

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH  
TERHADAP JUAL BELI *ONLINE* PADA SISTEM *SCOOP BALL*  
DI *TIKTOK SHOP***



**SKRIPSI**

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN  
HUKUM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU  
HUKUM ISLAM**

**OLEH:**

**ULY FIKROTUL ULYA**

**20103080007**

**PEMBIMBING:**

**Dr. KHOLID ZULFA, M.Si.**

**PRODI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2024**

## ABSTRAK

*Scoop Ball* merupakan salah satu fitur jual beli online atau live streaming di aplikasi TikTok Shop di mana pembeli melakukan *checkout* dan pembayaran di *e-commerce*, kemudian pada *live* TikTok penjual menyerok sejumlah bola yang berisi tulisan barang yang akan diterima pembeli. Melihat hal tersebut terdapat kemungkinan adanya kerugian pada salah satu pihak terutama pada pembeli karena tidak adanya kejelasan barang yang akan didapat. Dari hal tersebut sehingga dalam penelitian ini berusaha menjawab dua pertanyaan. *pertama*, praktik akad jual beli online dengan sistem *scoop ball* di TikTok *shop* dan *kedua*, praktik jual beli online sistem *scoop ball* di TikTok *Shop* perspektif hukum ekonomi syariah.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner di *google form* dengan responden 105, wawancara dengan sampling 3 orang dan dokumentasi. Sedangkan analisis penelitian ini menggunakan analisis induktif yakni dengan menguraikan fakta-fakta yang didapat dari hasil penelitian setelah itu menyimpulkannya. Kemudian menganalisisnya menggunakan dua kerangka teoritik, yakni teori tingkat kepuasan pembeli dan teori jual beli *gharar dan maysir* dalam persepektif hukum ekonomi syariah .

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa praktik jual beli *scoop ball* meliputi beberapa hal diantaranya kualitas produk dan pelayanan yang baik serta harga yang sesuai dengan kualitas produknya sehingga pembeli merasa puas dan tidak mengalami kerugian dalam jual beli ini. Namun dalam jual beli ada ketidakjelasan objek jual beli, permainan judi, serta kemungkinan penambahan nilai harga atau nilai kualitas barang yang masuk dalam indikasi unsur garar, maysir, dan riba sehingga hukum jual beli ini tidak diperbolehkan.

**Kata Kunci :** *Jual Beli, Scoop Ball, Persepektif Hukum Ekonomi Syariah*

## ABSTRACT

*Scoop Ball is one of the online buying and selling or live streaming features in the TikTok Shop application where the buyer checks out and pays in e-commerce, then on live TikTok the seller scoops up a number of balls which contain writing about the goods the buyer will receive, seeing this the possibility arises there is a loss to one of the parties, especially to the buyer, due to the lack of certainty and clarity of the goods that will be obtained, so that it can contain elements of ghoror and maysir. This is the background for the author to conduct research with the following problems: first, what is the level of buyer satisfaction with online buying and selling practices using the Scoop Ball system in the TikTok Shop. and second: How is the online buying and selling practice of the Scoop Ball system on the TikTok Shop from a sharia economic law perspective.*

*The data collection techniques in this research included a questionnaire on Google Forms with 105 respondents, interviews with a sample of 3 people, and documentation. The research analysis uses inductive analysis by describing the facts obtained from the research results and then drawing conclusions. This is further analyzed using two theoretical frameworks: the theory of buyer satisfaction levels and the theory of buying and selling gharar and maysir from the perspective of sharia economic law.*

*The results of this research show that the practice of buying and selling scoop balls includes several things including good product quality and service as well as prices that are appropriate to the quality of the product so that buyers feel satisfied and do not experience losses in this buying and selling. However, in buying and selling there is unclear object of sale and purchase, gambling games, as well as the possibility of adding the price value or quality value of goods which are included in the indications of the elements of garar, maysir and usury so that this buying and selling law is not permitted.*

**Keywords:** *Buying and selling, Scoop Ball, Sharia Economic Law Perspective*

## SURAT PERNYATAN KEASLIAN SKRIPSI



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

FM-UINSK-BM-05-03/R0

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Uly Fikrotul Ulya

NIM : 20103080007

Jurusa : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah Dan Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul " TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP JUAL BELI *ONLINE* PADA SISTEM *SCOOP BALL* DI *TIKTOP SHOP* " adalah asli, hasil karya atau laporan penelitian yang saya lakukan sendiri dan bukan plagiasi dari karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam penelitian ini dan disebutkan dalam acuan daftar pustaka.

Yogyakarta, 19 Juli 2024 M.  
13 Muharrom 1446 H.

Yang menyatakan,



Uly Fikrotul Ulya  
NIM. 20103080007



## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga FM-UINSK-BM-05-03/R0

### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Uly Fikrotul Ulya

Kepada Yth.,  
Dekan Fakultas Syariah Dan Hukum  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalaamu 'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Uly Fikrotul Ulya  
NIM : 20103080007  
Judul : Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli  
Online Pada Sistem *Scoop Ball* Di *TikTop Shop*.

Sudah dapat diajukan kepada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu dalam Ilmu hukum Islam.

Dengan demikian kami berharap agar skripsi / tugas akhir saudara tersebut diatas dapat segera dimunaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalaamu 'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 19 Juli 2024 M.  
13 Muharrom 1446 H.

Pembimbing,

Dr. Kholid Zulfa, M.Si.  
NIP. 19660704 199403 1 003

## 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-966/Un.02/DS/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP JUAL BELI *ONLINE*  
PADA SISTEM *SCOOP BALL* DI *TIKTOK SHOP*

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ULY FIKROTUL ULYA  
Nomor Induk Mahasiswa : 20103080007  
Telah diujikan pada : Kamis, 08 Agustus 2024  
Nilai ujian Tugas Akhir : A

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

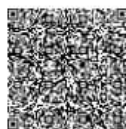
### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Kholid Zulfa, M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 66cc2b22a8f93



Penguji I

Dr. H. Syafaul Mudawam, M.A., M.M.  
SIGNED

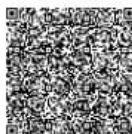
Valid ID: 66c93c133f711



Penguji II

Farrah Syamala Rosyda, M.H.  
SIGNED

Valid ID: 66ca76344d764



Yogyakarta, 08 Agustus 2024  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

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

Valid ID: 66cc308392ed7

## MOTTO

لولا المربي ما عرفت ربي

“Jika bukan karena guru, maka aku tidak akan mengenal Tuhanku.

خير الناس أنفعهم للناس

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya.”

ان مع العسر يسرا فاذا فرغت فانصب

Artinya: Sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). (Al-Insyirah/94: 6-7).

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini, kecuali lembar persembahan. Karya ini saya haturkan kepada Allah SWT. sebagai bentuk syukur

atas nikmat dan karunia-Nya, salah satunya berupa ilmu pengetahuan yang diberikan,

Karya ini saya persembahkan kepada orang tua saya sebagai bakti dan kewajiban serta tanggung jawab seorang anak kepada kedua orangtuanya,

Karya ini saya berikan kepada kampus tercinta UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai bentuk bakti atas sumbangsih ilmu pengetahuan yang diberikan,

Karya ini saya sumbangkan kepada bumi pertiwi Republik Indonesia sebagai pengabdian kepada tanah air,  
Kepada keluarga dan kawan seperjuangan yang selalu memberikan do'a, nasihat, dukungan, dan masukannya kepada saya sehingga Skripsi ini dapat

diselesaikan.



