebut. Menurut berbagai pendapat ulama fiqh, akad bisa dilakukan secara langsung maupun berisyarat, asalkan ada kesepakatan di antara pihak-pihak yang terlibat.

Dalam konteks Tiktok atau platform digital lainnya, transaksi jual beli dapat dianggap sah meskipun pembeli dan penjual tidak saling mengenal secara pribadi. Ini karena keduanya merasa puas dengan transaksi tersebut dan melihatnya sebagai saling menguntungkan. Dalam Islam, transaksi jual beli dianggap sah jika keduanya sepakat dan rela.

Pentingnya hukum dalam konteks ini adalah untuk mengatasi situasi di mana ada pihak-pihak yang memiliki motif tercela dalam transaksi. Hukum dalam Islam harus diterapkan untuk menjaga kemaslahatan umat. Sebagai pelaku ekonomi Islam, kita juga memiliki tanggung jawab untuk mematuhi hukum Islam dan berperan dalam menegakkannya. Kesimpulannya, jual beli di platform Tiktok dan dalam dunia digital secara umum dianggap boleh dan sah dalam Islam, asalkan mematuhi prinsip-prinsip hukum Islam dan mengedepankan kemaslahatan umat.

REFERENSI

- Ainiyah, Fadillah Adella, dan wildana. "Transaksi Jual Beli Online dalam Prespektif Islam (Studi Kasus WH Whitening Skin)." Thesis, : Universitas Islam Negeri Alauddin, 2022.
- Al-Zarqa, Mustafa Ahmad. *al-Madkhal al Fiqh al Am*. Cet. 1. Beirut: Dar al- Qalam., 1998.
- Ariffin, Aghnia Nadhifa, dan Agustinus C Februadi. "Pengaruh Elektronik Word Of Mouth, Motivasi Belanja Hedonis, dan Fashion Consciousness Pengguna Tiktok terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk Fashion Lokal." Thesis, Politeknik Negeri Bandung, 2022.
- Aulia, Vira, dan dkk. "Pengaruh Konten Video Tiktok @aulion terhadap Perilaku Kreatif Mahasiswa." *Karawang:Universitas Singaperbangsa* 16, no. 11 (2022): 223–44.
- Ayu, Risna, dan Andriko. "Tinjauan Hukum Islam terhadap Pelaksanaan Akad Khiyar pada Jual Beli Online: Studi pada Aplikasi Lazada." *Bengkulu: IAIN Curup. Jurnal Ekonomi Islam* 8, no. 1 (2022): 22–42.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*. Jilid 4. Jakarta: Gema Insani, 2006.
- — —. *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*. Jilid 5. Terj. Abdul Hayyie al-Kattani, dkk. Jakarta: Gema Insani, 2010.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*. Jilid 1. Jakarta: Gema Insani, t.t.
- Farida, dan Antika Anggreani. "Pengaruh Efektifitas Promosi Terhadap Niat Beli Konsumen Produk Skincare Erto's Beauty Care Melalui Media Sosial Tiktok." *Jakarta: Universitas Sahid. Jurnal Manajemen INOVATOR* 11, no. 1 (2022): 102–22.
- Firmansyah, Riki. "PENGARUH LITERASI DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT

- MAHASISWA EKONOMI SYARIAH YANG BERINVESTASI PADA PASAR MODAL SYARIAH." PhD Thesis, Universitas Siliwangi, 2023.
- Fitriyah, Ida. "Prkatik Pengguna SpayLater dalam Jual Beli Online :Studi kasus pada Pengguna SpayLater#SpayLater Tiktok." Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim, 2022.
- Heryuliana, Mona. "Analisis Syarat Sah Jual Beli Online dalam Islam (Studi terhadap Masyarakat Pelau Online Shop di Kecamatan Ujungbatu Kabupaten Rokan Hulu." Skripsi, UIN Sultas Syarif Kasim, 2022.
- Hidayani, Risna. "Hukum Penggunaan Aplikasi Tiktok Menurut Fatwa DSN : 75/DSN MUI /VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah." Skripsi, UIN, 2021.
- Irfan, Hijar. "Implementasi Akad Jualah dalam Aplikasi Tiktok (Mahasiswa UIN Khas Jember).," Skripsi, UIN Jember, 2022.
- Luaida, dan Lia. "Analisis Penerapan Akad Wakalah dalam Jual Beli Emas Online oleh Toko Sra Glod." *Yogyakarta: STEI Hamfara. Youth & Islamic Economic Journal* 3, no. 1 (2022): 105–15.
- Oktania, dan Dyan Erlyn. "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Compatibility with Lifestyle terhadap Niat Beli di Social Commerce,," *Universitas Negeri surabaya. Jurnal Ilmu Manajemen* 10, no. 1 (2022): 109–20.
- Paramitha, Pradia Dhyana. "injauan Hukum Islam terhadap Praktik Jual Beli Akun Netflix di @Cappella.apps." Skripsi, UM, 2022.
- Qaradhawi, Yusuf al-. *Rumah Fiqih Publisng*. Terjemah Fedrian Hasmand,. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2014.
- Rahayu, Putri Nurjani. "Pengembangan Video Animasi Powtoon Mengenai Hukum Islam dalam Menganalisis Akad Jual Beli Online Menggunakan Shopee PayLater untuk Mahasiswa." *Jawa Barat: Universitas Pendidikan Indonesia. Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan* 16, no. 5 (2022): 80–90.
- Ramadhan, M. Fadel. "Tinjauan Hukum Islam Jual beli Akun Instagram :Studi pada Group Ladang Sosmed Facebook." Skripsi, UI Raden Intan Lampung, 2022.
- Ritonga, Masjulita, dan Nurhotia Harahap. "Transaksi Jual Beli Chip Game Online Higgs Domino." *Jurnal El-Thawalib* 3, no. 4 (31 Agustus 2022): 598–611. <https://doi.org/10.24952/el-thawalib.v3i4.5938>.
- Rohmatullah, Bagus. *Kaidah Fiqih Ekonomi Syariah*. Bandung: Persis Bandung., 2021.
- Rusmayanti, Dewi Sri, dan Sulistyani Agustin. "" The Influence of the Electronic Word of Mouth in Tiktok On Consumer Buying Interest in Shopee in The Era og the Covid-19 Pandemic in Bandung City." *Bandung: Politeknik Negeri Bandung. IJABO* 2, no. 3 (2021): 11–25.
- Sa'adah, Ai Nur, dan dkk. "Pesepsi Generasi Z terhadap Fitur Tiktok Shop pada Aplikasi Tiktok."

