



Product Non-Conformity in TikTok Shop Transactions: A Case Study of E-Commerce Buying Practices

Muhammad Nur Hasanudin

didin1711@gmail.com

Universitas Al Falah Assunniyah Kencong Jember, Indonesia

Muhammad Hamdi

hamdi@inaifas.ac.id

Universitas Al Falah Assunniyah Kencong Jember, Indonesia



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Abstract: The rapid development of technology has greatly facilitated various aspects of life, one of which is in the trade sector, which has now shifted to online platforms. One of the most widely used applications for transactions is TikTok Shop. Although it offers convenience, online shopping also brings various problems, especially regarding the quality of products that do not match the description and the discrepancy in shipping times. This results in consumer dissatisfaction, as they often face difficulties when attempting to return items. This study aims to analyze online shopping practices on TikTok Shop from the perspective of Islamic economics, particularly in terms of transaction compliance with the principles of fiqh muamalah. This research uses a descriptive qualitative approach, with data collection techniques through direct interviews with students from Universitas Al Falah Assunniyah Kencong Jember who have made transactions on TikTok Shop. The findings indicate that online transactions on TikTok Shop often do not meet the valid requirements in Islam, particularly regarding the mismatch between the delivered goods and the description, as well as the buyer's right to return goods. Therefore, a deeper understanding of the principles of fiqh muamalah in online transactions is essential to ensure that these trade activities align with Islamic regulations. This study also emphasizes the importance of implementing systems that provide guarantees for consumers in the form of the right of khiyar (option) to continue or cancel transactions.

Keywords: Online shopping, TikTok Shop, Islamic economics

Abstrak: Perkembangan teknologi yang pesat telah mempermudah banyak aspek kehidupan, salah satunya adalah di sektor perdagangan yang kini beralih ke platform jual beli online. Salah satu aplikasi yang banyak digunakan untuk transaksi jual beli

adalah TikTok Shop. Meskipun memberikan kemudahan, jual beli online juga membawa berbagai permasalahan, terutama terkait kualitas barang yang tidak sesuai dengan deskripsi dan ketidaksesuaian waktu pengiriman. Hal ini mengakibatkan ketidakpuasan konsumen yang kerap kali menghadapi kesulitan saat ingin mengajukan pengembalian barang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik jual beli online di TikTok Shop dalam perspektif ekonomi syariah, khususnya dalam hal kesesuaian transaksi dengan prinsip fiqh muamalah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara langsung dengan mahasiswa Universitas Al Falah Assunniah Kencong Jember yang pernah bertransaksi di TikTok Shop. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi jual beli online di TikTok Shop sering kali tidak memenuhi syarat sah dalam Islam, terutama terkait dengan ketidaksesuaian barang dengan deskripsi dan hak pembeli untuk mengembalikan barang. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman lebih mendalam mengenai prinsip-prinsip fiqh muamalah dalam transaksi online agar kegiatan jual beli ini dapat berlangsung sesuai dengan aturan Islam. Penelitian ini juga menekankan pentingnya penerapan sistem yang memberikan jaminan bagi konsumen dalam bentuk hak khiyar (pilihan) untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi.

Kata kunci: Jual beli online, TikTok Shop, ekonomi syariah

Pendahuluan

Di era yang semakin maju ini, kemajuan teknologi berkembang dengan sangat cepat dan telah mempermudah kehidupan manusia di berbagai sektor. Salah satunya adalah di bidang perdagangan, yang lebih dikenal dengan jual beli online. Dalam kehidupan sehari-hari, manusia selalu terlibat dalam aktivitas jual beli untuk memenuhi kebutuhan hidup, baik dalam transaksi kecil maupun besar. (Setiawardani et al., n.d.)

Jual beli online telah menjadi salah satu platform belanja yang sangat populer, karena memudahkan pembeli untuk memenuhi kebutuhannya hanya dengan menggunakan gadget. Oleh karena itu, banyak orang yang mulai menjual barang secara online. Para penjual biasanya mempromosikan produk mereka melalui media sosial seperti Tiktok Shop. Mayoritas penjual menawarkan produk seperti pakaian wanita, jilbab, celana dan lain-lain. Produk-produk ini dipromosikan di akun media sosial mereka, dan kemudian konsumen atau pelanggan akan menanyakan harga serta memesan barang melalui chat di Tiktok Shop. (Z & Hermawan, 2025)

Dalam aktivitas ekonomi, jual beli merujuk pada kegiatan yang dilakukan untuk memindahkan hak kepemilikan suatu barang. Aktivitas ini dapat dilakukan oleh individu maupun kelompok dalam masyarakat. Jual beli merupakan pertukaran antara barang dengan barang lainnya. Transaksi jual beli sangat berpengaruh dalam dunia bisnis dan menjadi salah satu elemen terpenting dalam menjalankan sebuah usaha yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan.

