

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia adalah makhluk ciptaan Alloh SWT yang sangat sempurna. Alloh SWT memberikan berbagai kelebihan kepada manusia, kelebihan yang tidak dimiliki oleh makhluk lain yaitu berupa akal dan pikiran untuk membedakan halal dan haram, baik dan buruk serta perintah dan larangan. Dengan adanya akal dan pikiran manusia dapat memenuhi kebutuhannya, mempertahankan eksistensinya dan menggunakan segala potensinya untuk mengeksiskan dirinya sebagai manusia yang kaffah. (Asmawi & Fanani, 2017)

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tentunya dapat memudahkan manusia untuk memenuhi segala kebutuhannya. Terdapat tiga hal pokok kebutuhan manusia, diantaranya kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier. Salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut adalah dengan cara berinteraksi langsung maupun dengan perantara media online. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga merupakan sarana yang mendukung berbagai aktivitas dan pekerjaan manusia. Layanan internet yang telah disediakan dapat digunakan dan diakses oleh semua orang.

Perkembangan teknologi telah memacu perubahan kebiasaan individu termasuk salah satunya dalam hal kebiasaan melakukan transaksi

jual beli. Apabila dahulu yang dimaksudkan transaksi jual beli harus dilakukan secara tatap muka dimana terjadi peralihan barang secara langsung dari penjual kepada pembeli, yakni pembeli harus bertemu dengan penjual di pasar nyata. Namun saat ini telah beralih kepada era di mana transaksi tidak lagi dilakukan secara tatap muka, melainkan sudah melalui media online. Tidak lagi harus terjadi pertemuan antara penjual dengan pembeli di pasar, melainkan cukup dengan menggunakan teknologi internet dan langsung terjadi transaksi antara penjual dan pembeli.

Seiring berjalannya waktu teknologi yang dibuat oleh manusia semakin berkembang. Perkembangan teknologi ini yang cukup pesat menjadi pengaruh dari aspek kehidupan manusia, tidak terkecuali dengan kehidupan dalam bermuamalah atau jual beli. Aktivitas dalam muamalah atau jual beli itu sendiri sudah ada di zaman Rasulullah SAW yang dimana sistem jual beli di lakukan dengan cara tatap muka antara penjual dan pembeli. Namun seiring berkembangnya Zaman, sistem jual beli juga mengikuti era sekarang ini yaitu aktivitas jual beli dengan sistem jual beli online.

Pada zaman sekarang aktivitas perdagangan yang dilakukan sudah banyak yang menggunakan teknologi. Teknologi yang canggih dinilai lebih praktis dalam dua belah pihak untuk melakukan aktivitas jual beli karena bisa di lakukan dimana saja dan kapan saja dengan jangka waktu yang tidak terbatas dengan menggunakan teknologi internet. Menurut

Christmastianto perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat di era digital saat ini telah mempengaruhi pola perilaku manusia dalam mengakses beragam informasi dan berbagai fitur layanan elektronik. Salah satu contoh penjualan produk secara online melalui internet yaitu dengan *E Commerce*.¹ *E-Commerce* adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran, barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televise, www, atau jaringan computer lainnya. Sedangkan perkembangan teknologi informasi tidak hanya mencakup kehidupan sosial, politik, dan budaya tetapi juga berpengaruh terhadap perekonomian.

Perkembangan teknologi yang kian pesat menjadikan banyak platform e-commerce yang bermunculan yang membawa dampak pada perilaku konsumen. Banyaknya platform e-commerce memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian. Di Indonesia belanja online pada platform e-commerce sudah merupakan suatu kebiasaan, karena praktis, dapat menghemat waktu dan tenaga. Pelaku bisnis, individu, maupun pihak-pihak terkait yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk jalannya proses bisnis hingga dapat memberikan keuntungan berupa keamanan, efisiensi, fleksibilitas, optimasi, integrasi, meningkatkan produktivitas dan profit adalah definisi dari e-commerce. Adapun manfaat e-commerce bagi para konsumen ialah lebih menghemat waktu dalam berbelanja karena konsumen tidak perlu repot mendatangi

¹ Christmastianto, I.A.W 2017 *Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan di Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol.20 No.01

toko untuk mendapatkan apa yang dibutuhkannya, melainkan cukup dengan mengakses platform e-commerce melalui perangkat digitalnya saja dirumah untuk berbelanja. Belanja 24/7, artinya konsumen dapat berbelanja kapan saja tidak ada batas waktu karena e-commerce selalu tersedia setiap saat 24 jam 7 hari non-stop.

Salah satu hal yang membedakan bisnis online dengan bisnis offline adalah proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis dalam islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu.

Dalam beberapa tahun belakangan ini kemajuan transaksi jual beli online melalui elektronik (E-Commerce) secara perlahan telah menggantikan peran toko konvensional. Pada toko konvensional, toko akan dibuka pada jam-jam tertentu oleh penjual atau pemilik toko dan pada saat itu pembeli dapat melakukan transaksi secara langsung. Berbeda halnya dengan menggunakan layanan internet, mekanisme transaksi tidak lagi dilakukan secara langsung, tetapi dilakukan secara online melalui sarana komunikasi elektronik khususnya *smartphone* sehingga pembeli dapat melakukan transaksi jual beli dari berbagai wilayah yang berbeda dengan waktu wilayah yang berbeda pula.

Hingga tahun 2022 ada banyak situs-situs yang menyediakan barang dan jasa jual beli secara online salah satunya adalah aplikasi *tiktok*. Dalam aplikasi *tiktok* tersedia layanan jual beli online yang dinamakan *tiktokshop*. *Tiktokshop* merupakan sarana jual beli online yang dapat di akses secara mudah menggunakan *smartphone* kapan dan dimana saja. *Tiktokshop* ini diluncurkan pada bulan April 2021, sedangkan aplikasi *tiktok*nya sudah ada sejak bulan September 2016. Sejak pertama kali diluncurkan *tiktokshop* telah dilengkapi dengan berbagai metode pembayaran mulai dari transfer bank, kartu kredit, DANA, GoPay OVO, Alfamart, Indomaret, hingga Cash On Delivery (COD). Hal ini tentu menjadi peluang yang sangat menguntungkan bagi para pebisnis Indonesia. Dengan adanya *Tiktokshop* ini tentu akan menjadi pesaing aplikasi jual beli online lainnya, seperti *shopee*, *Lazada*, *Blibli*, dan lain-lain. *Tiktokshop* merupakan fitur *social commerce* yang memungkinkan pengguna dan kreator untuk mempromosikan produknya serta menjual melalui *tiktok*. Fitur ini tersedia untuk pengguna *tiktok* akun bisnis.

Fitur belanja ini hadir di *Tiktok* sebagai respon terhadap meningkatnya penjualan berbagai produk setelah *brand* melakukan promosi melalui platform media sosial tertentu. Dalam meluncurkan *tiktokshop* aplikasi *tiktok* bekerja sama dengan *shopify*. Fitur ini tersedia untuk pengguna akun bisnis di berbagai Negara seperti Amerika Serikat, Inggris, Kanada, dan Indonesia. Khususnya pada Indonesia sendiri di mulai pada bulan April 2021 dengan tujuan untuk menawarkan

pengalaman berbelanja dan berjualan online dengan berbagai macam produk. Tiktok bukan hanya sekedar menampilkan video-video dan hiburan saja. Akan tetapi setelah munculnya tiktokshop memberikan kemudahan kaum milenial untuk berbelanja di aplikasi tiktok. Dalam tiktokshop kaum milenial bisa berdagang dengan mudah seperti melakukan live streaming atau mencantumkan link produk dalam sebuah video yang diunggah.

Transaksi jual beli yang dilakukan pada saat ini sudah didukung oleh kemajuan teknologi yang semakin pesat. Internet merupakan salah satu hal contoh kemajuan teknologi yang dapat digunakan sebagai media transaksi jual beli. Jual beli *online* atau *E-commerce* merupakan transaksi jual beli yang dilakukan menggunakan internet. Jual beli *online* atau *E-Commerce* ini dianggap praktis, cepat, dan mudah. Selain itu juga dapat meminimalisir pengeluaran dan memaksimalkan dalam meraih keuntungan. Transaksi secara *online* menggunakan kontrak jual beli yang disebut kontrak elektronik. Kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik. Dengan demikian suatu transaksi online harus memenuhi syarat sahnya perjanjian sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1320 Burgerlijk Wetboek, yaitu adanya kesepakatan kedua belah pihak, kecakapan untuk melakukan perbuatan hukum, adanya objek, dan adanya klausa yang halal.(Marilang, 2013).

Persoalan mengenai transaksi jual beli online yakni dikarenakan para pihak tidak bertemu secara fisik, sehingga kesepakatan antar kedua

belah pihak dilakuakn secara elektronik. Jual beli online adalah suatu proses membeli dan menjual produk secara elektronik oleh konsumen atau dari perusahaan ke perusahaan dengan computer sebagai perantara transaksi bisnis (Laudon, 1998). Akibatnya prinsip hukum yang berlaku dalam dunia nyata, seperti waktu dan tempat terjadinya transaksi, serta kapan suatu transaksi dinyatakan berlaku menjadi sulit ditentukan.

Terdapat Fatwa DSN-MUI No.24 tahun 2017 tentang bermuamalah melalui media sosial bahwa bermuamalah merupakan sebuah proses interaksi antara individu atau kelompok meliputi produksi, distribusi, konsumsi dan penggunaan teknologi informasi. Dalam islam menyikapi maraknya jual beli online, hal demikian diperbolehkan selagi tidak ada dalil yang melarang aktivitas jual beli online. Namun terdapat sebuah ketentuan yang harus diperhatikan apabila transaksi jual beli online dilakukan oleh masyarakat.

Islam adalah agama yang selalu memperhatikan berbagai masalah dan menghilangkan segala bentuk mudharat di dunia dan di akhirat. Dalam pembahsan ushul fikih, kemslahatan memiliki relevansi dengan maqashid asy-syar'i. hal ini dapat dilihat dari pendapat asy-syatibi, yang menyatakan bahwa kemslahatan ummat merupakan tujuan utama ditetapkannya syariat. Salah satu bentuk muamalah itu adalah transaksi jual beli. Ada beberapa ketentuan pokok (rukun dan syarat) jual beli yaitu :²

² Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), Hal. 71.

1. Menurut Mazhab Hanafi, rukun jual beli itu hanya satu, yaitu akad saling rela antara mereka ('an taradhin) yang terwujud dalam ijab (ungkapan membeli dari pembeli) dan qabul (ungkapan menjual dari penjual). Selain akad, Mazhab Hanafi menyebutnya sebagai syarat.
2. Sedangkan menurut *jumhur fuqaha'* (mayoritas ulama fiqih), rukun jual beli itu adalah :
 - a. Penjual dan pembeli
 - b. Ijab dan qabul
 - c. Ada barang yang di beli
 - d. Ada nilai tukar (harga)

Syarat jual beli yang terpokok yaitu orang yang berakal sehat, barang yang di perjual belikan ada manfaatnya, barang yang di perjual belikan ada pemilikinya, dan yang terpenting ketika transaksi jual beli tidak ada yang mengandung manipulasi atau penipuan.

Dalam ketentuan Ekonomi Islam, marketplace online termasuk dalam kategori jual beli pesanan (salam). Jual beli ini adalah jenis pembelian dan penjualan yang diselesaikan dimuka dan penyerahan produk kemudian hari dengan biaya yang jelas, rincian, jumlah, kualitas, tanggal dan penyerahan produk harus dipenuhi sebelumnya dalam akad.³ Terdapat ketentuan yang harus dipenuhi dalam jual beli ini diantaranya jenis obyek harus jelas, ukuran obyek jelas, *seller* harus memberikan barang sesuai dengan jadwal (waktu). Penjual harus sangat jujur dalam

³ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Press, 2007, h. 90.

mendeskripsikan barang yang akan dijual. Foto yang diunggah haruslah foto *real* atau sesungguhnya. Barang yang dijual tidak boleh rusak, jikalau ada kerusakan, haruslah dijelaskan. Tidak boleh ada pihak yang dirugikan dalam transaksi jual beli. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya (Aziz, 2013).