## SISTEM TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi adalah pengalihan tulisan dari satu bahasa ke dalam tulisan bahasalain. Dalam skripsi ini transliterasi yang dimaksud adalah pengalihan tulisan Bahasa Arab ke Bahasa Latin. Penulisan Transliterasi Arab-latin dalam skripsi ini menggunakan transliterasi berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543 b/U/1987. Secara garis besar urainnya adalah sebagai berikut:

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es (titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	Ḥ	Ha (titik di bawah)
خ	Kha'	KH	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓ al	Ẓ	Ze (titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šad	Š	Es (titik di bawah)

ض	Ḍad	Ḍ	De (titik di bawah)
ط	Ṭa'	Ṭ	Te (titik di bawah)
ظ	Ẓ a'	Ẓ	Zet (titik di bawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik
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	Waw	W	W
ه	Ha'	H	H
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

## B. Konsonan Rangkap karena Syaddah

مُتَقَرَّبٌ	ditulis	<i>Mutaqarribun</i>
عِدَّةٌ	ditulis	<i>'iddah</i>

## C. Ta' Marbutah di akhir kalimat

1. Apabila dimatikan maka ditulis "H"

كَرَامَةٌ	ditulis	<i>Karāmah</i>
-----------	---------	----------------

2. Apabila diikuti dengan kata sandang "al" serta terpisahbacaannya, maka ditulis "H"

كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	ditulis	<i>Karāmah al-auliya'</i>
--------------------------	---------	---------------------------

3. Apabila ta' marbutah hidup atau berharakat fathah, kasrah dan dammah. Maka ditulis "T" atau "H"

زكاة الفطر	ditulis	Zakāh al-Fiṭri
------------	---------	----------------

#### D. Vokal Pendek

.....َ.....	Fathah	ditulis	A
.....ِ.....	Kasrah	ditulis	I
.....ُ.....	Dammah	ditulis	U

#### E. Vocal Panjang

1	Fathah + alif إستحسان	ditulis	Ā istiḥsān
2	Fathah + ya' mati أنثى	ditulis	Ā unsa
3	Kasrah + yā' mati العلواني	ditulis	I al-‘Ālwāni
4	Dammah + wāwu mati علوم	ditulis	Ū ‘Ulūm

#### F. Vocal Rangkap

1	Fathah + ya' mati	ditulis	Ai Gairihim
2	Fathah + wawu mati	ditulis	Au

#### G. Vocal Pendek berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan Apostrof

أَنتُمْ	ditulis	a'antum
أَعَدْتُ	ditulis	u'iddat
لَإِنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	la'in syakartum

## H. Kata sedang Alif + Lam

- a. Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

القرآن	ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

- b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “al” nya.

الرسالة	ditulis	ar-Risālah
النساء	ditulis	an-nisā'

## I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi pengucapannya

أهل الرأي	ditulis	Ahl ar-Ra'yi
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 Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya hadis, lafaz, shalat, zakat dan sebagainya.
2. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah di latinkan oleh penerbit, seperti buku Al-Hijab, Fiqh Mawaris, Fiqh Jinayah dan sebagainya.
3. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tetapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya M. Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh dan sebagainya.
4. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Mizan, Hidayah, Taufiq, Al-Ma'arif dan sebagainya.

## KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله الذي أنعمنا بنعمة الإيمان والإسلام. ونصلي ونسلم على خير الأنام محمد وعلى آله وصحبه أجمعين, أما بعد.

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, nikmat, hidayah serta karunia-Nya kepada umat manusia di muka bumi ini, terkhusus kepada penyusun, sehingga dapat menyelesaikan studi Sarjana, Strata Satu (S1) di Program Studi Hukum Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP JUAL BELI *ONLINE* PADA SISTEM *SCOOP BALL* DI APLIKASI TIKTOK *SHOP***”.

Sholawat serta salam semoga selalu tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Nabi yang telah membawa kita dari alam kegelapan menuju alam terang benderang seperti apa yang kita rasakan saat ini.

Penyusun menyadari bahwa skripsi yang berjudul “**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP JUAL BELI *ONLINE* PADA SISTEM *SCOOP BALL* DI APLIKASI TIKTOK *SHOP***” ini masih jauh dari kata sempurna. Harapan penyusun semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi banyak orang terutama bagi pembaca serta bisa menambah khazanah keilmuan.



Ucapan terimakasih juga kepada seluruh pihak yang telah membantu penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penyusun mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Makin, S.Ag., MA. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Drs. H. Makhrus Munajat, S.H., M.Hum. Selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Gusnam Haris, S.Ag., M.Ag. Selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Kholid Zulfa, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan, saran serta motivasi sehingga skripsi ini bisa diselesaikan. Semoga Allah memberikan kemudahan disetiap urusan beliau.
5. Segenap Jajaran Bapak dan Ibu Dosen beserta Civitas Akademika Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah mendidik, mengarahkan, mengevaluasi setiap ilmu yang diberikan, dengan ilmu tersebut skripsi ini bisa terbantu dan lancar dalam penyusunannya dan semoga ilmu-ilmu yang didapat akan terus diamalkan sehingga dapat bermanfaat bagi banyak orang.
6. Teristimewa kepada orang hebat dan panutanku, Ayahanda Muntaha. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya, mendidik, memotivasi,

memberikan dukungan hingga saya mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.

7. Teristimewa kepada orang yang telah menjadi sekolah utama dan pertama bagi saya, Ibunda Umi Sholihatus Sa'diyah. Terimakasih sebesar-besarnya atas kesabaran dalam merawat serta mendidik saya sampai saat ini. Serta dukungan dan doa yang tidak pernah ada hentinya mengiringi setiap perjalanan saya.
8. Teman-teman seperjuangan Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2020, beribu-ribu terimakasih penyusun sampaikan atas segala kebaikan kalian.
9. Para sahabat. Terimakasih telah banyak membantu membersamai proses penyusun dari awal sampai akhir. Terimakasih atas segala bantuan, waktu, support, dan kebaikan yang telah diberikan kepada penyusun selama ini.
10. Para responden dan informan yang telah meluangkan waktunya untuk menyumbangkan informasi demi keberlangsungan penelitian ini.
11. Semua pihak yang penyusun tidak dapat sebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa syukur dan terimaka kasih penyusun terhadap pelaksanaan serta tersusunnya skripsi ini.
12. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan Skripsi ini. Dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal

mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penyusun berharap semoga apa yang telah diperoleh selama kuliah di program studi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dapat ilmu yang bermanfaat dan barokah. Penyusun sebagai manusia biasa yang tidak pernah lepas dari kesalahan, menyadari bahwasannya penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu. Penyusun sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan memberikan khazanah keilmuan bagi para pembaca. Aamiin.

Yogyakarta, 19 Juli 2024

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



Penyusun

Uly Fikrotul Ulya

## DAFTAR ISI

COVER.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PENGESAHAN LEMBAR AKHIR.....	vi
MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
SISTEM TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTARTABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
D. Telaah Pustaka.....	9
E. Kerangka Teoritik.....	15
F. Metode Penelitian.....	24
G. Sistematika Pembahasan.....	26
BAB II LANDASAN TEORITIK TENTANG JUAL BELI <i>SCOOP BALL</i> .....	28
A. Pengertian Hukum Ekonomi Syariah.....	28
B. Pengertin <i>Scoop Ball</i> .....	29
C. Jual Beli Dengan Sistem <i>Scoop Ball</i> .....	30
1. Pengertian Jual Beli.....	30

2. Dasar Hukum Jual Beli.....	34
3. Rukun dan Syarat Jual Beli.....	34
4. Macam-Macam Jual Beli.....	37
5. Jual Beli Yang Dilarang Dalam Islam.....	38
<b>D. <i>Gharar</i>.....</b>	<b>39</b>
1. Pengertian <i>Gharar</i> .....	39
2. Dasar Hukum <i>Gharar</i> .....	42
3. Jenis- Jenis <i>Gharar</i> .....	44
4. Pendapat Ulama Tentang <i>Gharar</i> .....	45
5. Batasan <i>Gharar</i> Menurut Ulama.....	46
<b>E. <i>Maysir</i>.....</b>	<b>48</b>
1. Pengertian <i>Maysir</i> .....	48
2. Dasar Hukum <i>Maysir</i> .....	52
3. Jenis-jenis <i>Maysir</i> .....	53
4. Pendapat Ulama Tentang <i>Maysir</i> .....	53
5. Batasan <i>Maysir</i> Menurut Ulama.....	54
<b>F. Transaksi <i>Gharar</i> dan <i>Maisir</i> Era Modern.....</b>	<b>56</b>
<b>G. <i>Islamic Marketing</i>.....</b>	<b>60</b>
<b>BAB III MEKANISME JUAL BELI ONLINE DENGAN SISTEM <i>SCOOP</i></b>	
<b><i>BALL</i> PADA TIKTOK <i>SHOP</i>.....</b>	<b>66</b>
<b>A. Sejarah Singkat Jual Beli <i>Online</i>.....</b>	<b>66</b>
<b>B. Definisi <i>E-commerce</i>.....</b>	<b>68</b>
<b>C. Macam-Macam <i>E-commerce</i>.....</b>	<b>71</b>
<b>D. Profil dan Sejarah Aplikasi TikTok.....</b>	<b>72</b>
<b>E. Kepuasan Konsumen.....</b>	<b>80</b>
<b>F. Faktor Kepuasan Konsumen.....</b>	<b>84</b>
<b>BAB IV ANALISIS PRAKTIK JUAL BELI ONLINE SISTEM <i>SCOOP BALL</i></b>	
<b><i>PADA APLIKASI TIKTOK</i></b>	
<b><i>SHOP</i>.....</b>	<b>87</b>
<b>A. Analisis Praktik Akad Jual Beli <i>Scoop Ball</i> di TikTok Shop.....</b>	<b>87</b>



B. Analisis Jual Beli <i>Scoop Ball</i> Prespektif Hukum Ekonomi Syariah.....	91
BAB V PENUTUP .....	105
A. Kesimpulan .....	105
B. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN.....	I



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 3.1 Penjual <i>Scoop Ball</i> Melakukan <i>Live</i> Di Tktok Shop .....</b>	<b>78</b>
<b>Gambar 3.2 Contoh Produk Yang Diperoleh Pembeli Dari Scoop Ball.....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 4.1 Hasil Kuesioner Kualitas Barang Produk <i>Scoop Ball</i>.....</b>	<b>88</b>
<b>Tabel 4.2 Hasil Kuesioner Harga Barang Produk Scoop Ball.....</b>	<b>89</b>
<b>Tabel 4.3 Hasil Kuesioner Pelayanan Scoop Ball.....</b>	<b>90</b>



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Jual beli telah dikenal sejak zaman kenabian, bahkan banyak istri nabi yang berprofesi sebagai pedagang, seperti Siti Khadijah, istri Nabi Muhammad SAW, yang merupakan pedagang sukses. Dalam Islam, jual beli atau muamalat harus memenuhi syari'at atau aturan-aturan yang telah ditetapkan untuk pedagang dan pembeli. Berdagang atau berbisnis sangat dianjurkan dalam ajaran Islam, bahkan Rasulullah SAW pun sudah mulai berdagang ke negeri Syam sejak remaja.

Jual beli diperbolehkan asalkan dilakukan sesuai dengan tuntunan ajaran Islam. Jual beli adalah bagian dari kegiatan perdagangan yang bertujuan mencari keuntungan. Ini merupakan transaksi paling kuat dalam dunia niaga dan secara umum merupakan aktivitas terpenting dalam usaha. Kegiatan jual beli juga berhubungan dengan aktivitas sosial karena melibatkan interaksi antara dua orang atau lebih, yang menciptakan komunikasi sosial antara penjual dan pembeli.<sup>1</sup>

Jual beli adalah perjanjian yang sering digunakan dalam kehidupan masyarakat. Dalam memenuhi kebutuhannya, masyarakat seringkali tidak dapat mengatasi hal tersebut sendirian, sehingga mereka memerlukan jual

---

<sup>1</sup> Saprida dkk “Legalitas Transaksi Jual Beli Online di Indonesia” *Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah*. Vol. 8:2 (Februari 2023), hlm.316.

beli untuk memperoleh barang atau layanan yang dibutuhkan. Sebagai contoh, ketika mencari makanan, ada situasi di mana masyarakat memerlukan bantuan dan interaksi dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan mereka, dan inilah yang menciptakan perjanjian jual beli.<sup>2</sup>

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Jual beli adalah sebuah proses persetujuan di mana terjadi keterikatan antara penjual, yang memberikan barang dan pembeli yang membayar dan menerima barang. Jual beli juga diartikan sebagai kesepakatan antara dua pihak yang sengaja melakukan perdagangan barang atau benda bernilai. Dalam konteks ini, salah satu pihak menjual barang dagangan bernilai, sementara pihak lainnya mendapatkan barang bernilai tersebut melalui kesepakatan dan persetujuan bersama.<sup>3</sup> Menurut Sayyid Sabiq dalam kitab Fikih Sunnah, jual beli dijelaskan sebagai pertukaran benda dengan benda lainnya dengan saling merelakan atau memindahkan hak milik dengan adanya penggantinya, yang dilakukan melalui cara yang disepakati dan diperbolehkan.<sup>4</sup>

Islam tidak melarang kegiatan jual beli. Sebaliknya, Islam menghalalkan jual beli asalkan tidak melanggar ketentuan-ketentuan syariah yang sudah ditetapkan. Hal ini sebagaimana yang disebutkan dalam ayat Al-Quran yang membahas mengenai jual beli, Surat An Nisa' (4) :29:

---

<sup>2</sup> Dimyauddin Djuaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2008), hlm, 69.

<sup>3</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Amzah, 2010), hlm. 175.

<sup>4</sup> Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah*, Jilid ke 12 (Bandung: PT. Almaarif) hlm. 45.



يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا<sup>5</sup>

Ayat ini membahas tentang larangan mengambil harta orang lain secara tidak sah atau dengan cara yang dilarang oleh Islam, kecuali melalui perdagangan yang dilakukan dengan kerelaan kedua belah pihak tanpa paksaan. Intinya, jual beli yang dilakukan dengan paksaan dianggap tidak sah, meskipun ada pembayaran sebagai pengganti.

Transaksi jual beli yang dilakukan oleh masyarakat saat ini telah berkembang pesat dibandingkan dengan zaman dulu, karena banyak faktor yang mempengaruhinya. Salah satunya adalah kemajuan teknologi internet yang sangat mempengaruhi fungsi teknologi sesuai dengan kebutuhan pengguna. Internet menjadi salah satu media yang memudahkan manusia untuk berinteraksi, berkomunikasi, bahkan berdagang dengan berbagai orang dari seluruh dunia secara lebih cepat dan mudah. Dengan kemajuan zaman saat ini perkembangan pesat di berbagai sektor termasuk teknologi memungkinkan manusia untuk melakukan transaksi jual beli barang dan jasa secara elektronik. Fenomena ini dikenal sebagai transaksi elektronik, yang dijelaskan dalam Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sebagai perbuatan hukum yang dilakukan melalui komputer, jaringan komputer, atau media elektronik lainnya,

---

<sup>5</sup> Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Kementerian Agama R.I., *Qur'an Kemenag*, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=29&to=29> diakses pada tanggal 21 Juli 2024 pukul 11.56 WIB

terutama melalui internet, yang sering disebut sebagai jual beli *online*. Jual beli *online* merujuk pada proses jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui media elektronik terutama internet contohnya termasuk penjualan produk secara *online* oleh *platform* seperti Bukalapak, TikTok, Lazada, Olx, dan sebagainya.<sup>6</sup>

Salah satu trend dalam aktivitas jual beli *online* yang menarik perhatian masyarakat adalah transaksi melalui aplikasi TikTok. Aplikasi ini memiliki format audiovisual, menjadikannya media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan menyaksikan video pendek. Berbagai kalangan pengguna dapat dengan mudah membuat video singkat dalam beberapa menit, menggunakan berbagai filter dan musik untuk menciptakan konten yang dianggap unik dan mampu menarik perhatian banyak penonton.

Perkembangan teknologi informasi dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia untuk mempermudah pemenuhan berbagai kebutuhan hidup mereka. Salah satu cara pemenuhan kebutuhan tersebut adalah melalui kegiatan jual beli secara online. Transaksi tidak dilakukan di suatu tempat tertentu dengan pertemuan langsung antara penjual dan pembeli, melainkan melalui media online. Kegiatan jual beli online, yang dikenal dengan istilah *Electronic Commerce* atau *E-Commerce*, banyak dilakukan oleh banyak orang karena transaksi jual beli elektronik ini membuat waktu menjadi lebih

---

<sup>6</sup> Tira Nur Fitria, "Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara" *Jurnal Ilmiah Ekonomi I Islam*. Vol. 3:1, (Maret, 2017), hlm. 55.

efisien dan efektif. Dengan demikian, seseorang dapat melakukan transaksi jual beli dengan siapa pun, di mana pun, dan kapan pun. *E-Commerce* pada dasarnya adalah transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet. Hal ini mengubah kebiasaan dari yang sebelumnya melakukan transaksi jual beli secara langsung dengan tatap muka menjadi transaksi yang dapat dilakukan secara online.<sup>7</sup>

Selain berfungsi untuk membuat dan membagikan video menarik, pada tanggal 17 April 2021, TikTok secara resmi memperkenalkan fitur terbaru di Indonesia yang dikenal sebagai *TikTok Shop*. *TikTok Shop* merupakan sebuah *platform social e-commerce* yang inovatif. Melalui fitur ini, penjual memiliki kemampuan untuk menjual barang dan jasa kepada pembeli dengan harga yang telah ditetapkan, tanpa perlu bertemu langsung. Mereka hanya perlu mengirimkan barang yang dijual melalui layanan pengiriman yang tersedia di Indonesia, seperti JNE, JNT, Si Cepat Express, Lion Parcel, dan sebagainya. Pembeli juga tidak perlu bertatap muka langsung dengan penjual saat membayar barang atau jasa yang diminati. Pembayaran dapat dilakukan melalui transfer antar bank, pembayaran menggunakan nomor *virtual account* di minimarket terdekat, dan bahkan sekarang tersedia fitur yang lebih mudah, yaitu *Cash On Delivery* (COD). Dengan fitur ini, pembeli hanya perlu menunggu barang atau jasa yang telah

---

<sup>7</sup> Saprida dkk “Legalitas Transaksi Jual Beli Online di Indonesia” *Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah*. Vol. 8:2 (Februari 2023), hlm.317.

dibelinya diantarkan ke alamat yang diinginkan, dan pembayaran dapat dilakukan saat barang atau jasa tersebut sudah sampai.

