

**PENJUALAN MAKANAN DI *TIKTOK LIVE* DENGAN METODE
PEMBAYARAN MELALUI *GIFT* DALAM PERSPEKTIF *MAŞLAHAH
MURSALAH***



SKRIPSI

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

OLEH:

NADIA BADIATUL LAILA MASRUROH

21103080055

DOSEN PEMBIMBING:

MUHAMAD ULUL ALBAB MUSAFFA, Lc., M.H.

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

2025

ABSTRAK

Aplikasi *TikTok* yang semakin populer dengan fitur-fitur canggihnya, menyebabkan kreatifitas penggunanya semakin bertambah. Banyak yang memanfaatkan fitur *TikTok Live* sebagai tambahan penghasilan. Salah satu konten yang banyak dimiliki oleh beberapa akun *TikTok* adalah akun yang berfokus pada konten berdagang dengan motif bagi-bagi/ sedekah di *TikTok Live*. Ada beberapa akun *TikTok* yang menjadi rujukan penyusun dalam penelitian ini, yakni akun @shelisergeant1, @heyyylili, dan @Hidaziana. Akun tersebut melakukan kegiatan jual beli dengan sasaran masyarakat sekitar dan penonton *live*. Para pembeli melakukan transaksi pembelian secara virtual dengan metode pembayaran transfer dan *gift*. Makanan yang sudah dibeli tersebut akan diberikan kepada masyarakat sekitar secara random dengan niat sebagai bagi-bagi atau sedekah.

Menariknya dari metode pembayaran melalui *gift* ini adalah *gift* yang seharusnya dijadikan sebagai *reward* atau apresiasi untuk konten kreator namun dijadikan sebagai metode pembayaran serta sisa kembalian dari pembayaran tersebut tidak dapat dikembalikan seperti pembayaran tunai. Hal inilah yang menimbulkan kejanggalan dalam metode pembayaran melalui *gift*, sehingga penting untuk dilakukan analisis mengenai kesesuaian praktik tersebut dengan peraturan-perundang-undangan dan hukum islam. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan sosiologis filosofis dengan memakai *grand theory maṣlahah mursalah* dan dipadukan dengan teori kecenderungan minat beli oleh Crow and Crow. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif-analitik. Adapun pengumpulan data, penyusun menggunakan metode observasi, wawancara secara mendalam, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Praktik penjualan makanan di *TikTok Live* dengan metode pembayaran melalui *gift* telah memenuhi syarat kesepakatan kedua belah pihak berdasarkan KUHPerdata pasal 1320. Adapun berdasarkan peraturan *TikTok*, praktik ini melanggar ketentuan mengenai penggunaan *gift* sebagai metode pembayaran, karena *gift* berdasarkan syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh *TikTok* seharusnya digunakan sebagai bentuk apresiasi. Praktik jual beli yang dilakukan oleh penjual atau kreator dalam hal ini hanyalah anggapan jual beli, dimana seharusnya praktik jual beli yang demikian ini tidak dibenarkan oleh *TikTok* namun para penjual tersebut tetap menggunakan kalimat jual beli sebagai branding akun dalam kegiatan *live*-nya. Praktik penjualan makanan di *TikTok Live* dengan metode pembayaran melalui *gift* dalam perspektif *maṣlahah mursalah* tidak sejalan dengan tujuan praktiknya, hal ini sesuai dengan analisis *maqaṣid syari’ah* ditambah dengan teori kecenderungan minat beli yang mengatakan bahwa salah satu faktor yang mendorong minat beli adalah faktor emosional dan motif sosial, diketahui bahwa pembeli yang menggunakan metode pembayaran melalui *gift* disebabkan oleh penggunaan *gift* yang praktis sehingga memudahkan pengguna serta adanya niat sedekah sebagai motif sosial.

Kata kunci: *Gift, TikTok Live, Metode Pembayaran*

ABSTRACT

The TikTok application is increasingly popular with its advanced features, causing the creativity of its users to increase. Many utilize the TikTok Live feature as an additional income. One of the contents that many TikTok accounts have is an account that focuses on trading content with the motive of sharing / alms on TikTok Live. There are several TikTok accounts that the authors refer to in this study, namely the accounts @shelisergeant1, @heyyylili, and @Hidaziana. The account conducts buying and selling activities with the target market of the surrounding community and live audience. The buyers make virtual purchase transactions with transfer and gift payment methods. The food that has been purchased will be given to the surrounding community randomly with the intention of sharing or alms.

Interestingly, the payment method through this gift is a gift that should be used as a reward or appreciation for content creators but is used as a payment method and the remaining change from the payment cannot be returned like cash payments. This is what causes irregularities in the method of payment through gifts, so it is important to analyze the suitability of this practice with laws and regulations and Islamic law. This type of research is field research with a philosophical sociological approach using the grand theory of mas'lahah mursalah and combined with the theory of buying interest tendencies by Crow and Crow. While the data analysis method used is descriptive-analytic method. As for data collection, the authors used observation methods, in-depth interviews, and documentation.

The results showed that the practice of selling food on TikTok Live with a payment method through gifts has fulfilled the terms of the agreement of both parties based on Civil Code article 1320. As for TikTok regulations, this practice violates the provisions regarding the use of gifts as a payment method, because gifts based on the terms and conditions set by TikTok should be used as a form of appreciation. The buying and selling practices carried out by sellers or creators in this case are only the assumption of buying and selling, which should not be justified by TikTok, but these sellers still use the phrase buying and selling as account branding in their live activities. The practice of selling food on TikTok Live with a payment method through gifts in the perspective of mas'lahah mursalah is not in line with the purpose of the practice, this is in accordance with the analysis of maqasid shari'ah coupled with the theory of buying interest tendencies which says that one of the factors that encourage buying interest is emotional factors and social motives, it is known that buyers who use the payment method through gifts are caused by the practical use of gifts making it easier for users and the intention of alms as a social motive.

Keywords: *Gift, TikTok Live, Payment Method*

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudari Nadia Badiatul Laila Masruroh

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi, serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudari:

Nama : Nadia Badiatul Laila Masruroh
NIM : 21103080055
Judul : "Penjualan Makanan Di *TikTok* Live Dengan Metode Pembayaran Melalui *Gift* Dalam Perspektif *Maṣlahah Mursalah*"

Sudah dapat diajukan kepada Prodi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi atau tugas akhir saudari tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 17 Februari 2025 M
18 Sya'ban 1446 H

Pembimbing

M. Ulul Albab Musaffa, Lc., M.H.
19901101 202012 1 010

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadia Badiatul Laila Masruroh
NIM : 21103080055
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa naskah skripsi saya yang berjudul **"PENJUALAN MAKANAN DI TIKTOK LIVE DENGAN METODE PEMBAYARAN MELALUI GIFT DALAM PERSPEKTIF MĀṢLAHĀH MURSALAH"** adalah asli, hasil karya/ penelitian yang saya lakukan sendiri bebas dari plagiarisme kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya dan disebutkan dalam acuan daftar pustaka.

Yogyakarta, 20 Februari 2025 M

21 Sya'ban 1446 H

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALONG YOGYAKARTA



Nadia Badiatul Laila Masruroh

21103080055

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-290/Un.02/DS/PP.00.9/03/2025

Tugas Akhir dengan judul : PENJUALAN MAKANAN DI TIKTOK LIVE DENGAN METODE PEMBAYARAN MELALUI GIFT DALAM PERSPEKTIF MASLAHAH MURSALAH

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NADIA BADIATUL LAILA MASRUROH
Nomor Induk Mahasiswa : 21103080055
Telah diujikan pada : Kamis, 27 Februari 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Muhamad Ulul Albab Musaffa, Lc., M.H.
SIGNED

Valid ID: 67cf1a930b38b



Pengaji I

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 67ccc9fb56a3



Pengaji II

Dr. Wardatul Fitri, M.H.
SIGNED

Valid ID: 67ced17fc304c



Yogyakarta, 27 Februari 2025

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

Prof. Dr. Ali Sodiqin, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 67c18abd894b

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan pasti ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah:6)

“Rasakanlah Setiap Proses Yang Kamu Tempuh Dalam Hidupmu, Sehingga Kamu
Tau Betapa Hebatnya Dirimu Sudah Berjuang Sampai Detik Ini”



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Transliterasi yang digunakan dalam karya tulis ini adalah Pedoman Transliterasi Arab-Latin yang merujuk pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor. 158 Tahun 1987 dan 0543b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	<i>Ba'</i>	B	Be
ت	<i>Ta'</i>	T	Te
ث	<i>Sa'</i>	S	Es (dengan titik di atas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Ha'</i>	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	<i>Kha'</i>	Kh	Ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Zal</i>	Z	Zet (dengan titik di atas)
ر	<i>Ra'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	S	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	Es dan ye
ص	<i>Sad</i>	S	Es (dengan titik di bawah)
ض	<i>Dad</i>	D	De (dengan titik di bawah)
ط	<i>Ta'</i>	T	Te (dengan titik di bawah)

ظ	Za'	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	A
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah

مُتَعَدِّدَةٌ	Ditulis	muta'addidah
عِدَّةٌ	Ditulis	'iddah

C. Ta' Marbutah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis "h"

حِكْمَةٌ	Ditulis	Hikmah
عِلْمٌ	Ditulis	'illah

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti: zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan “h”

كرامة الولياء	Ditulis	Karamah al-Auliya'
---------------	---------	--------------------

3. Bila ta’ marbutah hidup atau dengan harakat fathah kasrah dan dammah ditulis “t” atau “h”.

زكوة الفطر	Ditulis	Zakah al-Fitri
------------	---------	----------------

D. Vokal Pendek

كَتَبَ	Fathah	Ditulis	A Kataba
قَوْيٌ	Kasrah	Ditulis	i Qawi
يُكْرَمُ	Dammah	Ditulis Ditulis	U Yukramu

E. Vokal Panjang

fathah + alif جَاهِلِيَّةٌ	Ditulis	A Jahiliyah
fathah + ya’mati قَوْيٌ	Ditulis	A Qawa
kasrah+ ya’mati كَرِيمٌ	Ditulis	I Karim
dammah + wawu mati	Ditulis	u

فُرُوغٌ	Ditulis	furu'
---------	---------	-------

F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati  بَيْنَكُمْ	Ditulis Ditulis	Ai Bainakum
Fathah + wawu mati  قَوْلٌ	Ditulis Ditulis	Au Qaul

G. Vokal Pendek Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

الآنثُمْ	Ditulis	A'antum
لَئِنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	La'an syakartum

H. Kata Sandang Alif + Lam

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf “*alif lam*”, namun dalam transliterasi ini kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Bila diikuti Huruf Qamariyyah

Kata sandang yang diikuti oleh Huruf Qamariyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya.

