

TIKTOK SHOP DAN MARKET PLACE SYA'RIAH: ANALISIS HUKUM POLITIK ISLAM

Jumasrah¹, Fahrani², Akbar³, Ahmad Irfan Rivaldi⁴, Tenri Bayang⁵
jumasrahjuju@gmail.com¹, fahraniusmann693@gmial.com², akbaralumni098@gmial.com³,
fandiirfan015@gmial.com⁴, tenribayang015@gmail.com⁵

Universitas Sains Islam Al Mawaddah Warrahmah Kolaka

Abstrak

Perkembangan ekonomi digital telah melahirkan berbagai model perdagangan berbasis platform, salah satunya social commerce seperti TikTok Shop. Kehadiran TikTok Shop di Indonesia menimbulkan perdebatan tidak hanya dari aspek ekonomi dan persaingan usaha, tetapi juga dari sudut pandang hukum Islam dan kebijakan publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena TikTok Shop dan marketplace syariah dalam perspektif hukum politik Islam (siyāsah syar'iyyah). Metode penelitian yang digunakan adalah studi pustaka dengan menelaah jurnal ilmiah, literatur fikih muamalah, hukum politik Islam, serta regulasi terkait perdagangan digital. Hasil kajian menunjukkan bahwa praktik marketplace digital pada dasarnya diperbolehkan dalam Islam selama memenuhi prinsip keadilan, kejelasan akad, dan terhindar dari unsur riba, gharar, dan maisir. Dalam perspektif hukum politik Islam, kebijakan negara dalam mengatur TikTok Shop merupakan bentuk siyāsah syar'iyyah yang bertujuan menjaga kemaslahatan umum, melindungi konsumen, dan menciptakan keadilan ekonomi. Marketplace syariah dipandang sebagai alternatif strategis yang relevan untuk mengintegrasikan kemajuan teknologi dengan nilai-nilai syariah.

Kata Kunci: TikTok Shop, Marketplace Syariah, Hukum Politik Islam, Siyasah Syar'iyyah, Ekonomi Digital.

Abstract

The development of the digital economy has given rise to various platform-based trading models, including social commerce such as TikTok Shop. The presence of TikTok Shop in Indonesia has sparked debates not only from economic and business competition perspectives but also from Islamic law and public policy viewpoints. This study aims to analyze TikTok Shop and sharia-based marketplaces from the perspective of Islamic political law (siyāsah shar'iyyah). This research employs a library research method by examining academic journals, literature on Islamic commercial jurisprudence (fiqh mu'amalah), Islamic political law, and regulations related to digital commerce. The findings indicate that digital marketplace practices are fundamentally permissible in Islam as long as they adhere to principles of justice, contractual clarity, and avoid elements of usury (riba), uncertainty (gharar), and gambling (maisir). From the perspective of Islamic political law, government regulation of TikTok Shop represents a form of siyāsah shar'iyyah aimed at safeguarding public welfare, protecting consumers, and ensuring economic justice. Sharia-based marketplaces emerge as a strategic alternative for integrating technological advancement with Islamic ethical values.

Keywords: TikTok Shop, Sharia Marketplace, Islamic Political Law, Siyasah Shar'iyyah, Digital Economy.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan fundamental dalam sistem perekonomian global, khususnya pada sektor perdagangan. Digitalisasi ekonomi telah melahirkan berbagai bentuk transaksi elektronik yang mengubah cara masyarakat memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi barang dan jasa. Perdagangan yang sebelumnya berlangsung secara konvensional kini bertransformasi menjadi *e-commerce* berbasis platform digital yang menawarkan kecepatan, efisiensi, dan

jangkauan pasar yang luas. Fenomena ini membawa dampak signifikan bagi negara-negara dengan populasi Muslim besar, termasuk Indonesia, sehingga memerlukan kajian serius dari perspektif hukum dan ekonomi Islam¹.

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan *e-commerce* mengalami evolusi lebih lanjut melalui kemunculan *social commerce*, yaitu model perdagangan yang mengintegrasikan media sosial dengan aktivitas jual beli. TikTok Shop merupakan salah satu bentuk *social commerce* yang paling menonjol karena menggabungkan hiburan, interaksi sosial, promosi, dan transaksi ekonomi dalam satu ekosistem digital. Model ini memungkinkan konsumen melakukan pembelian secara langsung melalui konten video dan siaran langsung, yang sering kali bersifat persuasif dan emosional. Kondisi ini menimbulkan tantangan baru dalam aspek etika bisnis, perlindungan konsumen, serta keabsahan transaksi dalam perspektif syariah².

Dalam Islam, aktivitas jual beli merupakan bagian dari muamalah yang pada dasarnya diperbolehkan, selama memenuhi prinsip-prinsip syariah. Prinsip tersebut meliputi adanya kerelaan antar pihak (*antaradhin*), kejelasan objek dan harga, serta ketiadaan unsur *riba*, *gharar*, dan *maisir*. Namun, praktik perdagangan digital, khususnya pada platform *social commerce* seperti TikTok Shop, sering kali berlangsung secara cepat dan impulsif, sehingga berpotensi mengurangi tingkat kehati-hatian konsumen. Hal ini dapat menimbulkan ketidakjelasan informasi produk dan ketimpangan posisi tawar antara penjual dan pembeli, yang bertentangan dengan nilai keadilan dalam Islam³.

Selain persoalan fikih muamalah, fenomena TikTok Shop juga memiliki dimensi hukum publik yang tidak dapat diabaikan. Negara sebagai pemegang otoritas memiliki tanggung jawab untuk mengatur aktivitas ekonomi demi menjaga ketertiban, keadilan, dan kemaslahatan masyarakat. Dalam perspektif hukum politik Islam atau *siyasah syar'iyyah*, kebijakan ekonomi yang diambil oleh negara harus berorientasi pada kemaslahatan umum (*maslahah 'ammah*) dan pencegahan kerusakan (*mafsadah*). Oleh karena itu, regulasi terhadap platform perdagangan digital dapat dipahami sebagai instrumen politik hukum untuk melindungi kepentingan masyarakat luas.

Kebijakan pemerintah Indonesia dalam mengatur dan membatasi praktik *social commerce* tertentu mencerminkan peran negara dalam menjaga keseimbangan pasar. Dominasi platform digital berskala besar dikhawatirkan dapat melemahkan pelaku usaha kecil dan menengah, yang selama ini menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Dari sudut pandang hukum politik Islam, kebijakan tersebut sejalan dengan prinsip keadilan distributif dan perlindungan terhadap kelompok ekonomi lemah, yang merupakan bagian dari tanggung jawab negara dalam Islam⁴.

Di tengah dinamika tersebut, berkembang pula konsep marketplace syariah sebagai alternatif sistem perdagangan digital yang berbasis nilai-nilai Islam. Marketplace syariah dirancang untuk memastikan bahwa seluruh proses transaksi, mulai dari produk, akad, sistem pembayaran, hingga mekanisme promosi, sesuai dengan prinsip syariah. Kehadiran marketplace syariah menunjukkan adanya upaya untuk mengintegrasikan kemajuan teknologi dengan nilai-nilai keislaman, sehingga umat Muslim dapat berpartisipasi dalam

¹ Muhammad Ifandi et al., “ANALISIS E-COMMERCE DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM/ANALYSIS OF E-COMMERCE IN THE PERSPECTIVE OF ISLAMIC ECONOMICS,” *El-Iqthisadi Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Hukum*, December 21, 2024, 304–15, <https://doi.org/10.24252/el-iqthisady.vi.53258>.

² Zulfan Z and Agus Hermawan, *Social Commerce 2.0: TikTok Shop Dan Masa Depan Belanja Digital*, 3 (May 2025): 285–95, <https://doi.org/10.61132/rimba.v3i2.1791>.