Selain adanya TikTok Shop yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi jual-beli secara *online*, TikTok juga menghadirkan inovasi terbaru dengan memperkenalkan fitur *live streaming*. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk membuat konten video dan audio secara langsung melalui internet. Karena dilakukan secara real-time, tidak akan ada jeda atau perbedaan waktu antara rekaman video dan penayangan. Fitur *live streaming* di platform TikTok saat ini menjadi favorit sebagai sarana promosi untuk transaksi jual-beli. Dalam fitur ini, seorang pembawa acara (*host*) mempersembahkan dan mempromosikan barang dengan tujuan meningkatkan jumlah pesanan dan menciptakan pengalaman *live streaming* yang dapat memperkuat interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Selain itu, penggunaan *live streaming* secara kreatif tidak hanya berhasil menarik minat masyarakat, tetapi juga mengundang mitra bisnis untuk ikut serta dalam berbagai platform live streaming sebagai respons terhadap tren digital yang sedang populer.<sup>8</sup>

Pada fitur *live streaming*, penjual berusaha menampilkan pembawa acara (*host*) yang menarik dan teknik berjualan yang menarik juga. Salah satu teknik menarik dalam fitur live streaming di aplikasi TikTok adalah menggunakan sistem "*Scoop Ball*" di mana pembeli melakukan *checkout*

---

<sup>8</sup> Rivan dwiastono, Penjualan Online Lewat Live Streaming Dalam Aplikasi Tiktok: <https://www.voaindonesia.com/a/berjualan-lewat-live-streaming-TikTokonline-shopping>, 2022, diakses pada tanggal 16 Juli pukul 11.27 WIB.

dan pembayaran di *e-commerce*, harga yang ditawarkan penjual sangat bervariasi mulai dari Rp. 35.000 untuk paket 5 bola hingga harga Rp. 100.000 untuk paket 15 bola. kemudian pada *live* TikTok penjual menyerok sejumlah bola yang berisi tulisan barang yang nanti akan diterima pembeli, namun kekurangan dalam jual beli seperti ini adalah ketidakjelasan objek yang diperjualbelikan sehingga dikhawatirkan pembeli akan mengalami kerugian karena ketidakpastian objek jual beli

Melihat hal tersebut penyusun tertarik untuk meneliti bagaimana praktik jual beli *scoop ball* itu ditinjau dari hukum ekonomi syariahnya serta bagaimana tingkat kepuasan pembeli terhadap jual beli *scoop ball*, apakah nilai barang yang diperoleh sesuai dengan uang yang dikeluarkan atau ada ketidaksesuaian sehingga menimbulkan kerugian. Berdasarkan hal-hal yang telah dijelaskan penulis tertarik untuk melakukan penelitian tersebut.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka fokus permasalahan

yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana praktik akad jual beli online dengan sistem scoop ball di TikTok ?
2. Bagaimana praktik jual beli online sistem *Scoop Ball* di TikTok perspektif hukum ekonomi syariah ?



## C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Dalam sebuah penelitian, tentunya memiliki tujuan. Berikut tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk menjelaskan tingkat kepuasan pembeli terhadap praktik jual beli online dengan sistem *Scoop Ball*.
- b. Untuk menjelaskan praktik jual beli *online* dengan sistem *Scoop Ball* di TikTok *Shop* dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

### 2. Kegunaan Penelitian

Adanya penelitian mengenai jual beli online pada sistem *Scoop Ball* dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

- a. Manfaat teoritis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kajian mengenai transaksi jual beli online yang berkembang pesat, termasuk jual beli melalui *platform* TikTok *shop*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan hukum bagi mahasiswa UIN Sunan Kalijaga.
- b. Manfaat Praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat luas, terutama bagi generasi milenial. Meskipun penting untuk mengikuti perkembangan zaman, namun tetap harus mematuhi ketentuan yang telah ditetapkan, oleh syariat Islam dalam melakukan transaksi jual beli.

#### D. Telaah Pustaka

Telaah Puataka merupakan kumpulan tulisan yang membahas topik yang akan diinvestigasi. Melalui telaah pustaka, penulis dapat menggali ide-ide, pandangan, dan kritik terkait topik penelitian dari penelitian sebelumnya. Penelitian tentang transaksi jual beli di platform TikTok *Shop* telah menjadi fokus perhatian banyak peneliti dengan sudut pandang yang beragam. Hingga saat ini, penulis belum menemukan penelitian atau analisis khusus yang membahas aspek sosiologi hukum Islam terkait praktik jual beli dengan sistem *scoop* di *Shop* TikTok. Oleh karena itu, untuk menunjukkan keunikan penelitian dan mencegah terjadinya duplikasi atau plagiasi, penulis mencantumkan beberapa kajian yang memiliki relevansi dengan penelitian ini. Beberapa penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini antara lain :

Penelitian yang dilakukan oleh Refana Febri Antika pada tahun 2022 dengan judul “Jual Beli Dengan Alat Capit Dalam Perspektif Hukum Islam”<sup>9</sup>. Dalam penelitian tersebut penulis berfokus pada upaya untuk mengeksplorasi aspek hukum syariah Islam yang terkait dengan sistem jual-beli yang disebut "capit" dalam aplikasi TikTok. Sedangkan pada skripsi ini Penulis memfokuskan pada analisis sosiologi hukum Islam terhadap praktik jual beli dengan sistem *Scoopy Ball* dalam platform TikTok *Shop*.

---

<sup>9</sup> Refana Febri Antika, “Jual Beli Dengan Alat Capit Dalam Perspektif Hukum Islam”, *Skripsi* Prodi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2022.

Penelitian yang ditulis oleh Adi Kurnia Sandy pada tahun 2020 dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli *Mystery Box* (Studi Kasus di Toko *Online Lazada*)”<sup>10</sup>. Dari skripsi tersebut, dapat disimpulkan bahwa transaksi Jual Beli *Mystery Box* dianggap batal karena terdapat beberapa aspek yang tidak memenuhi syarat-syarat jual beli menurut prinsip syariah. Beberapa faktor tersebut meliputi ketidakjelasan mengenai barang yang diperdagangkan dan ketidakjujuran dari pihak penjual dalam melaksanakan transaksi jual beli tersebut. Penelitian ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Penulis, yang juga mengulas status hukum dari transaksi jual beli yang melibatkan ketidakjelasan mengenai barang yang diterima oleh pembeli. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian, di mana penelitian ini menitikberatkan pada praktik jual beli *mystery box*, sementara penelitian yang dilakukan oleh Penulis mengkaji jual beli dengan sistem *Scoopy Ball* dalam platform *Live Streaming* TikTok.

Penelitian yang ditulis oleh Maya Dwi Citra Lestari pada tahun 2022 dengan judul “Penggunaan Koin Game Shopee Capit Dalam Jual Beli Di Shopee Perspektif Hukum Islam”<sup>11</sup>. Dalam penelitian ini penggunaan koin shopee yang diperoleh dari hasil bermain shopee capit tidak diperbolehkan karena dalam cara perolehan koin shopee terdapat unsur gharar maysir dan riba karena dari permainan yang dimainkan mengandung spekulasi dan

---

<sup>10</sup> Adi Kurnia Sandy, “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli *Mystery Box* (Studi Kasus di Toko *Online Lazada*)”. *Skripsi* Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020

<sup>11</sup> Maya Dwi Citra Lestari, “Penggunaan Koin Game Shopee Capit Dalam Jual Beli Di Shopee Perspektif Hukum Islam”. *Skripsi* Prodi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022.

untung-untungan, yang mana secara jelas terdapat ketidak tentuan pada permainan dengan diterimanya sebuah resiko. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada objek penelitian, di mana penelitian ini lebih terfokus pada penggunaan koin game dalam jual beli, sementara penelitian yang Penulis lakukan mengkaji jual beli dengan sistem *scoop ball* dalam *platform Live Streaming* TikTok menggunakan perspektif sosiologi hukum islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Dita Natasia, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan Judul “Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Jual Beli Baju Pada Aplikasi Tiktok di Fitur TikTok Shop”<sup>12</sup> Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh Penulis terletak pada objek penelitiannya. Penelitian ini berfokus pada tinjauan fiqh muamalah terhadap jual beli baju pada aplikasi TikTok di fitur TikTok Shop, sementara dalam penelitian penulis mengkaji jual beli dengan sistem *scoop* dalam platform *Live Streaming* TikTok menggunakan perspektif sosiologi hukum Islam.