القَمَرُ	Ditulis	al-Qomar
القِيَاسُ	Ditulis	al-Qiyas

2. Bila diikuti Huruf Syamsiyah ditulis dengan menggandakan Huruf Syamsiyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf “*el*” nya.

الشَّمْسُ	Ditulis	asy-Syams
السَّمَاءُ	Ditulis	as-Sama'

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

Contoh :

أَهْلُ السُّنْنَةُ	Ditulis	Ahl as-Sunnah
السَّيِّدُ سَابِقُ	Ditulis	as-Syayyid Sabiq

J. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi namun huruf ini juga digunakan. Penggunaan huruf kapitalis seperti yang berlaku dalam EYD, di antaranya: diantaranya antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Nama diri yang didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital adalah huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh : قُلْ هُوَ اللَّهُ أَحَدٌ : Qul Huwallahu Ahad

K. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

- Kosa kata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat didalam Kamus Umum Besar Bahasa Indonesia, misalnya kata: hadis, lafaz, shalat, zakat dan sebagainya.
- Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah di-Latin-kan oleh penerbit, seperti judul buku Al-Hijab, Fikih Mawaris, Fikih Jinayah dan sebagainya.

- c. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tetapi berasal dari negara yang menggunakan huruflatin, misalnya: Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh dan sebagainya.
- d. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya: Mizan, Hidayah, Taufiq, Al-Ma'arif dan sebagainya.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

لَهُمُ الْحَمْدُ لِلَّهِ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى رَسُولِ اللَّهِ، وَعَلَى الْأَئِمَّةِ وَالصَّحَابَةِ وَمَنْ وَالاَهُ، رَبُّ اصْرَحَ لِي صَدِّرِي وَبِسْرِي
لِي أَمْرِي وَاحْلَلْ عَدْدَةَ مِنْ لِسَانِي يَفْقِهُوا قَوْلِي

Segala puji bagi Allah Swt atas segala nikmat yang diberikan sehingga penyusundapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Penjualan Makanan Di *TikTok Live* Dengan Metode Pembayaran Melalui *Gift* Dalam Perspektif *Maslahah Mursalah*”. Shalawat dan salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada nabi Muhammad Saw, keluarga, sahabat, dan kita selaku umatnya. Ya Tuhan, lapangkanlah dadaku, mudahkanlah segala urusanku, dan lepaskanlah kekakuan lidahku, agar mereka mengerti perkataanku.

Penyusun menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penyusun mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, S. Ag., M.A., M. Phil., Ph.D., selaku rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Ali Shodiqin, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak A. Hashfi Luthfi, M.H., selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Ibu Dr. Hj. Widyarini, M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran dari awal hingga akhir semester perkuliahan.
5. Bapak Muhamad Ulul Albab Musaffa, Lc., M.H., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan memberikan masukan dari awal penggerjaan sampai terselesaiannya skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan tauladan yang baik. Serta seluruh staf Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang memberikan kemudahan administratif bagi penulis.
7. Kedua orang tua saya, Bapak Miswandi dan Ibu Sumitin. Terimakasih atas segala do'a, semangat, dukungan, nasihat dan kasih sayang yang tiada hentinya.
8. Kakak saya Rika Nurcahyanti yang senantiasa memberikan dukungan, nasihat dan semangat hingga saat ini.
9. Seluruh kerabat dan keluarga besar yang selalu memberikan do'a, semangat, dan motivasi yang tiada hentinya.
10. Sahabat saya Renata, Shefira, Windy, Indri, Galuh, terimakasih telah bersama dan selalu memberikan bantuan, dukungan dan motivasi selama proses perkuliahan hingga terselesaiannya penelitian ini.
11. Teman-teman Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2021 yang meneman dalam masa-masa perkuliahan dari awal hingga akhir.

12. Teman-teman KKN 114 kelompok 311 Shefira, Afif, Aghif, Ine, Rilla, Dita, Pandu, Akbar, Anwar, terimakasih telah membersamai dan memberikan semangat hingga saat ini.
13. Para narasumber yang telah memberikan izin penelitian serta bantuan data-data yang dibutuhkan.
14. Seluruh pihak yang belum dan tidak dapat disebutkan, namun turut memberikan do'a, dukungan, bantuan, dan motivasi selama perkuliahan ini.

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan tercatat menjadi amal ibadah dan Allah balas dengan kebaikan yang lebih banyak baik di dunia maupun di akhirat. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penyusundan pembaca.

Yogyakarta, 20 Februari 2025



DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN	ix
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR TABEL	xxii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian Dan Kegunaan Penelitian.....	6
D. Telaah Pustaka.....	7
E. Kerangka Teori.....	10
F. Metode Penelitian	16
G. Sistematika Pembahasan.....	22
BAB II	22
KERANGKA TEORI	22
A. <i>Maṣlahah Mursalah</i>	22
1. Pengertian <i>Maṣlahah Mursalah</i>	22
2. Landasan Hukum <i>Maṣlahah Mursalah</i>	25
3. Syarat <i>Maṣlahah Mursalah</i>	29

4. Macam-macam <i>Maṣlahah</i>	30
5. Hubungan <i>Maṣlahah Mursalah</i> dengan <i>Maqaṣid Al-Syari'ah</i>	33
6. Pembagian <i>maqaṣid al-syari'ah</i> menurut Jasser Auda.....	36
7. Aplikasi <i>Maṣlahah Mursalah</i> dalam Kehidupan	39
B. Teori Kecenderungan Minat Beli.....	42
C. <i>Gift</i>	46
1. Pengertian dan fungsi <i>Gift</i> secara umum dan Islam	46
2. Pengertian dan fungsi <i>Gift</i> dalam aplikasi <i>TikTok</i>	49
BAB III	52
GAMBARAN UMUM TENTANG PRAKTIK PENJUALAN MAKANAN DI <i>TIKTOK LIVE</i> DENGAN METODE PEMBAYARAN MELALUI <i>GIFT</i>	52
A. Gambaran Umum Aplikasi <i>TikTok</i>	52
1. Sejarah Aplikasi <i>TikTok</i>	52
2. Fitur-Fitur Aplikasi <i>TikTok</i>	55
B. Mekanisme Penggunaan <i>Gift</i> Dalam <i>TikTok Live</i>	61
1. Langkah-Langkah Menggunakan <i>Gift</i> Di <i>TikTok Live</i>	61
2. Macam-macam <i>Gift</i> di <i>TikTok Live</i>	64
3. Langkah-Langkah Mengkonversikan <i>Gift</i> Menjadi Uang	67
C. Gambaran Umum Profil Akun Penjual Makanan Dengan Metode Pembayaran Melalui <i>Gift</i>	69
D. Praktik Penjualan Makanan Di <i>TikTok Live</i> Dengan Metode Pembayaran Melalui <i>Gift</i>	73
E. Pembelian Makanan Di <i>TikTok Live</i> Dengan Metode Pembayaran Melalui <i>Gift</i>	80
F. Kebijakan <i>TikTok</i> Tentang Penggunaan <i>Gift</i> Dalam <i>TikTok Live</i>	85
BAB IV	90
ANALISIS PRAKTIK PENJUALAN MAKANAN DI <i>TIKTOK LIVE</i> DENGAN METODE PEMBAYARAN MELALUI <i>GIFT</i> DALAM PERSPEKTIF <i>MASLAHAH MURSALAH</i>.....	90

A. Analisis Kesesuaian Praktik Penjualan Makanan Di <i>Tiktok Live</i> Dengan Metode Pembayaran Melalui <i>Gift</i> Dengan Undang-Undang Yang Berlaku Dan Peraturan <i>Tiktok</i>	90
B. Analisis <i>Maṣlaḥah Mursalah</i> Terhadap Praktik Penjualan Makanan Di <i>TikTok Live</i> Dengan Metode Pembayaran Melalui <i>Gift</i>	92
C. Analisis <i>Maqaṣid Al-Syari'ah</i> Terhadap Praktik Penjualan Makanan Di <i>TikTok Live</i> Dengan Metode Pembayaran Melalui <i>Gift</i>	99
D. Analisis Teori Kecenderungan Terhadap Praktik Penjualan Makanan Di <i>TikTok Live</i> Dengan Metode Pembayaran Melalui <i>Gift</i>	106
E. Antara <i>Gift</i> Dalam Islam Dan <i>Tiktok</i>	108
BAB V.....	111
PENUTUP	111
A. Kesimpulan	111
B. Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN LAMPIRAN	i



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1: Tombol fitur <i>gift</i> dalam <i>TikTok Live</i>	62
Gambar 3.2: Macam-macam pilihan <i>gift</i> dalam <i>TikTok Live</i>	63
Gambar 3.3: Tombol isi ulang untuk membeli/ <i>top up Gift</i>	63
Gambar 3.4: Tombol untuk mengirimkan <i>gift</i>	64
Gambar 3.5: <i>Live streaming</i> penjualan makanan dengan metode pembayaran melalui <i>gift</i>	74
Gambar 3.6: Tampilan <i>gift</i> di layar yang diberikan oleh penonton sebagai metode pembayaran	78



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.: Tabel Harga <i>Gift</i>	64
Tabel 4.1 : Tabel hasil wawancara kecenderumgan minat beli menggunakan gift	
.....	71



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor ekonomi dan perdagangan. Salah satu inovasi terbaru dalam dunia jual beli adalah penggunaan platform media sosial, seperti *TikTok*, yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai ruang perdagangan yang dinamis. *TikTok* adalah aplikasi berbasis video yang menggunakan efek unik, menarik dan khusus yang digunakan oleh penggunanya dalam menciptakan sebuah video pendek menarik yang kemudian akan menarik perhatian banyak orang untuk menontonnya¹.

Aplikasi *TikTok* merupakan sebuah jejaring sosial dan platform video musik asal Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. *TikTok* diciptakan oleh Zhang Yiming, seorang lulusan Universitas Nankai di China, yang mendirikan perusahaan teknologi *ByteDance* pada tahun 2012. Berawal dari September tahun 2016, perusahaan *ByteDance* mengeluarkan

¹ Clarisa Damayanti Mausul dan Muhamad Sukron Ma'mun, "Pengaruh *Live streaming* *TikTok* Shop (Studi Minat Pembelian Pengguna *Live streaming* di Akun Media Sosial *TikTok* @imazanhijab)," *Jurnal Karimah Tauhid* 3, no. 2 (2024): 2393, <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i2.12063>.

sebuah produk awal yang disebugst *Douyin* yang kemudian berkembang menjadi *TikTok*².

Salah satu fitur *TikTok* yang menarik adalah *TikTok Live*. *TikTok Live* adalah fitur *live streaming* dalam aplikasi *TikTok* dimana seorang kreator dapat berinteraksi langsung secara virtual dengan para penonton³. Tidak sedikit konten kreator yang memanfaatkan fitur ini untuk melakukan promosi dan berdagang. Fitur *TikTok Live* sangat cocok untuk mendukung kegiatan promosi dikarenakan para konten kreator dapat berinteraksi langsung secara virtual dengan para penonton.

Salah satu fitur yang menarik dalam *TikTok Live* adalah fitur *gift*. Fitur *gift* digunakan sebagai fitur untuk memberikan apresiasi kepada *streamer* ketika *live*. Fitur *gift* ini bermacam-macam bentuknya yang meliputi bentuk hewan, emoji, makanan, dan benda-benda lainnya. Untuk mendapatkan *gift* tersebut dilakukan dengan cara *top up* lalu memilih *gift* yang akan dibeli. Masing-masing *gift* memiliki jumlah poin atau koin yang berbeda-beda sesuai dengan nominal pembelian *gift*. Fitur *gift* dalam aplikasi *TikTok* ini memberikan kesempatan kepada para kreator untuk mendapatkan keuntungan secara materi, karena hasil dari *gift* ini jika terkumpul maka menjadi *reward* yang bisa dikonversikan oleh kreator.

² Nika Sintesa dan Ditta Kristina Putri, “Analisa Konsistensi, Komunikasi Persuasif Dan Fokus Kreator Dalam Live *TikTok* Terhadap Viewers and Followers on Live Room Sintesa,” *Jurnal Akuntansi* 45 3, no. 2 (2022): 229, <https://doi.org/10.30640/akuntansi45.v3i2.1559>.

³ Mausul dan Ma’mun, “Pengaruh *Live streaming* *TikTok* Shop (Studi Minat Pembelian Pengguna *Live streaming* di Akun Media Sosial *TikTok* @imazanhijab),” 2393.

Semakin populernya *TikTok*, semakin banyak pula yang memanfaatkan *TikTok Live* sebagai tambahan penghasilan.⁴ Ada berbagai kategori akun *TikTok*, ada akun yang berfokus pada konten pendidikan, konten hiburan, konten promosi, konten berdagang dan sebagainya. Salah satu konten yang banyak dimiliki oleh beberapa akun *TikTok* adalah akun yang berfokus pada konten berdagang. Konten berdagang disetiap akun memiliki keunikan sendiri-sendiri, dimana berdagang melalui *TikTok* dapat dilakukan dengan membuat konten promosi, tergabung dalam *TikTok affiliate* dan dengan *live streaming* di *TikTok Live*.

Kegiatan berdagang yang dilakukan menggunakan *live streaming* ini cukup menarik dan memiliki keunikan sendiri, dimana penjual melakukan promosi sekaligus berinteraksi langsung dengan penonton. Uniknya lagi ada beberapa akun yang melakukan penjualan dengan ciri khas yang menarik. Salah satunya adalah penjualan makanan di *TikTok Live* dengan metode pembayaran melalui *gift*. Ada beberapa akun *TikTok* yang menjadi rujukan penyusun dalam penelitian ini, yakni akun @shelisergeant1, @heyylii, dan @Hidaziana. Ketiga akun tersebut penyusun pilih secara random dari berbagai akun yang memiliki konten yang sama.

Kegiatan jual beli tersebut dilakukan dengan sasaran pasar masyarakat sekitar dan penonton *live* dengan motif bagi-bagi atau sedekah. Para pembeli yang membeli melalui *live* biasanya melakukan transaksi

⁴ Risma Agistiani et al., “Live-streaming *TikTok*: Strategi mahasiswa cerdas untuk meningkatkan pendapatan di era digitalisasi,” *Journal of Management and Digital Business* 3, no. 1 (2023): 4.

secara virtual dengan metode pembayaran transfer dan adapula dengan metode *gift*. Makanan yang sudah dibeli oleh para donatur akan diberikan kepada masyarakat sekitar secara random dengan niat sebagai bagi-bagi atau sedekah. Menariknya dari metode pembayaran melalui *gift* ini adalah *gift* yang lazimnya digunakan sebagai apresiasi atau oemberian secara cuma-cuma, namun dipakai untuk metode pembayaran dalam jual beli. Hal lain yang menjadi keunikannya adalah sisa kembalian dari pembayaran tersebut tidak dapat dikembalikan seperti pembayaran tunai. Hal inilah yang menimbulkan kejanggalan dalam metode pembayaran melalui *gift*.

Gift yang diterima oleh kreator ketika melakukan *live TikTok* dalam hukum islam dikenal dengan istilah *ju'alah*. Secara bahasa *ju'alah* artinya sesuatu imbalan atau *reward* yang diberikan atas pencapaian hasil tertentu.⁵ *Gift* dalam kasus ini digunakan sebagai metode pembayaran dimana bukan lagi digunakan sebagai bentuk apresiasi atau reward atas suatu pencapaian, melainkan sebagai alat transaksi. *Gift live streaming* dari *TikTok* adalah berupa *diamond* yang memang dapat ditukarkan menjadi uang. *Gift* dalam pertukaran tersebut menurut kompilasi hukum ekonomi syariah termasuk benda tidak terlihat atau segala sesuatu yang tidak bisa dirasakan.⁶

Transaksi jual beli seperti ini termasuk model transaksi muamalah yang baru, dimana *gift* yang biasanya digunakan sebagai hadiah virtual namun menjadi sebagai metode pembayaran. Melihat metode pembayaran

⁵ Muhammad Shobirin dan Abdul Hafiz, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penukaran Point Dengan Uang Pada Aplikasi Tik-Tok Perspektif Akad Muamalah,” *Mu'amalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah* 16, no. 1 (2024): 3, <https://doi.org/10.20414/mu.v16i1.8603>.

⁶ Taufik Hidayat, *Buku Pintar Investasi Syariah* (Jakarta: Media Kita, 2023), 14.

melalui *gift* berakibat pada sisa *gift* yang tidak dapat dikembalikan, hal ini berpotensi pada ketidakjelasan transaksi. Allah SWT sendiri melarang kaum muslimin untuk memakan harta orang lain secara batil. Secara *batil* dalam hal ini memiliki arti yang sangat luas, di antaranya melakukan transaksi ekonomi yang bertentangan dengan syara'⁷.

Penggunaan *gift* sebagai metode pembayaran menghadirkan sejumlah tantangan dan pertanyaan yang perlu dieksplorasi lebih dalam mengenai kejelasan status transaksi. Beranjak dari latar belakang tersebut, adanya muamalah atau transaksi ekonomi tak lepas pula dari tujuan untuk memberikan manfaat, sehingga dalam bertransaksi juga perlu kejelasan apakah kegiatan yang dilakukan dapat mendatangkan manfaat atau lebih banyak mendatangkan kebahayaan. Selain itu, dalam bertransaksi kita juga perlu memperhatikan apakah transaksi yang kita lakukan telah sesuai dengan hukum syara' atau belum. Berdasarkan latar belakang tersebut, mendorong keingintahuan penyusun untuk meneliti lebih dalam terkait penjualan makanan melalui *TikTok Live* dengan metode pembayaran melalui *gift* dalam perspektif *maṣlahah mursalah*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

⁷ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqih Muamalah* (Bandung: Pustaka Belajar, 2015), 70.

1. Apakah praktik penjualan makanan di *TikTok Live* dengan metode pembayaran melalui *gift* sudah sesuai dengan jual beli berdasarkan peraturan perundang-undangan dan peraturan yang ditetapkan oleh *TikTok*?
2. Bagaimana praktik penjualan makanan di *TikTok Live* dengan metode pembayaran melalui *gift* dalam perspektif *maṣlahah mursalah*?

