

KONTROVERSI BISNIS TIKTOK SHOP PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH

Najib Maulana Alfikri; Muthoifin
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

TikTok itu mirip dengan apa yang ditampilkan di Slot Machine. Tiktok Shop digunakan untuk transaksi jual beli produk fashion, makanan, kosmetik dan jasa. Kontroversi seputar TikTok Shop dari sudut pandang ekonomi Islam merupakan topik penting dan menggugah pemikiran yang patut dicermati dan dipertimbangkan secara cermat. Hukum ekonomi syariah memberikan pedoman dan aturan yang jelas tentang bagaimana sebuah bisnis seharusnya dijalankan dengan prinsip-prinsip keadilan dan transparansi. hukum ekonomi syariah merupakan sebuah paradigma yang penting dalam membangun sistem ekonomi yang adil, berkelanjutan, dan bertanggung jawab. penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, lebih mengedepankan pada kualitas dalam kaitannya dengan nilai yang terkait dengan objek penelitian.

Kata Kunci: Kontroversi, TikTok Shop, Hukum, Ekonomi.

Abstract

The TikTok is similar to what is shown on Slot Machine. Tiktok Shop is used for buying and selling fashion products, food, cosmetics and services. The controversy surrounding TikTok Shop from an Islamic economic perspective is an important and thought-provoking topic that deserves careful scrutiny and consideration. Sharia economic law provides clear guidelines and rules about how a business should be run with the principles of justice and transparency. Sharia economic law is an important paradigm in building a just, sustainable and responsible economic system. This research uses qualitative research, prioritizing quality in relation to the values associated with the research object.

Keywords: Controversy, TikTok Shop, Law, Economy.

1. PENDAHULUAN

Di zaman modern ini banyak hal yang membantu pekerjaan manusia dengan adanya internet, lalu muncul yang namanya media sosial, media sosial adalah aplikasi yang berbasis internet. Media sosial sekerang sudah meluas dan bahkan tidak sedikit juga orang yang mencoba membuat hal baru yang memang untuk lebih memudahkan aktivitas manusia. Seiring dengan perkembangan zaman, tidak sedikit masyarakat yang melakukan inovasi baru dalam hal jual beli, seperti jual beli lewat Tiktok. Pada dasarnya jual beli dalam islam termasuk kedalam hal muamalah, dengan maksud menukarkan barang dengan sesuatu melalui akad (Rifa'i. 1978).

Selain itu, pertimbangan krusial lainnya dalam konteks ekonomi Islam adalah isu transaksi berbasis bunga. Riba, atau bunga, dilarang keras dalam keuangan Islam. Oleh karena itu, penting bagi TikTok Shop untuk memastikan bahwa setiap transaksi keuangan yang dilakukan di platform ini bebas dari riba dan mematuhi prinsip-prinsip keuangan Islam. Hal ini termasuk memberikan pilihan pembayaran alternatif yang sejalan dengan prinsip syariah, seperti pembayaran yang ditangguhkan atau pengaturan bagi hasil. Dengan demikian, TikTok Shop dapat memenuhi kebutuhan konsumen Muslim yang ingin melakukan transaksi keuangan sesuai dengan keyakinan agama mereka. Hal ini tidak hanya memungkinkan inklusivitas yang lebih besar tetapi juga menumbuhkan rasa percaya dan percaya diri di kalangan konsumen Muslim.

Adapun kontroversi seputar TikTok Shop dari sudut pandang ekonomi Islam merupakan topik penting dan menggugah pemikiran yang patut dicermati dan dipertimbangkan secara cermat. Ekonomi Islam, sebagai suatu disiplin ilmu, sangat menekankan prinsip-prinsip seperti keadilan, transparansi, dan perilaku etis dalam transaksi bisnis. Oleh karena itu, menjadi penting untuk mempelajari lebih dalam cara kerja TikTok Shop dan menilai apakah TikTok mematuhi prinsip-prinsip dasar ini. Dengan melakukan hal ini, kita dapat memperoleh pemahaman komprehensif tentang potensi permasalahan yang mungkin timbul terkait produk halal dan haram, transaksi berbasis bunga, atau praktik eksploitatif. Keadilan menjadi hal yang utama dalam ekonomi islam, menjadi bahan yang tidak bisa dihilangkan (Fauzul, 2022;79). Keadilan TikTok Shop dalam pandangan hukum ekonomi syariah dapat dilihat dari perspektif distribusi kekayaan yang adil dan transaksi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dalam konteks ini, penting untuk memastikan bahwa pemilik toko dan konsumen saling mendapatkan manfaat yang seimbang. Selain itu, transparansi dan kejujuran dalam menjalankan bisnis juga menjadi faktor penting dalam mencapai keadilan ekonomi syariah.