Transaksi jual beli sering menjadi bahan perdebatan, terutama mengenai apakah jual beli tersebut sah atau tidak. Pada umumnya, orang hanya fokus pada proses jual beli tanpa memikirkan apakah transaksi yang dilakukan sah menurut hukum. Salah satu contoh yang sering diperdebatkan adalah jual beli online, yang dilakukan melalui internet. Beberapa pihak memperbolehkan transaksi ini, sementara yang lain melarangnya. Salah satu alasan pelarangan tersebut adalah karena jual beli dilakukan secara tidak langsung, di mana penjual dan pembeli tidak bertemu muka secara fisik.

Jual beli dalam istilah fiqh disebut al-bai', yang secara bahasa berarti menukar, barter, atau menjual sesuatu untuk orang lain. Terkadang, kata al-bai' juga digunakan dengan arti yang berlawanan, yaitu asy-syira', yang berarti membeli. Dan terdapat beberapa perbedaan pendapat sebagai berikut:

Menurut Muhammad ibn Qasim al-Ghazzi, *Fath al-Qarib al-Mujib fi Sharh Alfā al-Taqrīb*, (Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, t.t.), hlm. 149., definisi jual beli menurut syara' yang paling tepat adalah memperoleh sesuatu (seperti uang) dengan mengganti sesuatu lainnya, berdasarkan izin syara', dengan tujuan hanya untuk menikmati manfaatnya, yang dapat dilakukan selamanya dan harus dilakukan melalui pembayaran uang.

Menurut Imam Taqiyuddin Abu Bakr ibn Muhammad al-Husaini al-Hishni, *Kifāyatul al-Akhyār fi allī Ghāyatil Ikhtiār*, (Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, t.t.), hlm. 7, jual beli adalah pertukaran harta yang dilakukan dengan saling menerima dan dikelola dengan cara yang sah menurut syara', melalui ijab dan qabul.

Menurut Syaikh Zakariya al-Anshari, *Fath al-Wahāb fī Shar al-'Ibādah*, (Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, t.t.), hlm. 102., jual beli adalah pertukaran barang dengan cara tertentu yang diperbolehkan menurut syara'.

Jual beli yang dilarang adalah jual beli barang yang tidak ada (Bai' al-Ma'mun). Menurut Ibn Tamiyah dan Ibn Qoyyim, jual beli barang yang tidak ada saat akad dilakukan diperbolehkan selama barang tersebut benar-benar ada menurut perkiraan adat dan dapat diserahkan setelah akad berlangsung. Hal ini karena larangan menjual barang yang tidak ada (ma'dum) tidak ditemukan dalam Al-Qur'an dan sunnah. Yang dilarang adalah jual beli yang mengandung unsur gharar, yaitu transaksi yang melibatkan barang yang sama sekali tidak mungkin diserahkan.

Menjual barang yang tidak dapat diserahkan kepada pembeli dianggap tidak sah. Contohnya, menjual anak binatang yang masih ada dalam kandungan. Dalam hal ini, semua ulama fiqh sepakat bahwa jual beli seperti ini tidak sah.

Jual beli dianggap sah jika memenuhi syarat-syarat tertentu, yaitu kedua belah pihak, baik pembeli maupun penjual, haruslah pihak yang mampu melakukan transaksi secara rasional dan memiliki kapasitas untuk bertransaksi. Oleh karena itu, jika transaksi dilakukan oleh anak-anak atau orang yang menderita gangguan mental, maka transaksi tersebut dianggap tidak sah.

Barang yang diperdagangkan sebagai objek dalam kegiatan niaga haruslah barang yang memiliki manfaat, dapat dipindahkan kepemilikannya, dan sepenuhnya dimiliki oleh penjual. Berdasarkan hal tersebut, dapat dipahami bahwa transaksi tidak sah jika melibatkan barang yang memiliki sifat buruk atau merugikan.

Hal ini juga tidak berlaku jika barang yang dijual bukan sepenuhnya milik penjual, seperti barang yang dipinjam, milik pihak ketiga, atau barang yang disewa.

Dalam syariat Islam, sebuah jual beli dianggap batal jika salah satu dari rukun-rukunnya tidak terpenuhi. Hukum-hukum mengenai jual beli sering kali

menjadi bahan perdebatan di kalangan para ulama, karena adanya perbedaan pendapat antara berbagai mazhab Islam. Itulah mengapa Islam memiliki beragam aliran atau pemikiran.

Rukun jual beli adalah suatu kesepakatan untuk saling menukar barang atau barang berharga antara dua pihak secara sukarela. Salah satu pihak akan menerima barang, sementara pihak lainnya akan memberikan barang tersebut sesuai dengan kontrak atau ketentuan yang disepakati dan disahkan oleh syara'. Berdasarkan syariat, barang yang dijual harus memenuhi persyaratan dan prinsip-prinsip yang berkaitan dengan jual beli. Jika syarat dan prinsip ini tidak dipenuhi, maka jual beli tersebut dianggap tidak sah menurut syariat.

Dalam kegiatan jual beli secara online, berbagai permasalahan pun ikut bermunculan. Salah satu masalah yang sering terjadi dalam transaksi online adalah kualitas barang yang diperjualbelikan, karena pembeli tidak dapat melihat dan memeriksa barang secara langsung. Konsumen hanya mengandalkan tampilan gambar, video, atau siaran langsung (live streaming) saat produk ditawarkan, sehingga belum dapat memastikan secara pasti kesesuaian barang dengan spesifikasi atau kriteria yang diinginkan. Selain itu, lamanya estimasi waktu pengiriman kerap menimbulkan kekhawatiran pembeli terhadap kondisi barang yang dipesan. Tidak jarang, setelah barang diterima, produk tersebut ternyata tidak sesuai dengan yang ditampilkan di situs atau saat live streaming, baik dari segi spesifikasi, jenis, maupun karakteristik barang. (Manajemen et al., 2025)

Permasalahan semakin kompleks ketika pembeli mengajukan hak komplain atau pengembalian (return) kepada pihak toko online, karena tidak semua penjual bersedia menanggapi keluhan tersebut. Hal ini sebagaimana dialami oleh mahasiswa Universitas Al Falah Assunniah Kencong, yang menyatakan bahwa saat membeli barang melalui salah satu siaran live streaming TikTok, namun warna dan ukurannya tidak sesuai dengan pesanan. Ketika mengajukan pengembalian, pihak toko menolak permintaan tersebut, sehingga pembeli merasa dirugikan. (Prasiska et al., n.d.)

Dalam penelitian yang ditulis oleh Lita Erlina dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Online di Tiktok Shop Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam” bahwa terdapat pengaruh antara kepercayaan, kualitas dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli di Tiktok Shop. Hal ini disebabkan karena kepercayaan berperan penting dalam membentuk minat belanja online di platform e-commerce. Dan penelitian yang ditulis oleh Audrey Putri Nabila Kusuma dengan judul “Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop” bahwa Aplikasi TikTok terbukti sebagai platform yang bisa menciptakan pengalaman belanja yang interaktif dan menarik, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan penjualan dan brand awareness. Penelitian diatas memiliki kesamaan yaitu tentang Tiktok Shop yang memiliki manfaat didalam kehidupan bermuamalah. Sedangkan perbedaan perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan peneliti terdahulu adalah peneliti membahas pandangan syariat yang menyebabkan hukum jual beli online tidak sah pada Tiktok Shop, sedangkan peneliti terdahulu membahas tentang manfaat yang dapat dirasakan Tiktok Shop sebagai media jual beli online.

Namun demikian, transaksi jual beli seperti ini juga menimbulkan cukup banyak dampak negatif. Selain itu, praktik jual beli secara online, termasuk di TikTok Shop, tidak terlepas dari berbagai permasalahan. Beberapa masalah yang sering terjadi antara lain kualitas barang yang diterima tidak sesuai dengan gambar yang ditampilkan, estimasi pengiriman yang lama sehingga menimbulkan kekhawatiran bagi pembeli, serta penanganan keluhan oleh toko online yang terkadang tidak merespons pengajuan refund ketika terjadi ketidaksesuaian pada barang yang dibeli.(Fernanda et al., 2025)

Praktik jual beli secara online memiliki dampak positif sekaligus negatif karena sistemnya yang berbeda dengan transaksi tatap muka. Keterbatasan media dalam transaksi online sering kali menimbulkan kerugian, baik bagi penjual maupun pembeli. Oleh sebab itu, dalam Islam terdapat konsep khiyar

dalam jual beli, yaitu hak bagi para pihak untuk memilih melanjutkan atau membatalkan akad. Khiyar ini berfungsi sebagai syarat atau jaminan dalam transaksi. Dalam berbagai produk modern, konsep khiyar atau garansi kerap digunakan untuk menarik minat konsumen karena memberikan kejelasan serta petunjuk yang relevan. Selain itu, konsep ini juga mencerminkan prinsip dasar dan tujuan Islam sebagai agama yang membawa rahmat bagi seluruh alam.(Mahyunita et al., 2025).

Metode

Dalam penelitian ini, peneliti menjelaskan bahwa pendekatan yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif deskriptif lebih mengutamakan pemahaman yang mendalam terhadap suatu masalah dengan rujukan buku atau jurnal yang berhubungan dengan yang diteliti. Tujuan utama dari penelitian kualitatif deskriptif ini adalah untuk memahami situasi dalam konteks tertentu dengan cara menggambarkan secara rinci dan mendalam kondisi yang terjadi di lapangan, sebagaimana adanya dalam lingkungan alami (natural setting). Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data deskriptif, seperti ucapan, tulisan, dan perilaku yang dapat diamati secara menyeluruh, rinci, dan mendalam. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis praktik jual beli online melalui Tiktok Shop dalam perspektif ekonomi Islam di kalangan mahasiswa UAS Kencong Jember.(Sugiyono, 2013)

Penelitian ini menggunakan dua jenis teknik pengumpulan data, yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan informan yang relevan, guna menggali pengalaman dan pemahaman mereka mengenai praktik jual beli online yang melanggar prinsip fiqih muamalah. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendalam mengenai pandangan dan pengalaman informan terkait topik yang diteliti.(Kusuma, 2024)

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan data sekunder, yang diperoleh melalui literatur dari jurnal ilmiah, buku, serta peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan topik penelitian. Data sekunder ini berfungsi untuk memperkuat dan memberikan dasar teori yang lebih luas dalam analisis penelitian. Data sekunder, menurut pengertian umum, merujuk pada sumber data yang tidak langsung diberikan kepada pengumpul data, seperti dokumen usaha, publikasi, dan sumber tertulis lainnya yang memberikan informasi terkait dengan masalah yang diteliti. Dengan demikian, kedua jenis data ini saling melengkapi dalam mendukung hasil analisis penelitian secara menyeluruh.(SUSANTI, 2024).

Pembahasan dan Diskusi

Saat ini, jual beli online sudah menjadi hal yang umum dilakukan. Pada awal kemunculannya, belanja online dianggap sebagai tren sementara, yang lebih diminati oleh kalangan tertentu dengan penghasilan di atas rata-rata. Pada waktu itu, banyak orang masih merasa ragu tentang keamanan transaksi online dan khawatir barang yang dipesan tidak sesuai dengan harapan. Namun, seiring berjalannya waktu, kemudahan dalam bertransaksi yang ditawarkan membuat belanja online menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Banyak orang kini bahkan mengandalkan toko online untuk memenuhi kebutuhan mereka, meskipun hal tersebut sederhana.(Aldiyan Rizky, 2022)

Marketplace di era modern ini adalah platform jual beli online yang menawarkan berbagai produk, dengan opsi untuk mengembalikan barang atau mendapatkan penggantian barang jika produk yang diterima tidak sesuai deskripsi atau terdapat cacat. Selain memberikan jaminan kepada baik konsumen maupun penjual, marketplace juga memiliki status sah dan mengikat kedua belah pihak. Untuk menjalankan usaha di Indonesia, diperlukan izin usaha yang dikeluarkan oleh pemerintah. Oleh karena itu, agar

prosedur hukum diikuti dengan benar, baik pembeli maupun penjual dapat melaporkan kasus penipuan atau masalah terkait barang ke pihak marketplace.

Dengan kesepakatan antara pembeli dan penjual, pembeli memiliki hak untuk mengembalikan produk jika barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi yang tercantum. Marketplace juga menyediakan fasilitas untuk pengajuan pengembalian barang dan uang. Selama barang yang dikembalikan tidak sesuai atau rusak dari deskripsi yang diberikan, marketplace bertindak sebagai perantara untuk menyelesaikan sengketa dan menentukan pihak yang bersalah. Penjual tidak dapat mencairkan dana sebelum pembeli menyatakan menerima barang yang dipesan dan tidak mengajukan permohonan pengembalian uang. Jika barang yang diterima pembeli mengalami kerusakan atau cacat setelah pembelian, maka barang tersebut dapat dikembalikan, sehingga tidak merugikan konsumen.

Proses jual beli yang dilakukan oleh penjual (seller) juga bervariasi. Sebagian penjual mengandalkan pembeli yang bersedia mengklik keranjang belanja sebagai tanda kesepakatan untuk membeli, sementara sebagian lainnya mengadakan sesi live pada jam-jam tertentu untuk memasarkan produk mereka secara langsung.

Tiktok Shop hadir di Indonesia untuk menawarkan pengalaman belanja yang baru. Platform ini mempermudah penjual dalam menjalankan usaha mereka dan memberikan kemudahan bagi konsumen dengan pengaturan logistik yang terintegrasi serta proses pembayaran yang aman. Saat ini, Tiktok Shop menduduki peringkat teratas sebagai aplikasi belanja online yang paling banyak digunakan.

Perdagangan yang dilakukan melalui media jual beli berbasis online meskipun berlangsung secara daring, tetap harus memperhatikan ketentuan dan larangan dalam praktik jual beli. Dalam Islam, terdapat beberapa faktor utama yang menyebabkan suatu transaksi jual beli diharamkan, di antaranya apabila objek yang diperjualbelikan termasuk barang yang diharamkan menurut Al-Qur'an dan Hadis, keharaman yang timbul bukan dari zat

barangnya melainkan dari cara atau proses transaksi yang dilakukan, serta akad atau perjanjian jual beli yang tidak memenuhi syarat sehingga menjadi tidak sah.

Khususnya, apabila dalam suatu perjanjian jual beli secara online timbul permasalahan yang melibatkan para pihak yang mengikatkan diri, maka akan dilakukan penelaahan ulang terhadap syarat-syarat sah nya perjanjian tersebut untuk menilai apakah telah dipenuhi atau belum. Jika ternyata salah satu pihak tidak memenuhi syarat yang ditentukan, maka perjanjian tersebut dapat dibatalkan atau dinyatakan batal demi hukum.

Transaksi online dilakukan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang terus berkembang, sehingga memungkinkan para pihak untuk meraih keuntungan dari perkembangan zaman dan teknologi yang ada. Selama barang yang diperjualbelikan sah dan bukan milik orang lain, maka transaksi jual beli secara online diperbolehkan. Tentu saja, harga dan deskripsi barang harus dijelaskan secara jelas agar terhindar dari penipuan dan miskomunikasi antara penjual dan pembeli. Beberapa syarat yang memungkinkan transaksi jual beli online antara lain

Mematuhi hukum Islam : Tujuannya adalah agar transaksi yang dilakukan tidak termasuk dalam kategori yang dilarang, seperti penipuan atau pemaksaan, yang jelas bertentangan dengan ajaran Islam.

Perjanjian antara kedua belah pihak : Hal ini bertujuan untuk melindungi kedua belah pihak agar tidak dirugikan jika terjadi hal yang tidak diinginkan di luar kendali mereka. Ini juga diatur dalam fiqih Islam, yang menyediakan beberapa alternatif untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi yang sudah disepakati.

Terdapat kontrol : Maksudnya, transaksi harus dilindungi oleh hukum yang sah, diawasi oleh lembaga yang berwenang, dan dilengkapi dengan sistem yang memastikan bahwa transaksi tersebut aman dan memberikan manfaat yang baik bagi semua pihak yang terlibat.

Barang dan harga jua : Barang yang diperjualbelikan harus halal untuk dibeli, digunakan, dan dikonsumsi oleh umat Islam. Barang haram tidak boleh diperdagangkan karena keberadaannya yang dilarang dalam Islam.

Deskripsi produk yang jelas: Barang yang dibeli harus sesuai dengan deskripsi dan gambar yang tertera pada situs online untuk menghindari penipuan dari pihak penjual. Jika barang yang diterima tidak sesuai dengan apa yang tertera dalam deskripsi, maka transaksi tersebut dapat dianggap sebagai praktik gharar.

Tabel 1. Syarat dan Ketentuan Jual Beli Online dalam Perspektif Hukum Islam

Aspek/Syarat	Penjelasan	Tujuan
Mematuhi Hukum Islam	Transaksi tidak boleh mengandung unsur yang dilarang seperti penipuan (<i>tadlis</i>), gharar, riba, maupun paksaan.	Menjamin transaksi berjalan sesuai syariat Islam dan terhindar dari praktik yang merugikan.
Perjanjian antara Kedua Belah Pihak	Adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli mengenai barang, harga, dan ketentuan transaksi.	Melindungi hak dan kewajiban kedua pihak apabila terjadi sengketa atau kerugian.
Terdapat Kontrol atau Pengawasan	Transaksi dilakukan melalui sistem yang diawasi hukum dan lembaga yang berwenang.	Memberikan keamanan hukum dan perlindungan konsumen dalam transaksi online.
Kejelasan Barang dan Harga	Barang yang diperjualbelikan harus halal, jelas kepemilikannya, serta harga ditentukan secara transparan.	Menghindari perselisihan, penipuan, dan transaksi barang yang dilarang dalam Islam.
Deskripsi	Barang harus sesuai dengan	Mencegah terjadinya

Produk yang Jelas	deskripsi, spesifikasi, dan gambar yang ditampilkan pada platform online.	ketidaksesuaian barang (<i>product mismatch</i>) yang berpotensi menimbulkan unsur gharar.
-------------------	---	--

Sumber: Diolah penulis berdasarkan prinsip hukum Islam dan praktik transaksi jual beli online.

Hak (khiyar) bagi pembeli: Pembeli memiliki hak untuk membatalkan transaksi atau menerima barang dengan ikhlas jika barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan.

Jika syarat-syarat dan ketentuan di atas tidak dipenuhi dalam transaksi jual beli online, maka transaksi tersebut melanggar hukum.

Akad adalah suatu perjanjian yang sah secara syariat antara pihak-pihak yang terlibat, yang mengarah pada konsekuensi hukum terhadap objek yang diperdagangkan. Ijab adalah pernyataan dari pihak pertama mengenai isi perjanjian yang diinginkan, sementara qabul adalah pernyataan dari pihak kedua yang menyetujui pernyataan tersebut. Dalam konteks jual beli, terdapat akad salam, yaitu akad yang memfasilitasi pemesanan barang dengan menyebutkan sifat dan kualitas barang yang diinginkan oleh pembeli kepada penjual, setelah keduanya mencapai kesepakatan. Dalam Islam, terdapat dua kemungkinan mengenai terjadinya akad dalam transaksi jual beli barang atau jasa, yaitu:

1. Akad jual beli terjadi sebelum barang yang dipilih oleh calon pembeli dikirim, seperti dalam transaksi online melalui situs web tertentu. Jika akad ini dilakukan sebelum pengiriman barang (melalui online), maka akad jual beli dengan sistem pembayaran COD hukumnya haram. Hal ini disebabkan karena pada saat akad terjadi, kedua belah pihak penjual dan pembeli masih memiliki kewajiban yang belum diselesaikan. Penjual belum menyerahkan barang, dan pembeli belum membayar. Transaksi semacam ini dianggap sebagai transaksi utang-piutang, yaitu transaksi yang tidak tunai, yang dilarang dalam Islam.

2. Akad jual beli dilakukan ketika ada pertemuan langsung antara penjual dan pembeli. Jika barang telah dikirim dan terjadi pertemuan langsung antara pembeli dan kurir (sebagai perantara), kemudian pembayaran dilakukan, maka hukumnya diperbolehkan. Hal ini karena transaksi terjadi dengan adanya pertemuan fisik antara pembeli, kurir, dan barang yang akan dibeli. Namun, dalam kondisi ini, pembeli harus diberikan hak khiyar (hak untuk memilih), yaitu diberikan kebebasan untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi. Jika pembeli dipaksa untuk membeli tanpa pilihan, maka transaksi tersebut hukumnya haram.

Pada umumnya, anak-anak memiliki rasa ingin tahu yang sangat besar dan cenderung bertindak tanpa mempertimbangkan akibat yang mungkin timbul. Hal serupa terjadi ketika anak-anak turut terlibat dalam aktivitas jual beli di Tiktok Shop. Tidak jarang mereka menekan tombol atau mengetik pesanan secara sembarangan tanpa disertai rasa tanggung jawab, semata-mata untuk bersenang-senang atau bermain. Kondisi ini tentu dapat menimbulkan kerugian bagi penjual, terutama jika terjadi berulang kali. Sebagai contoh, barang yang dipesan oleh anak-anak dengan sistem pembayaran COD telah dikirimkan, namun tidak dibayar karena dana masih bergantung pada orang tua yang tidak mengetahui adanya perjanjian jual beli yang dilakukan oleh anaknya dan kondisi barang tersebut, sehingga barang tersebut harus dikembalikan kepada penjual. Beberapa syarat agar jual beli dengan sistem COD diperbolehkan, antara lain:

Akad jual beli dilakukan saat kedua pihak bertemu langsung di suatu tempat, bukan pada saat transaksi dilakukan melalui internet. Artinya, ketika pembeli memesan barang secara online, itu belum dianggap sebagai transaksi, melainkan hanya sebagai janji untuk membeli. Pembeli diberikan hak khiyar, yaitu pilihan untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi. Terdapat kesepakatan harga antara penjual dan pembeli untuk barang yang akan dibeli, dan barang serta uang tersebut akan diserahkan di tempat sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat.

Dapat disimpulkan bahwa hukumnya diperbolehkan untuk melakukan COD, karena metode ini dianggap sebagai cara yang paling aman untuk menghilangkan kekhawatiran dan keraguan terkait barang yang akan dibeli. Selain itu, dengan adanya pembayaran COD, pembeli dapat memeriksa keaslian barang sebelum melakukan pembayaran.

Jual beli salam adalah akad jual beli barang pesanan antara pembeli dan penjual, di mana spesifikasi dan harga barang yang dipesan harus disepakati terlebih dahulu sebelum akad dilakukan, dan pembayaran dilakukan secara penuh di muka. Menurut ulama Syafi'iyah dan Hanabilah, salam merupakan akad untuk membeli barang pesanan dengan spesifikasi tertentu, yang penyerahannya ditangguhkan pada waktu yang sudah disepakati, dengan pembayaran dilakukan langsung pada saat akad. Ulama Malikiyyah menyatakan bahwa salam adalah akad jual beli di mana pembayaran dilakukan secara tunai (di muka), sedangkan barang pesanan diserahkan kemudian setelah jangka waktu tertentu. Sementara itu, menurut Rozalinda, salam merupakan salah satu bentuk dari transaksi jual beli.

Persepsi adalah suatu proses yang dimulai dengan penginderaan, yaitu penerimaan stimulus oleh individu melalui indera mereka. Persepsi didefinisikan sebagai proses penggabungan dan pengorganisasian data yang diperoleh dari indera untuk diproses lebih lanjut, sehingga individu dapat menyadari keberadaan lingkungan sekitar, termasuk dirinya sendiri. Secara umum, persepsi adalah proses mental yang dilakukan secara sadar terhadap rangsangan sensorik yang diterima. Definisi lain menyatakan bahwa persepsi adalah bagaimana stimulus yang diterima oleh individu diorganisir dan diinterpretasikan, sehingga individu dapat memahami dan menyadari apa yang mereka indra.

Sedangkan perspektif ekonomi syariah merujuk pada ilmu dan praktik kegiatan ekonomi yang berlandaskan pada ajaran Islam, yang sesuai dengan prinsip-prinsip Al-Quran dan sunnah Rasulullah Saw. Ekonomi syariah bertujuan untuk mencapai kesejahteraan dan kebahagiaan umat manusia baik

di dunia maupun di akhirat, dengan tetap mempertahankan prinsip-prinsip dasar ekonomi yang sesuai dengan esensi ajaran Islam.

Menurut perspektif mazhab Syafi'iyah, ketidaksesuaian barang dengan foto atau deskripsi yang ditampilkan dalam iklan termasuk perbuatan tadlis (penipuan) dan mengandung unsur gharar (ketidakjelasan objek akad), sehingga hukumnya haram bagi penjual. Meskipun demikian, akad jual beli pada dasarnya tetap sah, namun menjadi cacat karena unsur kerelaan (ridha) pembeli tidak terpenuhi secara sempurna. Oleh karena itu, pembeli memiliki hak khiyār 'aib, yaitu hak untuk membatalkan transaksi, meminta penggantian barang yang sesuai, atau menuntut kompensasi. Dalam konteks jual beli online, foto dan deskripsi iklan dipandang sebagai penjelas sifat barang yang mengikat secara fikih, sehingga ketidaksesuaian antara informasi dan barang nyata memberikan dasar hukum bagi pembeli untuk menuntut haknya.

Di antara banyaknya konsumen yang berbelanja online, terdapat beragam pendapat mengenai layanan dari toko online. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa konsumen

Syahjihan prodi ES menyatakan, "*Saya sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh penjual.*"

Namun, ada juga konsumen lain yang memberikan tanggapan berbeda, dengan mengatakan, "*Saya pernah tidak puas dengan barang yang dipesan karena tidak sesuai dengan informasi yang diiklankan.*"

Fitriatus prodi PGMI juga mengungkapkan hal serupa, "*Saya pernah kecewa karena pengiriman barang yang sangat lambat.*"

Faiqul Himam prodi PAI, mengungkapkan bahwa dirinya pernah menerima barang yang kualitas bahannya jauh berbeda dari deskripsi yang dicantumkan. Ia mengatakan, "*Di deskripsi tertulis bahan tebal dan premium, tetapi saat barang datang bahannya tipis dan terasa murah.*"

Farhan Aqil prodi BKPI, juga mengalami hal serupa. Ia menyatakan, "*Model pakaian yang saya terima berbeda dengan foto yang diiklankan, terutama pada bagian lengan dan ukuran panjangnya.*"

Sementara itu, Daniel Bachtiar prodi BKPI menuturkan bahwa warna barang yang diterimanya tidak sesuai dengan gambar. Ia mengatakan, *“Warna di foto terlihat cerah, tetapi barang yang datang warnanya kusam dan berbeda jauh.”*

Zuhrufal Muafiqi prodi PBA, menyampaikan pengalaman terkait ukuran barang. Ia menyatakan, *“Ukuran yang saya pesan sudah sesuai tabel ukuran, tetapi ketika dipakai ternyata jauh lebih kecil.”*

Berdasarkan wawancara diatas ada berbagai macam permasalahan seperti ketidakpuasan pada barang yang dipesannya karena tidak sesuai dengan informasi yang diberikan, pengiriman barang yang sangat lambat, kualitas barang tidak sesuai dengan deskripsi yang dicantumkan, model barang yang tidak sama seperti difoto, warna barang tidak sama dengan foto yang dicantumkan, dan ukuran barang yang tidak sesuai dengan apa yang di pesan.