C. Tujuan Penelitian Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian
 - a. Untuk menjelaskan praktik penjualan makanan *TikTok Live* dengan metode pembayaran melalui *gift* serta menganalisis kesesuaianya dengan peraturan perundang-undangan dan peraturan yang ditetapkan oleh *TikTok*.
 - b. Untuk menganalisis penjualan makanan di *TikTok Live* dengan metode pembayaran melalui *gift* dalam perspektif *maṣlahah mursalah*.
2. Kegunaan penelitian
 - a. Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dan pandangan mengenai hukum ekonomi syariah, khususnya dalam transaksi digital dan metode pembayaran baru.
 - b. Penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menjadi referensi tambahan atau bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan *gift* di aplikasi *TikTok*, dan meningkatkan

kesadaran konsumen terhadap hak dan kewajiban mereka dalam bertransaksi online, serta pentingnya memahami aspek hukum dari metode pembayaran yang dipakai.

D. Telaah Pustaka

Berdasarkan literatur review yang dilakukan oleh penyusun guna menghasilkan penelitian yang lebih baik dan sempurna, penyusun mengambil referensi yang berasal dari penelitian terdahulu diantaranya:

Penelitian yang dilakukan oleh Vauziyah pada tahun 2023 yang bertema *gift* dalam aplikasi *live TikTok* yang memberikan hasil bahwa *gift* dalam *live streaming* aplikasi *TikTok* dikategorikan sebagai akad *ju'alah*, karena komisi yang diperoleh dari *gift* tersebut didapatkan setelah kreator berhasil menyelesaikan pekerjaannya⁸. Penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Adli pada tahun yang sama dengan hasil yang sama pula bahwa koin hasil *gift* di *live streaming* aplikasi *TikTok* termasuk akad *ju'alah*.⁹ Selain itu seorang peneliti bernama Jundan juga melakukan penelitian terkait *virtual gift* dalam aplikasi Nonolive, dimana ia meninjau secara hukum ekonomi syariah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa status hukum terhadap pemberian *virtual gift* melalui aplikasi Nonolive menurut hukum ekonomi syari'ah hukumnya adalah

⁸ Diana Tri Vauziyah, “ANALISIS JU’ĀLAH TERHADAP PEROLEHAN *GIFT LIVE STREAMING* PADA APLIKASI *TIKTOK* (STUDI KASUS TREN MANDI LUMPUR DI APLIKASI *TIKTOK*)”, *Skripsi*, UIN Sunan Ampel (Surabaya, 2023).

⁹ M. Rais Adli, “TINJAUAN FIQIH MUAMALAH TERHADAP KASUS MULUNG KOIN DI *LIVE STREAMING* APLIKASI *TIKTOK* (Studi kasus mahasiswa jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau)”, *Skripsi*, UIN Sultan Syarif Kasim (Riau, 2023).

mubah (boleh) dan termasuk ke dalam hadiah karena fakta di lapangan bahwa para penonton yang memberikan *gift* ke *host* dari inisiatif penonton sendiri atas dasar konten yang diberikan oleh *host talent* menarik dan memberi manfaat alih-alih untuk memberikan apresiasi dalam hal menghargai usaha konten kreator.¹⁰

Penelitian mengenai *gift* sebagai akad *ju’alah* dalam aplikasi *TikTok* juga dilakukan oleh Fida, Yunus dan Nuzula, para peneliti ini melakukan tinjauan fatwa DSN-MUI No. 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju’alah terhadap *Gift* pada Fitur *Live TikTok*. Dalam penelitian tersebut menghasilkan bahwa *live* di *TikTok* yang berisi aksi mandi lumpur, menyakiti diri, menari memperlihatkan lekuk tubuh, yang semuanya dilakukan untuk menarik perhatian penonton agar memberikan *gift* termasuk hal yang bertentangan dengan fatwa DSN-MUI No. 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju’alah, hal ini dikarenakan konten tersebut berupa konten negatif yang tidak menghasilkan manfaat dan tidak pula mencontohkan sesuatu hal yang patut untuk ditiru.¹¹

Penelitian tentang *gift* di *TikTok* ini juga dilakukan oleh Ibrahim pada tahun 2023 yang berfokus pada fenomena live *TikTok* dengan konten mandi lumpur “ngemis gaya baru”. Berdasarkan penelitian ini, hukum meminta

¹⁰ Silviana Jundan, “TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PEMBERIAN VIRTUAL *GIFT* DALAM APLIKASI ONLINE NONOLIVE”, *Skripsi*, UIN Walisongo (Semarang, 2023).

¹¹ Nurul Fida, Muhammad Yunus, dan Zia Firdaus Nuzula, “Tinjauan Fatwa DSN-MUI No . 62 / DSN-MUI / XII / 2007 tentang Akad Ju’alah terhadap *Gift* pada Fitur Live *TikTok*,” *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law* 3, no. 2 (2023): 677–683.

gift dengan konten meminta-minta menurut hukum islam tidak sesuai dengan syariat islam. Namun demikian, perbuatan mengemis ini ada pengecualian, yakni boleh dikerjakan jika orang tersebut menanggung suatu tanggungan, terkena musibah, tertimpa bencana yang menyebabkan hilangnya seluruh harta bendanya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hukum *gift* dalam live *TikTok* ini bergantung pada konten yang diberikan oleh creator, jika memang *gift* diberikan karena konten positif yang mendorong pemeberian *gift* sebagai apresiasi maka hukum *gift* ini boleh boleh saja.¹²

Beberapa penelitian diatas diperkuat lagi dengan penelitian terbaru tahun 2024 yang dilakukan oleh oleh Wulansari yang berfokus pada tinjauan hukum islam terhadap *gift* pada *live streaming* aplikasi *TikTok*. Berdasarkan penelitian ini, mendapatkan *gift* di aplikasi *TikTok* dengan cara yang negatif dan tidak memenuhi 5 unsur pokok syariat *maqasid syari'ah* dapat dikatakan *makruh at tahrim*. *Gift* yang diperbolehkan adalah apabila tidak melanggar ketentuan syariat dan Fatwa DSN MUI. Oleh karena itu hukum *gift* adalah boleh sepanjang tidak melanggar ketentuan syariat dan didapatkan dengan cara yang benar.¹³

¹² Ibrahim, “ANALISIS KEDUDUKAN HUKUM MEMINTA *GIFT* DI APLIKASI *TIKTOK* PERSPEKTIF HUKUM FIKIH (STUDI PADA KONTEN: MANDI LUMPUR ‘NGEMIS GAYA BARU’)”, Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah (Jakarta, 2023).

¹³ Erma Tri Wulansari, “TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP FENOMENA MENDAPATKAN *GIFT* PADA *LIVE STREAMING* APLIKASI *TIKTOK*”, Skripsi, IAIN Ponorogo (Ponorogo, 2024).

Berdasarkan telaah Pustaka tersebut, penyusun menemukan perbedaan penelitian antara penelitian yang akan dilakukan oleh penyusun dengan dengan penelitian terdahulu, mulai dari fokus kajia, objek penelitian, dan jenis penelitian hingga pendekatan yang digunakan. Oleh karena itu penyusun menemukan pembaruan dalam penelitian dengan tema ini karena belum ada peneliti sebelumnya yang membahas mengenai *gift* sebagai metode pembayaran.

E. Kerangka Teori

1. *Maṣlahah mursalah*

Al-maṣlahah mursalah adalah lawan kata (anonim) dari kata *al-Mafsadah* (kerusakan atau kerugian). Menurut bahasa *al-maṣlahah* adalah sesuatu yang menimbulkan kebaikan. Berdasarkan pengertian tersebut, maka tindakan apapun yang berakibat terwujudnya kebaikan atau manfaat bagi diri, orang lain atau lingkungan sekitarnya, maka disebut *al-maṣlahah*. Secara hakiki, *al-maṣlahah* adalah akibat yang timbul dari tindakan yang menyebabkan terjadinya kebaikan atau manfaat. Sedangkan pengertian *al-maṣlahah* secara bahasa berarti terlepas.¹⁴ *Al-maṣlahah al-mursalah* berarti suatu kemashlahatan yang lepas dari kaitan pengukuhan ataupun penolakan syariat.¹⁵ *Al-maṣlahah al-mursalah* sebagai salah satu metode yang diterapkan dalam istimbat

¹⁴ “Perdebatan Maslahah Mursalah dalam Kitab-Kitab Al-Imam Al-Ghazali,” *El faqih: Jurnal Pemikiran dan Hukum Islam* 6, no. 1 (2020): 1–17.

¹⁵ Muhajirin dan May Dedu, “MASHLAHAH MURSALAH DAN IMPLEMENTASINYA DALAM AKAD MUAMALAH,” *Jurnal Al-Mashlahah: Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial Isla* 09, no. 1 (2021): 175.

hukum dan menjadi metode mandiri selain metode metode yang ada seperti *Ijma'*, *Qiyas*, *Istihsan*, *Istishab*, *Syar'u Man Qablana* dan *Sadd al-dari'ah*.

Berdasarkan prioritas penggunaannya, mashlahah memiliki tiga macam, yaitu:

1) *Maslahah daruriyyah*, adalah kemaslahatan yang erat kaitannya dengan kebutuhan pokok umat manusia di dunia dan akhirat. seperti ini ada lima, yaitu:

a) Memelihara agama

Maksudnya ialah tidak menyekutukan Allah dalam segala hal, baik itu dalam kegiatan ekonomi terutama dalam memproduksi dan menjual makanan, dengan menjaga proses produksi membuktikan bahwa seorang muslim juga menjaga agamanya.

b) Memelihara jiwa

Setiap manusia diciptakan oleh Allah SWT dengan jiwa jiwa yang sehat dan kuat, dalam bertransaksi bukan hanya meliibatkan satu jiwa saja melainkan juga jiwa orang lain, sehingga dalam bertransaksi, menjaga jiwa atau memelihara jiwa adalah suatu hal yang penting.

c) Memelihara akal

Akal merupakan karunia tuhan yang paling Istimewa bagi manusia, sehingga dalam melakukan suatu hal, hendaklah

manusia senantiasa menggunakan akalnya dengan baik sehingga tidak terjerumus pada hal-hal yang negatif.

d) Memelihara keturunan

Memelihara keturunan menjadi kebutuhan pokok dalam kehidupan manusia, sebab apa yang kita akadkan dan transaksikan sekarang juga berdampak pada keturunan kita nanti. Oleh karena itu memelihara keturunan menjadi tujuan dari *maqasid syari'ah*.

e) Memelihara harta

Harta paling baik dan halal adalah hal yang paling dicari dalam bertransaksi. Selain itu memelihara harta penting demi kelangsungan hidup manusia.¹⁶

Kelima kemaslahatan ini, disebut dengan *al-masalih al-khamsah*.