Dengan demikian, hukum ekonomi syariah merupakan sebuah paradigma yang penting dalam membangun sistem ekonomi yang adil, berkelanjutan, dan bertanggung jawab. Melalui penerapan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas ekonomi, harmoni antara keuntungan materi dan spiritual dapat tercapai, sehingga menciptakan masyarakat yang lebih sejahtera dan berkeadilan. Tujuan penelitian ini dalam untuk mengetahui bagaimana perkembangan dan model implementasi hukum jual beli dalam TikTok Shop, lalu mengetahui perspektif dari hukum ekonomi syariah mengenai keadilan dalam bisnis TikTok Shop.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian normatif. Menggunakan pendekatan kualitatif *Library Search* adalah pendekatan yang ditujukan guna menganalisa peristiwa, fenomena, sikap dan persepsi pemikiran orang individual maupun kelompok. Penelitian dengan pendekatan kualitatif ini bersifat natural, tidak ada manipulasi dan metode ini menjadi instrumen utama. Kemudian penelitian ini secara garis besar dibagi menjadi dua bagian: Pengolahan dan pengumpulan data. Di tahap pertama menggunakan pengumpulan data seperti menggunakan ayat-ayat Al-qur'an, Hadist yang telah dikumpulkan menjadi satu dan ditahap kedua menggunakan pengolahan data seperti menganalisa akun tiktok namlafi dan dari dokumentasi mengenai hal-hal yang variabel berupa catatan, artikel, riset dan sebagainya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum Tentang TikTok di Indonesia

Menurut hasil riset yg dilakukan oleh sebuah lembaga yg bernama Sensor Tower, pada tahun 2021, TikTok berada di urutan pertama dalam daftar aplikasi non game yg banyak diminati seluruh dunia, pencapaian ini terasa istimewa, karena berhasil mengalahkan aplikasi populer lain, TikTok juga melihat generasi muda memiliki tingkat narsis dan kreatif yang sangat tinggi, maka dengan bantuan 100 kreator yang mendorong popularitas aplikasi TikTok di Indonesia, TikTok pun menjadi booming, bahkan pengguna dari aplikasi ini bukan hanya target utama yang disasar yakni remaja, namun juga anak-anak yang berusia 7-15 tahun.

Riset pada tahun 2023 menunjukkan bahwa aplikasi TikTok sudah digunakan oleh masyarakat Indonesia berada di peringkat ke dua sebanyak 112 juta akun secara global. Kemudian untuk peringkat tiga dan empat itu dihuni oleh negara Brazil dan Meksiko, sedangkan negara Asia lainnya ada di peringkat enam, tujuh, delapan yakni Vietnam, Filipina, dan Thailand. TikTok melakukan sebuah inovasi dengan meluncurkan fitur TikTok Shop, dan masuk ke negara Indonesia pada tanggal 17 April 2021, kemudian pihak TikTok mendapatkan izin resmi dari pemerintah Indonesia untuk menjalankan aplikasi di bidang media sosial dan juga onlineshop. Untuk aplikasi TikTok-nya itu sendiri, sudah masuk lebih dahulu di negara Indonesia sekitar bulan Juni tahun 2018.

Pada tanggal 4 Oktober 2023, fitur TikTok Shop resmi ditutup oleh pemerintah Indonesia. Penutupan ini karena Departemen Perdagangan mengganti Peraturan Departemen Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 Nomor (Permendag) dengan Peraturan Departemen Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Nomor tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan badan usaha yang melakukan perdagangan melalui sistem elektronik telah direvisi. Dalam Permendag pemerintah secara jelas memisahkan media sosial dan social commerce. Apa yang dilakukan TikTok saat ini dengan fitur TikTok Shop-nya adalah berfungsi sebagai media sosial sekaligus media ekonomi (Social Commerce).

Kehadiran TikTok Shop diyakini membuat penjualan dan produksi sektor UMKM menurun dan pasar tradisional terpuruk. Munculnya kebijakan penghapusan fitur TikTok Shop didasari dua hal, yakni Surat Perintah Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 yang menilai fitur tersebut akan berdampak pada penurunan penjualan dan produksi sektor UMKM. Dan hal ini menyebabkan keruntuhan pasar tradisional. usaha UMKM besar di Indonesia mengandalkan pasar lokal dan penjualan langsung Berdasarkan pendataan pelaku usaha (daftar) survei e-commerce tahun 2023 di 4.252 blok. sensus yang tersebar di 302 kabupaten/kota, ditemukan bahwa 78,21% pelaku usaha lebih memilih penjualan langsung (Kusumatriisna et al., 2022).

3.2 Kontroversi TikTok Shop

Barang impor yang dijual di platform E-Commerce Tiktok Shop sebagian besar juga merupakan barang lama dan tidak memenuhi standar barang impor, sebagaimana yang sudah

diatur dalam Peraturan Kementerian Perdagangan Nomor 118 tahun 2018 tentang peraturan yang berkaitan dengan impor barang modal dalam keadaan bukan baru. Berbagai kontroversi terkait opini masyarakat, terkait penghapusan TikTok Shop semakin banyak bermunculan. Pandangan masyarakat tentu terdiri dari dua kubu, kubu yang mendukung dan kubu oposisi, terkait kebijakan ini. Di sisi UMKM, penghapusan fitur TikTok Shop disebut memulihkan jangkauan pasar. Namun hal ini juga menghilangkan lapangan pekerjaan para pembuat konten yang penghasilannya juga berasal dari TikTok Shop.

Menurut opini masyarakat, permasalahan sebenarnya adalah produk non-lokal mendominasi pasar Indonesia sehingga produk dalam negeri tidak memiliki pasar. Ulasan lain mengatakan ada juga aktivitas e-commerce di aplikasi lain, tapi ini tidak dihapus. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan ini tidak membawa manfaat penuh bagi semua pihak yang tujuan awalnya menasar isu-isu prioritas. Kebijakan pemerintah yang lebih rinci itu sebenarnya bertujuan untuk memenuhi Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 yang salah satunya mengatur pemisahan kegiatan antara komunikasi dan perdagangan elektronik atau Social commerce, hanya diperbolehkan sebagai sarana dari promosi produk.

Tak bisa dipungkiri, TikTok banyak menimbulkan kontroversi, mulai dari dampak negatif terhadap pengguna hingga permasalahan geopolitik. Di balik pertumbuhan spektakuler TikTok sebagai situs jejaring sosial dan E-Commerce, banyak pelaku yang menduga ada kepentingan di negeri tirai bambu. TikTok dianggap sebagai sayap kanan pemerintah Tiongkok, dengan pejabat senior ditempatkan di perusahaan untuk memastikan kepentingannya terlindungi. Di Tiongkok, semua perusahaan swasta dan milik negara bertanggung jawab tidak hanya kepada investor tetapi juga kepada Partai Komunis Tiongkok. Mengapa Bytedance memiliki komite partai yang dipimpin oleh Ziyang Fupin sejak tahun 2017. Dukungan pemerintah Tiongkok terhadap bisnis lokal sangat besar, selalu memberikan subsidi, kemudian melakukan penelitian, bahkan memotong pajak dan juga secara ketat membatasi masuknya perusahaan internasional ke negara tersebut.

Hargo Utomo selaku akademisi Universitas Gajah Mada pernah mengatakan bahwa “penggabungan TikTok dan Tokopedia harus diperhatikan dari segi kepemilikan data dan keamanan data pengguna”, ia menghimbau pemerintah harus waspada dalam melindungi keamanan data. karena ada kemungkinan data transaksi publik dapat dikumpulkan dan

diproses atau bahkan dikuasai oleh pihak luar. Hargo Utomo kembali mengingatkan bahwa “yang perlu diperhatikan adalah kepemilikan dan keamanan data. Undang-undang perlindungan data pribadi akan kurang bermakna jika kepemilikan data dan akses lalu lintas data dikendalikan oleh pihak asing”. Kerjasama TikTok dan Tokopedia juga mengacu pada geo- manfaat ekonomi dan geopolitik, karena investasi TikTok di pasar luar negeri dapat dipahami sebagai langkah untuk meningkatkan pengaruhnya. Dan negara Indonesia menjadi sasaran yang sangat strategis, karena pasar digital negara tersebut masih berkembang sangat pesat mempertimbangkan inisiatif Sabuk dan Peta Jalan untuk memperkuat kerja sama antara Eropa, Asia dan Afrika. Investasi Tiktok di Tokopedia mungkin merupakan hasil dari upaya Tiongkok untuk menginvestasikan kepentingan bisnis dan teknologinya di sektor-sektor strategis.

