

Gharar Dalam Transaksi Online: Analisis Akad Jual Beli Pada Marketplace Digital

Saifuddin¹, Eva Wildani Febrianti²

Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Nurul Jadid
Jl. PP Nurul Jadid, Dusun Tj. Lor, Kec. Paiton, Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur 67291
Email: sailmuda@unuja.ac.id, es.2110400021@unuja.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji praktik jual beli di TikTok Shop ditinjau dari perspektif ekonomi syariah, khususnya terkait unsur gharar. Maraknya penggunaan platform ini sebagai sarana perdagangan digital menimbulkan kekhawatiran terhadap kepastian akad dan kejelasan informasi produk, yang merupakan prinsip dasar dalam muamalah Islam. Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan dengan pendekatan kualitatif dan deskriptif-analitis terhadap berbagai literatur fikih muamalah dan praktik e-commerce. Hasil penelitian menunjukkan bahwa unsur gharar dalam transaksi TikTok Shop muncul akibat kurangnya kejelasan informasi, seperti spesifikasi barang, prosedur pengembalian, serta penggunaan fitur-fitur promosi yang bersifat manipulatif. Diskusi menekankan bahwa gharar dalam konteks ini dapat menimbulkan ketidakadilan bagi konsumen dan bertentangan dengan prinsip transparansi dan keadilan dalam ekonomi syariah. Penelitian merekomendasikan agar TikTok Shop dan para penjual meningkatkan transparansi informasi, mencantumkan deskripsi produk secara jelas, serta menyempurnakan sistem pengaduan dan pengembalian agar sejalan dengan prinsip-prinsip syariah.

Kata kunci: Gharar, TikTok Shop, E-Commerce, Transaksi Syariah, Ekonomi Islam

ABSTRACT

This study examines buying and selling practices on TikTok Shop from the perspective of Islamic economics, particularly concerning the element of gharar (uncertainty). The growing use of this platform as a digital trading medium raises concerns regarding the certainty of contracts and the clarity of product information, which are fundamental principles in Islamic commercial law (muamalah). The method employed is a literature review with a qualitative and descriptive-analytical approach, drawing from Islamic jurisprudence sources and current e-commerce practices. The results indicate that gharar arises on TikTok Shop due to a lack of clear information, such as product specifications, return procedures, and potentially misleading promotional features. The discussion highlights that such gharar can lead to consumer injustice and contradicts the values of transparency and fairness in Islamic economics. The study recommends that TikTok Shop and its sellers enhance information transparency, provide clear product descriptions, and improve complaint and return systems to align with Sharia principles.

Keywords: Gharar, TikTok Shop, E-Commerce, Sharia Transactions, Islamic Economy.

Pendahuluan

Kemajuan teknologi digital telah memberikan berbagai kemudahan bagi konsumen dalam melakukan transaksi, terutama melalui platform digital seperti e-commerce yang kini menjadi sarana utama masyarakat dalam melakukan jual beli secara daring. E-commerce sendiri merupakan aktivitas jual beli barang dan jasa antara dua pihak yang dilakukan melalui jaringan internet. Dalam sistem e-commerce, perkembangan teknologi informasi membuka banyak peluang bagi terwujudnya perdagangan elektronik yang memungkinkan transaksi tanpa harus bertatap muka secara langsung. Saat ini, sejumlah platform e-commerce yang berkembang di Indonesia antara lain Shopee, Bukalapak, Lazada, Tokopedia, dan TikTok Shop. Minat masyarakat terhadap e-commerce semakin meningkat karena kemudahan dan kelebihan produk yang ditawarkan. Salah satu marketplace yang tengah populer dan banyak diminati adalah TikTok Shop, yang kini juga telah menjalin kerja sama dengan Tokopedia. [1]

TikTok merupakan platform media sosial yang dikenal dengan konten hiburan kreatif dan menarik yang memiliki pengaruh besar terhadap masyarakat. Seiring perkembangannya, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga memperluas layanannya dengan meluncurkan fitur belanja bernama TikTok Shop pada April 2021. Fitur ini memungkinkan para pelaku usaha maupun

pengguna untuk melakukan transaksi jual beli secara langsung melalui aplikasi, tanpa perlu mengunjungi lokasi penjual. Kemudahan akses tersebut dilengkapi dengan berbagai penawaran menarik seperti diskon harga dan layanan bebas ongkos kirim, yang semakin mendorong minat beli pengguna. Namun, di balik kemudahan dan inovasi yang ditawarkan TikTok Shop, terdapat tantangan yang berkaitan dengan aspek transparansi dan kejujuran dalam proses jual beli. Salah satu persoalan utama yang sering ditemukan adalah keberadaan unsur gharar atau ketidakpastian dalam transaksi. Gharar dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti ketidakjelasan informasi produk, perbedaan barang yang diterima dengan yang ditampilkan, hingga ketidakpastian dalam proses pengiriman. Fenomena ini menjadi perhatian penting dalam perspektif ekonomi syariah karena dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen dan mencederai prinsip keadilan dalam transaksi. [2]

Secara general, ketika konsumen ingin membeli produk di aplikasi TikTok shop maka konsumen pertama akan melihat konten tentang produk yang dibuat oleh penjual, konten tersebut biasanya berisi tentang spesifikasi, harga, dan foto produk. Pada umumnya konsumen juga dapat memperoleh informasi terkait produk yang akan dibeli dari komentar dan testimoni dari pembeli sebelumnya, selain itu testimoni dan komentar banyak dijadikan referensi untuk menilai apakah produk tersebut spesifikasinya sesuai dengan informasi produk yang disajikan oleh penjual. Sehingga dalam hal ini jelas bertentangan dengan syarat sah jual-beli menurut Islam yang mencakup dua bagian yakni syarat umum dan syarat khusus. Yang mana, syarat umum merupakan syarat yang harus ada pada setiap jenis pembelian agar jual beli yang dilakukan dianggap sah menurut syara'. Apabila suatu online shop telah mematuhi syarat sah jual beli dan menghindari hal-hal yang disebutkan sebelumnya khususnya gharar, maka konsumen akan menaruh kepercayaan kepadanya. Hal tersebut dapat berpengaruh juga pada loyalitas konsumen. [3]

Aspek etika bisnis dalam Islam juga sangat berkaitan dengan penghindaran gharar. Hukum Islam menekankan bahwa setiap transaksi harus dilakukan dengan itikad baik, yang mencakup kejujuran dan transparansi. Transaksi yang mengandung gharar dianggap tidak etis karena bisa mengarah pada penipuan atau manipulasi. Dengan demikian, penghindaran gharar bukan hanya soal kepatuhan hukum, tetapi juga mencerminkan komitmen terhadap nilai-nilai moral. Praktik bisnis yang etis akan meningkatkan reputasi dan daya saing dalam pasar. Selain itu, penghindaran gharar berkontribusi pada stabilitas ekonomi secara keseluruhan. