

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN GAME
CAPIT PRODUK DI APLIKASI TIKTOK PERSPEKTIF HUKUM ISLAM**



TESIS

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
MEMPEROLEH GELAR MAGISTER ILMU SYARIAH**

OLEH:

**ROBI'AH AWALIYAH, S.H.
20203012017**

DOSEN PEMBIMBING:

Dr. SRI WAHYUNI, S.Ag., M.Ag., M. Hum.

**MAGISTER ILMU SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN COVER

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN GAME
CAPIT PRODUK DI APLIKASI TIKTOK PERSPEKTIF HUKUM ISLAM**



TESIS

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
MEMPEROLEH GELAR MAGISTER ILMU SYARIAH**

OLEH:

ROBI'AH AWALIYAH, S.H.

20203012017

DOSEN PEMBIMBING:

Dr. SRI WAHYUNI, S.Ag., M.Ag., M. Hum.

**MAGISTER ILMU SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2023**

SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

FM-UINSK-BM-05-03/RO

SURAT PERSETUJUAN TESIS

Hal: Tesis Saudari Robi'ah Awaliyah, S.H.

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa tesis saudara:

Nama : Robi'ah Awaliyah, S.H.

NIM : 20203012051

Judul : "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Game Capit Produk di Aplikasi TikTok Perspektif Hukum Islam"

sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Ilmu Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ilmu Syariah.

Dengan ini kami mengharap agar tesis atau tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 17 Januari 2022

Pembimbing,

Dr. Sri Wahyuni, S.Ag., M.Ag., M.Hum.
NIP. 19770107 200604 2 002

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-143/Un.02/DS/PP.00.9/01/2023

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN GAME CAPIT
PRODUK DI APLIKASI TIKTOK PRESPEKTIF HUKUM ISLAM

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ROBI'AH AWALIYAH, S.H
Nomor Induk Mahasiswa : 20203012017
Telah diujikan pada : Senin, 23 Januari 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 63d4ce02027b4

Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Sri Wahyuni, S.Ag., M.Ag., M.Hum.
SIGNED



Valid ID: 63d49ea78c3f2

Penguji II

Dr. Moh. Tamtowi, M. Ag.
SIGNED



Valid ID: 63d4c8fd7a49e

Penguji III

M. Misbahul Mujib, S.Ag., M.Hum.
SIGNED



Valid ID: 63d73f18d5fb9

Yogyakarta, 23 Januari 2023
UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

Prof. Dr. Drs. H. Makhrus, S.H., M.Hum.
SIGNED

PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIASISME

PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Robi'ah Awaliyah, S.H.
NIM : 20203012017
Prodi : Magister Ilmu Syariah
Fakultas : Syariah dan Hukum

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya dan bebas dari plagiarisme. Jika dikemudian hari terbukti bukan karya sendiri atau melakukan plagiasi maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 10 Januari 2023
Saya yang menyatakan,



Robi'ah Awaliyah, S.H.
NIM. 20203012017

ABSTRAK

Game capit merupakan salah satu trend jualan yang mulai viral di konten live streaming TikTok semenjak adanya TikTokShop. Mekanisme berjualan dengan sistem game capit memiliki dua versi yang berbeda. Pada saat berjualan dengan sistem game capit ini, penjual akan melakukan live streaming di waktu tertentu dan membuat keranjang belanja khusus guna pembeli memesan produk game capit tersebut. Setelah pembeli melakukan pesanan, penjual akan mengambil barang secara acak menggunakan alat capit maupun alat lain guna mengambil barang yang ada di dalam wadah besar. Hasil capititan itulah yang akan dikirimkan kepada pembeli. Mekanisme jual beli seperti ini disinyalir terdapat gharar di dalamnya. Perbedaan versi pertama dan kedua ialah terletak dari barang yang diperoleh, pada versi kedua, produk yang di diperoleh dapat di tukar sesuai keinginan pembeli atas persetujuan penjual. Berbagai motif konsumen dalam melakukan pembelian pastinya memiliki tujuan tertentu. Tujuan perilaku konsumsi tersebut tentu untuk mencapai kebahagiaan, namun dalam ekonomi syariah semua hal perbuatan haruslah bertujuan yang berdasar atas ketentuan hukum Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tiga hal, yaitu: Pertama, Bagaimana mekanisme jual beli game capit produk di aplikasi TikTok; kedua, apa motif pembelian game capit produk terhadap konsumen; dan ketiga, Bagaimana penerapan akad jual beli dalam pelaksanaan game capit produk di aplikasi TikTok menurut hukum Islam. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan penelitian normatif hukum Islam. Data primernya adalah data-data yang diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun data sekundernya adalah berbagai literatur yang relevan dengan penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Berdasarkan penjelasan terkait mekanisme jual beli dengan sistem game capit yang telah dipaparkan diatas, jika dikaji dalam tinjauan akad jual beli dalam hukum Islam dapat disimpulkan bahwa jual beli game capit versi pertama dilarang Sedangkan pada mekanisme jual beli game capit versi kedua diperbolehkan, karena telah terpenuhinya rukun dan syarat jual beli. Meskipun ada salah satu syarat yang tidak terpenuhi secara sempurna, yaitu adanya gharar pada kuantitas atau jumlah produk/barang yang akan diterima konsumen, tetapi ghararnya termasuk ke dalam gharar al-yasir yaitu gharar ringan yang dapat dimaafkan karena jual beli ini tidak menimbulkan banyak perselisihan di antara kedua belah pihak yang berakad sehingga dapat diterima keberadaannya. Selain itu jika dikaji kembali terkait motif konsumen dalam melakukan pembelian game capit produk ini, tidak secara keseluruhan jual beli seperti ini di larang. Karena adanya alasan konsumen dalam melakukan pembelian ialah sebatas untuk hiburan semata, bukan semata hanya melakukan akad jual beli produk tertentu. Sehingga jual beli seperti ini hukumnya mubah atau boleh. Karena adanya niat selain melakukan jual beli yang mempengaruhi hukum jual beli tersebut.

Kata Kunci: *Game Capit, Perilaku Konsumen, TikTok*

ABSTRACT

The claw game is one of the selling trends that has started to go viral on TikTok's live streaming content since the existence of the TikTokShop. The trading mechanism with the claw game system has two different versions. When selling with this claw game system, the seller will live stream at a certain time and create a special shopping cart for buyers to order the claw game product. After the buyer places an order, the seller will pick up the goods at random using tongs or other tools to pick up the items in the large container. The capitan results will be sent to the buyer. The mechanism of buying and selling like this allegedly contains gharar in it. The difference between the first and second versions lies in the goods obtained, in the second version, the products obtained can be exchanged according to the buyer's wishes with the seller's approval. Various consumer motives in making a purchase certainly have a specific purpose. The purpose of this consumption behavior is of course to achieve happiness, but in the sharia economy all actions must aim based on the provisions of Islamic law.

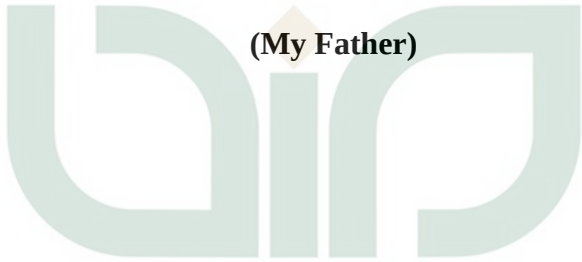
This study aims to find out three things, namely: First, what is the mechanism for buying and selling game claw products in the TikTok application; second, what are the consumers' motives for buying game claw products; and third, How is the application of the sale and purchase contract in the implementation of the product clamp game in the TikTok application according to Islamic law. This type of research is field research with a normative research approach to Islamic law. The primary data is data obtained through observation, interviews and documentation. The secondary data is various literature that is relevant to this research.

The results of the study show that based on the explanation regarding the mechanism of buying and selling with the claw game system that has been described above, if examined in a review of the buying and selling contract in Islamic law it can be concluded that the buying and selling of the first version of the claw game is prohibited while the second version of the buying and selling mechanism of the claw game is permitted. because the pillars and conditions of sale and purchase have been fulfilled. Even though there is one condition that is not fulfilled perfectly, namely the existence of gharar on the quantity or number of products/goods that consumers will receive, the gharar is included in gharar al-yasir, namely mild gharar which can be forgiven because this sale and purchase does not cause much dispute in the community. between the two parties in the contract so that its existence can be accepted. In addition, if it is reviewed again regarding consumer motives in purchasing this product claw game, not all trading like this is prohibited. Because there are reasons for consumers to make purchases that are limited to mere entertainment, not merely making a sale and purchase contract for certain products. So buying and selling like this is permissible. Because there are intentions other than buying and selling which affect the law of buying and selling.

Keywords: *Claw Games, Consumer Behavior, TikTok*

MOTTO

“Jangan terlalu jauh memikirkan hari esok kamu akan jadi apa, pikirkan dulu tentang hari ini, sudah maksimalkah? Karena untuk hari esok, kita masih melewati hari, jam, menit, bahkan detik”



(My Father)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Puji syukur pada Tuhan Semesta Alam dan Shalawat teriring salam
teruntuk kekasih-Nya

Pada karya yang sederhana ini, ku persembahkan untuk:
Ibuku Lholisotun Nisa dan Ayahku Ahyar yang sangat aku cintai
serta adik-adikku yang sangat aku sayangi, tanpa kehadiran mereka rasanya
mustahil aku bisa sampai di titik ini.

Guru-guru yang berjasa selama menempuh Pendidikan.

Almamaterku Magister Ilmu Syariah Konsentrasi Hukum Bisnis Syariah
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TERIMA KASIH

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab-Latin Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158 Tahun 1987 dan 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Arab	Nama	Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilam-bangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ša'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
هـ	ha'	H	H
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعقدين	Ditulis	Muta'qqidin
عدة	Ditulis	'iddah

C. Ta' Marbūtâh

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	Ditulis	Hibah
جزية	Ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak diperlakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti kata shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya). Bila diikuti oleh kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan “h”.

الأولياء كرامة ditulis karāmah al-auliya'

2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat fathah, kasrah, dammah, ditulis dengan tanda t.

زكاة الفطرة Ditulis Zakat al-fitri

D. Vokal Pendek

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	dammah	U	U

E. Vokal Panjang

fathah + alif	Ditulis	Ā
جاهلية	Ditulis	Jāhiliyyah
fathah + ya' mati	Ditulis	Ā
يسعى	Ditulis	yas'ā
kasrah + ya' mati	Ditulis	Ī
كريم	Ditulis	Karīm
ḍammah + wawu mati	Ditulis	Ū
فروض	Ditulis	furūd

F. Vokal Rangkap

fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
بينكم	Ditulis	Bainakum
fathah + wawu mati	Ditulis	Au
قول	Ditulis	Qaulun

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	Ditulis	a'antum
أعدت	Ditulis	u'iddat
لئن شكرتم	Ditulis	la'insyakartum

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti oleh huruf Qamariyyah

القران	Ditulis	al-Qur'ān
القياس	Ditulis	al-qiyās

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggandakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf 1 (el) nya.

السماء	Ditulis	as-samā'
--------	---------	----------

الشمس

Ditulis

asy-syams

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض

Ditulis

Ẓawī al-furūd

أهل السنة

Ditulis

Ahl as-sunnah

J. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

1. Kosa kata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: Alquran, Hadis, mazhab, syariat.
2. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku Al-Hijab.
3. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya QuraishShihab, Ahmad Syukri Soleh.
4. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Toko Hidayah, Mizan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah swt. yang telah melimpahkan karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk sehingga Tesis dengan judul “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Game Capit Produk di Aplikasi TikTok Perspektif Hukum Islam”. dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, dan segenap keluarga dan para sahabatnya yang tak kenal lelah memperjuangkan agama Islam yang ditunggu syafaatnya di *yaumil qiyamah*. Penulisan tesis ini dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Magister Ilmu Syariah Konsentrasi Hukum Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam menyelesaikan Tesis ini, penulis menyadari dengan sepenuhnya bahwa terdapat banyak pihak yang turut serta membantu dalam proses penulisan Tesis ini. Untuk itu, kepada seluruh pihak yang selama ini telah banyak membantu baik moril maupun materil, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Phil Al Makin, S.Ag., M.A, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta;
2. Prof. Dr. Drs. H. Makhrus, S.H., M.Hum, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta;
3. Dr. Abdul Mughits, S.Ag., M.Ag, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta;
4. Dr. Mansur, S.Ag., M.Ag selaku Dosen Penasehat Akademik;
5. Dr. Sri Wahyuni, S.Ag., M.Ag., M.Hum. selaku Dosen Pembimbing Tesis penulis yang telah memberikan masukan dan motivasi terbaik dalam penyusunan tesis ini;

6. Seluruh Dosen dan Civitas Akademik Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang tidak dapat Penulis sebutkan seluruhnya;
7. Kedua orang tua saya Ayahanda Ahyar dan Ibunda Kholisotunnisa yang selalu memberikan dukungan, doa yang tiada henti dan memberikan kasih sayang yang teramat besar yang tidak mungkin bisa penulis balas dengan apapun;
8. Adik-adik saya, Faizah, Ahmad dan Dian yang senantiasa mendoakan dan menghibur saya dalam menyelesaikan tesis ini.
9. Mas Adi yang sudah bersedia menjadi tempat berkeluh kesah dan euforia penulis.
10. Teman-teman seperjuangan khususnya mahasiswa Fakultas Syariah atas semua dukungan dan kerjasamanya selama mengarungi dunia perkuliahan;
11. Dan yang terakhir terima kasih kepada diri sendiri karena telah bertahan dan berjuang sampai sejauh ini, terima kasih atas kerjasamanya, terima kasih untuk tidak menyerah, terima kasih untuk terus semangat dan selalu semangat.

Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, dengan segala kekurangan dan keterbatasan yang ada, penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti pribadi, maupun bagi semua pihak dan bisa dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 12 Januari 2022



Robi'ah Awaliyah, S.H.
NIM:20203012017

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIASISME	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
BAB PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Kegunaan	4
D. Telaah Pustaka	5
E. Kerangka Teori	9
F. Metode Penelitian	17
G. Sistematika Pembahasan	20
BAB II JUAL BELI ONLINE DAN PERILAKU KONSUMSI DALAM ISLAM	23
A. Jual Beli dalam Hukum Islam	23
1. Pengertian Jual Beli	23
2. Dasar Hukum Kebolehan Jual Beli.....	24
3. Rukun dan Syarat Jual Beli	25
4. Macam-macam Jual Beli	30
B. Jual Beli Gharar dalam Islam	32
C. Prinsip ‘ <i>Antāradhin</i> ’ dalam Jual Beli	39
D. Jual Beli Online.....	43
1. Pengertian Jual Beli Online (E-Commerce)	43

2. Subjek dan Objek Jual Beli Online	45
3. Tempat Jual Beli Online	45
4. Model Jual Beli Online	47
5. Kelebihan dan Kekurangan Transaksi Jual Beli Online.....	55
E. Perilaku Konsumen	60
1. Faktor Lingkungan.....	60
F. Motif Konsumen	63
G. Perilaku Konsumsi dalam Islam.....	65
1. Dasar-Dasar dan Prinsip-Prinsip Konsumsi dalam Islam.....	66
2. Perilaku Konsumen Muslim	68
3. Tingkat Kebutuhan Muslim.....	69
4. Etika muslim dalam Berkonsumsi	71
5. Rasionalitas dalam berkonsumsi.....	72
BAB III MEKANISME JUAL BELI GAME CAPIT PRODUK DAN MOTIF	
PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN GAME CAPIT	
.....	74
A. Gambaran Umum Aplikasi TikTok	74
1. Profil Aplikasi TikTok	74
2. Fitur pada Aplikasi TikTok	76
B. Mekanisme Pembelian Game Capit di Aplikasi TikTok.....	82
C. Motif Konsumen dalam Pembelian Game Capit Produk	87
D. Produk yang Diperoleh di Game Capit TikTok	94
E. Pendapat Konsumen Setelah Membeli Game capit Produk di Aplikasi TikTok	100
BAB IV ANALISIS TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP JUAL BELI	
DENGAN SISTEM GAME CAPIT DI <i>LIVE STREAMING</i> TIKTOK.	
A. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli dengan Mekanisme Game Capit di <i>Live streaming</i> TikTok.....	106
1. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Mekanisme Jual Beli Game Capit Versi Pertama.....	112
2. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Mekanisme Jual Beli Game Capit Versi Kedua	115

B. Analisis Perilaku Konsumsi Terhadap Motif Konsumen Pada Pembelian Game Capit Produk di Aplikasi TikTok.....	121
BAB V PENUTUP	131
A. Kesimpulan	131
B. Saran.....	133
DAFTAR PUSTAKA	135
2. JURNAL dan TESIS	137
LAMPIRAN-LAMPIRAN	I
CURRICULUM VITAE.....	XI



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Game capit merupakan salah satu mekanisme jual beli online yang mulai viral di konten *live streaming* TikTok semenjak adanya *TikTokShop*. *TikTokShop* merupakan fitur *e-commerce* berbasis social media yang memungkinkan para creator atau penggunanya mempromosikan sekaligus menjual produknya dalam satu aplikasi, yaitu TikTok.¹ Pada saat berjualan dengan sistem game capit ini, penjual akan melakukan live streaming di waktu tertentu dan membuat keranjang belanja khusus guna pembeli memesan produk game capit tersebut. Setelah pembeli melakukan pesanan, penjual akan membacakan resi, kemudian mengambil barang secara acak menggunakan alat capit maupun alat lain guna mengambil barang yang ada di dalam wadah besar. Hasil produk yang dicapit itulah yang akan dikirimkan kepada pembeli.

Seperti contoh, harga satu coklat kemasan dijual dengan harga 20 ribu rupiah, maka ketika game capit akan dijual seharga 60 ribu rupiah untuk satu kali pemesanan. Setelah membacakan resi pemesan secara live, penjual akan mengambil coklat-coklat tersebut di dalam wadah besar dengan menggunakan alat capit, semisal mendapat 5 buah coklat maka itulah barang yang akan di dapat oleh pembeli. Jual beli seperti ini disinyalir adanya unsur gharar dan untung-

¹ “Apa Itu Tiktok Shop dan Cara Menggunakannya”,
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220920115210-190-850204/apa-itu-tiktok-shop-dan-cara-menggunakannya> Diakse Pada Tanggal 13 Oktober 2022.

untungan di dalamnya. Karena adanya ketidakpastian terkait produk yang akan di dapat oleh pembeli jika membeli game capit produk tersebut.

Islam melarang keras segala bentuk kegiatan ekonomi yang didalamnya terdapat unsur eksploitasi berupa riba, gharar dan maisir.² Pelarangan tersebut bertujuan untuk menghindari dampak buruk yang akan diterima oleh salah satu pihak yang melakukan kegiatan ekonomi. Islam sangat melarang keras segala bentuk kegiatan ekonomi yang didalamnya terdapat unsur eksploitasi berupa riba dan transaksi yang belum jelas bentuknya, yaitu gharar. Secara bahasa, gharar adalah bahaya atau resiko. Sedangkan dalam bentuk lainnya, gharar dapat diasosiasikan dengan kata taghrir yang berarti menukarkan benda kepada orang lain dengan adanya unsur tersembunyi atau tidak diketahui dengan tujuan merugikan atau membahayakan.³

Berdasarkan pengalaman peneliti, diaplikasi TikTok terdapat berbagai macam toko yang menjual barangnya seperti pakaian, kosmetik, aksesoris dan makanan dengan mekanisme penjualan live streaming game capit. Pada awal kemunculannya, mekanisme penjualan dengan game capit ini tidak dapat merequest atau meminta produk sesuai yang diinginkan konsumen. Namun saat ini, mekanisme game capit yang ada, membolehkan konsumennya merequest atau meminta produk sesuai yang diinginkannya berdasarkan persetujuan penjual.

² Efa Rodiah Nur, "Riba dan Gharar: Suatu Tinjauan Hukum dan Etika dalam Transaksi Bisnis Modern", *Al-Adalah Journal Online*, Vol. 12 No. 1, 2015.

³ Siddiq Mohammad Ai-Ameen Al-Dhareer, *Gharar and Its Effects On Contemporary Transacrions*, IRTI Islamic Development Bank, Jeddah, 1997 hlm. 6 lihat juga, Nabil A. Saleh, *Unlawful Gain and Legitimate Profit in Islamic Law*, Graham & Trotman, London, 1992, hlm. 16-17

Penjual juga telah memberikan batasan terkait jumlah produk yang akan di dapat konsumen nantinya jika membeli produk game capit di tokonya, peneliti menyebut mekanisme game capit ini dengan mekanisme game capit versi kedua.

Berbagai motif konsumen dalam melakukan pembelian pastinya memiliki tujuan tertentu. Tujuannya tentu untuk mencapai kebahagiaan, namun dalam ekonomi syariah semua hal perbuatan haruslah bertujuan yang berdasar atas ketentuan hukum Islam. Adanya jual beli game capit produk seperti ini sebenarnya menciderai hakikat jual beli yang harus memberikan kejelasan/transparansi produk terkait barang yang dijual dan di dapat oleh pembeli. Kejelasan inilah yang akan mendorong pembeli untuk memberikan keputusannya terhadap barang yang akan dibelinya, apakah sesuai dengan kebutuhannya atau tidak, sementara game capit produk tidak memenuhi kriteria tersebut (spekulasi). Sehingga perlu diketahui motif konsumen dalam melakukan pembelian terhadap game capit produk tersebut.

Motif konsumen merupakan suatu dorongan yang muncul dan menggerakkan untuk melakukan pembelian terhadap suatu barang atau jasa tertentu yang bisa dipengaruhi dari diri sendiri ataupun orang lain. Alasan konsumen dalam melakukan pembelian memiliki beberapa motif, diantaranya motif emosional, motif rasional, motif *biogenic*, motif *psikogenic*, dan motif *patronage*.⁴ Motif-motif tersebut haruslah dapat memberikan keuntungan dan kebaikan konsumen dalam melakukan kegiatan ekonomi untuk menghindari hal yang tidak diinginkan.

⁴ Anita Dyah Juniarti, "Analisis Motif Konsumen Dilihat dari Status Perkawinan di Wilayah Serang dan Pandeglang", *Jurnal Intent*, UBAJA, Vol. 2 No. 1 (2019)

Fenomena di atas tampak menarik untuk diteliti lebih jauh terkait motif dan tujuan konsumen dalam melakukan pembelian produk game capit tersebut, yang mana barang atau produk yang di dapat konsumen berbeda-beda jenis dan jumlah yang akan di dapatnya. Sehingga hal ini tentunya memberikan dampak tersendiri bagi konsumen. Terlebih lagi bagaimana pandangan ekonomi islam melihat fenomena ini sebagai hal yang harus memberikan pencerahan bagi konsumen, pelapak, dan patform tentunya. Maka dari itu penulis tertarik mengambil judul **“Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Game Capit Produk di Aplikasi TikTok Shop Perspektif Hukum Islam”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang peneliti, maka permasalahan yang akan menjadi dasar dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme jual beli game capit produk di aplikasi TikTok?
2. Apa motif konsumen terhadap pembelian produk game capit?
3. Bagaimana penerapan akad jual beli dalam pelaksanaan game capit produk di aplikasi TikTok menurut hukum Islam?

C. Tujuan dan Kegunaan

Tujuan dan kegunaan dalam penulisan penelitian ini didasarkan kepada pokok permasalahan sebelumnya. Adapun tujuan dalam penelitian ini akan dipaparkan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis mekanisme jual beli game capit produk di TikTok Shop.
2. Untuk menganalisis motif konsumen terhadap pembelian produk game capit.

3. Untuk menganalisis penerapan akad jual beli dalam pelaksanaan game capit produk di aplikasi TikTok menurut hukum Islam.

Kegunaan dalam penelitian ini akan dipaparkan sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk memberikan gambaran bagaimana produk game capit diperjualbelikan di TikTok Shop. Diharapkan pula menjadi sumbangsih pemikiran bagi masyarakat dan para produsen game capit produk agar dapat menemukan terobosan baru namun tidak menjadikan konsumen tabzir dalam mengelola keuangannya.

2. Manfaat Praktis

Dalam penelitian yang telah peneliti lakukan, diharapkan penelitian yang telah dilakukan dapat menambah pengetahuan dan menerapkan pola pikir belajar kritis dalam menganalisa pelaksanaan jual beli game capit produk sehingga mengetahui bagaimana pentingnya peran akad dalam sebuah transaksi jual beli.

D. Telaah Pustaka

Penelitian yang berhubungan dengan permasalahan hukum ekonomi syari'ah tergolong sangat banyak, terlebih tentang hukum jual beli. Adapun penelitian terdahulu yang relevansinya tidak jauh berbeda dengan penelitian yang akan dibahas diantaranya:

Fahrurrozi.⁵ Hasil penelitian menyimpulkan (1) konsep fikih muamalah akad ba'i mengacu pada hubungan jual beli yang didasari oleh konsep halal dan haram,

⁵ Fahrurrozi, "Tinjauan Fikih Muamalah Akad Ba'I Terhadap Praktik Jual Beli Mystery Box di situs Tokopedia", *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, Vol 7, No.1, Februari 2021.

keadilan berdasarkan konsep ekonomi Islam yang sesuai dengan prinsip-prinsip muamalah serta syarat dan rukun yang ada, dengan rasa saling ridho dan terhindar dari rugi merugikan. (2) Praktik jual beli mystery box dilakukan dengan pembeli memilih produk dan harga mystery box dengan informasi barang didalamnya yang sangat terbatas, dan melakukan pembayaran hingga terkonfirmasi, selanjutnya penjual memilihkan barang yang akan dikirim secara acak (random). (3) Berdasarkan hasil tinjauan fikih muamalah akad bai, deskripsi barang dalam box tersebut tidak diketahui secara jelas (gharar) dan dengan harga mystery box yang cukup mahal (gharar katsir), serta adanya kekecewaan dari beberapa pembeli (dzalim), maka praktik jual beli mystery box ini dilarang.

Dani El Qori.⁶ Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Akad bai` tidak bisa diterapkan dalam transaksi e-commerce berbasis market place, karena objek akad tidak diketahui keberadaannya secara langsung oleh pembeli. Transaksi e-commerce lebih dekat dengan akad salam, karena dalam akad salam muslim fihi tidak harus diketahui wujudnya oleh pembeli. Secara umum persyaratan akad salam telah terpenuhi dalam transaksi e-commerce berbasis marketplace. Transaksi ini hukumnya sah menggunakan akad salam dalam perspektif madzhab Syafi'i. Terdapat beberapa bentuk praktik transaksi e-commerce berbasis market place yang melanggar persyaratan akad salam dalam perspektif madzhab Syafi'i, yaitu dalam praktik penjualan dengan model mystery box, random colour, penjualan emas

⁶ Doni El Qori, "Transaksi E-Commerce Berbasis Marketplace Antara Akad Salam dan Gharar Perspektif Fiqih Madzhab Syafi'I", *MIYAH: Jurnal Studi Islam*, Vol. 16, No. 2, Agustus 2020.

batangan atau perhiasan emas, minuman keras, dan transaksi e-commerce yang menggunakan metode pembayaran COD.

Moh. Haliimur Rosyid.⁷ Adapun hasil penelitian sebagai berikut: 1) Mayoritas konsumen menyatakan bahwa mystery box merupakan barang yang dirahasiakan isinya dengan tujuan untuk memberikan rasa penasaran kepada konsumen. Berdasarkan tinjauan dalam ekonomi Islam, mystery box seharusnya tidak boleh diperjualbelikan. 2) Mekanisme transaksi jual beli mystery box menggunakan akad salam bisa dikatakan tidak sah dikarenakan tidak memenuhi salah satu dari syarat-syarat yang ditentukan. 3) Motif konsumen dalam melakukan transaksi atau pembelian harta atas dasar mencari hiburan untuk mendapatkan barang yang mengandung unsur ketidakpastian (gharar) adalah tindakan yang kurang benar, seharusnya semua aktifitas termasuk konsumsi dilakukan atas dasar mashlahah. 4) Pembelian mystery box memberikan dampak buruk bagi sebagian konsumen. Secara psikologis, sebagian konsumen merasa kecewa dengan ekspektasi mereka sendiri. Padahal, mereka sadar bahwa membeli sesuatu barang yang belum pasti merupakan hal yang tidak diperbolehkan.

Tuah Itona⁸. Penelitian ini menjelaskan bahwa Gharar dan maisir yang berkembang sejak jaman jahiliyyah hingga era perekonomian modern saat ini cenderung merefleksikan ketidakpastian dan untung-untungan. Refleksi ini bisa dilihat dari hasil yang tidak jelas dan keuntungan atau kerugian yang hanya

⁷ Moh. Haliimur Rosyid, "Analisis Perilaku Konsumen Mystery Box Perspektif Islam", *Tesis*, Program Magister Prodi Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021.

⁸ Tuah Itona, "Praktir Gharar dan Maisir Era Modern", *Muamalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, Vol.14, No.2, Desember 2022.

berpihak kepada salah satu pihak. Transaksi yang inheren dengan unsur gharar dan maisir berimbas pada ketidakadilan dan ketidakrelaan. Oleh karena transaksi ini dilarang dalam Islam dan sebagai pelaku ekonomi manusia harus lebih berhati-hati dan memilih-memilah agar terhindar dari gharar dan maisir yang pada era modern ini telah berubah menjadi beberapa bentuk seperti dalam perbankan, asuransi, bursa saham, judi online maupun game online.

Darussalam.⁹ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jual beli online (e-commerce) secara gharar itu hukumnya haram dan berimplikasi terhadap batalnya jual beli tersebut. Hadis ini menganjurkan agar barang atau sesuatu yang menjadi obyek akad itu terhindar dari kesamaran dan riba. Atas dasar itu disimpulkan bahwa suatu aturan umum mengenai obyek akad, yaitu bahwa obyek akad tersebut harus merupakan barang yang dapat dipastikan bisa diserahkan, barangnya dapat dimanfaatkan, kejelasan status penjual, kesesuaian harga dengan kualitas barang, dan berlaku jujur. Adanya implementasi inilah nilai-nilai ajaran Islam (budaya jual beli) mendukung dan mewujudkan kesejahteraan bangsa di era modernisasi khususnya pada masyarakat Indonesia. Dengan kata lain berhati-hati dalam melakukan transaksi jual beli agar terhindar dari unsur penipuan.

Berdasarkan beberapa pemaparan tentang penelitian yang berkaitan dengan judul penulis maka dapat dilihat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan. Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya bisa dilihat dari persamaan beberapa teori yang juga akan dipakai peneliti untuk

⁹ Darussalam, "Larangan Jual Beli Gharar Perspektif Hadis (Kajian Fiqh al-Hadis), *Tesis*, Program Pascasarjana Prodi Ilmu Hadis, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, 2019.

menganalisis permasalahan yang ditemukan dalam transaksi jual beli online. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada objek kajian yang dimana peneliti akan menjadikan sumber informan atau narasumber adalah para konsumen yang membeli game capit produk di aplikasi TikTok.

E. Kerangka Teori

1. Motif Konsumen

Motif menurut American Encyclopedia (Nugroho J. Setiadi, 2003) adalah kecenderungan (suatu sifat yang merupakan pokok pertentangan) dalam diri seseorang yang membangkitkan topangan dan tindakan. Motif meliputi faktor kebutuhan biologis dan emosional yang hanya dapat diduga dari pengamatan tingkah laku manusia.¹⁰ Motif merupakan dorongan yang muncul dari dalam diri atau dari luar diri (lingkungan) yang menjadi faktor penggerak ke arah tujuan yang ingin dicapai. Terkait dengan konsumen, motivasi bisa diartikan sebagai dorongan yang menggerakkan konsumen untuk memutuskan bertindak ke arah pencapaian tujuan, yaitu memenuhi berbagai macam kebutuhan dan keinginan (Sangadji & Sopiah, 2013).

Berdasarkan pengertian tersebut, motif konsumen adalah dorongan yang timbul akibat pengaruh internal dan eksternal terhadap diri konsumen untuk melakukan tindakan pembelian barang atau jasa atau keadaan di dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan guna mencapai suatu tujuan. Alasan konsumen dalam melakukan pembelian

¹⁰ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Kharisma Putra, 2013), hlm. 26.

memiliki beberapa motif, diantaranya motif emosional, motif rasional, motif *biogenic*, motif *psikogenic*, dan motif *patronage*.¹¹

2. Perilaku Konsumsi dalam Islam

Konsumsi merupakan satu dari tiga pokok ekonomi selain produksi dan distribusi. Konsumsi secara umum dimaknai sebagai tindakan untuk mengurangi atau menghabiskan guna ekonomi suatu benda, seperti memakan makanan, memakai baju, mengendarai sepeda motor, menempati rumah, dan lain-lain. Dalam ilmu ekonomi konsumsi adalah setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.¹² Jadi, perilaku konsumsi tidak hanya menyangkut perilaku makan dan minum saja, tetapi juga perilaku ekonomi lainnya seperti membeli dan memakai baju, membeli dan memakai kendaraan, membeli dan memakai sepatu dan sebagainya.¹³

Beberapa aturan yang dapat dijadikan pegangan untuk mewujudkan rasionalitas dalam konsumsi yaitu,¹⁴ pertama, tidak hidup bermewah-mewahan. Kedua, menjauhi perilaku israf dan tabdzir. Ketiga, melakukan konsumsi yang seimbang. Keempat, menjauhi mengkonsumsi atas barang dan jasa yang membahayakan. Salah satu pakar ekonomi muslim Muhammad Abdul Mannan menawarkan lima prinsip konsumsi dalam Islam, yaitu, prinsip keadilan, prinsip

¹¹ Anita Dyah Juniarti, “Analisis Motif Konsumen Dilihat dari Status Perkawinan di Wilayah Serang dan Pandeglang”, *Jurnal Intent*, UBAJA, Vol. 2 No. 1 (2019)

¹² Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), hlm. 178.

¹³ Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*, (Yogyakarta: Lembaga Pengkajian dan Pengamalan Islam (LPPI), 2001), hlm. 178-179.

¹⁴ Said Sa’ad Marthon, *Ekonomi Islam: Ditengah Krisis Ekonomi Global*, Cet.3 (Yogyakarta: Zikrul Hakim, 2007), hlm. 80.

kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati, serta aspek moralitas yang mengandung arti bahwa perilaku konsumen muslim harus tetap tunduk pada norma-norma yang berlaku dalam Islam yang tercermin baik sebelum, sewaktu dan sesudah konsumsi.