3.3 TikTok Shop Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Hukum ekonomi syariah memberikan pedoman dan aturan yang jelas tentang bagaimana sebuah bisnis seharusnya dijalankan dengan prinsip-prinsip keadilan dan transparansi. Dalam konteks TikTok Shop, terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan agar bisnis tersebut dapat dijalankan dengan adil menurut prinsip syariah.

Hukum ekonomi syariah yang merupakan bagian dari fiqh muamalah memiliki prinsip dasar yang berlaku dalam fiqh muamalah kontemporer, dikemukakan bahwa sumber ekonomi syariah berasal dari kitab-kitab agama, baik dari Alquran maupun hadis. Keberlanjutan bisnis TikTok Shop dari sudut pandang ekonomi syariah dapat dilihat dari beberapa sudut pandang, antara lain:

a. Prinsip halal

Merupakan prinsip dasar dalam transaksi ekonomi syariah. Suatu produk atau jasa harus Halal untuk dikonsumsi dan digunakan. Transaksi yang dilakukan harus halal dan transaksi harus dilakukan secara jujur dan transparan.

b. Prinsip Keadilan

Transaksi yang dilakukan harus adil dan tidak merugikan pihak manapun. TikTok harus memberikan informasi produk yang jelas dan memberikan pelayanan yang

berkualitas. Hal ini dapat dilakukan dengan informasi yang jelas mengenai produk, termasuk spesifikasi, harga, dan penggunaan. Kinerja produk yang ditawarkan atau dijual harus sesuai yang ditentukan.

c. Prinsip Kehati-hatian

TikTok Shop harus memastikan bahwa kedua pihak yang terlibat dalam transaksi memahami dengan jelas risiko yang mungkin timbul selama proses transaksi. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan informasi mengenai praktik pembelian yang aman dan menghindari promosi yang terlalu menguntungkan. Risiko yang mungkin timbul dalam transaksi e-commerce TikTok Shop antara lain penipuan, produk dan layanan palsu yang tidak memenuhi harapan konsumen.

d. Prinsip Bertanggung jawab

TikTok Shop harus meningkatkan tanggung jawabnya dalam mengelola operasionalnya, khususnya dengan memastikan keamanan data pengguna. Hasil ini didukung oleh bukti eksperimental yang dipelajari oleh Muslim et al. (2023) menjelaskan bahwa jaminan privasi data yang lebih kuat diperlukan untuk melindungi privasi pengguna dan tanggung jawab pelanggar. Platform e-commerce lebih sesuai dengan prinsip ekonomi syariah.

Dalam konteks keberlangsungan ekonomi, ekonomi syariah juga menekankan pentingnya pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Dengan maraknya platform seperti TikTok Shop, terdapat risiko bahwa bisnis konvensional yang tidak berbasis syariah dapat mengambil keuntungan dari peluang ini tanpa mempertimbangkan nilai-nilai Islam. Hal ini bisa mengarah pada ketimpangan ekonomi dan merugikan pelaku usaha syariah yang sebenarnya telah berupaya mengikuti prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam berbisnis.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah yang telah disebutkan sebelumnya, keadilan dalam bisnis TikTok Shop dari perspektif hukum ekonomi syariah sangatlah penting untuk diperhatikan. Para pengusaha harus memastikan bahwa bisnis mereka berjalan dengan

prinsip-prinsip keadilan, transparansi, dan kepatuhan terhadap hukum syariah. Dengan demikian, bisnis TikTok Shop dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat. TikTok Shop memiliki potensi yang signifikan, jika dilihat dari sudut pandang hukum ekonomi Syariah. Dengan menekankan transparansi, keadilan, kejujuran dan pembagian risiko, TikTok Shop dapat menciptakan platform yang lebih adil bagi pembeli dan penjual. Perjalanan menuju keadilan di TikTok Shop baru saja dimulai, tetapi dengan praktik yang tepat, TikTok Shop dapat menumbuhkan pasar tepercaya yang tidak hanya menghibur tetapi juga memberdayakan penggunanya sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah.