- 2) *Maṣlahah hajjiyyah*, yaitu kemaslahatan yang dibutuhkan dalam menyempurnakan kemaslahatan pokok (mendasar) sebelumnya yang berbentuk keringanan untuk mempertahankan dan memelihara kebutuhan mendasar manusia atau dengan kata lain maslahat yang dibutuhkan oleh orang dalam mengatasi berbagai kesulitan yang dihadapinya. Misalnya, dalam bidang ibadah diberi keringanan berbuka puasa bagi orang yang sedang musafir; dalam bidang

¹⁶ Fatimawali Fatimawali, Zainal Abidin, dan Gani Jumat, “Teori Maqashid Al-Syari’ah Modern : Perspektif Jasser Auda,” in *Prosiding Kajian Islam dan Integrasi Ilmu di Era Society 5.0 (KIIIES 5.0)*, vol. 3 (Palu, 2024), 236.

muamalah dibolehkan berburu binatang dan memakan makanan yang baik-baik.¹⁷

- 3) *Maṣlahah Tahiṣīyyah*, yaitu kemashlahatan yang sifatnya pelengkap berupa keleluasaan yang dapat melengkapi kemashlahatan sebelumnya. Misalnya dianjurkan untuk memakan yang bergizi, berpakaian yang bagus-bagus, melakukan ibadah-ibadah sunah sebagai amalan tambahan, dan berbagai cara menghilangkan najis dari badan manusia.¹⁸

Teori *maṣlahah* ini didukung oleh *maqaṣid al-syari'ah* untuk memahami konteks syariat. *Maqaṣid al-syari'ah* dengan *maṣlahah* kaitannya sangat erat sekali karena tujuan dari *maqaṣid al-syari'ah* itu sendiri adalah untuk mencapai *maṣlahah* atau kemanfaatan. Adapun teori *Maqaṣid al-syari'ah* juga mengalami perkembangan sebagaimana yang dilontarkan Jasser Auda, *Maqaṣid al-syari'ah* sebenarnya bukanlah hal yang baru, sejarah mencatat bahwa konsep *maqaṣid al-syari'ah* sudah ada sejak akhir abad ke-3 melalui karya Imam Turmudzi yang berjudul “*al-Salah wa Maqashiduhu*”. Berdasarkan kitab yang dikarang oleh Jazir Auda’ yang berjudul “*Maqasid Al-Shariah As Philosophy Of Islamic Law*”, beliau berpendapat bahwa pengertian maqasid diperluas untuk mengatasi kelemahan individu, sehingga jangkauan *maqaṣid* sekarang meliputi masyarakat, bangsa, atau

¹⁷ Muhajirin dan Dedu, “MASHLAHAH MURSALAH DAN IMPLEMENTASINYA DALAM AKAD MUAMALAH,” 176.

¹⁸ Muhajirin dan Dedu, 176.

kemanusiaan secara umum.¹⁹ Hal inilah yang melatar belakangi beliau untuk membagi jangkauan hukum yang dicakup oleh *maqaṣid* dibagi menjadi:

1) Tujuan umum (*al-maqaṣid al-‘ammah*)

Maqaṣid ‘ammah atau tujuan umum adalah tujuan yang bersifat luas dan mencakup kepentingan masyarakat secara keseluruhan. Tujuan ini tidak terbatas pada satu hukum tertentu, melainkan meliputi berbagai aspek dalam syariah. Adapun dalam kasus ini, metode pembayaran melalui *gift* dalam jual beli bertujuan secara umum untuk melindungi harta (*Hifżul maal*). *Hifżul maal* bertujuan untuk melindungi harta individu dan masyarakat dari tindakan yang merugikan, seperti penipuan, riba, dan praktik bisnis yang tidak etis. Allah telah menegaskan bahwa transaksi jual beli harus dilakukan dengan cara yang sah dan adil, melindungi harta dari praktik-praktik yang merugikan dalam Q.S An-Nisa ayat 29, dalam ayat tersebut Allah SWT menegaskan agar kita sebagai umat muslim tidak saling memakan harta orang lain dengan cara yang *baṭil*. Hal ini dapat kita pahami bahwa apabila berdagang, kita tidak boleh semena-mena mengambil kembalian yang seharusnya menjadi hak pembeli, selain itu penipuan juga termasuk merugikan orang lain yang berpotensi pada perolehan harta dengan cara yang *baṭil*. Dalam jual beli di *TikTok*, tujuan umum dapat dilihat dari upaya untuk menjaga harta

¹⁹ Jaser Auda, *MAQASID AL-SHARIAH AS PHILOSOPHY of Islamic law* (London: The International Institute of Islamic Thought, 2008), 5.

agar tetap dalam prinsip keadilan dalam jual beli dan transparansi dalam transaksi. Misalnya, seorang kreator atau penjual harus memastikan bahwa produk yang dijual adalah barang halal dan tidak mengandung unsur penipuan atau riba. Hal ini bertujuan untuk melindungi konsumen dan menjaga integritas pasar secara keseluruhan

2) Tujuan khusus (*al-maqāṣid al-khaṣṣah*)

Al-maqāṣid al-khaṣṣah adalah tujuan yang lebih spesifik dan terkait dengan hukum tertentu. Ini mencakup peraturan yang ditetapkan untuk situasi atau konteks tertentu. Maqasid khassah berfokus pada aspek tertentu dari transaksi. Dalam konteks pembayaran *gift* di *TikTok*, ini bisa berarti memastikan bahwa metode pembayaran yang digunakan tidak melanggar prinsip syariah. Misalnya, jika seorang pembeli menggunakan *gift* untuk membeli produk, penting untuk memastikan bahwa transaksi tersebut jelas dan tidak mengandung unsur *garar* (ketidakpastian) yang dapat merugikan salah satu pihak

3) Tujuan parsial (*al-maqāṣid al-juz'iyyah*)²⁰

Maqāṣid juz'iyyah berkaitan dengan hukum-hukum spesifik dalam transaksi. Contohnya, dalam praktik jual beli menggunakan *gift* di *TikTok*, harus ada kejelasan mengenai barang yang dibeli, harga, dan kondisi barang. Jika penjual tidak memberikan informasi yang jelas

²⁰ Fatimawali, Abidin, dan Jumat, “Teori Maqashid Al-Syari ’ah Modern : Perspektif Jasser Auda,” 236.

tentang produk atau jika ada unsur cacat yang tidak diungkapkan, maka transaksi tersebut bisa dianggap tidak sah menurut hukum Islam.

Hal ini memungkinkan identifikasi *maqasid* yang lebih fundamental yang perlu diwujudkan lebih dulu dan menghindari kontradiksi antara maqasid khusus dan umum.

F. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif karena berfokus pada pemahaman mendalam mengenai fenomena sosial yang terjadi.

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan pengamatan langsung serta interaksi langsung dengan subjek penelitian sehingga mendapatkan hasil penelitian yang akurat. Objek dalam penelitian ini adalah *gift TikTok* sebagai metode pembayaran pada jual beli makanan di *live TikTok*.

Adapun subjek penelitian ini adalah beberapa akun *TikTok* penjual yang melakukan penjualan melalui *live TikTok*.

2. Sifat penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analisis. Metode deskriptif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk memberikan Gambaran atau deskripsi secara sistematis dan objektif mengenai fakta-fakta, ciri-ciri, ataupun sifat atas suatu fenomena tertentu.²¹ Adapun yang dimaksud

²¹ Kaelan, *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat* (Yogyakarta: Paradigma, 2015), 15.

analisis adalah kegiatan memeriksa atau menyelidiki suatu fenomena melalui data sehingga mengetahui keadaan yang sebenarnya. Deskriptif analisis dalam penelitian ini memberikan gambaran secara jelas mengenai jual beli makanan di *live TikTok* dengan metode pembayaran melalui *gift* serta menganalisis dalam perspektif *maṣlahah mursalah*.

3. Pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologis filosofis karena penelitian ini membahas suatu objek yang dilandaskan pada kondisi atau proses yaitu jual beli yang ada pada masyarakat yang terjadi akibat dari perkembangan teknologi²². Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui pandangan agama islam dalam menyikapi praktik tersebut.

Metode pembayaran melalui *gift* dalam hal ini menjadi fenomena baru yang sedang berlangsung dalam praktik jual beli di *live TikTok* yang dilakukan oleh masyarakat.

4. Sumber data

a. Data primer

Penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari hasil wawancara dengan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi jual beli dengan metode pembayaran melalui *gift* di akun *TikTok* para penjual.

b. Data sekunder

²² Trias Fatih Mubaidilla dan Irfai' Alfian Mubaidilla, "PENDEKATAN SOSIOLOGIS DALAM STUDI ISLAM," *Jurnal Tadris* 16, no. 1 (2022): 72.

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang tidak didapatkan di lapangan. Penyusun menggunakan pustaka hukum yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.

1) Bahan hukum primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang terdiri dari peraturan perundang-undangan, yurisprudensi dan lain-lain.

Bahan hukum primer dalam penelitian ini adalah:

- a) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- b) Al-Qur'an dan Hadits
- c) Syarat dan Ketentuan penggunaan Gift dalam aplikasi *TikTok*

(Peraturan yang ditetapkan oleh *TikTok*)

2) Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan primer. Bahan hukum sekunder dalam penelitian ini adalah:

- a) Literatur fikih
- b) Fatwa DSN-MUI No. 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju'alah
- c) Buku
- d) Jurnal/ artikel
- e) Skripsi/ penelitian terdahulu
- f) Informasi dari internet

3) Bahan hukum tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang memberikan petunjuk, menjelaskan dan melengkapi bahan hukum primer dan sekunder. Bahan hukum tersier dalam penelitian ini adalah Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

5. Teknik pengumpulan data

a. Observasi

Observasi lapangan merupakan studi luar ruangan yang bertujuan untuk memperoleh data secara langsung di lapangan. Observasi lapangan dilakukan untuk mendapat hasil yang lebih akurat.²³ Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati proses jual beli makanan di *TikTok Live* dengan metode pembayaran melalui *gift* untuk menarik kesimpulan yang lebih mudah. Observasi dalam penelitian ini tidak dilakukan langsung di lapangan, namun dengan mengamati secara langsung praktik tersebut melalui *live* di aplikasi *TikTok*. Hal ini dimungkinkan karena praktik jual beli tersebut dilakukan dengan *live*, sehingga penyusun ikut turut mengamati proses *live* yang dilakukan penjual.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data

²³ Khoirun Nikmah, “PENERAPAN METODE PEMBELAJARAN OBSERVASI LAPANGAN PADA MATA KULIAH STUDI ARSIP UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN BERPIKIR KRITIS MAHASISWA,” *Journal of Social Science and Education* 4, no. 1 (2023): 28.

terhadap narasumber/sumber data.²⁴ Wawancara dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data primer mengenai pelaksanaan atau proses jual beli makanan di *TikTok Live* dengan metode pembayaran melalui *gift*. Wawancara dilakukan kepada penjual dan pembeli yang terlibat dalam kegiatan jual beli tersebut. Akun penjual menjadi subjek penelitian yang utama dalam penelitian, dalam hal ini penyusun menemukan banyak akun penjuak, namun hanya tiga akun yang dijadikan sebagai subjek penelitian. Hal ini dikarenakan beberapa akun yang tidak bersedia untuk dilakukan wawancara sehingga ketiga subjek penelitian tersebut adalah akun penjual yang bersedia untuk dilakukan pengambilan datanya melalui wawancara.

c. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan sebagai sarana untuk menghimpun dan mengabadikan informasi yang ada. Objek dokumentasi merupakan hal-hal yang sedang dirasakan dan atau dipikirkan oleh seseorang baik berwujud ataupun tidak berwujud. Objek dokumentasi itu sendiri disebut sebagai dokumen. Dokumen yang tersedia dapat berupa dokumen nyata, dokumen maya, dan juga terdapat dokumen digital.²⁵ Dokumentasi dalam penelitian hendaknya memperhatikan etika dalam penelitian, sehingga apabila terdapat narasumber yang

²⁴ Erga Trivaika dan Mamok Andri Senebekt, "Perancangan Aplikasi Pengelola Keuangan Pribadi Berbasis Android," *Jurnal Nuansa Informatika* 16, no. 1 (2022): 34.

²⁵ Ratri Ayumsari, "Peran Dokumentasi Informasi Terhadap Keberlangsungan Kegiatan Organisasi Mahasiswa," *Tibanndaru: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi* 6, no. 1 (2022): 69.

tidak berkenan untuk dokumentasinya dipublikasikan, maka beberapa dokumentasi mungkin tidak ditampilkan dalam hasil penelitian ini. Dokumen dalam penelitian ini dapat berupa *screenshot*, foto wawancara, foto penelusuran terkait *gift* di *live TikTok* dan dokumen yang diperlukan lainnya.

6. Analisis data

Penyusun menggunakan teknik deskriptif analisis bersifat kualitatif yang mampu memberikan keterangan data dalam pola deskripsi secara jelas dan benar. Data berasal dari hasil wawancara ataupun dari dokumentasi. Data dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap siaran langsung *TikTok*, di mana peneliti mencatat interaksi antara penjual dan pembeli, jenis makanan yang dijual, serta cara pembayaran yang dilakukan melalui *gift*.

Wawancara semi-terstruktur dengan penjual dan pembeli juga dilakukan untuk menggali lebih dalam mengenai pandangan mereka terhadap praktik ini. Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis untuk mengidentifikasi pola dan isu yang relevan, serta menjawab rumusan masalah mengenai praktik ini dalam perspektif *maslahah mursalah*. Penelitian dengan teknik wawancara yang demikian ini tidak hanya memberikan gambaran menyeluruh tentang praktik penjualan di *TikTok Live*, tetapi juga menganalisis dalam perspektif *maslahah mursalah*.

G. Sistematika Pembahasan

Hal yang menjadi pembahasan di skripsi ini, memiliki bagian bab yang terbagi dalam sub bab yang terjadi berkaitan dengan satu maupun lainnya.

Bab pertama, merupakan pendahuluan yang mendasari penelitian yaitu memuat antara lain latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab kedua, berisi terkait kajian teori yang digunakan dalam mendukung menganalisa pembahasan, yaitu yang memuat antara lain teori *maṣlahah mursalah, maqaṣid syariah*, teori kecenderungan minat beli serta *gift*.

Bab ketiga, berisi mengenai deskripsi gambaran umum objek penelitian yang ditemukan dan digunakan dalam penelitian, yang memuat antara lain pengertian gambaran umum aplikasi *TikTok*, gambaran umum akun penjual, praktik jual beli dengan metode pembayaran melalui *gift*, pembelian makanan di *TikTok Live* dengan metode pembayaran melalui *gift* serta kebijakan *TikTok* mengenai metode pembayaran *gift*.

Bab keempat, berisi mengenai analisis jual beli dengan metode pembayaran melalui *gift* di *TikTok Live* dalam perspektif *maṣlahah mursalah*, kaitannya dengan teori kecenderungan minat beli serta analisis *gift* dalam perspektif islam dan *TikTok*.

Bab kelima, berisi penutup dari pembahasan pada penelitian ini yang terdiri dari dua sub bab yaitu kesimpulan dan saran.



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penjualan makanan di *TikTok Live* dengan metode pembayaran melalui *gift*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktik penjualan makanan di *TikTok Live* dengan metode pembayaran melalui *gift* telah memenuhi syarat kesepakatan kedua belah pihak berdasarkan KUHPerdata pasal 1320. Adapun berdasarkan peraturan *TikTok*, praktik ini melanggar ketentuan mengenai penggunaan *gift* sebagai metode pembayaran, karena *gift* berdasarkan syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh *TikTok* seharusnya digunakan sebagai bentuk apresiasi. Praktik jual beli yang dilakukan oleh penjual atau kreator dalam hal ini hanyalah anggapan jual beli, dimana seharusnya praktik jual beli yang demikian ini tidak dibenarkan oleh *TikTok* namun para penjual tersebut tetap menggunakan kalimat jual beli sebagai branding akun dalam kegiatan live-nya. Praktik jual beli ini dilakukan dengan motif sedekah atau bagi-bagi yang dilakukan oleh penjual melalui media sosial *TikTok* dengan memanfaatkan fitur *TikTok Live* dan *gift* sebagai metode pembayaran. Hasil penjualan dengan metode pembayaran melalui *gift* yang terkumpul akan menjadi komisi yang diterima oleh penjual dengan mengkonversikan hasil *gift* menjadi uang

tunai. Sisa pembayaran dari *gift* yang tidak dapat dikembalikan seperti pembayaran tunai, dalam praktik ini, penjual akan membulatkan sisa tersebut apabila sisanya lumayan banyak, dan adapula penjual yang membiarkan sisa tersebut. Di lain sisi pembeli telah ikhlas dengan sisa tersebut dan sudah dianggap sedekah. Model pembelian melalui *gift* ini akan diolah oleh *TikTok* untuk dibagi keuntungan dengan penjual.

2. Praktik penjualan makanan di *TikTok Live* dengan metode pembayaran melalui *gift* dalam perspektif *maṣlahah mursalah* tidak sejalan dengan tujuan praktiknya, dimana dalam praktiknya melanggar syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh *TikTok* mengenai penggunaan *gift*. Hal ini sesuai dengan analisis *maqasid syari'ah* menurut Jasser Auda' ditambah dengan teori kecenderungan minat beli yang mengatakan bahwa salah satu faktor yang mendorong minat beli adalah faktor emosional dan motif sosial, diketahui bahwa pembeli yang menggunakan metode pembayaran melalui *gift* disebabkan oleh penggunaan *gift* yang praktis sehingga memudahkan pengguna dan adanya niat sedekah sebagai motif sosial.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, penyusun memberikan beberapa saran atas penelitian yang telah dilakukan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bidang akademik

- a. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan tema penelitian ini diharapkan bisa melakukan penelitian dengan pengambilan data yang lebih lengkap khususnya juga bagi akun-akun penjual yang laki-laki sehingga dapat mengungkap permasalahan yang lebih tajam lagi.
 - b. Bagi peneliti selanjutnya, tema penelitian ini dapat dijadikan kajian lebih lanjut mengenai praktik penggunaan *gift* sebagai metode pembayaran apakah bisa menjadi *cro-funding* tertentu di masa depan.
2. Bidang nonakademik
- a. Bagi kreator *TikTok* yang masih melakukan praktik penjualan makanan dengan metode pembayaran melalui *gift*, seharusnya dapat mengubah metode pembayaran sesuai dengan syarat dan ketentuan yang diizinkan oleh pihak *TikTok*. Sanksi pemblokiran yang dilakukan oleh *TikTok* untuk menegur praktik tersebut seharusnya menjadi pengingat untuk tidak mengulangi praktik yang serupa.
 - b. Bagi pembeli atau penonton *live streaming* penjualan makanan dengan metode pembayaran melalui *gift* seharusnya lebih berhati-hati dalam melakukan pembelian makanan secara online meskipun dengan niat yang baik, sebagai pengguna media sosial hendaknya selalu memperhatikan syarat dan ketentuan yang berlaku dalam media sosial tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

1. Al-Qur'an/ Tafsir Al-Qur'an

Al-Maraghy, Ahmad Musthafa. *Tafsir al-Maraghy*. Jilid 2. Cairo: Maktabah al-Baby al-Halaby, 1946.

Departemen Agama, Al-Qur'an dan Terjemahnya, Bandung: Lubuk Agung, 1989.

2. Hadis

Al-Mubarakfury, Al-Imam al-Hafizh Abu al-Ali Muhammad bin Abudrrahman bin Abdurrahim. *Tuhfatu al-Azwazy bi Syarhi Jami' al-Tirmidzy*. Beirut: Dar al-Fikri, n.d.

3. Fikih/ Ushul Fikih/Mashlahah Mursalah

Al-Ghazali. *Al-Mustashfa Min 'Ilm al-Ushul*. Beirut, Libanon: Muassasah al-Risalah, 1997.

Basri, Rusdaya. *USHUL FIKIH 1*. Pare-pare: IAIN PAREPARE NUSANTARA PRESS, 2019.

Deski, Ahmad, dan A Efizal. "Asbab al Ikhtilaf." *Jurnal Alfurqan 5*, no. 2 (2020): 1–21.

Djuwaini, Dimyauddin. Pengantar Fiqih Muamalah. Bandung: Pustaka Belajar, 2015.

Firdaus. *Ushul Fiqh*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2017.

Haroen, Nasrun. *Ushul Fiqh 1*. Jakarta: Logos, 1996.

Khalaf, Abdul Wahab. *Ilmu Ushul al Fiqh*. Kairo: Maktabah al Da'wah al Islamiyah, 1956.

Khallaq, Abdul Wahhab. *Kaidah-Kaidah Hukum Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.

Masruchi, Zainal Aris. "Hukum Islam : Maslahah Mursalah Berdasarkan Perspektif Empat Madzhab dan Ahli Ushul Fiqh." *Moderasi : Journal of Islamic Studies* 03, no. 01 (2023): 102–16.

Muhajirin, dan May Dedu. "MAS}LAH}AH MURSALAH DAN IMPLEMENTASINYA DALAM AKAD MUAMALAH." *Jurnal Al-Mashlahah: Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial Isla* 09, no. 1 (2021): 172–200.

"Perdebatan Maslahah Mursalah dalam Kitab-Kitab Al-Imam Al-Ghazali." *El faqih: Jurnal Pemikiran dan Hukum Islam* 6, no. 1 (2020).

Ratna, dan Neni Hardiati. "Aplikasi Maslahah Mursalah dalam Perekonomian Islam serta Relevansinya dalam Penetapan Hukum Islam." *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 1, no. 11 (2024): 368–73.

Risdianto, Risdianto. "Maslahah Mursalah al-Ghazali Sebagai Dasar Hukum Fatwa MUI No. 14 Tahun 2020 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Dalam Situasi Terjadi Wabah Covid 19." *Misykat al-Anwar Jurnal Kajian Islam dan Masyarakat* 4, no. 1 (2021): 51. <https://doi.org/10.24853/ma.4.1.51-64>.

Suyaman, Prahasti. "Maslahah Mursalah Sebagai Salah Satu Metode Istibath." *KRTHA Bhayangkara* 18, no. 2 (2024): 417–29.

Syarifudin, Amir. *Ushul Fikih*. Jilid 2. Jakarta: Kencana, 2014.

Umar, Mukhsin Nyak. *Al-Mashlahah al-Mursalah (KAJIAN ATAS RELEVANSINYA DENGAN PEMBAHARUAN HUKUM ISLAM)*. Banda Aceh: Turats, 2017. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/12470/1/Buku al-Mashlahah Lengkap.pdf>.

4. Filsafat

Ash-Shiddieqy, Hasbi. *Filsafat Hukum Islam*. Semarang: Pustaka Rizki

Putra, 2001.

Kartono, Kartini. *Psikologi Umum*. Bandung: CV Mandar Maju, 1996.

Shaleh, Abdul Rahman, dan Muhib Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana, 2004.

5. *Gift/TikTok/ TikTok Live*

Adli, M. Rais. “TINJAUAN FIQIH MUAMALAH TERHADAP KASUS MULUNG KOIN DI *LIVE STREAMING* APLIKASI TIKTOK (Studi kasus mahasiswa jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau).” Skripsi, UIN Suska Riau, 2023.

Agistiani, Risma, Anisa Rahmadani, Azzahra Ghaida Hutami, Muhamad Taufik Kamil, Nur Shakila Achmad, Rama Wijaya Abdul Rozak, dan Heni Mulyani. “Live-streaming TikTok: Strategi mahasiswa cerdas untuk meningkatkan pendapatan di era digitalisasi.” *Journal of Management and Digital Business* 3, no. 1 (2023): 1–19.

Ali. “13 Fitur TikTok Terbaru yang Wajib Dicoba.” cakaplah.com, 2024. <https://www.cakaplah.com/artikel/tekno-dan-sains/13619/2023/10/11/13-fitur-TikTok-terbaru-yang-wajib-dicoba#sthash.mxgr9Lf7.dpbs>

Ayumsari, Ratri. “Peran Dokumentasi Informasi Terhadap Keberlangsungan Kegiatan Organisasi Mahasiswa.” Tibanndaru: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi 6, no. 1 (2022).

Budiansyah, Arif. “Deretan Fitur TikTok Yang Wajib Kamu Coba, Simak Nih!” cnbcindonesia.com, 2020. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200221163748-37-139654/deretan-fitur-TikTok-yang-wajib-kamu-coba-simak-nih>.

Etiek Nugraha, Al Khoriah. “Syarat dan Cara Live di TikTok yang Perlu Diketahui Pengguna Baru.” detik.com, 2022.

<https://www.detik.com/sulsel/berita/d-6202689/syarat-dan-cara-live-di-TikTok-yang-perlu-diketahui-pengguna-baru>.

Fida, Nurul, Muhammad Yunus, dan Zia Firdaus Nuzula. “Tinjauan Fatwa DSN-MUI No . 62 / DSN-MUI / XII / 2007 tentang Akad Ju ’ alah terhadap *Gift* pada Fitur Live TikTok.” Bandung Conference Series: Sharia Economic Law 3, no. 2 (2023): 677–83.

“Hadiah LIVE di TikTok.” TikTok.com, 2024.
<https://support.TikTok.com/id/live-gifts-wallet/TikTok-live/live-gifts-on-TikTok>.

Hota, Daniel, dan Harming. MENJANGKAU GENERASI BARU: PENGGUNAAN TIKTOK DALAM MEMBERITAKAN KABAR BAIK. Diedit oleh Ayang Emiyati. Purbalingga: EUKA MEDIA AKSARA, 2024.

Ibrahim. “ANALISIS KEDUDUKAN HUKUM MEMINTA *GIFT* DI APLIKASI TIKTOK PERSPEKTIF HUKUM FIKIH (STUDI PADA KONTEN: MANDI LUMPUR ‘NGEMIS GAYA BARU’).” Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023.

Ifanka, Tia, Syofia Ulfah, dan Rahmat Hidayat. “Pemberian Hadiah Ikoy-Ikoyan Ditinjau Dari Perspektif Fiqh Muamalah.” *Saqifah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 8, no. 1 (2023): 81–89.

Jundan, Silviana. “TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PEMBERIAN VIRTUAL *GIFT* DALAM APLIKASI ONLINE NONOLIVE.” Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2023.

Ki, Max. “Panduan Mudah Mencairkan *Gift* TikTok dan Daftar Harga Terbaru.” umsu.ac.id, 2024. <https://umsu.ac.id/berita/panduan-mudah-mencairkan-gift-TikTok-dan-daftar-harga-terbaru/>.

Lintang, Indira. "Daftar Harga *Gift* TikTok dari Termurah hingga Termahal." Inilah.com, 2024. <https://www.inilah.com/harga-gift-TikTok-termurah-dan-termahal>.

Malimbe, Armylia, Fonny Waani, dan Evie A A Suwu. "Dampak Penggunaan Aplikasi Online TikTok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik." *Jurnal Ilmiah Society* 1, no. 1 (2021): 1–10.

Mausul, Clarisa Damayanti, dan Muhamad Sukron Ma'mun. "Pengaruh *Live streaming* TikTok Shop (Studi Minat Pembelian Pengguna *Live streaming* di Akun Media Sosial TikTok @imazanhijab)." *Jurnal Karimah Tauhid* 3, no. 2 (2024): 2391–2400. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i2.12063>.

Mesran, Suginam, Joli Afriany, dan Dwika Assrani. "Optimalisasi Peningkatan Penjualan Menggunakan Media Sosial TikTok." *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 4 (2024): 395–401. <https://doi.org/10.47065/jpm.v4i4.1531>.

Monicha, Alivia, Firda Sania, dan Poppy Febriana. "*Live streaming* TikTok Meningkatkan Penjualan dan Keterlibatan Merek di Indonesia." *CONVERSE: Journal Communication Science* 1, no. 2 (2023): 37–48.

Muhammad Shobirin, dan Abdul Hafiz. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penukaran Point Dengan Uang Pada Aplikasi Tik-Tok Perspektif Akad Muamalah." *Mu'amalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah* 16, no. 1 (2024): 1–12. <https://doi.org/10.20414/mu.v16i1.8603>.