2. Jual Beli Gharar

Arti dalam Bahasa arab gharar adalah *al-khathr*; pertaruhan, *majhul al-aqibah*; tidak jelas hasilnya, ataupun dapat juga diartikan sebagai *al-mukhatarah*; pertaruhan dan *al-jahalah*; ketidakjelasan. Gharar merupakan bentuk keraguan, tipuan, atau tindakan yang bertujuan untuk merugikan orang lain. Dilihat dari beberapa arti kata tersebut, yang dimaksud dengan gharar dapat diartikan sebagai semua bentuk jual beli yang didalamnya mengandung unsur-unsur ketidakjelasan, pertaruhan atau perjudian. Dari semuanya mengakibatkan atas hasil yang tidak pasti terhadap hak dan kewajiban dalam suatu transaksi/jual beli.¹⁵

Secara terminologi menurut Wahbah Zuhaili dengan mengutip pendapat Prof az-Zarqa jual beli gharar adalah jual beli barang yang tidak pasti ada wujudnya dan tidak pasti ada batasannya, hal ini disebabkan adanya unsur tipuan dan spekulasi yang menyamai jenis tindakan perjudian. Jenis gharar yang membuat batal transaksi jual beli adalah yang tidak jelas wujud barangnya, dalam artian ada kemungkinan barang ada atau tidak ada. Jadi kesimpulannya jual beli gharar adalah jual beli yang mengandung bahaya dan kerugian bagi salah satu pihak yang terlibat dalam

¹⁵ Nadrattuzaman Hosen, "Analisis Bentuk Gharar Dalam Transaksi Ekonomi", *Al-Iqtishad*, Vol. 1, No. 1, (Januari 2009), hlm. 54.

transaksi jual beli tersebut dan bisa mengakibatkan hilangnya harta atau barangnya.¹⁶

Jual beli gharar terjadi karena ketidakpastian dalam pertukaran. Jika di dalamnya mengandung sebuah tindakan dan transaksi yang berbentuk spekulasi, suatu pertukaran atau jual beli tersebut akan menghasilkan ketidakpastian dan akan menimbulkan satu dari tiga kemungkinan: yaitu rugi, untung dan 'impas' yaitu tidak untung dan tidak rugi (impas). Ketidakpastian yang timbul dari aksi spekulasi dalam suatu pertukaran atau jual beli seperti inilah yang dalam ajaran Islam disebut sebagai *taghrir* (*gharar*) dan sesuatu dilarang, karena kecenderungannya adalah merugikan salah satu pihak yang bertransaksi.¹⁷ Dalam kitab al-Furuq¹⁸ gharar dapat diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu:

a. Gharar Al-Katsir (Gharar Berat)

Gharar al-katsir yaitu jenis ketidakjelasan tingkat teratas yang kadar ketidakjelasan cukup tinggi. Misalnya, transaksi penjualan ikan yang masih ada di dalam kolam karena belum bisa dilihat dan diketahui kualitas dan kuantitas secara jelas sehingga sangat mungkin terjadi kekeliruan saat menebak. Transaksi jenis ini jelas dilarang dan haram hukumnya.¹⁹ Misalnya menjual bayi binatang

¹⁶ Wahbah Az-Zuhaili, *Al-Fiqh Al-Islamy wa Adillatuhu*, Terj. Abdul Hayyie Al-Kattani, Jilid 5 (Jakarta: Gema Insani, 2011), hlm. 101.

¹⁷ Adiwarman Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 80.

¹⁸ Ibnu Rajab, *Al-Furuq*, 3/265

¹⁹ Dalam kajian fikih klasik, transaksi kategori gharar katsir yang benar-benar dilarang syari'ah yaitu: (1) ba'I al-madamin: yaitu jual beli benih yang akan jadi dari ekor ternak jantan setelah terjadinya perkawinan dengan induk betina. (2) ba'I al-malaqih: yaitu jual beli indung telur dari ternak betina yang tersebut belum mengandung. (3) ba'I habl al-hablah: yaitu jual beli anak ternak yang masih ada dalam kandungan induknya. (4) ba'I al-mulasamah: yaitu jual beli barang yang dilakukan dengan menyentuhkan tangan pada barang yang diinginkan diantara sekian banyak barang yang sama. (5) ba'I al-munabazah: yaitu jual beli dengan cara menutup mata kemudian

yang masih dalam perut induknya tanpa menjual induknya sekaligus, menjual barang yang tidak jelas jenisnya, akan menyerahkan biaya pembelian tapi tidak menentukan waktunya secara jelas, dan lainnya.

b. Gharar Al-Yasir (Gharar Ringan)

Gharar al-yasir (ringan), yaitu ketidaktahuan sedikit yang tidak menyebabkan perselisihan diantara kedua belah pihak dan keberadaannya dimaafkan karena tidak merusak akad. Para ulama membolehkan karena alasan kebutuhan (hajat).²⁰ Definisi lain menyebutkan bahwa gharar ringan merupakan gharar yang tidak bisa dihindarkan dalam setiap akad dan dimaklumi menurut 'urf tujjar (tradisi pebisnis) sehingga pelaku akad tidak dirugikan dengan gharar tersebut.

c. Gharar Al-Mutawasithah

Gharar al-mutawasithah, yaitu gharar yang keberadaannya diperselisihkan oleh para ulama, apakah termasuk ke dalam gharar al-yasir (gharar ringan) atau gharar al-katsir (gharar berat), atau keberadaannya berada di bawah gharar al-katsir (gharar berat) dan berada diatas gharar al-yasir (gharar ringan).

mengambil salah satu barang dan dilemparkannya, barang yang dilempar itulah menjadi objek yang dibeli atas harga yang sudah di bayar di muka. (6) ba'I al-hasah: yaitu jual beli dengan melemparkan batu kerikil kepada barang-barang tertentu, dimana barang yang terkena lemparan batu kerikil tersebut menjadi objek transaksi yang harganya telah di bayar di muka. (7) ba'I darb al-qanis: yaitu jual beli barang yang akan dihasilkan dari lemparan jala/jarring ke dalam laut. Ikan yang terjaring akan menjadi objek transaksi yang pembayarannya telah di bayar di muka. (8) ba'I darb al-gais: yaitu jual beli yang dilakukan penyelam Mutiara yang melakukan transaksi sebelum mendapatkan mutiaranya. Sehingga sebelum Mutiara yang menjadi objek jual beli diperoleh, si penyelam sudah lebih dulu melakukan transaksi jual beli. (9) ba'I al muzabanah 'araya: yaitu jual beli kurma atau anggur yang masih belum di tuai dengan kurma dan anggur yang telah di tuai kadar kedua jenis barang tersebut didasarkan pada perkiraan saja, bukan dengan timbangan atau takaran tertentu. (10) ba'I al-muhaqalah: yaitu jual beli gandum yang masih belum di tuai dengan gandum yang semisalnya dengan kadar pertukaran perkiraan saja.

²⁰ Panji Adam, *Fikih Muamalah Adabiyah*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2018), hlm. 222.

3. Prinsip ‘*Antarādhin*

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) istilah prinsip adalah asas, yaitu kebenaran yang menjadi pokok dasar berpikir, bentuk kegiatan, dan bertindak. Sedangkan ‘*antarādhin* adalah pertukaran harta antara dua pihak atas dasar saling rela. Jadi prinsip antaradhin adalah bentuk-bentuk kegiatan yang mengedepankan sikap sama-sama ridha (rela) dalam kegiatan mu’amalah baik dalam proses transaksi maupun setelah transaksi terjadi (jual beli), dengan maksud tidak merugikan orang lain akibat menyembunyikan sesuatu informasi yang diketahui. Dalam prinsip ini keridhaan yang harus dijaga dan dilakukan oleh pedagang.²¹

Antaradhin terdiri dari dua suku kata “‘*an*” dan “‘*tarādhin*”. Tarādhin berasal dari *tarādhaya*, *yatarādhayu*, *tāradhuyan* setimbang dengan *tafā’ala*, *yatafā’alu*, *tāfa’ulan* yang berarti suka. Dengan menggunakan bina musyarakah menunjukkan arti saling suka menyukai (*mutual consent or agreement*). Penambahan huruf “‘*an*” menunjukkan bahwa prinsip suka sama suka tersebut haruslah muncul dari keinginan hati masing-masing pihak yang dibuktikan dengan adanya ijab dan qabul, bukan suka sama suka dalam arti formal.²² Keharusan ‘*antarādhin* dalam bertransaksi jual beli tertuang dalam firman Allah Surah An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ
كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا²³

²¹ Gibtiah, *Fikih Kontemporer*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), hlm. 118.

²² Mohammad Rusfi, *Antaradhin Dalam Perspektif Perdagangan Kontemporer dan Implikasinya Terhadap Pemindahan Hak Kepemilikan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), hlm. 23.

²³ An-Nisa [4] : 29

Berdasarkan ayat tersebut ‘*antarādhin*’ merupakan prinsip yang mesti ada dalam proses jual beli, karena interaksi manusia dalam melakukan berbagai transaksi termasuk jual beli haruslah berdasarkan asas-asas yang berlaku pada muamalat seperti kepentingan bersama melalui pertukaran manfaat, atas dasar saling merelakan, saling menguntungkan, saling percaya mempercayai, dan bekerja sama sehingga tidak menimbulkan perdagangan yang saling menipu, riba dan maisir.²⁴ Ibnu Katsir menafsirkan kata ‘*antarādhin*’ ayat 29 dari surah An-Nisa’ tersebut bahwa, janganlah kalian menjalankan usaha yang menyebabkan perbuatan yang diharamkan tetapi berniagaalah menurut aturan syariat yaitu perniagaan yang dilakukan suka sama suka (‘*antarādhin*’) di antara pihak pembeli dan penjual. Dan menganjurkan untuk mencari keuntungan yang diakui oleh syariat (Ibnu Kasir, t.th.: 558).