Seluruh kasus menunjukkan bahwa akad jual beli tidak sah secara sempurna (cacat) menurut mazhab Syafi’i karena adanya unsur penipuan, ketidakjelasan, atau ketidaksesuaian barang. Oleh karena itu, pembeli dalam semua kasus memiliki hak khiyar untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi. Ketidaksesuaian barang dengan foto atau deskripsi yang ditampilkan dalam iklan termasuk perbuatan tadlis (penipuan) dan mengandung unsur gharar (ketidakjelasan objek akad), sehingga hukumnya haram bagi penjual.(Aina Mulia Rizky, 2021)

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa ketidaksesuaian barang pada transaksi jual beli di TikTok Shop masih menjadi permasalahan yang cukup signifikan dalam praktik e-commerce. Perbedaan antara deskripsi produk dengan barang yang diterima konsumen menimbulkan ketidakpuasan dan berpotensi mengurangi tingkat kepercayaan terhadap platform digital. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa transparansi informasi produk, kejelasan deskripsi, serta sistem perlindungan konsumen menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman belanja online yang aman dan terpercaya. Oleh

karena itu, diperlukan penguatan mekanisme pengawasan, evaluasi kualitas produk, serta peningkatan literasi digital konsumen agar transaksi online berjalan lebih optimal.

Salah satu temuan menarik dalam penelitian ini adalah bahwa sebagian konsumen tetap melakukan pembelian ulang di TikTok Shop meskipun pernah mengalami ketidaksesuaian barang. Faktor harga yang lebih murah, promosi yang menarik, kemudahan akses, serta pengaruh ulasan pengguna dan konten kreator ternyata lebih dominan dalam membentuk keputusan pembelian dibanding pengalaman negatif sebelumnya. Kondisi ini menunjukkan adanya perubahan pola perilaku konsumen digital yang lebih toleran terhadap risiko transaksi selama terdapat manfaat ekonomi dan kenyamanan yang dirasakan.

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan, terutama pada ruang lingkup penelitian yang hanya berfokus pada platform TikTok Shop dengan jumlah responden yang terbatas. Selain itu, penelitian belum mengkaji secara mendalam faktor-faktor lain seperti kualitas layanan pelanggan, efektivitas kebijakan pengembalian barang, pengaruh algoritma platform, maupun perspektif ekonomi syariah dalam transaksi digital. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek kajian ke berbagai platform e-commerce lain dan menggunakan pendekatan yang lebih komprehensif agar diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika perilaku konsumen dalam transaksi online.

Daftar Pustaka

- Aina Mulia Rizky. (2021). Analisis hukum Islam terhadap praktik jual beli akun ojek online. *Asas*, 13(1), 168–188.
<https://doi.org/10.24042/asas.v13i1.9355>
- Aldiyan Rizky. (2022). *Tinjauan hukum ekonomi syari'ah terhadap problematika transaksi online melalui aplikasi Shopee di Kota Pinrang*.
<https://lib.unnes.ac.id/20002/>
- Fernanda, A., Priyana, W. W., & Surahman, C. (2025). TikTok Shop: Fenomena belanja online generasi muda, antara kemudahan dan keamanan transaksi. *Jurnal Kajian Digital*, 4(3), 1160–1168.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kusuma, A. P. N. (2024). Pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media komunikasi pemasaran online shop. *Jurnal Komunikasi Digital*, February, 4–6.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2022). *E-commerce: Business, technology, society* (18th ed.). Pearson.
- Mahyunita, W., Hamsa, A., & Rahma, I. (2025). Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli pada aplikasi TikTok Shop. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 261–277.
- Manajemen, J., Permata, A., Purwa, H., K, B. W., & Harianto, K. (2025). Pengaruh kepercayaan konsumen, kualitas produk, dan kualitas informasi terhadap minat beli TikTok Shop di Kediri. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 3(September).
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (Revisi). Remaja Rosdakarya.
- Nasution, M. E., & Hasanah, U. (2019). *Etika bisnis Islam*. Kencana.
- Prasiska, R. A., Rahmawati, F., & Fikri, M. K. (n.d.). Pengaruh platform penjualan online TikTok Shop terhadap usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(1), 31–36.

- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson.
- Setiawardani, D. A. (n.d.). Analisis penggunaan TikTok Shop sebagai media pemasaran digital (Studi deskriptif pada akun TikTok Shop Sepal-Sepil). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1–10.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susanti, A. (2024). *Tinjauan kompilasi hukum ekonomi syariah terhadap unsur gharar dalam jual beli akun game online di Daffa Game Shop Kota Metro*.
- Turban, E., King, D., Lee, J., Liang, T. P., & Turban, D. (2018). *Electronic commerce: A managerial and social networks perspective* (9th ed.). Springer.
- Z, Z. Z., & Hermawan, A. (2025). Social commerce 2.0: TikTok Shop dan masa depan belanja digital. *Jurnal Digital Commerce*, 3.
- Aulia, R., & Fadilah, N. (2023). Consumer trust and online shopping behavior in digital marketplaces. *Journal of Digital Business*, 8(2), 55–67.
- Hidayat, T., & Sari, M. (2022). Islamic business ethics in e-commerce transactions: A study of online marketplace practices. *Journal of Islamic Economics*, 14(1), 88–101.
- Rahman, F., & Azizah, S. (2024). The impact of product conformity on customer satisfaction in social commerce platforms. *International Journal of Consumer Studies*, 9(1), 77–91.