

**ANALISIS DAMPAK TEKNOLOGI DIGITAL TERHADAP
PENJUALAN PRODUK DI ONLINE SHOP TIKTOK DALAM
KONTEKS EKONOMI ISLAM DAN FINTECH**

Rina Ari Pratiwi¹, Corry Vidiati²

Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon

Email: wiwirina512@gmail.com¹, coryyvidiati@bungabangsacirebon.ac.id²

Abstrak – Teknologi digital telah merubah cara hidup, kerja dan interaksi sesama manusia. Dampak Teknologi digital terhadap penjualan produk di online shop TikTok ini sangat berpengaruh secara signifikan di era modern ini yang semakin berkembang pesat yang berkaitan dalam konteks ekonomi islam dimana para pelaku usaha dan konsumen saling membutuhkan. Dampak teknologi di era digital seperti penjualan produk yang dilakukan secara online shop dengan memanfaatkan aplikasi TikTok. Aplikasi TikTok ini telah muncul sejak tahun 2017 dimana hanya memunculkan video berdurasi pendek namun menarik dan menyediakan fitur TikTok shop sebagai alat transaksi jual beli maka adanya inovasi dari toko offline ke toko online namun sejak Oktober 2023 TikTok shop telah mengalami penutupan sementara oleh pemerintah dan dibuka kembali pada Desember 2023. Fintech di TikTok shop dilakukan dengan melalui dana, ovo, shoppe pay, transfer sebagai alat pembayaran secara sederhana dengan memanfaatkan teknologi namun bisa juga dilakukan dengan COD. Penjualan di TikTok shop ini dilakukan dengan melalui live streaming yang menjelaskan secara detail tentang produk promosinya kepada konsumen dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen melalui kolom comment melalui live streaming. Di TikTok shop konsumennya dapat melihat penilaian oleh konsumen lain untuk menentukan kesesuaian dalam produk tersebut.

Kata Kunci : Penjualan Di Tiktok Shop, Teknologi, Ekonomi Islam Digital Dan Fintech.

Abstract – Digital technology has changed the way people live, work and interact. The impact of digital technology on product sales in the TikTok online shop has a very significant influence in this modern era which is increasingly developing rapidly in connection with the Islamic economic context where business actors and consumers need each other. The impact of technology in the digital era, such as selling products in online shops using the TikTok application. This TikTok application has been around since 2017, where it only displays short but interesting videos and provides the TikTok shop feature as a tool for buying and selling transactions, so there has been innovation from offline shops to online shops, but since October 2023, the TikTok shop has experienced a temporary closure by the government and has been reopened. in December 2023. Fintech in the TikTok shop is carried out through funds, ovo, shoppe pay, transfers as a simple means of payment using technology but can also be done with COD. Sales at the TikTok shop are carried out through live streaming which explains in detail about product promotions to consumers and interacts directly with consumers through the comment column via live streaming. In the TikTok shop, consumers can see the ratings of other consumers to determine the suitability of the product.

Keywords: Sales On Tiktok Shop, Technology, Digital Islamic economy and fintech.

PENDAHULUAN

Dari perkembangan teknologi digital yang semakin pesat maka akan menunjukkan adanya suatu pertumbuhan penggunaannya yang semakin banyak dari berbagai seluruh dunia dan salah satunya indonesia, pada masa modern ini teknologi di gunakan pada negara indonesia sebagai ekonomi yang secara konteks islam dan fintech sehingga muncul istilah e commerce yang dikenal dengan sebutan digital marketing. Hadirnya salah satu aplikasi yang di gunakan dalam penjual secara online shop dengan menggunakan aplikasi tiktok sebagai salah satu yang di gandrungi berbagai kaula dengan hadir ide – ide yang lebih kreatif untuk melakukan penjualan sehingga membuka peluang bisnis, dan informasi bisnis, dan strategis pemasaran. Tiktok shop ini sangat populer dikalangan remaja dan dewasa karena dengan penggunaan yang lebih praktis. (Nurhasanah et al., 2023)

Pada saat ini aplikasi tiktok shop menjadi salah satu media digital marketing yang telah banyak digunakan oleh para pelaku ekonomi bisnis sebagai platform online shopping pada tahun 2021 yang saat itu mengalami penutupan pada 04 oktober 2023 dan dibuka kembali pada 12 desember 2023 yang memiliki beberapa pengguna sekitar 99,1 juta pengguna dari negara indonesia dengan perbandingan rasio pengguna perempuan sebanyak 68% dan laki – laki sebanyak 32% dampak dari teknologi sehingga dalam hal ini tiktok shop mampu memberikan beberapa dampak yang signifikan terhadap penjualan secara konteks ekonomi islam di indonesia. untuk pembayaran yang dilakukan di tiktok shop ini dengan dikaitkan fintech karena metode pembayaran tersebut perusahaan menggabungkan layanan jasa keuangan dengan teknologi seperti dengan menggunakan m-banking, dana, shoppe pay, transfer, ovo, dan bahkan metode pembayaran pengguna bisa dilakukan dengan melalui cod setelah barang sampai ke konsumen.

Dengan adanya analisis dari data tersebut maka teknologi digital yang semakin berkembang pesat ini memberikan dampak yang cukup besar dikalangan masyarakat setelah masa pandemi covid 19 sehingga mengakibatkan inovasi dalam melakukan strategis pemasaran dari toko offline tersebut karena penjualan dapat diakses semakin luas melalui salah satu aplikasi tiktok shop, shoppe, lazada dan tokopedia sebagai alat penjualan produk yang telah di hasilkan oleh produsen. Salah satu strategis pemasaran dengan menggunakan tiktok shop ini untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka dapat di gunakan fitur baru live streaming di dalam aplikasi tiktok shop, penggunaan tiktok shop ini konsumen dapat melihat bintang dan coment agar gambar yang dipromosi sesuai dengan produknya, dan penilaian tersebut maka dapat membuat perubahan interaksi antara para pembeli dan penjual saat menggunakan toko online dan toko offline. Saat menggunakan tiktok shop maka terdapat ongkir untuk mengirimkan barang yang dipesan konsumen dan diantar ke tujuan rumahnya namun tiktok shop telah memberikan beberapa bonus seperti chashback dan gratis ongkir bagi pengguna tiktok shop yang nantinya pesanan tersebut akan diantar kurir. Hal ini tiktok shop telah melakukan kolaborasi dengan beberapa perusahaan dalam melakukan transaksi penjualan dalam konteks ekonomi islam. Dengan adanya perubahan pelaku antara konsumen dan penjual ini menjadi salah satu penyebab dari dampak teknologi ke penjualan online shop tiktok dalam konteks ekonomi islam dan fintech hal itu menjadi dasar penting karena terdapat inovasi strategis dengan memanfaatkan teknologi sebagai peran utama yang sangat penting dari pertumbuhan ekonomi karena dapat dijangkau dari beberapa penjuru dunia. Penjualan tiktok shop ini dilakukan oleh beberapa pelaku usaha bisnis yang telah menjadi sarana penting dalam perkembangan ekonomi dunia. (Juliana, 2023)

Pemanfaat terhadap teknologi internet ini memiliki peran penting terutama dalam bidang ekonomi bisnis dalam konteks islam dan penjualan untuk memperluas pasar jaringan pemasaran dan layanan pada konsumennya, perilaku konsumen dapat dilakukan dengan memberikan penilaian terhadap online shop saat melakukan pembelian sehingga dalam hal ini

banyak beberapa toko offline melakukan inovasi dengan menggunakan tiktok shop sebagai toko online sebagai salah satunya. Internet di era digital ini menjadi salah satu dampak bagi pelaku usaha bisnis yang dapat dilakukan sebagai salah satu sarana promosi dalam menawarkan produk penjualannya ke konsumen dengan menayangkan video berdurasi pendek dengan membuatnya semenarik mungkin agar konsumen dapat tertarik sehingga dapat terjadinya kesepakatan antara kedua belah pihak. Adanya perubahan yang sangat mendasar dalam melakukan transaksi secara online ini bagi kalangan masyarakat yang memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan teknologi yang semakin luas.

Pada aplikasi online shop tiktok penjual dapat melakukan aktivitas penjualan secara langsung dan live streaming sehingga pembeli dapat berinteraksi melalui kolom komentar yang telah disediakan dan terdapat keranjang kuning untuk mempermudah dalam melakukan transaksi antara penjual dan pembeli. Tiktok shop ini dapat diakses dengan menggunakan smart phone, komputer, tab dan beberapa media elektronik lainnya yang dapat dilakukan di rumah. Dengan hadirnya fitur tambahan di aplikasi online shop tiktok dapat menimbulkan beberapa permasalahan sehingga perlu untuk melihat secara menyeluruh, yang sudah menjadi kewajiban bagi pemerintah untuk lebih mempertegas peran kementerian perdagangan dan komisi pengawas usaha (KPPU) dalam melakukan arus perdagangan terhadap UMKM penjualan terutama di media sosial yang perlu untuk di regulasi dengan mengklasifikasi jenis aplikasi yang digunakan dengan mempunyai izin usaha yang jelas untuk mewujudkan penjualan yang sehat dan adil bagi pelaku ekonomi bisnis baik toko secara online ataupun offline. Dengan adanya market place ini maka akan memberikan dampak positif bagi para pelaku usaha yang dapat dilakukan secara online maupun offline dengan menyediakan toko ataupun toko di beberapa pusat perbelanjaan, dampak positif dari market place seperti tiktok shop ini memberikan rasa aman bagi para konsumen terhadap melakukan transaksi secara online yang menjadi perantara antara penjual dengan pembeli, sehingga akibat dari perkembangan teknologi digital dan informasi yang semakin luas ini memunculkan banyaknya jenis produsen, model bisnis, dan transaksi serta teknik penjualan yang berbeda. Produk yang dijual di online shop ini sangat berbeda dan berbagai macam merek yang sesuai dengan tren yang populer dikalangan remaja, dan dewasa dengan sesuai target pasar. (Muna & Santoso, 2024).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif yang melibatkan analisis data yang lebih mendalam untuk memahami pengalaman, observasi lapangan, dan pandangan masyarakat terkait Analisis Dampak Teknologi Digital Terhadap Penjualan Produk di Online Shop TikTok dalam Konteks Ekonomi Islam dan Fintech dengan beberapa sumber seperti jurnal, buku, dan referensi lainnya yang memudahkan kalangan masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli antara konsumen dan pembeli dengan melihat dampak dari perkembangan teknologi di era digital ini dalam konteks ekonomi islam dan fintech di kalangan masyarakat luar negeri maupun dalam negeri.

Sehingga dengan adanya metode penelitian ini dianalisis berdasarkan data pengamatan yang diperoleh dengan menggunakan Metode analisis kualitatif definisi, konsep, dan Lain – lainnya untuk menekankan hasil yang jauh lebih maksimal dari sumber data yang diperoleh sebagai dari hasil analisis yang lebih mendalam dari beberapa referensi yang ada dalam penelitian ini kemudian dari pengamatan tersebut akan menghasilkan suatu deskriptif yang lebih efisien dan efektif dalam penelitian ini. Dengan menggunakan metode penelitian dan pendekatan kualitatif ini berguna untuk memahami secara mendalam dari penelitian tersebut sehingga menghasilkan penelitian yang menarik dan efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aplikasi tiktok di definisikan sebagai media distribusi video berdurasi singkat yang menayangkan berbagai macam video promosi dari kalangan pelaku bisnis. Aplikasi tiktok ini memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli yang salah satu dampak positif dari penggunaan teknologi digital bagi kalangan masyarakat, aplikasi tiktok ini berasal dari cina yang kemudian masuk ke negara Indonesia pada tahun 2017. Fitur Tiktok shop telah ada pada tahun 2021 setelah masa pandemi namun pada saat itu tiktok shop sempat di tutup oleh pemerintah pada 4 Oktober 2023 pukul 17.00 WIB. Penutupan ini dilakukan karena Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 31 Tahun 2023 yang melarang media sosial untuk berjualan dan hanya diperbolehkan untuk menawarkan serta mempromosikan barang atau jasa hal itu di sebabkan penghasilan pasar offline yang telah mengalami penurunan omset. Namun TikTok Shop menyatakan menutup layanan belanjanya itu untuk menghormati dan mematuhi hukum yang ada di negara Indonesia.

Kemudian Pada 12 Desember 2023, TikTok Shop kembali beroperasi setelah sempat ditutup pada Oktober 2023. Pada permulaan baru ini disebabkan karena TikTok Shop telah bekerja sama dengan PT GoTo Gojek Tokopedia melalui kemitraan strategis. Dalam hal ini adanya dampak dari teknologi digital pada penjualan yang dilakukan secara online melalui aplikasi tiktok shop. Dampak teknologi digital ini membuat beberapa pelaku usaha mengalami penurunan terhadap omset penjualan secara off-line sehingga perlu adanya inovasi strategis dengan melakukan promosi melalui media sosial. Penjualan produk di online shop tiktok menjadi salah satu inovasi yang secara signifikan dalam penjualan dan konsumsi yang berlangsung di era modern ini hal itu terjadi akibat adanya dampak teknologi digital dalam konteks ekonomi islam fintech yang semakin berkembang pesat. Analisis Dampak teknologi digital ini menjadi salah satu pemicu dalam mengembangkan produk ekonomi islam dan fintech, Dengan adanya perubahan inovasi secara strategis itu mewakili penjualan yang dilakukan secara online yang semakin berkembang dalam aktivitas penjualan tersebut beralih ke platform digital yang memberikan dampak terhadap eksistensi pasar tradisional. Oleh sebab itu konteks ekonomi islam dan fintech ini menginovasi strategis menjadi online yang akan memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli. (Nadia Ulva Febrianti et al., 2023)

Di era digital yang semakin berkembang pesat, media sosial telah menjadi platform yang telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, dengan adanya tren teknologi dan kebutuhan pengguna sehingga tiktok akan memperkenalkan beberapa fitur belanja yang saat ini banyak di gunakan oleh masyarakat Indonesia maupun luar negeri yaitu tiktok shop. TikTok Shop menjadi salah satu bagian fitur e-commerce sosial yang telah memungkinkan pengguna dan pencipta dalam melakukan iklan dan menjual produk secara langsung melalui platform TikTok. Penggunaan tiktok selain untuk tiktok shop juga berguna sebagai fitur hiburan.

TikTok Shop telah menjadi salah satu platform e-commerce yang semakin populer setelah perkembangan teknologi digital, dan dapat membuka sebuah peluang baru bagi para pelaku bisnis seperti Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal. Agar dapat mengoptimalkan potensi TikTok Shop, UMKM perlu memahami dan menguasai fitur-fitur platform ini, termasuk manajemen konten, analisis data, dan strategi pemasaran digital atau dalam konteks ekonomi islam. Pengaruh TikTok Shop terhadap UMKM lokal dapat dianggap sebagai evolusi positif dalam dunia e-commerce. TikTok Shop memiliki dampak yang signifikan terhadap peningkatan teknologi digital dan penjualan produk UMKM lokal dalam konteks ekonomi islam dan fintech. Dengan menjadi platform e-commerce yang terintegrasi dengan media sosial yang sangat populer pada masa sekarang sehingga TikTok Shop memberikan peluang bagi UMKM lokal untuk meningkatkan visibilitas mereka secara dramatis di era digital ini.

Oleh karena itu TikTok shop ini berperan penting dalam perekonomian secara digital karena dapat meningkatkan eksponur dan penjualan produk lokal dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai alat bantu strategis pemasaran sebagai salah satu inovasi. Dengan adanya analisis data ini memberikan wawasan berharga tentang preferensi, kebiasaan pembelian, dan tren konsumen. Hal ini dapat memahami secara lebih mendalam siapa target audiens mereka, dan UMKM dapat merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, meningkatkan kualitas produk, bahkan mengembangkan inovasi baru sesuai dengan kebutuhan pasar yang berkembang. Perlunya kehadiran online melalui TikTok Shop juga memberikan UMKM akses lebih luas ke pasar global.

Adanya TikTok shop ini mengakibatkan adanya perubahan terhadap perilaku konsumen yang mengalami transformasi yang signifikan sebagai akibat dari dampak teknologi digital pada kehadiran TikTok Shop. Platform ini tidak hanya menyediakan pengalaman belanja online yang inovatif tetapi juga dapat membentuk tren dan preferensi baru yang memengaruhi cara konsumen dan berinteraksi dengan merek dan produk salah satunya perubahan utama terlihat dari gaya pembelian yang lebih impulsif dan pengaruh yang lebih besar dari aspek visual dan konteks yang lebih kreatif.

Adanya inovasi dalam melakukan periklanan ini maka akan merubah interaksi antara konsumen dan pembeli hal itu di sebabkan karena adanya teknologi yang akan memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi. TikTok shop ini salah satu fintech yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi. Tren konten yang viral dan tantangan (challenges) Juga memainkan peran penting dalam mengubah perilaku konsumen. Dalam hal ini Konsumen tidak hanya menjadi penonton pasif tetapi juga berpartisipasi aktif dalam tren dan tantangan yang sedang populer dikalangan masyarakat luar negeri maupun dalam negeri. (Asshidqi & Yuliana, 2023)

Adanya analisis dari dampak teknologi digital terhadap penjualan produk online shop TikTok dalam konteks ekonomi islam dan fintech. TikTok-shop menunculkan berbagai fitur-fitur terbaru dalam aplikasi Tiktok. Karena semua tersedia dalam satu aplikasi, fitur ini sangat memudahkan penggunaannya atau masyarakat. Hal Ini akan memungkinkan mereka untuk mengidentifikasi suatu produk, memilih produk, menjalankan transaksi jual beli, berkomunikasi dengan penjual, dan menilai dan mengirim produk, serta melakukan kegiatan ekonomi lainnya dalam konteks islam. Analisis dampak teknologi di era digital ini sangat berpengaruh terhadap penjualan produk di online shop TikTok dalam konteks ekonomi Islam dan fintech yang melibatkan beberapa aspek penting diantaranya yaitu

1. Pengaruh Teknologi Secara Digital Terhadap Penjualan

- A. Akses Pasar dan Promosi: Teknologi digital memungkinkan penjual untuk menjangkau audiens secara global dengan biaya yang cukup relatif rendah dan terjangkau. TikTok, sebagai platform media sosial, memfasilitasi untuk promosi produk melalui video pendek yang kreatif. Hal ini agar meningkatkan visibilitas dari produk dan memperluas jangkauan pasar, yang sejalan dengan prinsip ekonomi Islam yang mendukung kemudahan dalam transaksi dan distribusi produk.
- B. Personalisasi dan Analitik: Dengan teknologi digital, penjual dapat menggunakan alat analitik untuk memahami perilaku konsumen dan menyesuaikan penawaran produk. Ini meningkatkan efisiensi pemasaran dan pengalaman pelanggan, yang penting untuk memastikan transaksi yang adil dan sesuai syariah.

2. Kesesuaian Dengan Prinsip Ekonomi Islam:

- A. Keadilan dan Transparansi: TikTok menyediakan fitur ulasan dan rating yang memfasilitasi transparansi dan keadilan dalam transaksi. Penjual juga harus memastikan bahwa informasi yang telah diberikan akurat dan tidak menyesatkannya, sesuai dengan prinsip kejujuran dan transparansi dalam ekonomi Islam.
- B. Larangan Riba: Metode yang dilakukan melalui pembayaran digital yang tersedia di

TikTok, seperti pembayaran langsung atau e-wallet, dapat dilakukan tanpa melibatkan riba. Ini sesuai dengan ketentuan prinsip ekonomi Islam yang melarang bunga atau riba dalam transaksi finansial.

- C. Pemasaran yang secara Etis: Penggunaan teknologi untuk mempromosikan produk harus mematuhi etika Islam, termasuk menghindari promosi yang berlebihan atau manipulatif. Konten harus dibuat dengan cara yang tidak menyesatkan dan tidak mempromosikan produk yang haram.

3. Peran Fintech Dalam Konteks Ekonomi Islam

- A. Pembayaran dan Keamanan: fintech menyediakan solusi pembayaran yang cepat dan aman, yang sejalan dengan prinsip efisiensi dan keadilan dalam ekonomi Islam. Sistem pembayaran digital yang aman membantu memastikan bahwa transaksi dilakukan dengan transparansi dan tanpa risiko penipuan.
- B. Manajemen keuangan dalam konteks fintech: yang telah menawarkan suatu alat untuk manajemen keuangan yang memudahkan pelacakan dan perencanaan keuangan. Ini membantu pedagang untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih baik, sesuai dengan prinsip pengelolaan keuangan yang baik dalam ekonomi Islam.

4. Risiko Dan Tantangan

- A. Kepatuhan Syariah: Penjual perlu memastikan bahwa semua praktik pemasaran dan transaksi mematuhi hukum syariah. Yang termasuk untuk menghindari sebuah unsur-unsur yang telah dilarang di dalam islam seperti gharar (ketidak pastian) dan maysir (judi).
- B. Keamanan pada data: Perlindungan data pribadi sangat penting dalam teknologi digital. Penjual harus memastikan bahwa data pelanggan dikelola dengan aman dan sesuai dengan prinsip etika, menghindari pelanggaran privasi yang dapat merugikan konsumen.

Secara keseluruhan, teknologi digital dan fintech dapat memberikan manfaat signifikan dalam meningkatkan penjualan produk di TikTok, selama praktik bisnis dijalankan sesuai dengan prinsip ekonomi Islam dan etika yang baik. Sehingga terdapat banyak manfaat yang akan didapatkan dari penjualan secara online shop tiktok dalam konteks ekonomi islam dari live tiktok shopping karena penjual dapat berinteraksi secara langsung dengan pembeli saat melakukan live streaming dengan menunjukkan produknya sebagai salah satu bentuk dari promosi yang telah diliatkan oleh vidio tersebut. Huainyuan sebagai vice president, UC web global mendefinisikan bahwa saat melakukan transaksi atau belanja secara live streaming dapat meningkatkan interaksi antara koneksi secara langsung dengan membacakan koment konsumen dan biasanya saat melakukan live streaming penjual menyediakan gratis ongkir dan potongan harga sehingga membuat sangat menarik bagi konsumen yang ingin melakukan belanja. Dan biasanya para penjual ini menjelaskan secara detail tentang produk yang dipromosikan dalam konteks ekonomi islam ini sangat bermanfaat bagi para pelaku usaha dan masyarakat sehingga adanya interaksi yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan teknologi digital selain itu sangat berkaitan dengan fintech karena alat transaksi penjualan ini bisa dilakukan secara online dengan melalui transfer, dana, ovo, shoppe pay dan lainnya karena adanya inovasi dalam iindustri jasa keuangan yang dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi yang akan memudahkan masyarakat dalam melakukan belanja agar layanan tersebut lebih efektif untuk digunakan, dan efisien dan mudah namun masih ada beberapa masyarakat yang melakukan pembayaran dengan melalui cod atau bayar di tempat. Penggunaan tiktok shop ini nantinya masyarakat akan diminta mengisi data alamat tinggal secara lengkap dan nama untuk proses pengiriman barang tersebut. (Kinanti et al., 2024)

Dalam konteks ekonomi Islam dan fintech, dampak teknologi digital terhadap penjualan produk di TikTok Shop dapat dianalisis dari beberapa sudut pandang:

A. Ekonomi Islam

1. Kesesuaian Syariah: Teknologi digital memungkinkan pemantauan dan pengawasan transaksi untuk memastikan kesesuaian dengan prinsip syariah, seperti larangan riba (bunga) dan gharar (ketidakpastian). Platform bisa menyediakan fitur untuk memastikan transaksi halal.
2. Zakat dan Infaq: Teknologi telah memungkinkan untuk melakukan pengintegrasian sistem pembayaran zakat atau infaq yang lebih mudah dan transparan, memfasilitasi pengguna untuk berkontribusi langsung dari platform.
3. Transparansi dan Keamanan: Teknologi secara digital dapat meningkatkan transparansi transaksi dan keamanan, yang sesuai dengan prinsip-prinsip keadilan dalam ekonomi Islam.

B. Fintech

1. Inovasi Pembayaran: Fintech menyediakan metode pembayaran yang cepat dan aman, termasuk dompet digital & sistem pembayaran yang terintegrasi dengan TikTok Shop, yang mempercepat proses transaksi.
2. Analitik dan Data: Fintech memanfaatkan analitik data untuk memahami perilaku konsumen, dan dapat memungkinkan penjual untuk menyesuaikan strategi pemasaran mereka dan meningkatkan penjualan.
3. Layanan Pembiayaan: Teknologi fintech telah menawarkan opsi pembiayaan dan kredit yang dapat mendukung usaha kecil (UMKM) dan menengah di TikTok Shop untuk meningkatkan modal kerja dan ekspansi bisnis.

Secara keseluruhan, teknologi digital memperkuat penjualan di TikTok Shop dengan memberikan fasilitas yang cukup mendukung kepatuhan syariah dan memanfaatkan inovasi fintech untuk meningkatkan efisiensi dan aksesibilitas transaksi. Kemajuan teknologi di era digital ini sangat berpengaruh di lingkungan masyarakat dikarenakan sebagai informasi dari berbagai belahan dunia, kemajuan teknologi digital berdampak pada sektor penjualan melalui online shop TikTok yang dalam konteks ekonomi islam digital dan fintech. Hal itu dapat dianalisis dari pengaruh penggunaan aplikasi TikTok yang sudah menjadi salah satu aplikasi belanja banyak digunakan oleh kaum remaja dan dewasa selain itu ada beberapa aplikasi belanja lainnya yaitu lazada, shoppe, toko pedia dan Bukalapak namun di TikTok ini selain sebagai informasi video berdurasi pendek memberikan fitur belanja dengan dilakukan secara live streaming yang menjelaskan promosi mengenai produk nya kepada konsumen. Hal itu agar memperluas target audiens. Teknologi digital di definisikan sebagai sarana untuk mencapai tujuan demi kelangsungan dan kenyamanan hidup masyarakat dan mencari informasi dari berbagai belahan dunia, Interaksi yang dilakukan oleh masyarakat ini salah satu dampak teknologi digital terhadap penjualan. (Pramono et al., 2018)

Sehingga teknologi digital sebagai peralihan dari suatu pengoperasional dengan tidak menggunakan tenaga manusia secara keseluruhan namun akan lebih cenderung menggunakan system pengoperasian yang akan lebih otomatis dan canggih dengan system computer, oleh karena itu komputer dimanfaatkan sebagai salah satu sumber informasi dari berbagai kalangan masyarakat dalam negeri maupun luar negeri. Di dalam perekonomian syariah secara digital akan memungkinkan dalam bentuk dunia maya atau bisnis dunia maya sehingga menjadi suatu analisis yang sangat berpengaruh terhadap dampak teknologi digital pada penjualan online shop tiktok dalam konteks ekonomi islam digital. (ANSORI, 2016)

Fintech atau dikenal dengan nama financial technology sebagai inovasi teknologi dalam layanan keuangan yang dapat menghasilkan suatu model – model bisnis, aplikasi, proses atau produk – produk dengan beberapa efek material yang terkait dengan suatu penyediaan layanan keuangan dan ide kreatif dan inovasi teknologi dengan menawarkan pilihan baru bagi para konsumen yang sesuai dengan trend dan kebutuhan dalam melakukan aktivitas pembayaran, pengiriman uang , intermediasi dana dan investasi yang akan memudahkan

masyarakat dalam melakukan transaksi, salah satu aplikasi fintech yaitu dana, ovo, transfer, m-banking, shoppe pay, dan lainnya. Perusahaan – perusahaan fintech yang berada di Indonesia ini akan memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk penggunaannya dalam transaksi keuangan jual beli seperti pembayaran, jual beli saham, peminjaman, dan transaksi lainnya dengan memanfaatkan teknologi yang akan mempermudah masyarakat. (Irfan, 2019)

Platform tiktok ini sangat bermanfaat bagi para konsumen atau pelanggannya sebagai informasi tentang topik diminati, dengan menggunakan video berdurasi pendek yang sangat mudah dipahami oleh para penontonnya, aplikasi tiktok ini selain memberikan hiburan bagi para konsumen tiktok juga sudah mulai digunakan oleh masyarakat sebagai salah satu alat penjualan produk atau jasa dengan melalui platform media sosial seperti tiktok shop. Sehingga penggunaan tiktok shop ini dengan melihat fitur live streaming sebagai interaksi antara konsumen dan pembeli dalam penjualan produk. Tiktok shop ini menjadi salah satu dampak dari teknologi digital terhadap penjualan melalui media sosial yang dianalisis melalui data dari tiktok shop tersebut. (Mausul & Ma'mun, 2024)

Tiktok shop ini menjadikan perubahan yang secara signifikan dalam penjualan dan pola konsumsi yang telah berkembang di era modern ini, adanya inovasi tersebut maka membuat tiktok shop mewakili salah satu bentuk dari penjualan secara online shop yang saat ini sedang berkembang pesat di seluruh dunia dengan adanya aktivitas perdagangan yang beralih ke platform digital dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap pasar tradisional di Indonesia, oleh karena itu tiktok shop telah membuat para penjual suatu produk di pasar tradisional melakukan inovasi karena mengalami kerugian akibat dari inovasi teknologi digital ini. (Reyhan et al., 2024).

KESIMPULAN

Teknologi memang memberikan manfaat bagi masyarakat di dalam negeri maupun diluar negeri namun disatu sisi juga memberikan dampak negatif bagi para toko offline di pasar tradisional, dengan adanya perkembangan internet atau gadget ini akan memberikan pengaruh yang besar untuk faktor ekonomi karena berkaitan dengan penjualan yang dilakukan secara online dengan memanfaatkan teknologi. Teknologi digital terhadap penjualan produk online shop tiktok dalam konteks ekonomi islam digital dan fintech dapat digunakan dengan smart phone, tab, laptop, komputer dan lainnya yang akan memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli.

Ekonomi islam digital ada salah proses permasalahan dibidang penjualan di tiktok shop untuk memudahkan dalam melakukan transaksi jual beli yang menjadi salah satu dampak dari perekonomian dimana pelaku usaha dan konsumen yang bentuk dari perubahan teknologi. Penggunaan tiktok shop ini bisa digunakan dengan menggunakan fitur aplikasi tiktok shop yang telah melakukan kolaborasi terhadap sesama pelaku usaha. Penjualan di tiktok shop ini dengan melalui live streaming sebagai interaksi antara pembeli dan penjual.

Penjualan produk di online shop tiktok menjadi salah satu inovasi yang secara signifikan dalam penjualan dan konsumsi yang berlangsung di era modern ini hal itu terjadi akibat adanya dampak teknologi digital dalam konteks ekonomi islam fintech yang semakin berkembang pesat.

DAFTAR PUSTAKA

- ANSORI, A. (2016). Digitalisasi Ekonomi Syariah. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 1–18. <https://doi.org/10.32678/ijei.v7i1.33>
- Asshidqi, A. A., & Yuliana, N. (2023). Pengaruh Tiktok Shop Terhadap UMKM Lokal. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(5), 149–156. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10280058>
- Irfan. (2019). Perkembangan Ekonomi Syariah Di Indonesia. <https://Irfan.Id/Perkembangan-Ekonomi-Syariah-Di-Indonesia/>, 07(01), 47–56. [24](http://ejournal.staim-</p></div><div data-bbox=)

tulungagung.ac.id/index.php/Eksyar

- Juliana, H. (2023). Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1517–1538. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.754>
- Kinanti, A. P., Karimah, A. D., Karmila, K., & Fahra, C. A. (2024). Live Shopping TikTok dalam Perspektif Ekonomi Syariah serta Keberlanjutan Pasar. *Jihbiz : Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 29–46. <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v8i1.3592>
- Mausul, C. D., & Ma'mun, M. S. (2024). Pengaruh Live Streaming Tiktok Shop (Studi Minat Pembelian Pengguna Live Streaming di Akun Media Sosial Tiktok @imazanhijab). *Karimah Tauhid*, 3(2), 2391–2400. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i2.12063>
- Muna, K., & Santoso, B. (2024). Regulasi Izin Perdagangan Tiktok Shop Sebagai Fitur Tambahan Aplikasi Tiktok di Indonesia. *Jurnal Usm Law Review*, 7(1), 412. <https://doi.org/10.26623/julr.v7i1.8950>
- Nadia Ulva Febrianti, Shalsa Aina Widi Zahrafani, & Wafiatul Afifah. (2023). Pengaruh Tiktok Shop terhadap Pedagang Pasar Tradisional di Pasar Tanjung dan Ambulu Kabupaten Jember. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1(4), 211–120. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i4.571>
- Nurhasanah, A., Day, S. C. P., & ... (2023). Media Sosial Tiktok Sebagai Media Penjualan Digital Secara Live di Kalangan Mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan. *JSSH (Jurnal Sains ...)*, 7(September 2023), 69–77. <https://doi.org/10.30595/jssh.v7i2.16304>
- Pramono, S., Sabana, S., & Haldani, A. (2018). Transformasi Batik Dan Globalisasi. *Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan Desain*, 15(1), 55–62. <https://doi.org/10.25105/dim.v15i1.4199>
- Reyhan, A., Achmad Fauzi, Leo Andri Yulius Caesar, Kusuma, A., Ervin, E., Rayvan, R., & Samuel, S. (2024). Dampak Tiktok Shop Terhadap Pedagang Pasar Tradisional atau UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 2(4), 391–403. <https://doi.org/10.38035/jim.v2i4.456>