Penelitian yang ditulis oleh Firdausi Nuzulur Rahmah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul “Praktik Jual Beli Pakaian Dalam Karung Perspektif Mazhab Syafi’i”.<sup>13</sup> Perbedaan

---

<sup>12</sup> Dita Natasia, “Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Jual Beli Baju Pada Aplikasi Tiktok di Fitur TikTok Shop,” *Skripsi* Prodi Hukum Ekonomi Syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2022.

<sup>13</sup> Firdausi Nuzulur Rahmah, “Praktik Jual Beli Pakaian Dalam Karung Perpektif Mazhab Syafi’i”, *Skripsi* Prodi Hukum Bisnis Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2019.

penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada objek penelitiannya. Penelitian ini berfokus pada perspektif Mazhab Syafi'i terhadap jual beli pakaian dalam karung dimana jual beli tersebut tidak sah dikarenakan ketidakjelasan barang yang diperjualbelikan sehingga menyebabkan adanya *gharar* dalam jual beli tersebut, sementara dalam penelitian penulis berfokus pada tinjauan sosiologi hukum islam terhadap jual beli *online* dengan sistem *Skoopy* pada aplikasi TikTok.

Penelitian yang ditulis oleh Fitria Adelia, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Ayam Tandoan (Study pada Rumah Ayam Potong Jl. Raden Gunawan Hajiman Lampung Selatan)”<sup>14</sup> Dalam penelitian ini transaksi jual beli ayam tandoan dapat merugikan konsumen dikarenakan adanya ketidakjelasan tentang kondisi ayam sehingga jual beli tersebut termasuk dalam jual beli *gharar*, sementara penelitian penulis berfokus pada jual beli *online* dengan sistem *Skoopy* pada aplikasi TikTok yang ditinjau dari sosiologi hukum islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Dian Puji Astuti, Institut Agama Islam Negeri Metro dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Bakso dan Mie Ayam di Desa Sidodadi Sekampung Lampung

---

<sup>14</sup> Fitria Adelia, “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Ayam Tandoan (Study pada Rumah Ayam Potong Jl. Raden Gunawan Hajiman Lampung Selatan), *Skripsi* Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung, 2020.

Timur)”<sup>15</sup> Dari Skripsi tersebut dapat disimpulkan bahwa Rumah Makan yang dimiliki oleh Bapak Sugianto dan Bapak Sucipto telah berhasil menerapkan keempat tahapan strategi pemasaran dengan baik dan mengalami peningkatan minat konsumen. Sementara itu, Rumah Makan yang dimiliki oleh Ibu Kemping dan Bapak Lasimen hanya menerapkan tiga tahapan strategi pemasaran dan tidak mengalami peningkatan minat konsumen, bahkan ada kecenderungan penurunan. Para pedagang juga memiliki strategi pemasaran yang berbeda untuk menarik konsumen. Misalnya, Rumah Makan milik Ibu Kemping dan Bapak Lasimen memiliki keunggulan dalam variabel produk dan distribusi. Rumah Makan milik Bapak Sugianto unggul dalam variabel produk, harga, dan distribusi. Sementara Rumah Makan milik Bapak Sucipto memiliki keunggulan dalam variabel produk, distribusi, dan promosi. Tindakan borongan pada jual beli ketela ini memiliki beberapa faktor yang sama yaitu: faktor ekonomi, faktor emosional, faktor, dan faktor kebiasaan. Penelitian ini berbeda dengan penelitian penulis yang berfokus pada strategi marketing untuk menarik minat pembeli pada jual beli *online* sistem *scoop* pada aplikasi TikTok.

Penelitian yang ditulis oleh Dwi Oktaviani Pratiwi, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Fashion Secara Online Pada Pelanggan *Mataharimall.com* di Kota Bengkulu

---

<sup>15</sup> Dian Puji Astuti, “Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Bakso dan Mie Ayam di Desa Sidodadi Sekampung Lampung Timur)”, *Skripsi* Institut Agama Islam Negeri Metro, 2018.



Persepektif Ekonomi Islam”<sup>16</sup> Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa pemasaran online menggunakan media elektronik dan internet semakin umum dilakukan. Metode pemasaran online ini telah mengubah pola konsumsi, di mana banyak orang lebih memilih berbelanja melalui perangkat elektronik dan menghindari kerumitan berbelanja secara langsung. Strategi pemasaran produk fashion secara online di Mataharimall.com melibatkan unsur Product (Barang/Jasa), Place (Tempat), *Distribution* (Distribusi), dan *Price* (Harga). *Mataharimall.com* juga menerapkan prinsip-prinsip pemasaran Islami dan etika bisnis Islam, serta mengambil contoh dari praktik pemasaran yang diperintahkan oleh Nabi Muhammad SAW dengan menghindari praktik *Maisir*, *Garar*, *Riba*, *Haram*, dan *Bathil*. sementara itu penelitian penulis berfokus pada strategi marketing jual beli *online* sistem *Skooppy* pada aplikasi TikTok.

Penelitian yang ditulis oleh Mah Bukhori, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Toko Mebel Farid Rohman Ponorogo”<sup>17</sup> Dalam Penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh toko mebel Farid Rohman telah efektif dengan memanfaatkan media *online* seperti *WhatsApp*, *Facebook*, dan *Instagram*, serta strategi *offline*

---

<sup>16</sup> Dwi Oktaviani Pratiwi, dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Fashion Secara Online Pada Pelanggan Mataharimall.com di Kota Bengkulu Persepektif Ekonomi Islam”, *Skripsi* Prodi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2019.

<sup>17</sup> Mah Bukhori, ”Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Toko Mebel Farid Rohman Ponorogo”, *Skripsi* Prodi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021.



melalui rekomendasi dari mulut ke mulut. Namun, meskipun semua strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh Toko Mebel Farid Rohman baik secara online maupun offline, dampaknya masih belum optimal dalam menarik minat pembelian dari konsumen, berbeda dengan penelitian penulis yang berfokus pada strategi marketing pada jual beli *online* dengan sistem *Scoop* pada aplikasi tiktok.

Penelitian yang dilakukan oleh Puji Margiana, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Borongan Ikan Gurami (Studi Kasus Di Desa Kedungwuluh Lor Kecamatan Patikraja Kabupaten Banyumas)”<sup>18</sup> Dalam penelitian ini transaksi jual beli borongan ikan gurami menggunakan perhitungan secara spekulasi atau penaksiran sehingga adanya ketidakpatian yang menyebabkan tidak sahnya jual beli, sementara penelitian penulis berfokus pada jual beli *online* dengan sistem *Scoopy* pada aplikasi TikTok.

#### **E. Kerangka Teoritik**

Kerangka teori merupakan kerangka konseptual yang menjadi landasan berpikir untuk melakukan suatu penelitian guna mengkaji dan menjawab persoalan. Dalam penelitian ini, kerangka teori yang akan penulis gunakan adalah ketentuan jual beli dan *garar*.

---

<sup>18</sup> Puji Margiana, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Borongan Ikan Gurami (Studi Kasus Di Desa Kedungwuluh Lor Kecamatan Patikraja Kabupaten Banyumas)”, *Skripsi Prodi Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto*, 2017.

## 1. Hukum Ekonomi Syariah

Hukum Ekonomi Syariah merupakan bidang studi yang berfokus pada muamalah, yaitu studi perilaku manusia dalam konteks produksi, distribusi, dan konsumsi yang sepenuhnya berlandaskan ajaran Islam. Dasar hukumnya berasal dari Al-Qur'an, As-Sunnah, ijma ulama, serta mencakup landasan konstitusional seperti Undang-Undang Perbankan Syariah.

Prinsip dasar Hukum Ekonomi Syariah adalah menghindari transaksi yang merugikan dan tidak sejalan dengan prinsip keadilan, kemanfaatan, dan kemaslahatan umum. Selain itu, Hukum Ekonomi Syariah menekankan pentingnya keadilan dalam distribusi kekayaan dan pembagian manfaat yang merata di seluruh lapisan masyarakat.

Konsep dasar Hukum Ekonomi Syariah mencakup prinsip-prinsip utama yang mengarahkan perilaku ekonomi dalam Islam. Beberapa konsep dasar tersebut meliputi: Muamalah, Prinsip Keadilan, Prinsip Kemanfaatan (Maqashid al-Shariah), Prinsip Kemaslahatan Umum (Maslahah), Zakat dan Sedekah, Larangan Riba (Bunga), Mudarabah dan Musharakah, Peran Negara, Moralitas dalam Bisnis, dan Keseimbangan Ekonomi dan Sosial.