³ Aulia Rahmi, “Analisis Gharar Dalam Jual-Beli Online Perspektif Hukum Ekonomi Syariah,” *Gorontalo Law Review*, May 18, 2025.

⁴ Nur Andairah et al., “[NoEfektivitas Perlindungan Hukum Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Dalam Perdagangan: Perspektif Hukum Bisnis Syariah title found],” *RIO LAW JURNAL* 1, no. 2 (n.d.).

ekonomi digital tanpa mengorbankan prinsip agama⁵.

Marketplace syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga mengedepankan etika bisnis Islami, seperti kejujuran, amanah, dan tanggung jawab sosial. Prinsip-prinsip ini sejalan dengan tujuan syariah (*maqashid syariah*), khususnya dalam menjaga harta (*hifz al-mal*) dan menciptakan keadilan sosial. Dengan demikian, marketplace syariah berpotensi menjadi instrumen strategis dalam membangun ekosistem ekonomi digital yang berkeadilan dan berkelanjutan⁶.

Namun demikian, pengembangan marketplace syariah masih menghadapi berbagai tantangan, baik dari sisi regulasi, literasi masyarakat, maupun persaingan dengan platform non-syariah yang telah mapan. Rendahnya pemahaman masyarakat tentang prinsip muamalah digital sering kali menyebabkan praktik syariah tidak diterapkan secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan peran aktif negara dalam memberikan regulasi dan dukungan kebijakan yang mendorong pertumbuhan ekonomi digital berbasis syariah. Dalam perspektif *siyasah syar'iyyah*, dukungan ini merupakan bentuk tanggung jawab negara dalam mewujudkan kesejahteraan umat⁷.

Fenomena TikTok Shop juga memunculkan persoalan etika konsumsi dalam Islam. Strategi pemasaran digital yang agresif, seperti *live shopping* dan penggunaan *influencer*, berpotensi mendorong perilaku konsumtif dan pembelian impulsif. Islam memandang konsumsi harus dilakukan secara proporsional dan bertanggung jawab, serta menjauhi perilaku berlebihan (*israf*). Oleh karena itu, praktik pemasaran dalam platform digital perlu dikaji secara kritis agar tidak bertentangan dengan nilai kesederhanaan dan tanggung jawab moral dalam Islam⁸.

Dari sisi fikih kontemporer, transaksi digital dipandang sebagai bentuk adaptasi akad klasik terhadap perkembangan teknologi. Akad jual beli dalam marketplace umumnya melibatkan unsur *wakalah*, *bai'*, dan perjanjian elektronik yang harus memenuhi rukun dan syarat akad. Keabsahan akad digital menjadi isu krusial, terutama ketika transaksi dilakukan secara otomatis dan melibatkan pihak ketiga sebagai perantara. Oleh karena itu, kajian fikih muamalah diperlukan untuk memastikan bahwa inovasi teknologi tidak menyimpang dari prinsip syariah⁹.

Perlindungan konsumen juga merupakan aspek penting dalam hukum politik Islam. Islam menempatkan perlindungan terhadap hak-hak individu sebagai bagian dari keadilan sosial. Negara berkewajiban mencegah praktik ekonomi yang merugikan konsumen, termasuk penipuan, manipulasi informasi, dan ketimpangan kekuasaan ekonomi. Regulasi terhadap platform digital, termasuk TikTok Shop, dapat dipandang sebagai upaya untuk menegakkan prinsip keadilan dan mencegah kezaliman dalam transaksi ekonomi¹⁰.

Selain berdampak pada aspek ekonomi dan hukum, perkembangan *social commerce*

⁵ Yana Maulida et al., "Pengaruh Kepercayaan Dan Syariah Compliance Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee: Studi Kasus Mahasiswa IAIH Pancor," *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business* 4 (October 2025): 7617–28, <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.3111>.

⁶ Halla Tiaranissa and Nailatul Fitriah, "Implementasi Maqashid Syariah Dalam Regulasi Dan Kebijakan Ekonomi Islam Di Indonesia: Perspektif Teoritis Dan Praktis," *Maslahah : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah* 3 (June 2025): 320–33, <https://doi.org/10.59059/maslahah.v3i3.2539>.

⁷ Agista Puteri et al., "Peluang & Tantangan Digitalisasi Ekonomi Syariah Di Indonesia Dalam Era Ekonomi Digital," *SANTRI : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 3 (June 2025): 295–310, <https://doi.org/10.61132/santri.v3i3.1654>.

⁸ Sazalia Azzahra and Imsar Imsar, "Perilaku Konsumtif Muslim Di Era E-Commerce: Tinjauan Etika Konsumsi Dalam Perspektif Islam," *Journal Economic Excellence Ibnu Sina* 3 (September 2025): 217–25, <https://doi.org/10.59841/excellence.v3i3.3287>.

⁹ Mersi Hayati et al., "Perkembangan Fikih Muamalah Konteks Transaksi Elektronik," *Al-Fiqh* 2 (March 2024): 18–28, <https://doi.org/10.59996/al-fiqh.v2i1.370>.

¹⁰ Achmad Thorik et al., "Perlindungan Hak Konsumen Pada Penggunaan E-Commerce: Perspektif Hukum Syariah Islam," *Tebuireng: Journal of Islamic Studies and Society* 4 (December 2023): 167–82, <https://doi.org/10.33752/tjiss.v4i2.6279>.

juga memengaruhi struktur sosial dan budaya masyarakat Muslim. Perubahan pola konsumsi, gaya hidup, dan interaksi sosial menuntut adanya panduan normatif yang mampu menjaga keseimbangan antara modernitas dan nilai-nilai keislaman. Dalam konteks ini, hukum politik Islam berperan sebagai kerangka normatif untuk memastikan bahwa transformasi digital berjalan selaras dengan tujuan syariah dan nilai moral Islam¹¹.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena TikTok Shop dan marketplace syariah dalam perspektif hukum politik Islam. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian fikih muamalah dan *siyasah syar'iyyah* kontemporer, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pembuat kebijakan dan pelaku usaha dalam membangun sistem perdagangan digital yang adil, etis, dan sesuai dengan prinsip syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (*library research*). Metode ini dipilih karena penelitian berfokus pada kajian konseptual dan normatif terhadap fenomena TikTok Shop dan marketplace syariah dalam perspektif hukum politik Islam. Data penelitian diperoleh dari berbagai sumber kepustakaan yang relevan, meliputi jurnal ilmiah, buku fikih muamalah, literatur hukum politik Islam (*siyasah syar'iyyah*), serta peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perdagangan digital dan ekonomi syariah. Melalui metode ini, peneliti menelaah gagasan, teori, dan pandangan para ahli untuk membangun kerangka analisis yang komprehensif dan sistematis.

Analisis data dilakukan dengan teknik deskriptif-analitis, yaitu menguraikan data yang diperoleh secara sistematis kemudian dianalisis berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam dan tujuan syariah (*maqashid syariah*). Data yang telah diklasifikasikan selanjutnya dikaji untuk menilai kesesuaian praktik marketplace digital, khususnya TikTok Shop, dengan konsep fikih muamalah dan hukum politik Islam. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan normatif mengenai peran negara dalam mengatur perdagangan digital serta relevansi marketplace syariah sebagai alternatif yang sesuai dengan nilai keadilan dan kemaslahatan. Metode studi pustaka dinilai tepat untuk penelitian hukum Islam karena mampu menggali dasar-dasar normatif dan konseptual secara mendalam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok Shop merupakan bentuk *social commerce* yang merepresentasikan fase lanjut dari perkembangan e-commerce digital. Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang membentuk persepsi dan perilaku konsumsi masyarakat. Integrasi antara hiburan, promosi, dan transaksi ekonomi menjadikan TikTok Shop memiliki daya pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian konsumen. Dari perspektif fikih muamalah, model ini secara prinsip diperbolehkan, namun memerlukan pengawasan ketat agar tidak melanggar prinsip keadilan dan kejelasan akad¹².

Namun demikian, temuan penelitian menunjukkan bahwa praktik transaksi di TikTok Shop kerap berlangsung dalam kondisi asimetri informasi. Konsumen sering kali mengambil keputusan pembelian berdasarkan visualisasi singkat dan narasi persuasif tanpa memperoleh informasi produk secara memadai. Kondisi ini berpotensi menimbulkan unsur *gharar*, terutama terkait kualitas barang, ketentuan pengembalian, dan tanggung jawab

¹¹ Meril Nawasabila et al., “Digitalisasi Ekonomi Syariah: Peluang Dan Strategi Pengembangan Dalam Perspektif Islam,” *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah Dan Akuntansi* 2 (November 2025): 381–93, <https://doi.org/10.61132/jiesa.v2i6.1831>.

¹² Rahmi, “Analisis Gharar Dalam Jual-Beli Online Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.”

penjual. *Social commerce* memiliki tingkat risiko ketidakpastian yang lebih tinggi dibandingkan marketplace konvensional karena dominasi aspek emosional dalam transaksi¹³.

Dari sisi struktur akad, transaksi di TikTok Shop melibatkan hubungan multi-pihak, yakni penjual, pembeli, dan platform sebagai perantara. Dalam fikih muamalah kontemporer, hubungan ini dapat dipahami sebagai kombinasi akad jual beli (*bai’*), perwakilan (*wakalah*), dan akad jasa. Penggabungan akad diperbolehkan selama tidak menimbulkan unsur eksplorasi dan setiap pihak memahami hak serta kewajibannya. Ketidakjelasan peran platform berpotensi menimbulkan ketidakadilan hukum apabila terjadi sengketa transaksi¹⁴.

Hasil pembahasan juga menunjukkan bahwa strategi pemasaran TikTok Shop cenderung mendorong perilaku konsumsi impulsif. Fitur *live shopping*, promosi terbatas waktu, dan endorsement influencer menciptakan tekanan psikologis bagi konsumen untuk segera membeli. Dalam Islam, perilaku konsumsi semacam ini bertentangan dengan prinsip keseimbangan (*tawazun*) dan larangan berlebih-lebihan (*israf*). Etika konsumsi Islam menempatkan rasionalitas dan kemanfaatan sebagai dasar pengambilan keputusan ekonomi¹⁵.

Dalam perspektif hukum politik Islam, fenomena TikTok Shop tidak dapat dilepaskan dari peran negara sebagai pengatur kehidupan ekonomi. Negara memiliki kewenangan untuk mengintervensi pasar guna mencegah praktik ekonomi yang merugikan masyarakat. *Siyāsah syar‘iyyah* memberikan legitimasi kepada negara untuk menetapkan kebijakan ekonomi selama bertujuan menjaga kemaslahatan umum dan mencegah kerusakan sosial.

Regulasi terhadap TikTok Shop juga dapat dipahami sebagai upaya menjaga keadilan distributif. Dominasi platform digital berskala besar berpotensi meminggirkan pelaku usaha kecil dan menengah. Islam memandang perlindungan terhadap kelompok ekonomi lemah sebagai bagian dari tanggung jawab negara. Oleh karena itu, pembatasan praktik *social commerce* tertentu sejalan dengan prinsip keadilan sosial dalam Islam¹⁶.