Islam mensyaratkan setiap transaksi perdagangan harus berdasarkan kerelaan kedua belah pihak (penjual dan pembeli) yang terlibat. Transaksi tidak sah dengan ketidakrelaan salah satu atau kedua belah pihak. Karena keridhaan dalam bertransaksi adalah merupakan prinsip. Oleh karena itu transaksi barulah sah apabila didasari oleh rida kedua belah pihak. Sebuah kaidah fiqhiyah menyebutkan “Hukum asal dalam transaksi adalah keridhaan kedua belah pihak yang berakad, hasilnya adalah berlaku sahnyanya yang diakadkan”.²⁵ Adiwarmanto A. Karim menyebutkan bahwa wujud dari sikap ‘*antarādhin*’ adalah para pihak yang berakad harus memiliki informasi yang sama. Tidak boleh ada sikap merasa dicurangi

²⁴ *Ibid.*, hlm. 24.

²⁵ A. Djazuli, *Kaidah-kaidah Fikih: Kaidah-kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-masalah yang Praktis*, (Jakarta: Pranata Media, 2006), hlm. 130.

karena salah satu pihak mempunyai informasi dengan tidak memberitahukan informasi yang dia ketahui kepada pihak lain.²⁶

Persetujuan kedua belah pihak yang merupakan suatu kesepakatan haruslah diberikan secara bebas atau adanya kerelaan dari masing-masing pihak. Dalam ilmu fiqh Islam terdapat empat hal yang merusak keadaan saling rela, yaitu: 1. Paksaan 2. Kekhilafan 3. Penipuan, dan 4. Adanya ketidaksetaraan nilai tukar yang menyolok antara dua barang yang dipertukarkan karena adanya perdayaan atau tipuan. Walaupun tolak ukur untuk sebuah keridhaan itu tersembunyi di lubuk hati, tetapi secara tidak langsung tanda-tanda seseorang yang ridha itu terlihat. Ijab qobul atau yang biasa disebut dengan serah terima adalah bentuk yang digunakan dalam suatu jual beli atau pemindahan suatu hak kepemilikan sebagai suatu tolak ukur keridhaan.²⁷

Dilihat dari aspek pengertian tentang ‘*antarādhin*’ (sebagaimana dijelaskan di atas), bahwa salah satu bahagian dari perilaku yang menimbulkan ketidakridaan dalam perdagangan adalah lahirnya perilaku menyembunyikan informasi sebenarnya berkaitan dengan akad yang dilakukan, atau yang dalam istilah fiqh disebut dengan penipuan terhadap para pihak yang berakad. Dalam hal ini para pihak dalam perdagangan atau jual beli.²⁸

²⁶ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam, Analisis Fiqih dan Keuangan*, Cet. VII (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 31.

²⁷ Ahliwan Ardhinata, Sunan Fanani, “Keridhaan (Antaradhin) dalam Jual Beli Online (Studi Kasus UD. Kuntajaya Kabupaten Gresik)”, *JESTT*, Vol.2, No.1, (Januari 2015), hlm. 53.

²⁸ Taufiq, “Tadlis Merusak Prinsip ‘Antaradhin Dalam Transaksi’”, *Jurnal Ilmiah Syari’ah*, Vol. 15, No. 1, (Juni 2016), hlm.4.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah pengumpulan data yang akan dikaji dalam penelitian dengan membutuhkan informasi perilaku.²⁹ Tentunya dalam penelitian ini membutuhkan metode dari hasil evaluasi data yang di peroleh untuk menyelesaikan permasalahan. Adapun metode yang digunakan oleh peneliti dalam tesis ini ialah sebagai berikut:

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yang bersifat kualitatif. Jenis ini dipilih agar peneliti dapat melakukan penyelidikan berdasarkan fakta di lapangan di mana penelitian ini dilakukan. Lexy J Moleong menjelaskan bahwa penelitian lapangan merupakan metode pengamatan langsung tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah yang didahului dengan adanya intervensi oleh peneliti.³⁰

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan normatif. Pendekatan normatif adalah pendekatan yang berdasarkan pada norma dan hukum Islam, artinya mendekati masalah yang diteliti dengan sifat hukum yang nyata atau fakta sosial sesuai dengan kenyataan hidup dalam masyarakat (Utsman, 2014:2).

²⁹ John W Creswell, *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, (London: United Kingdom, 2014), hlm. 23.

³⁰ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 26.

3. Data dan Sumber Data

a. Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah jenis data kualitatif. Data kualitatif merupakan data yang disajikan dalam bentuk kata, kalimat, atau gambar yang meliputi hal-hal sebagai berikut:

- 1) Data tentang mekanisme pelaksanaan jual beli game capit produk di Aplikasi TikTok.
- 2) Data tentang motif konsumen dalam membeli game capit produk di Aplikasi TikTok.

b. Sumber Data

Sumber yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara kepada narasumber yang dapat dijangkau dan dapat dimintai keterangan terkait objek penelitian. Sumber data primer penelitian meliputi konsumen yang membeli produk game capit produk di TikTok shop. Sedangkan data sekunder dalam penelitian diperoleh dari buku-buku, jurnal, dan artikel terkait objek penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang mendukung penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi yang digunakan agar penulis dapat melakukan pengamatan secara seksama terhadap objek penelitian. Dalam teknik ini, peneliti berusaha

mengumpulkan data dengan cara mengamati aktivitas-aktivitas penjualan game capit produk di aplikasi TikTok secara live streaming.

b. Interview/Wawancara

Wawancara kepada responden digunakan agar penulis dapat memperoleh informasi secara langsung terkait proses jual beli game capit produk di aplikasi TikTok Shop dan pandangan konsumen terhadap penjualan produk game capit tersebut. Selain itu penulis juga menggunakan angket/kuesioner yaitu google form sebagai instrument yang digunakan dalam penelitian.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang aktual dan sesuai dengan masalah penelitian. Dokumentasi dari penelitian yang dilakukan berupa chat di media sosial, rekaman wawancara selama penelitian, serta data yang berkaitan dengan praktik jual beli game capit produk di aplikasi TikTok untuk menunjang kebenaran penelitian ini.

5. Metode Analisis Data

Dalam tahap ini penulis melakukan metode analisis data menggunakan:

a. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan

gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.³¹

b. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Dalam hal ini, penyajian data berarti bahwa *“The most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text”*. Data yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.³²

G. Sistematika Pembahasan

Penyusunan dalam penelitian ini dilakukan oleh peneliti secara berurutan, terstruktur dan juga saling berhubungan antara bab satu dengan bab selanjutnya. Maka peneliti menggambarkan secara singkat susunan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Bab pertama, merupakan pendahuluan yang memberikan gambaran awal tentang latar belakang penelitian, kemudian dirumuskan dalam rumusan masalah yang dituangkan dalam bentuk pertanyaan, dilanjutkan dengan tujuan dan kegunaan yang menjelaskan tentang pentingnya permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini. Kemudian telaah pustaka yang menjelaskan tentang orisinalitas dalam penelitian ini penelitian yang serupa, kerangka teoriti, metode penelitian serta

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet. Ke-19 (Bandung: CV. Alfabeta, 2013), hlm. 237.

³² *Ibid.*, hlm. 249.

sistematika pembahasan untuk memberikan gambaran umum yang akan di bahas secara sistematis dalam penelitian.

Bab kedua berisi mengenai pemaparan terkait jual beli online dan perilaku konsumsi dalam Islam. Terdiri dari beberapa sub-bahasan, yakni: *pertama*, jual beli dalam hukum Islam; *kedua*, jual beli gharar dalam Islam; *ketiga*, prinsip antaradhin dalam Islam; *keempat*, jual beli salam; *keenam*, jual beli online; *ketujuh*, perilaku konsumen; dan *kedelapan*, perilaku konsumsi dalam Islam.

Bab ketiga berisi tentang mekanisme jual beli game capit produk dan motif pembelian konsumen terhadap pembelian game capit yang ada di aplikasi Tiltok, serta alasan-alasan konsumen membeli produk secara game capit daripada membeli secara satuan. Terdiri dari beberapa sub-bahasan, yaitu: *pertama*, gambaran umum aplikasi TikTok; *kedua*, mekanisme pembelian game capit di aplikasi TikTok; *ketiga*, motif konsumen dalam pembelian game capit produk; *keempat*, produk yang diperoleh di game capit TikTok; dan *kelima*, pendapat konsumen setelah membeli game capit produk di aplikasi TikTok.

Bab keempat membahas mengenai hasil penelitian dan pembahasan terkait analisis tinjauan hukum Islam terhadap mekanisme jual beli dengan sistem game capit di live streaming TikTok. Terdiri dari beberapa sub-bahasan, yaitu: *pertama*, tinjauan hukum Islam terhadap jual beli dengan sistem game capit di *live streaming* TikTok yang akan di bagi menjadi dua poin yaitu tinjauan hukum Islam terhadap mekanisme game capit versi pertama serta tinjauan hukum Islam terhadap mekanisme game capit versi kedua; dan *kedua*, tinjauan hukum Islam terhadap motif konsumen tentang game capit di *live streaming* TikTok.

Bab kelima berisi kesimpulan dan saran yang diuraikan sebagai penutup dalam penelitian ini. Kesimpulan berisi hasil penelitian yang telah dicapai sebagai wujud jawaban dari rumusan masalah, dan saran berisi mengenai usulan yang muncul setelah penelitian ini dilakukan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan terhadap praktik mekanisme pembelian game capit produk di aplikasi TikTok, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Game capit merupakan salah satu trend jualan yang mulai viral di konten live streaming TikTok semenjak adanya TikTokShop. Pembelian game capit dilakukan dengan mengambil barang secara acak pada wadah besar menggunakan alat capit atau alat lain yang serupa guna mengambil produk yang kemudian hasil capitan produk tersebut akan dikirimkan kepada konsumen. Mekanisme penjualan game capit memiliki dua versi, yaitu: *pertama*, pada pembelian game capit versi pertama konsumen tidak dapat meminta atau menukar produk yang didapatnya dari hasil game capit, serta produk yang akan didapat tidak dibatasi jumlahnya oleh penjual. *Kedua*, pada pembelian game capit versi kedua konsumen boleh untuk meminta atau menukar produk yang didapatnya dari hasil game capit serta penjual telah menentukan jumlah minimal dan maksimal produk yang akan di dapat oleh konsumen jika membeli game capit di tokonya.
2. Motif mayoritas konsumen membeli game capit ialah karena iseng-iseng mencoba. Motif kedua terbanyak dalam pembelian game capit produk ialah karena mendapat banyak produk serta karena rasa penasaran. Sebagian yang lain membeli game capit dengan alasan terlihat seru dan suka dengan barang-barang *random* yang di dapat ketika membeli game capit. Terlihat

seru disini ialah ketika penjualan game capit yang disiarkan secara *live streaming* tersebut, host yang interaktif membuat beberapa konsumen tertarik untuk membeli. Sebagian kecil lain membeli game capit dengan alasan karena menarik dan harganya yang terjangkau.

3. Berdasarkan penjelasan terkait mekanisme jual beli dengan sistem game capit yang telah dipaparkan diatas, jika dikaji dalam tinjauan akad jual beli dalam hukum Islam dapat disimpulkan bahwa jual beli game capit versi pertama dilarang. karena pada transaksi tersebut pembeli tidak memiliki kepastian terhadap barang yang menjadi objek transaksi baik terkait kualitas (barang yang akan di dapat) maupun kuantitas (jumlah yang didapat).

Sedangkan pada mekanisme jual beli game capit versi kedua diperbolehkan, karena telah terpenuhinya rukun dan syarat jual beli. Meskipun ada salah satu syarat yang tidak terpenuhi secara sempurna, yaitu adanya gharar pada kuantitas atau jumlah produk/barang yang akan diterima konsumen, tetapi ghararnya termasuk ke dalam gharar al-yasir yaitu gharar ringan yang dapat dimaafkan karena jual beli ini tidak menimbulkan banyak perselisihan di antara kedua belah pihak yang berakad sehingga dapat diterima keberadaannya.

Selain itu jika dikaji kembali terkait motif konsumen dalam melakukan pembelian game capit produk ini, tidak secara keseluruhan jual beli seperti ini di larang. Karena adanya alasan konsumen dalam melakukan pembelian ialah sebatas untuk hiburan semata, bukan semata hanya melakukan akad jual beli produk tertentu. Sehingga jual beli seperti ini

hukumnya mubah atau boleh. Karena niat mempengaruhi hukum jual beli tersebut. Kemudian dalam perilaku konsumsi Islam, membeli game capit hanya demi mencari hiburan untuk mengisi waktu luang atau waktu kosong merupakan tindakan yang kurang tepat karena termasuk menghambur-hamburkan harta atau uang. Selain itu, metode penjualan dengan game capit ini juga dapat membuat kecanduan bagi konsumen yang membelinya karena adanya factor game atau seru-seruan di dalamnya.

B. Saran

1. Bagi konsumen yang masih melakukan aktifitas pembelian game capit agar seyogyanya dapat lebih mempertimbangkan lagi melihat masih adanya ketidakpastian barang yang diperoleh jika melakukan pembelian game capit tersebut. Selain itu, ada baiknya uang yang digunakan untuk membeli permainan capit disumbangkan untuk amal, infaq, atau bersedekah.
2. Bagi penjual atau seller yang masih menjual barang berkonsep game capit agar lebih menjelaskan pada deskripsi produk terkait ketentuan-ketentuan produk seperti kualitas, kuantitas, maupun ketentuan lain. Agar pembeli atau konsumen tidak perlu melihat *live streaming* penjual untuk tahu produk yang akan di dapatnya.
3. Disarankan kepada peneliti yang akan datang untuk melakukan penelitian dari sudut pandang penjual agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik di masa yang akan datang. Hal ini akan memungkinkan peneliti selanjutnya untuk mempelajari tentang perspektif penjual tentang mekanisme jual beli sistem permainan game capit yang mereka jual, serta

motivasi mereka untuk menjual permainan game tersebut. Agar segala aspek terkait jual beli game capit ini sesuai dengan syariah.



DAFTAR PUSTAKA

1. BUKU

- A Karim, Adiwarman dan Sahroni, Oni, *Riba, Gharar, dan Kaidah-Kaidah Ekonomi Syariah: Analisis Fikih dan Ekonomi*, Depok:PT RajaGrafindo Persada, 2015.
- Adam, Panji, *Fikih Muamalah Adabiyah*, Bandung: PT. Refika Aditama, 2018
- Ahmadi, Abu, *Psikologi Sosial*, Jakarta: Rineka, 2009.
- Alaydrus, Zein bin Muhammad bin Hasan, “*Al-Madkhal Ila Ilmi Maqashid Asy-Syariah*”, Dar Al-Aidarus, 1435 M
- Al-Qazwini, Abi Abdillah Muhammad Ibn Yazid Ar-Rabi’ Ibn Majah, *Sunan Ibn Majah*, Riyadh: Baitul Afkar Ad-Dauliyyah, t.th
- Al-Syaibani, Abu Abdullah Ahmad Ibn Muhammad Ibn Hanbal Ibn Asad, *Musnad al-Imam Ahmad Ibn Hanbal*, (Tahqiq: Syua’aib al Arnauth), *Muasasah al-Risalah*, Beirut, 2001, Juz XXVIII.
- Azzam, Abdul Aziz Muhammad, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Fiqih Islam*, Cet. 3, Jakarta: Amzah, 2017.
- Az-Zuhaili, Wahbah, *Al-Fiqh Al-Islamy wa Adillatuhu*, Terj.Abdul Hayyie Al-Kattani, Jilid 5, Jakarata: Gema Insani, 2011.
- Chalil, Zaki Fuad, *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Ekonomi Islam*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Edisi IV, Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2008.
- Dewi, Gernala, dkk, *Hukum Perikatan Di Indonesia*, Depok: Prenada Media Group, 2018.
- Djazuli, A, *Kaidah-kaidah Fikih: Kaidah-kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalahmasalah yang Praktis*, Jakarta: Pranata Media, 2006.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama’ Indonesia No: 110/DSNMUI/IX/2017 tentang Jual Beli
- Gibtiah, *Fikih Kontemporer*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.
- Hasan, Akhmad Farroh, *Fiqh Muamalah dari Klasik hingga Kontemporer (Teori dan Praktik)*, Cet.1, Malang: UIN Maliki Malang Press, 2018.
- Heriyansah, *Akad Jual Beli Tanah Secara Kredit Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*, Jambi: Penerbit Zabags Qu Publish, 2022
- Imam Abu Daud dalam Sunannya, *Kitab Al-Buyu’*, Bab Fi Bai’ al-Gharar, hadits no 2932.
- Isnawati, *Jual Beli Online Sesuai Syariah*, Cet. I; Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2018.

- Karim, Adiwarman, *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Mangkunegara, Anwar Prabu, *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*, Bandung: PT. Refika Aditama, 2005.
- Marthon, Said Sa'ad, *Ekonomi Islam Di Tengah Krisis Ekonomi Global*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2007.
- Masykuroh, Ely, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Pada Teori Ekonomi Mikro Islami*, Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2008.
- Misbahuddin, *E-commerce dan hukum Islam*. Makasar: Alauddin University Press, 2012.
- Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Nasution, Mustafa Edwin dkk., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Nawawi, Ismail, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2012.
- Nurohman, Dede, *Memahami Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Teras, 2011.
- Purkon, Arip, *Bisnis Online Syariah: Meraup Harta Berkah dan Berlimpah Via Internet*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Qardhawi, Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Cet. Ke-1, Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Rohman, Holilur, *Jual Beli Online (Pendekatan Fiqh Muamalah, Kaidah Fiqh, Usul Fiqh, Maqasid al-Syari'ah, Hasil Bahsul Masa'il NU, dan Fatwa DSN-MUI)*, Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020.
- Rohmaniyah, Wasilatur, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019.
- Rusfi, Mohammad, *Antaradhin Dalam Perspektif Perdagangan Kontemporer dan Implikasinya Terhadap Pemindahan Hak Kepemilikan*, Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- S, Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, UIN-Maliki Press, Malang, 2011.
- Sahrani, Sohari dan Abdullah, Ru'fah, *Fikih Muamalah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Setiadi, Nugroho J, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: Prenada Media, 2019.
- Shihab, M. Quraish, *Al-Misbah*, Vol. V, Jakarta: Lentera Hati, 2005.
- Sudarsono, Heri *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Ekonisia, 2002.

- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet. Ke-19, Bandung: CV. Alfabeta, 2013.
- Suhendi, Hendi. *Fiqih Muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.
- Syafe'i, Rachmat, *Fiqih Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2001.
- Yuliadi, Imamudin, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.
- Yunus, Mahmud, *Kamus Besar Bahasa Arab Indonesia*, Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah Penafsir al-Qur'an, 1982.

2. JURNAL dan TESIS

- Al-Dhareer, Siddiq Mohammad Ai-Ameen, *Gharar and Its Effects On Contemporary Transactions*, IRTI Islamic Development Bank, Jeddah, 1997. Saleh, Nabil A. *Unlawful Gain and Legitimate Profit in Islamic Law*, Graham & Trotman, London, 1992.
- Ardhinata, Ahliwan dan Sunan Fanani, "Keridhaan (Antaradhin) dalam Jual Beli Online (Studi Kasus UD. Kuntajaya Kabupaten Gresik)", *JESTT*, Vol.2, No.1, Januari 2015.
- Bulele, Yohana Noni dan Wibowo, Tony, "Analisis Fenomena Sosial Media dan Kaum Milenial: Studi Kasus TikTok", *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, Vol. 1, No.1, Agustus 2020.
- Darussalam, "Larangan Jual Beli Gharar Perspektif Hadis (Kajian Fiqh al-Hadis), *Tesis*, Program Pascasarjana Prodi Ilmu Hadis, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, 2019.
- Fahrurrozi, "Tinjauan Fikih Muamalah Akad Ba'I Terhadap Praktik Jual Beli Mysteri Box di situs Tokopedia", *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, Vol 7, No.1, Februari 2021.
- Ferdinand, Novingky, "Prinsip Perniagaan Menurut Islam: Sebuah Tinjauan Fiqih Untuk Muamalah Kontemporer", *Al-Misbah*, Vol. 2, No. 1, 2021
- Fitria, Tira Nur, "Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 3, No. 1, 2017.
- Hadi, Risvan, "Analisis Praktek Jual Beli Dropshipping dalam Perspektif Ekonomi Islam", *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, Volume V, No.2, Juli-Desember, 2019.
- Hosen, Nadrattuzzaman, "Analisis Bentuk Gharar Dalam Transaksi Ekonomi", *Al-Iqtishad*, Vol. 1, No. 1, Januari 2009.
- Juniarti, Anita Dyah, "Analisis Motif Konsumen Dilihat dari Status Perkawinan di Wilayah Serang dan Pandeglang", *Jurnal Intent*, UBAJA, Vol. 2 No. 1.
- Maharani, Ni Putu Jeanny, dkk, "Analisis Perilaku Mahasiswa dalam Melakukan Belanja Online Melalui Aplikasi TikTok Menggunakan Theory Of Planned Behavior", *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi (SITASI)*, Surabaya, September 2022.

- Malihah, Niswatul, "TikTok Dalam perspektif Al-Qur'an", *Jurnal At – Tahfidz: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, Vol.1 No.01 Juli – Desember
- Nur, Efa Rodiah, "Riba dan Gharar: Suatu Tinjauan Hukum dan Etika dalam Transaksi Bisnis Modern", *Al-Adalah Journal Online*, Vol. 12 No. 1, 2015.
- Qori, Doni El, "Transaksi E-Commerce Berbasis Marketplace Antara Akad Salam dan Gharar Perspektif Fiqih Madzhab Syafi'i", *MIYAH: Jurnal Studi Islam*, Vol. 16, No. 2, Agustus 2020.
- Rahman, Muh. Fudhail, "Hakekat dan Batasan-Batasan Gharar dan Transaksi Maliyah", *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar'i*, Vol. 5, No. 3, 2018.
- Rosyid, Moh. Haliimur, "Analisis Perilaku Konsumen Mystery Box Perspektif Islam", *Tesis*, Program Magister Prodi Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri, 2021.
- Susiawati, Wati, "Jual Beli Dan Dalam Konteks Kekinian", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 8, No. 2, 2017.
- Taufiq, "Tadlis Merusak Prinsip 'Antaradhin Dalam Transaksi", *Jurnal Ilmiah Syari'ah*, Vol. 15, No. 1, Juni 2016.

6. INTERNET

- <https://shopee.co.id/product/159831849/17239831214?smtt=0.143823421-1671702634.3>.
- <https://vt.TikTok.com/ZS82ACBf3/>, Diakses Pada Tanggal 10 Desember 2022.
- <https://vt.TikTok.com/ZS82AJLF1/>, Diakses Pada Tanggal 10 Desember 2022.
- <https://vt.TikTok.com/ZS82ALBNE/>, Diakses Pada Tanggal 10 Desember 2022.
- <https://vt.TikTok.com/ZS82SHtkT/>, Diakses Pada Tanggal 10 Desember 2022.
- <https://vt.TikTok.com/ZS82SKfGF/>, Diakses Pada Tanggal 10 Desember 2022.
- <https://vt.TikTok.com/ZS82SwoGL/>, Diakses Pada Tanggal 10 Desember 2022.
- <https://vt.TikTok.com/ZS86LFbMx/> Diakses Pada Tanggal 10 Desember 2022
- <https://vt.TikTok.com/ZS86LkUGW/> Diakses Pada Tanggal 10 Desember 2022
- <https://vt.TikTok.com/ZS8rJtB7S/>, Diakses Pada Tanggal 10 Desember 2022.
- <https://vt.TikTok.com/ZS8YMBj1j/>, Diakses Pada tanggal 25 November 2022
- <https://vt.TikTok.com/ZS8YMKKDg/>, Diakses Pada Tanggal 25 November 2022
- <https://vt.TikTok.com/ZS8YMTXTY/>, Diakses Pada Tanggal 25 November 2022
- <https://vt.TikTok.com/ZS8Ymv18w/>, Diakses Pada Tanggal 25 November 2022
- <https://vt.TikTok.com/ZS8YrFLmt/>, Diakses Pada Tanggal 25 November 2022

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220920115210-190-850204/apa-itu-TikTok-shop-dan-cara-menggunakannya> Diakse Pada Tanggal 13 Oktober 2022

<https://www.tokopedia.com/blog/cara-live-di-TikTok-tek/> diakses pada tanggal 12 November 2022

7. WAWANCARA

Iif Zufidatul, Kuesioner Penelitian Perilaku Konsumen”, Dikirimkan Pada Tanggal 17 Desember 2022 Pukul 10.46 WIB

A, “Kuesioner Penelitian Perilaku Konsumen”, Dikirimkan Pada Tanggal 17 Desember 2022 Pukul 11.38 WIB

Intan, “Kuesioner Penelitian Perilaku Konsumen”, Dikirimkan Pada Tanggal 17 Desember 2022 Pukul 16.13 WIB

Aripin, “Kuesioner Penelitian Perilaku Konsumen”, Dikirimkan Pada Tanggal 17 Desember 2022 Pukul 15.48 WIB

M.Fikri, “Kuesioner Penelitian Perilaku Konsumen”, Dikirimkan Pada Tanggal 17 Desember 2022 Pukul 19.49 WIB.

Ari Setiawan, “Kuesioner Penelitian Perilaku Konsumen”, Dikirimkan Pada Tanggal 17 Desember 2022 Pukul 20.45 WIB

Febiola, “Kuesioner Penelitian Perilaku Konsumen”, Dikirimkan Pada Tanggal 18 Desember 2022 Pukul 18.36 WIB.

Diah Ayu, “Kuesioner Penelitian Perilaku Konsumen”, Dikirimkan Pada Tanggal 18 Desember 2022 Pukul 17.57 WIB.

Berlian, “Kuesioner Penelitian Perilaku Konsumen”, Dikirimkan Pada Tanggal 18 Desember 2022 Pukul 18.09 WIB.

Wawancara dengan Maulia, Via Chat Whattsup, Pada Tanggal 19 November 2022.

Wawancara dengan Haura, Pada Tanggal 15 November 2022

Wawancara dengan Eva, Pada Tanggal 18 November 2022

Wawancara dengan Laila Fitri, Pada Tanggal 24 November 2022

Wawancara dengan Inayah, Pada Tanggal 20 November 2022

Wawancara dengan Billa (@laurentiasheila), Via Chat TikTok, Pada Tanggal 20 November 2022

Wawancara dengan Alya Sarifah, Pada Tanggal 20 November 2022

Wawancara dengan Dwi Oktavianti (@Tiwtiwi), Pada Tanggal 23 November 2022

Wawancara dengan Faizah, Pada Tanggal 14 November 2022