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern, dunia bisnis pada umumnya cenderung mengabaikan etika. Faktanya, persaingan yang berkembang mengarah pada praktek-praktek yang bertentangan misalnya penipuan, kebohongan, barang yang tidak sesuai. Hanya karena untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya.

Pesatnya transaksi jual beli di *marketplace online* memiliki sistem kelebihan dan kekurangan. Beberapa kelebihan yang ditimbulkan transaksi lebih efektif dan efisien, mudah, jangkauan luas, dan dapat mencari kebutuhan selama 24 jam. Melalui pemasaran secara *online* akan mempermudah informasi tersebar ke seluruh kalangan yang dalam hal ini akan membuka peluang bagi penjual *online* untuk menaikkan omset penjualan.

Selain kelebihan terdapat juga kekurangan yang ditimbulkan dalam transaksi melalui *online* ini. Resiko dari jual beli online yang marak terjadi adalah penipuan. Hal ini dikarenakan pembeli hanya melihat via *display* dari foto atau video yang ada di *marketplace*. Terjadinya *missed communication* antara penjual dan pembeli. Lamanya estimasi pengiriman.

Penjual tidak merespon klaim *refund* (pengembalian). Pembeli tidak dapat melihat barang yang diinginkan secara langsung. Maka dibutuhkan penerapan etika bisnis yang sangat tinggi dari penjual.

Peneliti memilih E-Commerce sebagai objek penelitian karena ingin mengetahui praktek jual beli secara online antara penjual dan pembeli sudah mengikuti syarat ketentuan islam atau tidak. Selain itu juga untuk mengetahui layanan yang diberikan oleh penjual kepada pembeli secara online sudah sesuai dengan hukum islam atau bertentangan dengan hukum islam. karena E-Commerce ini memiliki banyak peluang dan diminati oleh kalangan masyarakat dan setelah masyarakat mengenal sistem transaksi secara online, maka tingkat penggunaan layanan jual beli online semakin meningkat. Dan tidak menutup kemungkinan akan terjadi penipuan dan lain sebagainya.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk lebih mendalami langsung karya tulis ilmiah dalam bentuk skripsi tentang transaksi jual beli secara online dalam pandangan islam maka dari itu penulis mengangkat dengan judul **“Analisis Transaksi Jual Beli Online Melalui Aplikasi TiktokShop Menurut Perspektif Ekonomi Islam”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan, dengan demikian permasalahan yang akan di teliti dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana transaksi dalam jual beli online melalui aplikasi *TiktokShop*?
2. Bagaimana layanan transaksi jual beli secara online pada Toko di Tulungagung melalui aplikasi *TiktokShop* menurut perspektif ekonomi islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah di paparkan maka tujuan dari penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui transaksi jual beli online melalui aplikasi *Tiktokshop*
2. Untuk mengetahui layanan transaksi jual beli online pada Toko di Tulungagung melalui aplikasi *TiktokShop* menurut perspektif ekonomi islam

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini dapat di gunakan sebagai aspek yang meneliti untuk menjadi acuan sumber data peneliti selanjutnya. Sedangkan dengan peneliti sendiri menjadikan ilmu dan pengalaman yang di dapatkan selama meneliti dalam konteks tersebut, serta manfaat dari pembaca yaitu mendapatkan wawasan apabila

mendapatkan masalah seperti pada konteks penelitian tersebut. Tentunya menjadi lebih mudah dalam menyikapi perihal tersebut.

2. Manfaat Praktis

Dalam konteks ini tentunya peneliti dan pembaca mengetahui transaksi jual beli online dalam aplikasi TiktokShop menurut perspektif ekonomi islam. Yang mana jual beli online adalah fenomena yang sedang hangat diperbincangkan masyarakat dan sudah menjadi aktivitas yang sangat praktis bagi masyarakat.

E. Penegasan Istilah

1. Jual Beli

Perdagangan atau jual beli secara bahasa berarti *al-mujadalah* (saling menukar). Jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar benda (barang) atau jasa yang mempunyai nilai, atas dasar akad kerelaan (kesepakatan) antara dua belah pihak sesuai dengan perjanjian yang telah dibenarkan *syara'*. *Syara'* adalah jual beli yang dilakukan sesuai dengan syarat-syarat, rukun dan hal lain yang berkaitan dengan jual beli. Karena manusia sebagai makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain, maka dari itu hikmah jual beli adalah dapat membantu manusia untuk kelangsungan hidupnya.⁴

⁴ Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika, 2010, h. 128

2. Jual Beli Online

Jual beli *online* adalah aktivitas dimana penjual dan pembeli tidak harus ketemu dalam proses transaksi jual beli dan tidak melakukan yang namanya negoisasi secara langsung akan tetapi secara *online* dengan menggunakan *smartphone* dan *computer*.⁵

Seperti dalam proses jual beli pada umumnya akan tetapi dalam jual beli *online* di nilai lebih praktis karena bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja dengan jangkauan yang tidak memakan banyak waktu, melalui suatu forum atau situs jual beli *online* yang juga sudah menyediakan banyak barang yang dapat diperjualbelikan. Jual beli online juga memiliki dampak positif terhadap masyarakat karena di anggap lebih cepat, mudah dan murah. Saat ini jual beli *online* berkembang dengan pesat dalam forum internet. Khususnya dalam forum jual beli seperti salah satunya yaitu aplikasi *tiktokshop*.

Perbedaan diantara jual beli *offline* dengan jual beli *online* yaitu dari proses transaksi yang bertemu langsung dan tidak bertemu tapi dengan menggunakan teknologi internet. Akan tetapi masing-masing melakukan transaksi jual beli yang saling tukar menukar.

3. Tiktok

Tiktok merupakan “salah satu aplikasi yang paling diminati oleh dunia dan memungkinkan penggunaanya membuat video dengan durasi 15 sampai 60 detik disertai music, filter dan beberapa fitur menarik

⁵ Imam Mustafa, *Fiqh Mu'amalah Kontemporer*. Jakarta: PT. Raja Frafindo Persada, 2016, h. 30.

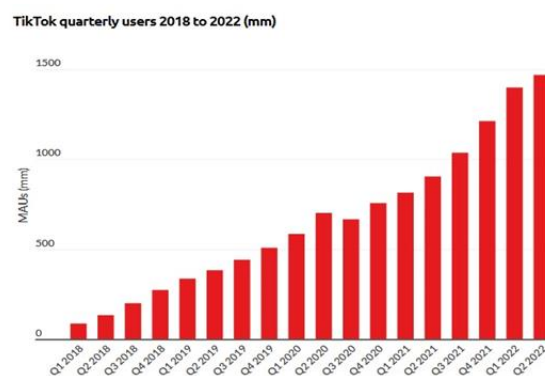
lainnya”. Aplikasi ini merupakan sebuah aplikasi yang dapat digunakan pada gawai untuk menonton dan membuat video hiburan untuk dapat dinikmati oleh masyarakat yang memiliki aplikasi tersebut. Tiktok memberikan hiburan-hiburan yang menarik, bukan hanya itu tiktok menjadi tempat untuk mempromosikan berbagai produk baik makanan, kosmetik, fashion dan yang lainnya secara menarik oleh para influencer ataupun artis idola. Melalui tiktok pun, para remaja khususnya yang kreatif dan inovatif dalam pembuatan konten dapat menjadi sumber penghasilan yang cukup untuk menunjang perekonomiannya. Tiktok memberikan berbagai fitur-fitur yang menarik untuk dapat dimanfaatkan dan ditonton oleh masyarakat.

Saat ini pengguna tiktok khususnya di Indonesia sudah sangat banyak sekali hampir semua kalangan dalam gawainya memiliki aplikasi tiktok. Salah satu fitur tiktok yang terbaru yaitu tiktokshop. Tiktokshop memberikan layanan yang hampir sama dengan *e-commerce* dan *marketplace* yang ada. Namun tiktokshop memberikan harga yang berbeda dimana harga yang ditawarkan lebih rendah daripada *e-commerce* dan *marketplace* yang ada, memberikan promosi yang menarik sehingga mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan.

Gambar 1.1

Rata-rata pengunjung web Bulanan Tiktok

(kuartal 2018 – kuartal 2022)



Berdasarkan data di atas jumlah rata-rata kunjungan web bulanan TiktokShop sebanyak 1.450 juta pengunjung pada kuartal II 2022. Peningkatan pengunjung tiktok dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang signifikan. Dimulai sejak diluncurkannya tiktokshop pada tahun 2021.

Survey Populix menyebutkan bahwa 86% responden mengaku pernah menggunakan jasa social commerce untuk berbelanja. Dengan hasil survey menunjukkan tiktokshop ada di peringkat teratas dengan 45%, disusul WhatsApp Business 21%, Facebook marketplace 10%, dan instagram shop 10%. Diketahui, tiktokshop paling banyak diakses oleh perempuan, serta pria dengan rentang usia 36-45 tahun. Populix

juga menyebutkan ke depan perempuan dengan rentang usia 18-25 tahun akan semakin mendominasi sebagai pengguna dari tiktokshop.⁶

4. Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan tidak untuk diperdagangkan. Jadi konsumen merupakan orang atau organisasi yang membeli produk atau layanan. Istilah ini mengacu pada menyewa barang dan jasa. Konsumen merupakan manusia atau entitas ekonomi lainnya yang menggunakan barang atau jasa dan tidak menjual barang yang mereka beli. Mereka melakukan ini untuk penggunaan pribadi.

Konsumen merupakan pengguna akhir dalam rantai distribusi barang dan jasa. Faktanya, terkadang konsumen mungkin bukan pembeli. Misalnya anak kecil adalah pengguna akhir mainan, tetapi orang tua mereka yang membelinya. Oleh karena itu, dalam pasar jual beli mainan, pembeli dan konsumen seringkali orang yang berbeda.

Ketika media non-bisnis berbicara tentang konsumen, mereka biasanya mengacu pada orang. Secara khusus, orang yang terlibat dalam mengevaluasi, memperoleh, dan menggunakan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Konsumen adalah tokoh

⁶ Dilansir pada kumparan.com, survey populix dominasi pasar social commerce di Indonesia dikutip dari <https://indiekraf.com/hasil-survey-populix-tiktok-shop-dominasi-pasar-social-commerce-di-indonesia.co.id>, diakses pada hari selasa, tanggal 17 Januari 2023, Pukul 22.29 WIB

kunci di pasar. Semua aktivitas pembuat dan penjual barang difokuskan pada konsumen.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan informasi gambaran yang jelas dan singkat mengenai penelitian ini, maka disusunlah sistematika penulisan yang berisi mengenai informasi materi serta hal-hal yang berhubungan dengan penelitian ini. Adapun sistematika dalam penelitian ini yaitu terbagi menjadi lima bab yang tersusun sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Pada bab ini terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Penegasan Istilah dan Sistematika Penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka. Pada bab ini berisi kajian tentang jual beli, dasar hukum jual beli, rukun dan syarat jual beli, macam-macam jual beli, produk jual beli dalam ekonomi islam, jual beli online, subjek dan objek dalam jual beli online, syarat jual beli online, kelebihan dan kekurangan jual beli online, transaksi jual beli online, dan penelitian terdahulu.

Bab III Metode Penelitian. Pada bab ini berisikan penjelasan mengenai jenis, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, Metode Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, pengecekan keabsahan data, tahap-tahap penelitian.

Bab IV Paparan Data/Temuan Penelitian. Pada bab ini berisikan tentang data-data yang diperoleh dari hasil penelitian yang disajikan sesuai dengan topik pertanyaan-pertanyaan penelitian dan hasil analisis data.

Bab V Pembahasan. Pada bab ini berisi tentang keterkaitan antara pola, kategori serta dimensi, kaitan antara temuan atau teori yang ditemukan terhadap teori temuan sebelumnya serta penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan.

Bab VI Penutup. Pada bab ini merupakan bab akhir atau penutup dari penyusunan skripsi yang penulis buat. Pada bagian ini penulis muat tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, serta saran-saran dan rekomendasi dalam rangka meningkatkan pengetahuan tentang transaksi jual beli dan layanan transaksi jual beli di aplikasi TiktokShop menurut perspektif Ekonomi Islam.