Di sisi lain, marketplace syariah hadir sebagai alternatif yang berupaya mengintegrasikan kemajuan teknologi dengan prinsip syariah. Hasil kajian menunjukkan bahwa marketplace syariah menekankan kejelasan akad, kehalalan produk, serta sistem pembayaran yang bebas riba. Pendekatan ini meningkatkan rasa aman dan kepercayaan konsumen Muslim dalam bertransaksi secara digital¹⁷.

Marketplace syariah juga berkontribusi terhadap pencapaian *maqāṣid al-syārī‘ah*, khususnya dalam menjaga harta (*hifz al-māl*) dan menciptakan keadilan ekonomi. Sistem ekonomi syariah tidak hanya berorientasi pada efisiensi pasar, tetapi juga pada keberlanjutan moral dan sosial. Dengan demikian, marketplace syariah memiliki nilai strategis dalam pembangunan ekonomi digital yang berkeadilan¹⁸.

Meski demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa marketplace syariah masih menghadapi tantangan serius, terutama dalam aspek teknologi, modal, dan literasi masyarakat. Tanpa dukungan kebijakan negara, marketplace syariah sulit bersaing dengan platform konvensional yang telah mapan. Hal ini menunjukkan pentingnya peran negara

¹³ Z and Hermawan, *Social Commerce 2.0: TikTok Shop Dan Masa Depan Belanja Digital*.

¹⁴ Hayati et al., “Perkembangan Fikih Muamalah Konteks Transaksi Elektronik.”

¹⁵ Azzahra and Imsar, “Perilaku Konsumtif Muslim Di Era E-Commerce: Tinjauan Etika Konsumsi Dalam Perspektif Islam.”

¹⁶ Andairah et al., “[NoEfektivitas Perlindungan Hukum Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Dalam Perdagangan: Perspektif Hukum Bisnis Syariah title found].”

¹⁷ Maulida et al., “Pengaruh Kepercayaan Dan Syariah Compliance Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee: Studi Kasus Mahasiswa IAIH Pancor.”

¹⁸ Tiaranissa and Fitriah, “Implementasi Maqashid Syariah Dalam Regulasi Dan Kebijakan Ekonomi Islam Di Indonesia: Perspektif Teoritis Dan Praktis.”

sebagai fasilitator dalam pengembangan ekonomi syariah digital¹⁹.

Dari perspektif perlindungan konsumen, Islam menempatkan keadilan dan amanah sebagai prinsip utama dalam transaksi ekonomi. Praktik manipulasi informasi atau ketimpangan kekuasaan ekonomi bertentangan dengan nilai syariah. Regulasi negara terhadap perdagangan digital merupakan instrumen penting untuk mencegah kezaliman dan melindungi hak konsumen²⁰.

Kajian ini juga menunjukkan bahwa negara tidak hanya berperan sebagai regulator, tetapi juga sebagai pengarah kebijakan ekonomi syariah. Sinergi antara kebijakan negara dan inisiatif pasar syariah diperlukan untuk menciptakan ekosistem ekonomi digital yang berkelanjutan dan inklusif²¹.

Sumber baru menunjukkan bahwa digitalisasi ekonomi syariah memiliki potensi besar dalam meningkatkan inklusi ekonomi umat. Platform digital syariah mampu menjangkau kelompok masyarakat yang sebelumnya terpinggirkan dari sistem ekonomi formal, sehingga berkontribusi terhadap pemerataan kesejahteraan²². Penelitian lainnya juga menegaskan bahwa penerapan prinsip transparansi dan akuntabilitas dalam marketplace syariah mampu mengurangi potensi sengketa dan meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini memperkuat argumen bahwa prinsip syariah tidak menghambat inovasi, melainkan justru memperkuat kepercayaan pasar²³.

Dari sudut pandang politik hukum, Integrasi prinsip syariah dalam regulasi ekonomi digital dapat memperkuat legitimasi kebijakan publik di negara dengan mayoritas penduduk Muslim. Pendekatan ini mencerminkan upaya harmonisasi antara hukum nasional dan nilai-nilai Islam²⁴.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan ini menunjukkan bahwa TikTok Shop dan marketplace syariah merupakan fenomena ekonomi digital yang memiliki implikasi hukum, sosial, dan politik. Dalam perspektif hukum politik Islam, negara memiliki peran strategis untuk memastikan bahwa inovasi digital berjalan sejalan dengan prinsip keadilan, kemaslahatan, dan tujuan syariah, sehingga perkembangan ekonomi digital tidak hanya efisien, tetapi juga bermoral dan berkeadilan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa fenomena TikTok Shop dan marketplace syariah merupakan bagian dari dinamika ekonomi digital yang memiliki implikasi penting dalam perspektif hukum politik Islam. TikTok Shop sebagai bentuk *social commerce* pada dasarnya diperbolehkan dalam Islam selama memenuhi prinsip-prinsip fikih muamalah, namun praktiknya memerlukan pengawasan dan regulasi yang ketat untuk mencegah unsur gharar, ketidakadilan, dan perilaku konsumtif yang berlebihan. Dalam kerangka *siyāsah syar'iyyah*, negara memiliki kewenangan dan tanggung jawab untuk mengatur aktivitas perdagangan digital demi menjaga kemaslahatan umum, melindungi konsumen, serta memastikan keadilan ekonomi. Di sisi lain,

¹⁹ Puteri et al., “Peluang & Tantangan Digitalisasi Ekonomi Syariah Di Indonesia Dalam Era Ekonomi Digital.”

²⁰ Thorik et al., “Perlindungan Hak Konsumen Pada Penggunaan E-Commerce: Perspektif Hukum Syariah Islam.”

²¹ Nawasabila et al., “Digitalisasi Ekonomi Syariah : Peluang Dan Strategi Pengembangan Dalam Perspektif Islam.”

²² Sakinah Mawahdah et al., “Analisis Ekonomi Syariah Terhadap Transformasi Digital Dalam Keuangan Islam,” *ManBiz: Journal of Management and Business* 4 (August 2025), <https://doi.org/10.47467/manbiz.v4i1.9633>.

²³ Azwar Azwar, “Akuntabilitas Dalam Transaksi Keuangan Perspektif Islam,” *AL-QIBLAH: Jurnal Studi Islam Dan Bahasa Arab* 2 (November 2023): 706–22, <https://doi.org/10.36701/qiblah.v2i6.1592>.

²⁴ Adi Mufrih and Jamaliah Hadiroh, “Progresifitas Fatwa Dan Regulasi Ekonomi Syariah Terhadap Pembangunan Ekonomi Nasional,” *Alhamra Jurnal Studi Islam* 3 (October 2022): 77, <https://doi.org/10.30595/ajsi.v3i2.14487>.

marketplace syariah hadir sebagai alternatif strategis yang mampu mengintegrasikan kemajuan teknologi dengan nilai-nilai syariah dan tujuan *maqāṣid al-syārī‘ah*. Oleh karena itu, sinergi antara regulasi negara, penguatan literasi ekonomi syariah, dan pengembangan platform marketplace syariah menjadi kunci dalam mewujudkan sistem ekonomi digital yang adil, etis, dan berkelanjutan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Andairah, Nur, Syahruddin Nawi, and Ilham Abbas. “[NoEfektivitas Perlindungan Hukum Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Dalam Perdagangan: Perspektif Hukum Bisnis Syariah title found].” RIO LAW JURNAL 1, no. 2 (n.d.).
- Azwar, Azwar. “Akuntabilitas Dalam Transaksi Keuangan Perspektif Islam.” AL-QIBLAH: Jurnal Studi Islam Dan Bahasa Arab 2 (November 2023): 706–22. <https://doi.org/10.36701/qiblah.v2i6.1592>.
- Azzahra, Sazalia, and Imsar Imsar. “Perilaku Konsumtif Muslim Di Era E-Commerce: Tinjauan Etika Konsumsi Dalam Perspektif Islam.” Journal Economic Excellence Ibnu Sina 3 (September 2025): 217–25. <https://doi.org/10.59841/excellence.v3i3.3287>.
- Hayati, Mersi, Dea Ayu, Ewit, Nurva, Marinda, and Sulastri. “Perkembangan Fikih Muamalah Konteks Transaksi Elektronik.” Al-Fiqh 2 (March 2024): 18–28. <https://doi.org/10.59996/al-fiqh.v2i1.370>.
- Ifandi, Muhammad, Sumarjoko, and Eko Sariyekti. “ANALISIS E-COMMERCE DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAMANALYSIS OF E-COMMERCE IN THE PERSPECTIVE OF ISLAMIC ECONOMICS.” El-Iqthisadi Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Hukum, December 21, 2024, 304–15. <https://doi.org/10.24252/el-iqthisady.vi.53258>.
- Maulida, Yana, Zainul Quthbi, and Yuyun Andriani. “Pengaruh Kepercayaan Dan Syariah Compliance Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee: Studi Kasus Mahasiswa IAIH Pancor.” RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business 4 (October 2025): 7617–28. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.3111>.
- Mawahdah, Sakinah, Yosy Arisandy, and Esti Alfiah. “Analisis Ekonomi Syariah Terhadap Transformasi Digital Dalam Keuangan Islam.” ManBiz: Journal of Management and Business 4 (August 2025). <https://doi.org/10.47467/manbiz.v4i1.9633>.
- Mufrih, Adi, and Jamaliah Hadiroh. “Progresifitas Fatwa Dan Regulasi Ekonomi Syariah Terhadap Pembangunan Ekonomi Nasional.” Alhamra Jurnal Studi Islam 3 (October 2022): 77. <https://doi.org/10.30595/ajsi.v3i2.14487>.
- Nawasabila, Meril, Natasa Safira, Mohammad Ghifari, Galang Al-Rizky, and Amalia Hidayati. “Digitalisasi Ekonomi Syariah : Peluang Dan Strategi Pengembangan Dalam Perspektif Islam.” Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah Dan Akuntansi 2 (November 2025): 381–93. <https://doi.org/10.61132/jiesa.v2i6.1831>.
- Puteri, Agista, Nabila Syarifah, and Azura Arlina. “Peluang & Tantangan Digitalisasi Ekonomi Syariah Di Indonesia Dalam Era Ekonomi Digital.” SANTRI: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam 3 (June 2025): 295–310. <https://doi.org/10.61132/santri.v3i3.1654>.
- Rahmi, Aulia. “Analisis Gharar Dalam Jual-Beli Online Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.” Gorontalo Law Review, May 18, 2025.
- Thorik, Achmad, Widaningrum Suryan, Al-Zahra Putri, and Lulu Andini. “Perlindungan Hak Konsumen Pada Penggunaan E-Commerce: Perspektif Hukum Syariah Islam.” Tebuireng: Journal of Islamic Studies and Society 4 (December 2023): 167–82. <https://doi.org/10.33752/tjiss.v4i2.6279>.
- Tiaranissa, Halla, and Nailatul Fitriah. “Implementasi Maqashid Syariah Dalam Regulasi Dan Kebijakan Ekonomi Islam Di Indonesia: Perspektif Teoritis Dan Praktis.” Maslahah : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah 3 (June 2025): 320–33. <https://doi.org/10.59059/maslahah.v3i3.2539>.
- Z, Zulfan, and Agus Hermawan. Social Commerce 2.0: TikTok Shop Dan Masa Depan Belanja Digital. 3 (May 2025): 285–95. <https://doi.org/10.61132/rimba.v3i2.1791>.
- Zed, M. Metode Penelitian Kepustakaan. Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2008. <https://books.google.co.id/books?id=zG9sDAAAQBAJ>.