Nika Sintesa, dan Ditta Kristina Putri. "Analisa Konsistensi, Komunikasi Persuasif Dan Fokus Kreator Dalam Live TikTok Terhadap Viewers and Followers on Live Room Sintesa." *Jurnal Akuntansi* 45 3, no. 2 (2022): 226–36. <https://doi.org/10.30640/akuntansi45.v3i2.1559>.

Novi Andari, Dayu, Hamzah Robbani, dan Alin Alianny. “Overview of *TikTok Live streaming* Host Talent Engagement and Earning Commissions.” *Focus : Journal of Social Studies* 4, no. 2 (2023): 101–11. <https://doi.org/10.37010/fcs.v4i2.1247>.

Novi Andari, Dayu, Hamzah Robbani, dan Alin Alianny. “Overview of *TikTok Live streaming* Host Talent Engagement and Earning Commissions.” *Focus : Journal of Social Studies* 4, no. 2 (2023): 101–11. <https://doi.org/10.37010/fcs.v4i2.1247>.

Nur Iqrimah, Ani. “Deretan Fitur TikTok Terbaru yang Wajib Dicoba.” berisatu.com, 2023. <https://www.beritasatu.com/ototekno/1071210/deretan-fitur-TikTok-terbaru-yang-wajib-dicoba>.

Paulus, Aprianer. “Pengaruh *Live streaming* TikTok Sebagai Aplikasi Komunikasi Digital Dan Dampaknya Pada Purchase Intention (Studi Kasus Brand Senikersku).” *Apostolos: Journal of Theology and Christian Education* 4, no. 1 (2024): 74–81. <https://doi.org/10.52960/a.v4i1.306>.

Purwanti, Retno Ayu, Mas Agus Firmansyah, dan Wahyu Widiastuti. “PENGARUH PERSEPSI PADA KONTEN NGEMIS ONLINE TERHADAP PEMBERIAN GIFT DI PLATFORM TIKTOK (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS BENGKULU ANGKATAN 2020-2023).” *JURNAL KAGANGA* 8, no. 2 (2024).

Puspitasari, Wina, Muria Putriana, Delvina Justitia Dwi Andzani, Fadia Adhani, Galang Esa Rizky, M. Fadril Fardhudzi, Tobias Aryo Seto, dan Bintang Viditya Putra. “PENGARUH FITUR *LIVE STREAMING* TIKTOK TERHADAP KESEHATAN MENTAL PADA STREAMER GENERASI Z (SURVEI PADA PENGGUNA FITUR *LIVE STREAMING* TIKTOK USIA 17 –22 TAHUN).”

COMUNIQUE: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi 7, no. 1 (2024).

Shaid, Nur Jamal. "Cara Mencairkan *Gift* TikTok Jadi Uang Tunai dan Syaratnya." *Kompas.com*, 2024. <https://money.kompas.com/read/2023/08/09/222943026/cara-mencairkan-gift-TikTok-jadi-uang-tunai-dan-syaratnya>.

TikTok. "Mengirim Hadiah selama LIVE di TikTok." *support.TikTok.com*, 2024. <https://support.TikTok.com/id/live-gifts-wallet/gifts/send-a-gift-during-a-live-on-TikTok>.

Vauziyah, Diana Tri. "ANALISIS JU'ĀLAH TERHADAP PEROLEHAN *GIFT* *LIVE STREAMING* PADA APLIKASI TIKTOK (STUDI KASUS TREN MANDI LUMPUR DI APLIKASI TIKTOK)." Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2023.

Wicaksono, Thomas Ari, Viki Love Reformasianto, Diffani Mufidah, Elsa Anggelina, Supra Wimbarti, dan Sri Kusrohmaniah. "The Impact of TikTok Social Media on Users : A Neuropsychological Perspective Dampak Media Sosial TikTok pada Pengguna : Perspektif Neuropsikologi." *Psikostudia: Jurnal Psikologi* 13, no. 3 (2024): 455–63.

Wulansari, Erma Tri. "TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP FENOMENA MENDAPATKAN *GIFT* PADA *LIVE STREAMING* APLIKASI TIKTOK." Skripsi, IAIN Ponorogo, 2024.

6. Maqasid Syariah

Auda, Jaser. *MAQASID AL-SHARIAH AS PHILOSOPHY of islamic law*. London: The International Institute of Islamic Thought, 2008.

Bakri, Asafri jaya. *Maqashid Syari'ah Menurut Al-Syatib*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996.

Fatimawali, Fatimawali, Zainal Abidin, dan Gani Jumat. "Teori Maqashid

Al-Syari'ah Modern : Perspektif Jasser Auda.” In Prosiding Kajian Islam dan Integrasi Ilmu di Era Society 5.0 (KIIIES 5.0), 3:232–37. Palu, 2024.

Mahfuzah, Nandani Zahara, dan Dhiauddin Tanjung. “Maqashid As-Syari’ah Menurut Jasser Auda.” *Journal Islamic Studies* 2, no. 2 (2024): 251–57.

Safriadi. MAQĀSHID AL-SYARI’AH & MASHLAHAH Kajian terhadap pemikiran Ibnu ‘Asyur dan Sa’id Ramadhan Al-Buthi. Lhokseumawe: SEFA BUMI PERSADA, 2021.

Sutisna, Neneng Hasanah, Arlinta Prasetian Dewi, Ikhwan Nugraha, Ekarina Katmas, Ali Mutakin, Nurhadi, Suparnyo, Kamarudin Arsyad, dan Triyawan. Andi. *PANORAMA MAQASHID SYARIAH*. Diedit oleh Abdurrahman Misno. Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA, 2021.

Tahir, Muhammad Suaib. “Implementasi Pendidikan Holistik dalam Al-Qur'an : Suatu Tinjauan Maqashid Al-Syariah Jasser Auda.” *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam* 12, no. 2 (2023): 1991–2006. <https://doi.org/10.30868/ei.v12i02.4266>.

7. Lain-lain

Alice Crow, Lester D. Crow. Psikologi Pendidikan. Surabaya: Pt. Bina ilmu. 1984.

Hidayat, Taufik. Buku Pintar Investasi Syariah. Jakarta: Media Kita, 2023.

Kaelan. Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat. Yogyakarta: Paradigma, 2015.

Mubaidilla, Trias Fatih, dan Irfai’i Alfian Mubaidilla. “PENDEKATAN SOSIOLOGIS DALAM STUDI ISLAM.” *Jurnal Tadris* 16, no. 1 (2022).

Nasional, Departemen Pendidikan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi ke-3.

Nikmah, Khoirun. "PENERAPAN METODE PEMBELAJARAN OBSERVASI LAPANGAN PADA MATA KULIAH STUDI ARSIP UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN BERPIKIR KRITIS MAHASISWA." *Journal of Social Science and Education* 4, no. 1 (2023).

Nurallamsyah, Faishal, dan Mustapa Khamal Rokan. "Larangan Memfasilitasi Transaksi Pembayaran Sistem Elektronik pada Peraturan Menteri Perdagangan nomor 31 Tahun 2023 Perspektif Masalah Mursalah (Studi Kasus pada Social Commerce)." *JIHHP: Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik* 5, no. 1 (2024): 722–35.

Pena, Tim Prima. *Kamus Ilmiah Populer*. Surabaya: Gitamedia Press, 2006.

Seftila, Sella, Oyon Saryono, dan Faizal Haris Eko Prabowo. "PENINGKATAN MINAT BELI KONSUMEN SECARA ONLINE DALAM APLIKASI E-COMMERCE." *JURNAL VALUE : Jurnal Manajemen dan Akuntansi* 16, no. 2 (2021): 499–511.

Trivaika, Erga, dan Mamok Andri Senubekti. "Perancangan Aplikasi Pengelola Keuangan Pribadi Berbasis Android." *Jurnal Nuansa Informatika* 16, no. 1 (2022).

Wardhana, Aditya. *Perilaku Konsumen Di Era Digital. Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Vol. 3. Purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA, 2024. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.

8. Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang Undang Hukum Perdata

9. Wawancara

Wawancara dengan Hida Ziana, pemilik akun *TikTok* @hidaziana, pada 19 Januari 2025, di Yogyakarta.

Wawancara dengan Inisial B, pemilik akun *TikTok* @hi.yayyaa, pada 10 Januari 2025, di Yogyakarta.

Wawancara dengan Inisial C, pemilik akun *TikTok* @hay.allow, pada 14 januari 2025, di Yogyakarta.

Wawancara dengan inisial D, pemilik akun *TikTok* @officerrilla, pada 13 Januari 2025, di Yogyakarta.

Wawancara dengan Inisial M, pemilik akun *TikTok* @efendy_all8, pada 09 januari 2025, di Yogyakarta.

Wawancara dengan Inisial N, pemilik akun *TikTok* @dineeal, pada 10 Januari 2025, di Yogyakarta.

Wawancara dengan Inisial S, pemilik akun *TikTok* @shfiirr, pada 13 Januari 2025, di Yogyakarta.

Wawancara dengan Inisial Y, pemilik akun *TikTok* @lylruu, pada 15 Januari 2025, di Yogyakarta.

Wawancara dengan Inisial Z, pemilik akun *TikTok* @salmaaw, pada 14 Januari 2025, di Yogyakarta.

Wawancara dengan Meriati Simatupang, Pemilik Akun *TikTok* @heyyyliii, pada 18 Januari 2025, di Yogyakarta.

Wawancara dengan Nur Affifah Audina, pemilik akun *TikTok* @pribadi, pada 12 Januari 2025, di Yogyakarta.

Wawancara dengan Sheli Diandra, Pemilik akun *TikTok* @shelisergeant1, pada 19 Desember 2024, di Yogyakarta.