Prinsip-prinsip ini menekankan pentingnya menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan pemberdayaan sosial, sehingga manfaatnya dapat dirasakan secara adil oleh seluruh masyarakat.<sup>19</sup>

## 2. Jual Beli

Jual beli secara bahasa memiliki arti pertukaran atau tukar-menukar, sedangkan secara terminologi jual beli diartikan sebagai pertukaran harta secara sukarela atau pemindahan kepemilikan dengan cara penggantian sesuai dengan ketentuan yang diperbolehkan. Selain itu jual beli harus didasarkan pada kesepakatan dan persetujuan bersama.<sup>20</sup>

Dalam transaksi jual beli, terdapat rukun-rukun yang harus dipatuhi diantaranya yaitu:<sup>21</sup>

a. Penjual dan Pembeli

Jual beli terjadi ketika ada penjual yang menjual barang dan ada pembeli yang membeli barang tersebut dari penjual.

b. *Shighat* (ijab *qobul*)

*Shighat* menurut para ulama merupakan kerelaan atau persetujuan kedua

belah pihak untuk merealisasikan kewajiban antara mereka yang dalam hal

ini terdapat pada ijab dan qabul.

c. Objek Akad

---

<sup>19</sup> <https://doctorate.islamic.uji.ac.id/aspek-hukum-ekonomi-syariah-dalam-pengentasan-kemiskinan/diakses> pada tanggal 04 Agustus 2024 pukul 11.24 WIB.

<sup>20</sup> Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqh*, cet. ke-2 (Jakarta: Kencana, 2003), hlm 193.

<sup>21</sup> *Ibid*, hlm 180.

Objek akad adalah barang yang dijual oleh penjual dan harga atau uang yang dibayarkan pembeli.

Dalam Islam keberadaan barang dan harga juga harus memenuhi unsur kemakluman, unsur kemakluman tersebut adalah:

- 1) Barang yang dijual harus dinyatakan dengan jelas, baik secara fisik maupun nonfisik, termasuk kualitas, kuantitas, serta karakteristik barang.
- 2) Harga barang harus dipastikan jelas dan disepakati secara tunai dalam pertemuan akad. "Tunai" di sini merujuk pada terjadinya kesepakatan mengenai harga dan barang di dalam pertemuan akad, dengan barang diserahkan secara langsung atau dijadwalkan untuk diserahkan.
- 3) Waktu penyerahan barang dan pembayaran harga harus jelas bagi setiap pihak yang terlibat.

Tujuan dari kejelasan barang yang dijual dan penetapan harga adalah untuk mencegah terjadinya *garar* atau ketidakpastian yang dapat merugikan salah satu pihak yang terlibat dalam transaksi, karena dalam Islam dilarang melakukan tindakan yang berpotensi merugikan atau dengan sengaja membuat kerugian bagi pihak lain.

### 3. *Garar*

*Garar* merupakan istilah yang berasal dari bahasa arab yang mengacu pada keraguan, penipuan, atau tindakan yang bertujuan untuk merugikan pihak lain. Dalam hukum Islam, *garar* merujuk pada suatu akad yang mencakup unsur penipuan karena ketidakpastian mengenai keberadaan objek akad, jumlah objek yang tepat, atau penyerahan objek tersebut.

Para ulama fikih, seperti Imam al-Qarafi, Imam Sarakhsi, Ibnu Taimiyah, Ibnu Qayyim al-Jauziyah, dan Ibnu Hazam, menyatakan bahwa gharar bisa diinterpretasikan sebagai akad yang tidak pasti akan terlaksana atau tidak. Sebagai contoh, transaksi jual beli ikan yang masih berada dalam air (tambak) dianggap sebagai *garar*. Pendapat al-Qarafi sejalan dengan Imam Sarakhsi dan Ibnu Taimiyah yang memandang gharar sebagai ketidakpastian yang muncul dari suatu akad. Ibnu Qayyim al-Jauziyah menjelaskan bahwa gharar adalah obyek akad yang tidak dapat diserahkan, baik obyek itu ada atau tidak, seperti menjual sapi yang sedang lepas. Sementara itu, Ibnu Hazam memandang *garar* dari perspektif ketidaktahuan salah satu pihak yang terlibat dalam akad tentang substansi dari akad tersebut.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 147-148.

Berdasarkan beberapa definisi yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa *garar* adalah jenis transaksi jual beli yang melibatkan unsur tipu daya dan merugikan salah satu pihak karena ketidakpastian terkait keberadaan, jumlah, dan ukuran barang yang diperdagangkan.<sup>23</sup>

Menurut Imam Nawawi yang mengutip pandangan ulama lain bahwa beberapa transaksi jual beli dapat dibatalkan karena adanya *garar*, sementara beberapa lainnya diperbolehkan jika tingkat *gararnya* rendah atau jika *garar* tersebut merupakan bagian dari objek barang yang tidak dapat diperlihatkan bagian *gararnya* karena ketidakmungkinan, seperti jual beli rumah yang sulit dilihat langsung kualitas pondasi serta kerangka besi yang sudah tertutup oleh material bangunan lainnya. Ibnu Taimiyah juga berpendapat bahwa “Tidak semua gharar menjadi sebab diharamkannya sesuatu, gharar yang sedikit atau sesuatu yang tidak bisa dihindari adalah tidak mencederai sahnya transaksi.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

---

<sup>23</sup> Ghufron A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Konseptual*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 133.

Dari pemaparan ini, dapat dipahami bahwa ulama Muslim sepakat bahwa transaksi yang mengandung sedikit *garar* masih diperbolehkan. Mereka setuju bahwa transaksi jual beli *garar* yang dilarang adalah ketika *garar* tersebut dominan sehingga transaksi tersebut lebih dikenal sebagai jual beli *garar*. Adapun transaksi yang lebih sedikit unsur ghararnya diperbolehkan sesuai dengan kebiasaan aplikasinya di Masyarakat.<sup>24</sup>

Oleh sebab itu jual beli yang didalamnya ada unsur gharar perlu ditelaah lagi berapa persen tingkat keghararannya agar dapat diketahui sah tidaknya transaksi tersebut. Hal demikian bisa dilakukan salah satunya dengan mengukur tingkat kepuasan pembeli serta *Islamic marketing* yang digunakan didalamnya.

#### 4. *Maysir*

*Al-maysir*, yang memiliki asal kata dari *yusrun* (يسر) menggambarkan konsep upaya mencari rezeki secara instan tanpa usaha keras. Dalam Islam, istilah untuk judi adalah *maysir*, yang mencakup segala hal yang melibatkan taruhan di dalamnya. Oleh karena itu, judi dalam Islam tidak hanya terkait dengan permainan, tetapi juga segala tindakan yang melibatkan taruhan, seperti harta benda seperti uang, rumah, mobil, atau bahkan hal-hal pribadi seperti anak, istri, dan sebagainya.

---

<sup>24</sup> Muh. Fudhail Rahman “Hakekat dan Batasan-Batasan Gharar Dalam Transaksi Maliyah” *Jurnal Sosial dan Budaya Syar’i*, Vol. 5:3, hlm 265-266.



## 5. *Islamic Marketing*

Menurut M. Syakir Sula dan Hermawan Kartajaya, *Islamic Marketing* adalah suatu bidang manajemen strategis yang mengatur perencanaan, implementasi, dan pemantauan proses dari satu investor hingga sekelompok investor, serta beroperasi dengan mematuhi prinsip-prinsip bisnis Islam.

Hal ini mengindikasikan bahwa dalam Islam, tidak boleh ada unsur yang bertentangan dengan prinsip-prinsip dan nilai-nilai agama, baik dalam tahapan maupun proses pemasaran. Semua jenis transaksi diperbolehkan asalkan memastikan bahwa tidak ada pelanggaran terhadap prinsip-prinsip dan nilai-nilai Islam. Beberapa karakteristik *Islamic marketing* yang dapat menjadi panduan bagi pemasar menurut Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula adalah sebagai berikut:<sup>25</sup>

### a. *Rabbaniyah*

*Rabbaniyah* adalah suatu kondisi yang muncul bukan karena paksaan tetapi dari suatu pemahaman tentang agama dan ketuhanan, biasanya orang yang berpegang pada prinsip ini yakin bahwa Allah akan meminta pertanggungjawaban atas apa yang telah ia lakukan.