4.2 Saran

Adapun saran dari penulis terhadap pembahasan pada skripsi ini sebagai berikut:

- a. Pembeli perlu lebih berhati-hati sebelum melakukan transaksi. Karena tidak semua sistem pembelian memenuhi pilar dan syarat-syarat pembelian dalam Islam. Agar tidak terjerumus pada perbuatan-perbuatan yang dilarang oleh hukum syariah. Jadi, sebelum melakukan pembelian apa pun, sebaiknya pelajari terlebih dahulu sistem yang digunakan dalam proses pembelian tersebut.
- b. Pihak TikTok harus adil dalam memasarkan produk di dalam fitur TikTok Shop, bukan hanya dari barang luar negeri saja tapi juga harus dari produk lokal.
- c. Sebelum melakukan transaksi, pembeli harus memastikan dengan melihat review terlebih dahulu.
- d. Para UMKM harus mulai beradaptasi dan belajar terhadap perkembangan zaman.

Daftar Pustaka

- Adi, F. K. (2021). Perspektif Jual Beli Online dalam Perspektif Hukum Islam dan KUHPerdara. *Lisyabab : Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 2(1), 91–102. <https://doi.org/10.58326/jurnallisyabab.v2i1.66>.
- Anggraeny, N., Verdi, A., Dewita, N. A. P., & Prawira, I. F. A. (2024). Website:<https://j->

- innovative.org/index.php/Innovative Studi Literatur: Potensi Kerugian Akibat Social Commerce Tiktok Shop. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 3109–3117. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>.
- Armavilla, K. E. (2023). Negara dengan Pengguna TikTok Terbanyak 2023, Indonesia Peringkat 2. In *GoodStats* (p. 1).
- Arwani, M., Pengadilan, H., & Bengkayang, A. (2008). *PEMBAHARUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH DI INDONESIA (Perspektif Perkembangan Sejarah)*. 1–14.
- Astuti, D. (2018). Persepsi Masyarakat Terhadap Akad Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Syariah. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 1(1), 13–26. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2018.vol1\(1\).2625](https://doi.org/10.25299/syarikat.2018.vol1(1).2625).
- Ashafahany, Ma'ruf, Rosyadi., dkk (2023). *Ekonomi dan Bisnis Islam (Konsep dan Aplikasi Terkini)*. Banten: Sada Kurnia Pustaka.
- Ashafany, Alam, Wulandari, Adriansyah. 2022. Peningkatan Pemahaman Prinsip-Prinsip Syariah Dalam Bisnis Online Digital Marketing. *Abdi Psikonomi*, 3(1), 1-9.
- Car, A., Trisuchon, J., Ayaragarnchanakul, E., Creutzig, F., Javaid, A., Puttanapong, N., Tirachini, A., Irawan, M. Z., Belgiawan, P. F., Tarigan, A. K. M., Wijanarko, F., Henao, A., Marshall, W. E., Chalermpong, S., Kato, H., Thaithatkul, P., Ratanawaraha, A., Fillone.
- Digital Crack Cocaine _ The Science Behind TikTok's Success*. (n.d.).
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>.
- Gede, I., Setiawan, A., Ahmad, U., Sukardi, D., & Dahlan, U. A. (2016). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN PADA SITUS JUAL-BELI ONLINE. In *JURNAL FOKUS* (Vol. 6).
- Hafiidh, M., Silviana, & Sugandi. (2023). Aktualisasi diri remaja kota Balikpapan. *EJournal.Iikom.Fisip.Unmul.Ac.Id*, 01, 25–34.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika*. (n.d.).

https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Intern+et+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker.

Latifah, Raharto, Hanif,. dkk (2022). *Mengenal Lebih Dekat Ekonomi Syariah*. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara.

Mahfudhoh, Z., & Santoso, L. (2020). Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli Melalui Media Online Di Kalangan Mahasiswa. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(1), 29–40. <https://doi.org/10.36407/serambi.v2i1.143>.

Muslim, S., Muktar, M., & Diansah, S. (2023). Implikasi Hukum Penutupan TikTok Shop terhadap Regulasi Hukum Bisnis di Indonesia. *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains*, 2(10), 952–963. <https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i10.713>.