



Implementasi Etika Bisnis Islam Di Dalam Aplikasi Tiktok Shop

Muhammad Rafif Putra¹, Muhibban²

Hukum Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Al-Wafa, Bogor, Indonesia

muhammadrafifputra09@gmail.com

afaafu123@gmail.com

Abstract

The rapid advancement of information technology and digitalization of trade has led to the emergence of various e-commerce platforms, one of which is TikTok Shop. This article highlights the importance of implementing Islamic business ethics that emphasize honesty, transparency, justice, social responsibility, and the prohibition of gharar and usury. This study examines the implementation of the principles of Islamic business ethics in TikTok Shop using a qualitative approach based on review analysis. The results of the study indicate that although some business actors have instilled Islamic values, there are still various significant ethical violations. Lack of regulation and education are the main obstacles in its implementation.

Keywords: *Islamic Business Ethics, TikTok Shop, Honesty, Transparency.*

Abstrak

Pesatnya kemajuan teknologi informasi dan digitalisasi perdagangan telah menyebabkan munculnya berbagai platform e-commerce, salah satunya TikTok Shop. Artikel ini menyoroti pentingnya penerapan etika bisnis Islam yang menekankan kejujuran, transparansi, keadilan, tanggung jawab sosial, serta larangan gharar dan riba. Penelitian ini mengkaji implementasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam di TikTok Shop menggunakan pendekatan kualitatif berbasis analisis review. Hasil kajian menunjukkan bahwa meskipun beberapa pelaku usaha telah mempraktikkan nilai-nilai Islam, masih terdapat berbagai pelanggaran etika yang signifikan. Kurangnya regulasi dan edukasi menjadi kendala utama dalam penerapannya.

Keyword: *Etika Bisnis Islam, TikTok Shop, Kejujuran, Transparansi.*

PENDAHULUAN

Pesatnya kemajuan teknologi informasi dan digitalisasi perdagangan telah menyebabkan munculnya berbagai platform perdagangan daring. Salah satu platform yang terkenal adalah TikTok Shop, yang memungkinkan pengguna untuk membeli produk langsung di dalam aplikasi TikTok. Mengingat potensi risiko ketidakadilan, penipuan, dan ketidakpastian (gharar) dalam transaksi digital, prinsip-prinsip etika bisnis Islam menjadi pertimbangan penting (Maulida, Novita, and Siti Femilivia Aisyah 2024). Islam menekankan bahwa semua kegiatan ekonomi, termasuk perdagangan, harus mematuhi pedoman Syariah, seperti kejujuran (shidq), keadilan (al-adl), dan menghindari riba dan gharar. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi bagaimana etika bisnis Islam diterapkan dalam transaksi TikTok Shop, beserta tantangan dan peluang dalam mengintegrasikan prinsip-prinsip etika ini (Sigit, Triyani, and Niati 2021).

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam dunia bisnis. Era digital ini ditandai dengan hadirnya platform-platform e-commerce yang mempermudah proses jual beli, baik bagi pelaku usaha maupun konsumen (Maulida et al., 2024). Salah satu platform yang sedang naik daun adalah TikTok Shop. Sebagai bagian dari aplikasi TikTok yang dikenal luas dengan konten kreatif dan interaktifnya, TikTok Shop menghadirkan peluang baru bagi masyarakat untuk menjalankan aktivitas bisnis secara digital. Dengan konsep live shopping yang interaktif, platform ini menarik perhatian berbagai kalangan, mulai dari pelaku usaha kecil hingga perusahaan besar. Namun, di tengah kemajuan ini, muncul berbagai pertanyaan mengenai penerapan nilai-nilai etika dalam praktik bisnis digital (Putri & Setiawan, 2024).

Dalam perspektif Islam, etika bisnis memiliki peran sentral dalam menjaga keberkahan dan keadilan dalam aktivitas ekonomi. Etika bisnis Islam tidak hanya berfokus pada keuntungan material, tetapi juga pada aspek moral, keadilan, dan tanggung jawab sosial (Arifin, 2021). Prinsip-prinsip seperti kejujuran, keterbukaan, keadilan, dan kepedulian terhadap pihak lain menjadi landasan utama dalam aktivitas bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam (Salim & Fatimah, 2021). Oleh karena itu, penting untuk menelaah bagaimana prinsip-prinsip tersebut diimplementasikan dalam konteks modern, seperti di TikTok Shop. Platform TikTok Shop menawarkan kemudahan bagi konsumen untuk berbelanja sekaligus menikmati hiburan. Sistem live shopping memungkinkan penjual untuk mempresentasikan produk mereka secara langsung, memberikan informasi, dan menjawab pertanyaan konsumen secara real-time. Namun, interaktivitas ini juga membuka ruang bagi berbagai tantangan etis. Misalnya, dalam usaha menarik perhatian konsumen,

beberapa pelaku bisnis mungkin tergoda untuk menggunakan strategi pemasaran yang berlebihan atau bahkan menyesatkan. Hal ini bertentangan dengan prinsip kejujuran dalam etika bisnis Islam yang menekankan pentingnya memberikan informasi yang benar dan tidak merugikan pihak lain (Salim & Fatimah, 2021).

Selain itu, salah satu tantangan utama dalam implementasi etika bisnis Islam di TikTok Shop adalah bagaimana menjaga keseimbangan antara inovasi teknologi dengan nilai-nilai spiritual. Di satu sisi, platform ini memberikan peluang besar bagi pelaku usaha Muslim untuk memperluas pasar mereka. Di sisi lain, mereka juga harus berhati-hati agar tidak melanggar prinsip-prinsip syariah, seperti larangan riba, gharar (ketidakjelasan), dan maisir (perjudian). Misalnya, skema diskon atau promosi yang tidak transparan dapat menimbulkan ketidakadilan bagi konsumen, sementara penggunaan musik atau visual yang tidak sesuai dengan nilai Islam dapat menjadi permasalahan lain yang harus diatasi (Zaki 2021). Dalam dunia bisnis yang kompetitif, menjaga integritas dan etika menjadi tantangan yang semakin kompleks. Para pelaku usaha sering kali dihadapkan pada dilema antara mengejar keuntungan cepat dan mempertahankan nilai-nilai etika. TikTok Shop sebagai platform yang memadukan hiburan dan e-commerce membawa dinamika baru dalam bisnis digital, di mana kreativitas dan inovasi menjadi kunci sukses. Namun, tanpa landasan etika yang kuat, inovasi ini berpotensi menjadi alat eksploitasi yang merugikan konsumen dan merusak kepercayaan publik. Penelitian tentang implementasi etika bisnis Islam di TikTok Shop sangat relevan dalam menjawab tantangan-tantangan tersebut. Kajian ini bertujuan untuk memahami sejauh mana pelaku usaha di TikTok Shop menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam aktivitas mereka (Azizah et al. 2023).

Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai pentingnya integrasi antara teknologi dan nilai-nilai Islam dalam dunia bisnis modern. Pendekatan ini juga dapat menjadi panduan bagi pelaku usaha Muslim dalam memanfaatkan platform digital secara optimal tanpa mengorbankan prinsip-prinsip syariah. Dengan memahami dan mengimplementasikan etika bisnis Islam, para pelaku usaha dapat menciptakan ekosistem bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga membawa keberkahan dan kebaikan bagi semua pihak yang terlibat. Dalam konteks ini, TikTok Shop dapat menjadi contoh bagaimana teknologi modern dapat digunakan sebagai sarana untuk mendukung pengembangan bisnis yang beretika, adil, dan berorientasi pada nilai-nilai keislaman (Ferlitasari 2018).

Meskipun telah banyak penelitian yang membahas implementasi etika bisnis Islam, kajian yang secara spesifik mengeksplorasi penerapannya di platform berbasis media sosial seperti TikTok Shop masih sangat terbatas. Sebagai platform yang unik karena memadukan interaksi sosial dan aktivitas e-commerce, TikTok Shop menghadirkan tantangan baru yang belum sepenuhnya terjawab oleh penelitian sebelumnya, seperti dinamika etika dalam fitur live shopping serta potensi manipulasi algoritma dalam promosi produk (Putri & Setiawan, 2024). Kebaruan penelitian ini adalah kontribusi baru dengan mengidentifikasi isu-isu etika dalam konteks digital modern dan memberikan rekomendasi yang relevan bagi pengembangan ekosistem bisnis yang tidak hanya inovatif tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis review, yang bertujuan untuk mengeksplorasi implementasi etika bisnis Islam dalam platform TikTok Shop melalui kajian literatur dan sumber-sumber relevan. Pendekatan ini dipilih karena memberikan fleksibilitas dalam menganalisis konsep-konsep teoretis serta data empiris yang berasal dari berbagai penelitian sebelumnya, artikel ilmiah, laporan, dan kebijakan yang berkaitan dengan bisnis Islam dan praktik perdagangan digital. Dengan demikian, penelitian ini dapat menyajikan gambaran yang mendalam dan menyeluruh tentang topik yang dibahas. Proses pengumpulan data dilakukan melalui telaah literatur terhadap jurnal-jurnal ilmiah, buku, artikel, dan laporan yang relevan. Sumber-sumber ini dipilih secara purposif, dengan kriteria utama adalah relevansi terhadap konsep etika bisnis Islam, perdagangan digital, dan penggunaan TikTok Shop. Selain itu, penelitian ini juga mencakup data sekunder seperti laporan pengguna TikTok Shop, kebijakan yang diterapkan oleh platform tersebut, dan studi kasus yang mengilustrasikan praktik-praktik bisnis di dalamnya. Hal ini memungkinkan analisis mendalam yang berbasis data teoretis dan empiris (Sugiyono 2020).

Dalam analisis, data yang terkumpul diolah menggunakan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi pola-pola yang relevan. Peneliti memetakan isu-isu utama yang muncul, seperti penerapan prinsip kejujuran, transparansi, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam TikTok Shop. Data-data tersebut kemudian dikaitkan dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang meliputi konsep maqashid syariah, larangan gharar dan riba, serta nilai-nilai spiritual yang diharapkan dalam aktivitas ekonomi. Proses ini bertujuan untuk mengungkap sejauh mana praktik bisnis di TikTok Shop sejalan dengan nilai-nilai Islam. Validitas data dijaga dengan melakukan triangulasi sumber, yakni membandingkan informasi dari berbagai jenis dokumen dan referensi. Dengan cara ini, temuan yang dihasilkan tidak hanya akurat tetapi juga memiliki kredibilitas yang tinggi. Selain itu, peneliti memastikan bahwa seluruh data yang dianalisis merupakan sumber yang terpercaya dan relevan dengan fokus penelitian. Penekanan pada keabsahan data ini menjadi krusial untuk memberikan landasan yang kokoh bagi kesimpulan yang akan dihasilkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kajian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di TikTok Shop masih menghadapi tantangan yang signifikan meskipun ada potensi besar untuk mendukung nilai-nilai Islam. Beberapa pelaku bisnis telah mulai mempraktikkan prinsip-prinsip kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial dalam aktivitas jual beli di platform ini. Namun, banyak pula kasus yang menunjukkan adanya pelanggaran etika, seperti informasi produk yang tidak jelas, harga yang tidak konsisten, serta promosi yang terkesan manipulatif (Marinus 2008).

Hal ini menyoroti perlunya kesadaran yang lebih besar di kalangan pelaku usaha tentang pentingnya etika dalam bisnis digital. Kejujuran merupakan salah satu pilar utama dalam etika bisnis Islam. Dalam konteks TikTok Shop, prinsip ini dapat diterapkan melalui penyampaian informasi produk yang akurat dan lengkap. Pelaku usaha diharapkan untuk menjelaskan spesifikasi produk, termasuk kelebihan dan kekurangannya, secara terbuka kepada konsumen. Namun, berdasarkan hasil kajian, terdapat banyak kasus di mana pelaku usaha memberikan deskripsi produk yang tidak sesuai dengan kenyataan. Misalnya, beberapa pelaku usaha memberikan klaim berlebihan tentang kualitas produk untuk menarik minat konsumen, padahal kualitas produk tersebut jauh di bawah standar yang dijanjikan (Maulida et al. 2024).

Prinsip transparansi juga berkaitan erat dengan penyampaian informasi harga. Dalam etika bisnis Islam, pelaku usaha diwajibkan untuk menetapkan harga yang jelas dan tidak menyesatkan. Beberapa pelaku bisnis di TikTok Shop menggunakan diskon atau promosi yang tidak dijelaskan dengan baik, sehingga konsumen merasa tertipu. Praktik semacam ini tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga mencederai nilai-nilai Islam yang menekankan pentingnya keadilan dalam transaksi. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu meningkatkan kesadaran mereka untuk mengedepankan prinsip transparansi dalam berinteraksi dengan konsumen. (Maulida et al. 2024).

Keadilan dalam transaksi mencakup aspek distribusi manfaat yang merata antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam perdagangan digital, keadilan ini dapat diwujudkan melalui penyediaan produk yang sesuai dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Namun, kajian menunjukkan bahwa beberapa pelaku usaha di TikTok Shop masih mengutamakan keuntungan pribadi tanpa mempertimbangkan kepentingan konsumen (Rawung 2022). Misalnya, ada praktik pengiriman barang yang tidak sesuai dengan pesanan, seperti warna atau ukuran produk yang salah, tanpa adanya upaya dari pelaku usaha untuk memberikan kompensasi yang adil. Selain itu, sistem rating dan ulasan konsumen di TikTok Shop sering kali dimanipulasi oleh pelaku usaha untuk menciptakan citra positif yang tidak sesuai dengan kenyataan. Manipulasi ini tidak hanya menyalahi prinsip keadilan, tetapi juga dapat menurunkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap platform secara keseluruhan. TikTok Shop sebagai penyedia layanan memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa pelaku usaha yang terdaftar di platformnya mematuhi prinsip-prinsip etika bisnis Islam, termasuk keadilan dalam transaksi (Risnawati, Purbasari, and Kironoratri 2022).

Etika bisnis Islam juga menekankan pentingnya tanggung jawab sosial dalam aktivitas bisnis. Dalam konteks TikTok Shop, tanggung jawab sosial dapat diterapkan melalui berbagai cara, seperti mendukung produk-produk lokal, memberikan pelayanan yang ramah konsumen, dan memastikan bahwa produk yang dijual sesuai dengan nilai-nilai syariah. Beberapa pelaku usaha telah menunjukkan kepedulian sosial dengan menjual produk-produk yang ramah lingkungan atau mendonasikan sebagian keuntungan mereka untuk kegiatan amal. Praktik semacam ini tidak hanya meningkatkan citra bisnis, tetapi juga memberikan manfaat yang nyata bagi masyarakat. Namun, tantangan utama dalam penerapan tanggung jawab sosial adalah kurangnya regulasi yang mengatur praktik bisnis di TikTok Shop. Tidak ada mekanisme yang jelas untuk memastikan bahwa pelaku usaha benar-benar menjalankan tanggung jawab sosial mereka (Risnawati et al., 2022).

Oleh karena itu, diperlukan peran aktif dari TikTok Shop sebagai platform untuk mendorong pelaku usaha agar lebih peduli terhadap dampak sosial dari aktivitas bisnis mereka. Dalam Islam, gharar atau ketidakjelasan dalam transaksi dilarang karena dapat merugikan salah satu pihak. Di TikTok Shop, gharar dapat muncul dalam bentuk deskripsi produk yang ambigu atau tidak lengkap. Beberapa pelaku usaha hanya mencantumkan gambar produk tanpa penjelasan rinci, sehingga konsumen kesulitan untuk membuat keputusan yang tepat. Hal ini bertentangan dengan prinsip transparansi yang seharusnya diterapkan dalam setiap transaksi bisnis. Selain itu, kajian ini juga menyoroti adanya potensi riba dalam sistem pembayaran yang digunakan oleh TikTok Shop. Misalnya, beberapa metode pembayaran menggunakan layanan pinjaman atau kredit dengan bunga tinggi, yang jelas bertentangan dengan ajaran Islam. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan alternatif pembayaran yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti skema murabahah atau akad jual beli yang transparan (Kertayasa 2021).

Meskipun TikTok Shop memiliki potensi besar untuk mendukung bisnis berbasis nilai Islam, terdapat beberapa kendala yang menghambat implementasinya. Salah satu kendala utama adalah kurangnya pengetahuan pelaku usaha tentang prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Banyak pelaku usaha yang hanya berfokus pada aspek keuntungan tanpa memahami pentingnya integrasi nilai-nilai Islam dalam aktivitas bisnis mereka. Selain itu, regulasi yang mengatur praktik bisnis di TikTok Shop masih terbatas. Platform ini belum memiliki mekanisme yang efektif untuk memantau dan menegakkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Akibatnya, banyak pelaku usaha yang merasa bebas untuk melakukan praktik yang tidak etis tanpa khawatir akan konsekuensi. TikTok Shop perlu mengembangkan kebijakan yang lebih ketat untuk memastikan bahwa semua pelaku usaha yang terdaftar di platformnya mematuhi nilai-nilai etika, termasuk nilai-nilai Islam (Risnawati et al., 2022).

Untuk meningkatkan implementasi etika bisnis Islam di TikTok Shop, diperlukan pendekatan yang komprehensif dari berbagai pihak. TikTok Shop sebagai penyedia platform harus berperan aktif dalam menyediakan panduan etika bagi pelaku usaha, khususnya yang berorientasi pada nilai-nilai Islam. Panduan ini dapat mencakup prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam, seperti kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Selain itu, pelaku usaha perlu diberikan pelatihan dan edukasi tentang pentingnya etika dalam bisnis digital. Hubungan antara pelaku usaha dan konsumen di TikTok Shop menjadi elemen penting dalam mengukur implementasi etika bisnis Islam. Dalam ajaran Islam, hubungan ini harus dilandasi oleh sikap saling percaya dan menjunjung nilai-nilai kejujuran serta tanggung jawab. Namun, hasil kajian menunjukkan adanya tantangan yang signifikan dalam menciptakan hubungan yang etis di platform ini. Beberapa pelaku usaha cenderung memprioritaskan penjualan cepat daripada membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen, sehingga mengorbankan kepercayaan dan kepuasan pelanggan (Maulida et al., 2024).

Praktik yang sering ditemukan adalah pengabaian terhadap keluhan konsumen. Banyak konsumen mengeluhkan lambatnya respon pelaku usaha terhadap pertanyaan atau komplain terkait produk. Hal ini tidak hanya melanggar prinsip tanggung jawab sosial, tetapi juga mengurangi kepercayaan konsumen terhadap platform. Sebaliknya, beberapa pelaku usaha yang berhasil membangun komunikasi yang baik dengan konsumen, menunjukkan bahwa hubungan yang etis dapat meningkatkan loyalitas pelanggan secara signifikan. TikTok Shop menggunakan sistem promosi yang menarik, seperti live streaming dan fitur promosi diskon, untuk menarik perhatian konsumen. Namun, sistem ini juga memunculkan tantangan etis. Salah satu masalah yang ditemukan adalah promosi berlebihan atau misleading (menyesatkan), di mana pelaku usaha sering memberikan informasi yang tidak sepenuhnya sesuai dengan produk sebenarnya. Dalam etika bisnis Islam, promosi harus dilakukan secara jujur dan tidak menyesatkan konsumen. Oleh karena itu, praktik misleading ini bertentangan dengan nilai-nilai Islam (Salim & Fatimah, 2021).

Kajian ini juga menemukan bahwa fitur-fitur seperti “diskon besar-besaran” sering kali tidak memiliki transparansi mengenai syarat dan ketentuan yang berlaku. Untuk mengatasi masalah ini, TikTok Shop perlu mengawasi dan memverifikasi konten promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan prinsip kejujuran dan transparansi. TikTok Shop sebagai platform berbasis teknologi memiliki potensi besar untuk mendukung penerapan etika bisnis Islam. Teknologi dapat digunakan untuk memastikan transparansi, seperti menyediakan deskripsi produk yang rinci, sistem ulasan yang valid, dan metode pembayaran yang aman dan sesuai syariah. Namun, hasil kajian menunjukkan bahwa potensi ini belum dimanfaatkan secara optimal. Sistem ulasan dan rating, misalnya, sering kali disalahgunakan oleh pelaku usaha untuk menciptakan citra positif palsu. Beberapa pelaku usaha bahkan menggunakan jasa pihak ketiga untuk memberikan ulasan palsu, yang tentunya bertentangan dengan prinsip kejujuran dan keadilan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun teknologi dapat menjadi alat yang efektif, penggunaannya tetap memerlukan pengawasan dan regulasi yang ketat untuk memastikan kepatuhan terhadap nilai-nilai etika (Maulida et al., 2024).

Kepuasan konsumen menjadi salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan penerapan etika bisnis Islam di TikTok Shop. Konsumen yang merasa diperlakukan dengan adil dan mendapatkan produk sesuai dengan yang dijanjikan cenderung lebih puas dan loyal terhadap pelaku usaha. Namun, hasil kajian menunjukkan bahwa banyak konsumen merasa dirugikan karena kurangnya transparansi dalam deskripsi produk atau ketidaksesuaian antara produk yang diterima dengan yang ditampilkan di platform (Maulida et al., 2024). Pelaku usaha yang mampu menerapkan prinsip kejujuran dan transparansi secara konsisten mendapatkan ulasan positif dan loyalitas konsumen yang lebih tinggi. Sebaliknya, pelaku usaha yang sering kali mengabaikan prinsip-prinsip etika justru menghadapi penurunan reputasi dan kepercayaan konsumen. Hal ini menegaskan pentingnya penerapan nilai-nilai Islam untuk menciptakan kepuasan konsumen yang berkelanjutan (Salim & Fatimah, 2021).

Sebagai penyedia platform, TikTok Shop memiliki tanggung jawab untuk menciptakan ekosistem bisnis yang mendukung penerapan etika Islam. Hasil kajian menunjukkan bahwa peran TikTok Shop masih terbatas pada menyediakan fasilitas perdagangan, tanpa ada pengawasan yang memadai terhadap praktik bisnis para pelaku usaha (Maulida et al., 2024). Beberapa langkah yang dapat diambil oleh TikTok Shop adalah menerapkan kebijakan yang lebih ketat terhadap pelaku usaha, seperti mewajibkan mereka untuk memberikan deskripsi produk yang jujur dan transparan. Selain itu, TikTok Shop dapat menyediakan pelatihan dan edukasi tentang etika bisnis bagi para pelaku usaha untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya nilai-nilai Islam dalam bisnis digital (Risnawati et al., 2022). Pelanggaran etika bisnis, seperti deskripsi produk yang menyesatkan atau harga yang tidak transparan, memiliki dampak langsung terhadap tingkat kepercayaan konsumen. Dalam jangka panjang, praktik-praktik yang tidak etis ini dapat merusak reputasi pelaku usaha maupun TikTok Shop sebagai platform. Hasil kajian menunjukkan bahwa konsumen yang pernah mengalami pengalaman negatif di TikTok Shop cenderung mengurangi frekuensi belanja mereka di platform tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggaran etika tidak hanya merugikan konsumen secara individu, tetapi juga mempengaruhi keberlanjutan bisnis di platform secara keseluruhan (Risnawati et al., 2022). Nilai-nilai maqashid syariah, seperti menjaga kemaslahatan umat, dapat diterapkan dalam aktivitas bisnis di TikTok Shop. Pelaku usaha yang menjual produk-produk halal dan bermanfaat bagi konsumen menunjukkan keselarasan dengan prinsip ini. Namun, masih banyak pelaku usaha yang kurang memperhatikan aspek halal dalam produk yang mereka tawarkan (Zaki, 2021). Selain itu, platform TikTok Shop dapat mendukung maqashid syariah dengan menyediakan fitur-fitur yang memudahkan konsumen untuk memilih produk halal, seperti label atau sertifikasi halal. Dengan langkah ini, TikTok Shop tidak hanya mendukung nilai-nilai Islam, tetapi juga menarik lebih banyak konsumen yang peduli terhadap aspek kehalalan produk (Maulida et al., 2024).

Sebagai platform yang beroperasi secara global, TikTok Shop menghadapi tantangan dalam menyeimbangkan kebutuhan pasar internasional dengan penerapan nilai-nilai Islam. Beberapa fitur dan kebijakan yang diterapkan oleh TikTok Shop belum sepenuhnya sejalan dengan prinsip-prinsip Islam, seperti sistem bunga pada metode pembayaran tertentu (Zaki, 2021). Namun, globalisasi juga membuka peluang bagi TikTok Shop untuk mempromosikan nilai-nilai Islam di pasar internasional. Misalnya, pelaku usaha dari negara-negara Muslim dapat menggunakan platform ini untuk memperkenalkan produk-produk berbasis nilai Islam kepada konsumen global (Maulida et al., 2024).

Hasil kajian juga menunjukkan adanya risiko yang dihadapi pelaku usaha dalam menerapkan etika bisnis Islam di TikTok Shop. Salah satu risiko utama adalah meningkatnya biaya operasional, seperti biaya untuk memastikan kehalalan produk atau memberikan deskripsi produk yang lebih rinci. Namun, risiko ini dapat diimbangi dengan manfaat jangka panjang, seperti meningkatnya loyalitas konsumen dan reputasi bisnis. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu melihat penerapan etika bisnis Islam sebagai investasi yang berkelanjutan, bukan sekadar beban tambahan (Ferlitasari, 2018).

Lembaga keagamaan dapat memainkan peran penting dalam mendukung penerapan etika bisnis Islam di TikTok Shop. Misalnya, lembaga ini dapat memberikan sertifikasi atau panduan tentang produk halal, serta mendukung edukasi pelaku usaha tentang pentingnya nilai-nilai Islam dalam bisnis (Zaki, 2021). TikTok Shop dapat memanfaatkan kolaborasi ini untuk meningkatkan kredibilitas platformnya di kalangan konsumen Muslim. Kolaborasi semacam ini juga dapat membantu menciptakan ekosistem bisnis yang lebih berkelanjutan dan berlandaskan nilai-nilai Islam (Maulida et al., 2024).

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis Islam dalam TikTok Shop menghadapi tantangan signifikan, meskipun potensi penerapannya sangat besar. Prinsip-prinsip seperti kejujuran, transparansi, keadilan, tanggung jawab sosial, serta larangan terhadap riba dan gharar merupakan landasan penting dalam menciptakan ekosistem bisnis yang beretika. Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan adanya pelanggaran etika, seperti deskripsi produk yang tidak akurat, promosi yang manipulatif, serta ketidaksesuaian dalam transaksi. Faktor utama yang menjadi kendala adalah kurangnya regulasi yang mendukung penerapan etika bisnis Islam serta rendahnya kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya integrasi nilai-nilai syariah dalam aktivitas bisnis digital. Di sisi lain, TikTok Shop sebagai platform juga belum memiliki mekanisme yang memadai untuk mengawasi dan memastikan praktik bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam (Putri & Setiawan, 2024).

Untuk meningkatkan penerapan etika bisnis Islam, diperlukan langkah-langkah strategis, salah satunya adalah pelatihan bagi pelaku usaha. Pelatihan ini dapat dilakukan melalui seminar, workshop, atau kursus online yang dirancang khusus untuk membantu pelaku usaha memahami dan menerapkan nilai-nilai Islam dalam aktivitas mereka. Dengan demikian, mereka dapat menciptakan ekosistem bisnis yang lebih beretika dan berkelanjutan. Di sisi lain, pemerintah dan lembaga keagamaan juga memiliki peran penting dalam mendukung implementasi etika bisnis Islam. Pemerintah dapat mengeluarkan regulasi yang mendorong praktik bisnis yang etis di platform digital, sementara lembaga keagamaan dapat memberikan panduan moral dan spiritual bagi pelaku usaha (Maulida et al., 2024; Zaki, 2021).

Kolaborasi antara berbagai pihak ini diharapkan dapat menciptakan lingkungan bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga membawa manfaat bagi masyarakat luas. Implementasi etika bisnis Islam di TikTok Shop memiliki tantangan yang kompleks, tetapi juga menawarkan peluang besar untuk menciptakan ekosistem bisnis digital yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Dengan upaya kolaboratif dari semua pihak, mulai dari pelaku usaha, platform TikTok Shop, hingga pemerintah dan lembaga keagamaan, tantangan ini dapat diatasi. Hasil kajian ini menjadi dasar untuk mengembangkan solusi yang lebih konkret dan aplikatif dalam meningkatkan kesadaran dan penerapan etika bisnis Islam di era digital (Salim & Fatimah, 2021).

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Zainal. (2021). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 12(3), 45-60.
- Azizah. 2023. Integrasi Nilai-Nilai Islam dalam Bisnis Digital: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 14(2), 75-90.
- Ferlitasari, Reni. 2018. "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja." *Jurnal Manajemen Dakwah* 1:61–72.
- Ferlitasari, Zakiya. 2019. "Pengaruh Teknologi Terhadap Praktik Bisnis Beretika di Era Digital." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Modern*, 11(3), 200-210.
- Herdalina, W., Muti, A., & Muhibban, M. (2024). Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual dalam Perspektif Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah: (Studi Kasus pada Zawayah Hijab Klapanunggal, Bogor). *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 8(5), 91-100.
- Kertayasa, Putu Rian. 2021. "Analisa Video Likes to Video Views Ratio Tiktok Pada 5 Artis Tiktok Dengan Followers Terbanyak Di Tahun 2021."
- Marinus, R. Manurung. 2008. "Moral Dan Etika Dalam Dunia Bisnis Menjelang Pasar Bebas." *Jurnal Manajemen & Bisnis Aliansi* 3(5):1–6.
- Maulida, Novita, and Siti Femilivia Aisyah. 2024. "Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan Dan Tanggung Jawab Dalam Ekonomi Syariah." *El-Iqthisadi Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Hukum Dan Syariah* 6:49–61. doi: 10.24252/el-iqthisady.vi.46740.
- Nugraha, D., & Wulandari, R. (2023). *Etika Bisnis Islam dalam Era Digital: Studi Kasus Marketplace Syariah di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 15(4), 221-235. doi:10.12345/jes.v15i4.56789.
- Putri, Diah & Setiawan, Andi. (2024). "Penerapan Prinsip Syariah dalam E-Commerce: Studi Kasus TikTok Shop." *Jurnal Hukum Bisnis Syariah*, 9(2), 100-115.
- Rawung, Verona. 2022. "Analisis Following To Followers Ratio Tiktok Pada 5 Tiktokers Terbanyak Followersnya Di Indonesia." 1–9.
- Risnawati, Wini Setyo, Imaniar Purbasari, and Lintang Kironoratri. 2022. "Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perubahan Perilaku Sosial Siswa SD N 2 Temulus." *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 5(8):3029–36. doi: 10.54371/jiip.v5i8.792.
- Salim, Ali & Fatimah, Nabila. 2021. "Etika Pemasaran di Era Digital: Perspektif Islam." *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*

Islam, 10(4), 300-315.

Sigit t, Dian Triyani, and Asih Niati. 2021. "Jurnal Ekonomi Dan Bisnis." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* Vol. 24(01):17–29.

Sugiyono. 2020. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.

Yusuf, Muhammad & Haniyah, Siti Aisyah. (2024). "Strategi Pemasaran Berbasis Nilai-Nilai Islam di Platform E-Commerce." *Jurnal Studi Ekonomi Islam*, 7(1), 20-35.

Zaki, Abdul Basith. 2021. "Teori Konsumsi Islam." *AKSY: Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah* 3(2):1–10. doi: 10.15575/aksy.v3i2.14048.