- Tasikmalaya: Universitas siliwangi. *Transekonomika* 2, no. 5 (2022): 345–60.
- Sartika, Sahar. "Pandangan Wahbah Az Zuhaili terhadap Jual Beli At Taqsit dalam Kitab Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuhu." Skripsi, UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri, 2022.
- Shidiqy, Hasbi Ash. *Pengantar Fiqih Muamalah, dikutip oleh Mardani, Fiqih Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Mishbah*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Sofyana, Dinda. "Perjanjian Jual Beli Online Melalui Marketplace Di Tinjau dari Hukum Perdata dan Hukum Islam." Skripsi, : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2022.
- Sukiyat, dan dkk. *Hadis Muamalah*. Cet. 1. Yogyakarta: Kalimedia, 2020.
- Sulistianti, Rossy Ayu. "Kontruksi Sosial Konsumen Online Shop di Media Sosial Tik tok (Studi Fenomenologi tentang Kontruksi Sosial Konsumen Generasi Z pada Online Shop Smilegoddess di Media Sosial Tiktok)." *JISIP* 6 (t.t.).
- Susanti, Deery Anzar. "Jual Beli Online Menurut Hukum Islam." *Aceh: IAI Al-Muslim. Jurnal Ekonomi Islam Al -Sharf*. 1, no. 1 (2020): 1–10.
- Syaifuddin, dan Lip Enceng. "Praktek Jual Beli dengan Sistem Pre Order Perspektif Hukum Ekonomi Syariah: Studi Kasus di Toko Online HelloByl_Aesthetic." *Garut: STAI Al- Musaddadiyah. Jurnal Jhesy* 1, no. 1 (2022): 21–37.
- Syaripudin, Eceng Lip, dan Tiara Laili Ahad. "Analisis Hukum tentang Akad Endorsment." *Garut: J-Hesy*. 00, no. 00 (2022): 1–10.
- Syukran, Muhammad. "Perspektif Hukum Islam terhadap Transaksi Jual Beli Online dengan Model Periklanan." *Sulawesi Tenggara: STAI YPIQ. Jurnal Tana Mana* 3, no. 1 (2022): 401–11.
- Triyanti, dan dkk. "Fenomena Racun Tiktok terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19." *Yogyakarta: Universitas Atma Jaya. KONSTELASI* 2, no. 1 (2022): 12–26.
- Wahab, M. Abdul. *Teori Akad dalam Fiqih Muamalah*. Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publisng, 2019.
- Wijaya, Hendra. "Hukum Jual Beli Online dengan Sistem Pre Order dalam Perspektif Hukum Islam." *Makasar: STIS. Bustanul Fuqaha* 2, no. 2 (2021): 99–115.
- Yunus, Muhammad, Fahmi Fatwa Rosyadi Satria Hamdani, dan Gusti Khairina Shofia. "TINJAUAN FIKIH MUAMALAH TERHADAP AKAD JUAL BELI DALAM TRANSAKSI ONLINE PADA APLIKASI GO-FOOD." *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (31 Januari 2018): 135–46. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v2i1.3363>.
- Zainudin, M. "Akad Jual Beli Akun Game Online Mobile Legends dalam Perspektif Hukum Ekonomi: Studi di Kampung Kota Gajah Lampung Tengah." *Lampung: IAIN Metro. Syakhhsiyah Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2022): 56–76.
- Zubaidah. "Pelaksanaan Jual Beli Perkebunan Sengon dengan Akad Ijarah Menurut Hukum Ekonomi

Syariah." *Lumajang* 3, no. 1 (2019).