### b. *Etis (Akhlaqiyah)*

*Islami marketing* juga menerapkan konsep yang sangat menekankan pada prinsip-prinsip moral dan etika, tanpa memandang agama yang

---

<sup>25</sup> Muhammad Syakir Sula dan Hermawan Kartajaya, *Syariah Marketing* (Bandung Mizan Pustaka, 2006), hlm 27.

dianut, karena semua agama mengajarkan prinsip moral dan etika sebagai nilai universal. Akhlaqiyah ini bertujuan untuk menekankan nilai-nilai moral dan etika dalam menjalankan bisnis, termasuk memprioritaskan kejujuran, keadilan, pelayanan, dan kepercayaan.

c. Realistis (*Waqi'iyah*)

Prinsip Realistis menampilkan profesionalisme yang dicirikan oleh kebersihan, keteraturan, dan ketulusan. bersikap fleksibel dan inklusif, serta mudah beradaptasi dalam perilaku dan interaksi sosial. Mereka juga mampu memahami dinamika sosial dalam lingkungan yang beragam, termasuk dalam hal komposisi ras, keyakinan agama, dan latar belakang etnis.

d. Humanis (*Insaniyah*)

Dalam pandangan humanistik, syariat dirancang khusus untuk meningkatkan kedudukan manusia, mempertahankan dan meninggikan kodratnya, menjaga dan melestarikan kodrat manusia, serta membatasi sifat-sifat kehewaniannya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Memiliki sifat kemanusiaan berarti menjadi manusia yang teratur dan seimbang (*tawazun*), tidak tamak, tidak menggunakan segala cara untuk memaksimalkan keuntungan pribadinya, dan tidak mengutamakan kebahagiaan diri sendiri di atas kesengsaraan orang lain atau kepedulian sosial terhadap sesama.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> *Ibid*, hlm 28.

## F. Metode Penelitian

Penyusunan karya ilmiah tidak terlepas dari penggunaan metode, yang mana metode merupakan sebuah instrumen penting yang digunakan oleh seorang peneliti dalam mengumpulkan data penelitian. Menyangkut masalah cara kerja, yaitu cara kerja untuk dapat memahami fokus kajian yang menjadi sasaran dari ilmu yang bersangkutan. Metode penelitian merupakan suatu cara atau prosedur yang ditempuh dalam melakukan penelitian agar sampai kepada suatu tujuan. Dalam hal ini, metode penelitian menyangkut bagaimana penulis mengumpulkan, menganalisis, dan menyajikan data.

1. Jenis Penelitian Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian terhadap realisasi kehidupan sosial masyarakat secara langsung. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, penelitian mendasarkan dan menggunakan data kualitatif seperti dokumentasi tertulis, foto atau gambar, dan hasil wawancara.<sup>27</sup>

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif analitis, yaitu penelitian yang menggambarkan dan menguraikan objek

---

<sup>27</sup> Fahmi Muhammad Ahmadi dan Jaenal Arifin, *Metode Penelitian Hukum*, (Ciputat: Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010), hlm. 9.

penelitian secara sistematis kemudian menganalisis berdasarkan pandangan hukum Islam.<sup>28</sup>

### 3. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan normatif, yaitu pendekatan penelitian yang bermuara pada al-Qur'an untuk mengetahui praktik jual beli *online* sistem *Scoop Ball* menurut hukum islam.

### 4. Sumber Data

- a. Data Primer, yaitu data utama yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan kuesioner kepada pembeli dalam praktik jual beli dengan metode *Scoop Ball* pada aplikasi *Live Streaming* TikTok.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari studi pustaka terhadap literatur yang berkaitan dengan objek penelitian, seperti kitab, buku, jurnal, berita, artikel, dokumen, atau sumber lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian ini.

### 5. Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara, yaitu proses pengumpulan data atau informasi dengan cara melakukan tanya jawab terkait penelitian kepada informan atau orang yang diwawancarai. Dalam hal ini penyusun mewawancarai pembeli *Scoop Ball* pada aplikasi TikTok.
- b. Kuesioner, yaitu metode pengumpulan data yang melibatkan pemberian serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden untuk

---

<sup>28</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015), hlm.7.

dijawab oleh mereka. Dalam hal ini penyusun memberikan pertanyaan kepada pembeli *Scoop Ball* pada aplikasi TikTok.

- c. Dokumentasi, yaitu pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data-data penelitian yang sudah dipeoleh berupa foto, hasil wawancara, hasil observasi, hasil kuesioner, atau dokumen lainnya yang mendukung penelitian ini.

#### 6. Analisis Data

Setelah data yang diperoleh terkumpul, maka selanjutnya penyusun melakukan analisis terhadap data tersebut. Analisis dilakukan dengan menggunakan metode induktif yakni dengan menguraikan fakta-fakta yang didapat dari hasil penelitian kemudian menyimpulkannya.<sup>29</sup>

### G. Sistematika Pembahasan

Skripsi ini disusun secara terstruktur dan sistematis dengan sistematika penyajian yang terbagi atas tiga bagian yang keseluruhannya tersusun dalam lima bab pembahasan, yaitu pendahuluan (BAB I). Isi (BAB II, III dan IV), dan penutup (BAB V).

BAB I, berisi pendahuluan yang memaparkan mengenai latar belakang persoalan berupa alasan yang menjadi topik dari objek penelitian. Kemudian rumusan masalah atau pokok persoalan, tujuan dan manfaat

---

<sup>29</sup> Adhi Kusumastuti dan Ahmad Mustamil Khoirin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019), hlm. 126

penelitian, telaah pustaka, kerangka teoritik, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II, berisi landasan teori mengenai teori yang akan digunakan sebagai alat untuk menganalisis persoalan yang ada dalam rumusan masalah berdasarkan objek penelitian. Bab ini terdiri dari beberapa teori yang berkaitan dengan jual beli *online* metode *Scoop Ball* perspektif hukum ekonomi syariah di TikTok, dan tingkat kepuasan pembeli pada jual beli *online* dengan sistem *Scoop Ball*.

BAB III, pada bab ini akan disajikan gambaran umum tentang objek penelitian, yang terdiri dari gambaran umum aplikasi TikTok, mekanisme praktik jual beli *online* dengan sistem *Scoop* di TikTok yang terdiri dari profil toko, alat atau aplikasi yang digunakan, barang yang diperjualbelikan dan harga jual barang serta tingkat kepuasan pembeli terhadap produk sistem *Scoop Ball*.

BAB IV berisi analisis mengenai objek penelitian sesuai data yang diperoleh, yaitu membahas dan menganalisis tinjauan hukum islam mengenai jual beli *online* sistem *Scoop Ball* dan tingkat kepuasan pembeli pada jual beli sistem *Scoop Ball* di TikTok.

BAB V adalah penutup yang akan menjadi bagian akhir dari skripsi ini yang memuat kesimpulan dari hasil penelitian ini dan saran yang ditujukan kepada pembaca terkhusus kepada pembeli, penjual, dan masyarakat Indonesia.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis Hukum Ekonomi Syariah terkait pembahasan terkait praktik jual beli online sistem *scoop ball* pada aplikasi TikTok dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktik jual beli dengan sistem *Scoop Ball* di aplikasi TikTok *Shop* meliputi beberapa hal, diantaranya: kualitas barang yang baik dengan penilaian 68,6%, harga produk yang sesuai dengan kualitas barang dengan penilaian 69,5% serta pelayanan pengiriman yang tepat waktu dengan penilaian 71,4%. Dengan penilaian tersebut dapat dipahami bahwa konsumen tidak mendapat kerugian dari transaksi *scoop ball*.
2. Jual beli menurut hukum ekonomi syariah merupakan jual beli yang bebas dari *gagar*, *maisir*, dan *riba*. Namun pada jual beli sistem *scoop ball* terkandung unsur-unsur tersebut seperti ketidakjelasan objek barang dan adanya judi didalamnya sehingga dapat disimpulkan jual beli *scoop ball* adalah jual beli yang tidak diperbolehkan.



## **B. Saran**

Berdasarkan Kesimpulan, maka penulis akan memberikan saran sebagai berikut:

1. Dalam bertransaksi hendaklah memastikan nilai harga dan kualitas barang yang ditawarkan telah sesuai serta pastikan pelayanannya juga baik sehingga konsumen tidak mengalami kerugian dalam jual beli, serta bagi penjual hendaknya menjelaskan dengan teliti terkait kalitas barang dan harga yang ditawarkan.
2. Dalam bertransaksi sangat perlu memastikan tidak ada hal-hal yang merusak transaksi jual beli seperti garar, maisir, dan riba agar jual beli tersebut sah dalam pandangan syariat Islam serta menghindari adanya kemungkinan kerugian dalam jual beli.

## DAFTAR PUSTAKA

### AL-QUR'AN:

Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Kementerian Agama R.I., *Qur'an Kemenag*, <https://quran.kemenag.go.id/>

### HADITS :

Aplikasi HaditsSoft, Kitab Shahih Muslim No. 2783

HR. Ibnu Majah, No. 2185.

HR. Ibnu Majah, No. 2340.

### BUKU:

Abdul Rahman Ghazaly dkk., *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015)

Adhi Kusumastuti dan Ahmad Mustamil Khoirin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019)

Ahmad Wardi Muslich, *Fikih Muamalah*, Cet. ke-1, (Jakarta: Amzah, 2010)

Akhman Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2018)

Aksara Sukses, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPER)*, (Yogyakarta: Aksara Sukses, 2013)

Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqh*, cet. ke-2 (Jakarta: Kencana, 2003)

Bambang Winarso, *Apa Itu TikTok Dan Apa Saja Fitur-Fiturnya*, (Trikinet, 2021)

Dimyauddin Djuaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2008).

