

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai analisis praktik penjualan produk parfum pada *Platform* aplikasi *Tiktok Live* perspektif hukum ekonomi syariah (Studi Toko Parfum Online Kabupaten Kaur) diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktik jual beli secara online di ketiga toko tersebut tidak sejalan dan belum sepenuhnya memenuhi prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah secara sempurna agar transaksi yang dilakukan tidak hanya sah secara hukum positif, tetapi juga halal menurut ketentuan syariah Islam.
2. Perspektif hukum ekonomi syariah terhadap analisis praktik penjualan produk parfum pada *Platform* aplikasi *tiktok live* perspektif Hukum ekonomi syariah (Studi Toko Parfum Online Kabupaten Kaur) menunjukkan bahwa. Toko Parfum Sampono telah sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah karena memenuhi nilai kejujuran (amanah). Kesesuaian produk dengan pesanan dan adanya informasi yang jelas menunjukkan terpenuhinya prinsip-prinsip tersebut. Toko Parfum Identic Original belum memenuhi prinsip hukum ekonomi syariah karena kurangnya kejelasan informasi produk menimbulkan unsur ketidakjelasan dalam transaksi yang

mengakibatkan adanya ketidaksesuaian produk dengan pesanan, sehingga tidak mencerminkan asas kejujuran, keterbukaan, dan sebagaimana yang ditentukan dalam akad jual beli menurut syariat Islam. Toko Parfum Annisa belum memenuhi prinsip hukum ekonomi syariah karena kurangnya kejelasan informasi produk menimbulkan unsur *gharar* dalam transaksi. Ketidaktepatan ini mengakibatkan adanya ketidaksesuaian produk dengan pesanan, sehingga tidak mencerminkan asas kejujuran, keterbukaan, dan sebagaimana yang ditentukan dalam akad jual beli menurut syariat Islam.

B. Saran

1. Pemilik toko disarankan untuk menyediakan katalog yang memuat foto serta deskripsikan produk secara jelas dan informatif. Selain itu, disarankan untuk menawarkan sampel aroma (*tester*) kepada konsumen guna meminimalisir ketidaksesuaian. Informasi yang disampaikan kepada konsumen juga harus bersifat jujur dan transparan agar terjalin kepercayaan antara penjual dan pembeli.
2. Konsumen disarankan untuk lebih aktif mencari informasi mengenai aroma, ukuran, dan ketahanan parfum sebelum membeli. Pastikan informasi produk sudah jelas dan lengkap, serta pilih toko yang terpercaya. Membaca testimoni dari pembeli lain juga penting agar tidak salah pilih. Jika memungkinkan, konsumen juga disarankan

untuk membeli parfum secara langsung (*offline*), agar bisa mencium aroma dan memastikan kecocokan sebelum memutuskan untuk membeli.



DAFTAR PUSTAKA

A. Sumber Buku

Abdul Azhim Badawi, Al-Waaji Fi Fiqhu Sunnah wa kitab Al-Aziz Dar Ibnu Rajab (Cet. I, Th.1416H), h.

Abdul Azhim Badawi, Al-Waaji... h. 332.

Abdul Aziz Muhammad Azzam, Fiqh Muamalah: Sistem Transaksi Dalam Islam, terj.Nadirsyah Hawari (Jakarta: Amzah, 2010), h. 89.

Abdul Rahman, Fiqh Muamalat (Jakarta: Kencana, 2010), h. 71

Ahkam, terj. Achmad Sunarto, Cetakan Pertama, (Jakarta: Pustaka Amani, 1995), h. 88.

Al Hafidh Ibnu Hajar Al Asqalani, Bulughul Maram Min Adillatil Ahkam, terj. Achmad Sunarto, Cetakan Pertama, (Jakarta: Pustaka Amani, 1995), h. 88.

Al-Qur'an, Surah An-Nisa: 29

Amir Syarifuddin, Garis-garis Besar Fiqh (Jakarta: Kencana, 2003), h.

Antonio, Muhammad Syafii, *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Mekanisme*(GemaInsani, 2003)

Az-Zuhaili, Wahbah, 'Al-Fiqh Al-Islami a Adillatuhu, (Damaskus: Dar Al-Fikr, 1989) Hlm.25Wahbah Az-Zuhaili', *Al-Fiq Al-Islami WaAdillatuu*, Jilid IV (1989),h. 285

Dewan Pengurus Nasional FORDEBI dan ADESY, Ekonomi dan Bisnis Islam Seri Konsep an Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam, h. 136.

DSN-MUI., ‘Tentang Periklanan, Promosi Dan Publikasi Dalam Perspektif Syariah. Majelis Ulama Indonesia’, *Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009*, 2009

Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2015), h.20.

Faisal., Sanapiah, *Format-Format Penelitian Sosial: Dasar Dan Aplikasi. Edisi Revisi* (Rajawali Pers, 2021)

Ferrell, O.C., Fraedrich, John, and Ferrell, Linda., *Business Ethics: Ethical Decision Making an Cases*. (Cengage Learning, 2019z

Gerry Ardian, ‘Prjalanan Aplikasi TikTok Di Indonesia’, 202z

Ghozali, Imam., *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. (Badan Penerbit Universitas Diponegoro 2002)

HA. Hafizh Dasuki, ‘, 2011, Hal. 571’, *Ensiklopedi Hukum Islam* (PT Ichtiar Baru van Hoeve, 2011), . 571.137.

Hafizh Dasuki, *Ensiklopedi Hukum Islm* (Jakarta: PT Ichtiar Baru, 201), h. 23.

Hasanah, L. N., *Produk Kosmetik Halal Di Media Sosial, Perspektif* (Penerbit Fikrah Halalindo,).

Hendi Suhendi, *Fiqh Mu’amalah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014),h.69.

Hendi Suhenidi, *Fiqh...* h. 70

HR. Muslim, no. 1513.

Hulwati, Ekonomi Islam, Teori dan Praktinya dalam Perdagangan Obligasi

Ibnu Qudamah, Al Mughni, Terjemahan Ansari Taslim (Jakarta: Pustaka Azzam, 2008),h. 559.

Idri, Hadis Ekonomi (Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi) (Surabaya: UIN Sunan Ampel Pres, t.t.), h. 86.

Imam Mustofa, Fiqh Mu'amalah Kontemporer (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016),h. 17.

Islami, Etika Bisnis, Muhammad, Etika Bisnis Islami (2017), h. 103 (2017)

Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru (UI Press, 2022)

M. Ali Hasan, Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Jakarta : PT Raja GrafindoPersada, 2003), h. 113

M. Syafei Antonio, 2001), Hlm. 53–55., Bank Syari ((Jakarta: Gema Insani, 2001)

Ma'ruf, M. N., *Etika Bisnis Islami Dalam Era Digital Marketing*. (Penerbit AlHa)

Manan, Abdul, *Hukum Ekonomi Syariah, Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, 2012

Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D. (2022)

Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Alfabeta, 2022)

Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Alfabeta, 2022)

Metodologi Penelitian Kualitatif (PT Remaja Rosdakarya, 2021)

Miles, Matthew B., Huberman, A. Michael, dan Saldaña, Johnny., *Analisis Data*

Moleong, Lexy ,*Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi.* (PT Remaja Rosa karya, 2021)

Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif.* (PT Remaja Rosdakarya, 202

Muhammad Syarif Chaundry, *Sistem Ekonomi Islam Prinsip Dasar* (Jakarta: Kencana, 2012), h. 63.

Nasution, A., *Hukum Ekonomi Syariah Di Indonesia: Teori Dan Praktik.*(Kencana)

Ony Fitriani Sitorus Novelia Utami, ‘Ika Yuniarti Fauziah’, in *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran* (Jakarta: Kencana, 2023), h. 19

Rafiq Yunus Al-mishri, *Ushul Al-Iqtishad Al-Islami Dalam Ekonomi Islam, EdRozalinda*(Pt Rajagrafindo Pesada, 2015)

Republik Indoneia, Kitab Undang-undang Hukum Perdata, Pasal 1313. 60 Gunawan Wijaja dan Kartini Muljadi, Seri Hukum Perikatan (Cet. I; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003), 7..

Republik Indonesia, Kitab Undang-undang Hukum Perdata, Pasal 1338.

Rinto R, *E-commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h. 20-27

Sayyid Sabiq, *Fiqh As-Sunnah* (Beirut: Dar al-Fikr 1971), h. 126

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R\&D.* (Bandung: Alfabeta, 2022)

Suharto, Edi., “Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.”, *JurnalSosia Politik*, 17.1 (2007), h. 45

Syariah di Pasar Modal Indonesia dan Malaysia (Padang: Ciputat Press Groub, 2009), h. 35

Velasquez, Manuel G., *Business Ethics: Concepts and Cases*, 2012

Wahbah Al-Juhaili, *Al-Fiqh Al-Islami wa Adillatuh*, juz IV, h. 405-106

Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Juz IV (Beirut: Dar al-

Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam wa Adillatuhu*”, Jilid 4, Damsyiq: Dar

Wajdi, Farid, *Etika Bisnis Dalam Islam: Konsep Dan Aplikasinya Dalam Dunia Bisnis Modern* (Pustaka Pelajar, 2019)

Yin, Robert K., *Case Study Research and Applications: Design and Methods.* (SAGE Publications, 2018)

Zainuddin Ali, “*Hukum Ekonomi Syariah*”, Jakarta: Sinar Grafika, 2012,

B. Jurnal

Ai Nur Sa’adah, Ayu Rosma, dan Dea Aulia, ‘Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Tiktok Shop Pada Aplikasi Tiktok’, *Transekonomika Kuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2.5 (2022), hlm. 137

<https://doi.org/https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.176>.

Fadillah, 'Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap teknik Soft Selling Produk Halal pada Lab Streaming Tiktok', (2022).

Kristianto Dwi Estijayandono, 'Etika Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam', *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3.1 (2019), p. 55

Lestari, Dian. 'Pengaruh Tiktok Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Halal di Kalangan Mahasiswi Muslim Tiktok' (2022)

Munir Salim, 'Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam', *Al Daulah: Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan*, 6.2(2017),h.31

Nurfadilah, Siti., 'Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Promosi Produk Di TikTok Shop', *Jurnal Ekonomi Syariah Nusantara*, 5.2 (2023), h.122

Nurhayati, 'Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Promosi Produk Kosmetik Halal di Media Sosial Instagram (Studi pada Brand X)' (2019)

Rahmawati, 'Etika Bisnis Syari'ah dalam strategi Marketing Produk Kecantikan Halal di Marketplace Shopee', (2021)

Rizka, Amelia, 'Kajian hukum ekonomi syariah terhadap bisnis parfum non-alkohol di Indonesia', (2021).

Tri Buana and Dwi Maharani, 'Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) Dan Kreativitas Anak', *Jurnal Inovasi*, 14.1 (2020)

C. Lainnya

Wawancara dengan Annisa Anggun, Penjaga Toko, Toko Parfum Identic Original, Pada Tanggal: 05 Januari 2026

Wawancara dengan Arjuna, Konsumen Toko Sampono, melalui wawancar langsung Pada Tanggal: 28 Desember 2025

Wawancara dengan Dedi Putra pemilik Toko Parfum Identic Original, Toko Parfum Identic Original, Pada Tanggal: 05 Januari 2026

Wawancara dengan Dedi Putra, Pemilik Toko Parfum Identic Original, Toko Parfum Pada Tanggal: 05 Januari 2026

Wawancara dengan Niken Putri, onsumen Toko Annisa Parfum, Pada Tanggal: 28 Desember 2025

Wawancara dengan Riki Heritno pemilik Toko Parfum Sampono, Toko Parfum Sampono, Pada Tanggal: 30 Desember 2025

Wawancara dengan Riki Heritno pemilik Toko Parfum Sampono, Toko Parfum Sampono, Pada Tanggal: 30 Desember 2025

Wawancara dengan Riki Heritno pemilik Toko Parfum Sampono, Toko Parfum Sampono, Pada Tanggal: 30 Desember 2025

Wawancara dengan Riki Heritno pemilik Toko Parfum Sampono, Toko Parfum Sampono, Pada Tanggal: 03 Januari 2026

Wawancara dengan Wawan Pemilik Toko, Toko Parfum Annisa, Toko Parfum Annisa, Pada Tanggal: 05 Januari 2026

Wawancara dengan Wawan Pemilik,Toko Parfum Annisa,
Toko Parfum Annisa, Pada Tanggal: 05 Januari 2026