Dr. Madani, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Bandung, 2011)

Fahmi Muhammad Ahmadi dan Jaenal Arifin, *Metode Penelitian Hukum*, (Ciputat: Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010)

- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik ,Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga e-Marketing*, Ed.III, (Yogyakarta, ANDI, 2017)
- Ghufron A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Konstektual*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002)
- H. A. Khisni, *Epistemologi Hukum Islam*, (Semarang: Unissula Press Semarang, 2012).
- Hasan Muarif Ambary, *Suplemen Ensiklopedia Islam* (Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve, 1996).
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Depok: Rajawali Pers, 2019).
- Husein Umar, *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2007).
- Ibrahim Hosen, *Apakah Judi Itu* (Jakarta: Lembaga Kajian Ilmiah Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ), 1987)
- Ikit dan Artiyanto dan Saleh Muhammad, *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Gava Media, 2018)
- Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015)
- Imam Mustofa, *Fikih Muamalah Kontemporer* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016)
- Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik Dan Kontemporer Hukum Perjanjian, Ekonomi, Bisnis, Dan Sosial*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012)
- Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008)
- Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta :Erlangga, 2012).
- M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003).
- Muhammad Syakir Sula dan Hermawan Kartajaya, *Syariah Marketing* (Bandung Mizan Pustaka, 2006).
- Mohd Ma'sum Billah, *Islamic E-commerce Terapan: Tinjauan Hukum dan Praktik*, (Malaysia: Sweet & Maxwell Asia, 2010).

M.Suyanto, *Strategi Periklanan pada E-commerce Perusahaan Top Dunia* (Yogyakarta: penerbit Andi, 2003)

Nanang Martono, *Sosiologi Perubahan Sosial* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014).

Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007)

Onno W.Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-commerce*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2000)

Rangkuti dan Freddy, *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010)

Sayyid Sabiq , *Fikih Sunnah*, Jilid ke 12 (Bandung: PT. Almaarif, 1996 )

Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep Dan Strategi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014).

Sohari Sahrani, *Fikih Muamalah*, (Bogor: Galia Indonesia, 2011)

Syaikhu, Ariyadi dan Norwili, *Fikih Muamalah: Memahami Konsep dan Dialektika Muamalah*, (Yogyakarta: K-Media, 2020)

Wahbah az-Zuhaili, *Fikih Islam wa Adillatuh*, (Jakarta : Gema Insani, 2010).

Yusuf Al-Qaradhawi, *Halal dan Haram Dalam Islam*, terj. Muamalah Hamidy, (Surabaya: bina Ilmu, 2007)

Zainudin Ali, *Hukum Pidana Islam*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2012).

#### **JURNAL:**

Dwi Aryani dan Febrina Rosinta, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol.17 No.2, 2010

Evan Hamzah Muchtar, Muamalah Terlarang: Maysir Dan Gharar, *Jurnal asy-Syukriyah* Vol. 18 (2017)

Gunawan dkk, Pengembangan Website E-commerce TOMcell, *Jurnal Sistem Informasi Indonesia (Kensefina)*, Vol. 1, ( 2014).

Muh. Fudhail Rahman, Hakekat dan Batasan-Batasan Gharar Dalam Transaksi Maliyah" *Jurnal Sosial dan Budaya Syar'i*, Vol. 5 No. 3 (2013).

Nadrattuzaman Hosen, Analisis Bentuk Gharar dalam Transaksi Ekonomi, *Al-Iqtishad*, Vol. I, No. I (2009)

Posmaria Sianturi, Peran Ekonomi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional, *Jurnal inspirasi*, Vol.8 No. 2 (2017).

Raja Ritonga Dkk, Analisis Fiqh Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Yang Dilarang, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 3 No. 1 (2023).

Saprida dkk, Legalitas Transaksi Jual Beli Online di Indonesia Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah. Vol. 8, No. 2 (2023).

Tira Nur Fitria, Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara, *Jurnal Ilmiah Ekonomi I Islam*. Vol. 3, No. 1, ( 2017).

Tuah Itona, Praktik Gharar Dan Maisir Era Modern Muamalat, *Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 14, No. 2 (2022).

#### **SKRIPSI:**

Adi Kurnia Sandy, “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Mystery Box (Studi Kasus di Toko Online Lazada”. *Skripsi* Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020.

Anisa Sri Febriani, “Fenomena Penggunaan Aplikasi Media Sosial Bigo Live (Live Streaming) Dikalangan Mahasiswa Fisip Unpas” *Skripsi* Universitas Pasundan, 2017.

Dian Puji Astuti, “Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Bakso dan Mie Ayam di Desa Sidodadi Sekampung Lampung Timur)”, *Skripsi* Institut Agama Islam Negeri Metro, 2018.

Dita Natasia, “Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Jual Beli Baju Pada Aplikasi Tiktok di Fitur TikTok Shop,” *Skripsi* Prodi Hukum Ekonomi Syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2022.

Dwi Oktaviani Pratiwi, dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Fashion Secara Online Pada Pelanggan Mataharimall.com di Kota Bengkulu Persepektif Ekonomi Islam”, *Skripsi* Prodi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2019.

Firdausi Nuzulur Rahmah, “Praktik Jual Beli Pakaian Dalam Karung Perapektif

Mazhab Syafi’i”, *Skripsi* Prodi Hukum Bisnis Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2019.

Fitria Adelia, “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Ayam Tandoan (Study pada Rumah Ayam Potong Jl. Raden Gunawan Hajiman Lampung Selatan), *Skripsi* Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung, 2020.

Gita Chairun Nisa “Pengaruh Orientasi Belanja Onlinr dan Gender Differences Terhadap Pencarian Informasi Onlinedan Belanja Online (Studi Kasus pada Mahasiswa/I UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)”, *Skripsi* Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2013.

Ida Bagus Reza Adi Dharma, “Perspektif Hukum Pidana Terhadap Pengguna Aplikasi TikTok Berkonten Pornografi,” *Skripsi*, Universitas Sriwijaya. 2019.

Irma Mefri Warsina, “Analisis Kepuasan Konsumen Berbelanja Pada Toko Harian Maju Saiyo Di Pekanbaru”, *Skripsi* Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau Pekanbaru 2020.

Mah Bukhori, ”Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Toko Mebel Farid Rohman Ponorogo” *Skripsi* Prodi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021.

Mahesa,”Analisis kepuasan konsumen Pada Toko oleh-Oleh Jingga Khas Riau Pekanbaru”, *Skripsi*, Universitas Islam Riau, Pekanbaru, 2022.

Maya Dwi Citra Lestari, “Penggunaan Koin Game Shopee Capit Dalam Jual Beli Di Shopee Perspektif Hukum Islam”. *Skripsi* Prodi Hukum Ekonomi Syariah Uniersitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022.

Meri Zaputri, “Dampak Kecanduan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Belajar Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling Iain Batusangkar,” *Skripsi*, Iain Batusangkar. 2021.

Nurul ‘Aini, “Hukum Jual Beli Gharar Perspektif Syafi’iyah”, *Skripsi* (Sumatera Utara, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018)

Puji Margiana,”Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Borongan Ikan Gurami (Studi Kasus Di Desa Kedungwuluh Lor Kecamatan Patikraja Kabupaten Bnyumas)”, *Skripsi* Prodi Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2017.

Refana Febri Antika, “Jual Beli Dengan Alat Capit Dalam Perspektif Hukum Islam”



*Skripsi* Prodi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2022.

#### **ARTIKEL:**

Loreana Triasisca, “E-commercedan E-bussiness” artikel diakses pukul 18.43 WIB, 12 Mei 2024 <http://renaisca.wordpress.com/makalah-pti-2/makalah-pti/bab-ii-pembahasan/e-commerce-dan-e-business/>.

Rivan dwiastono, “Penjualan Online Lewat Live Streaming Dalam Aplikasi Tiktok” <https://www.voaindonesia.com/a/berjualan-lewat-live-streaming-TikTokonline-shopping>, 2022.

#### **APLIKASI :**

Play Store, “Aplikasi ”,  
<https://www.tiktok.com/@scoopluckyball/video/7245596318456909062>

Link kuesioner di google form : <https://bit.ly/JualBeliOnlineScoopBallDiTikTok>

#### **WAWANCARA:**

Wawancara dengan Pembeli inisial US di aplikasi TikTok pada tanggal 16 Juni 2024 pukul 10.26 WIB.

Wawancara dengan Pembeli inisial KM di aplikasi TikTok pada tanggal 19 Juni 2024 pukul 09.42 WIB.

Wawancara dengan Pembeli inisial LH di aplikasi TikTok pada tanggal 23 Juni 2024 pukul 13.55 WIB.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA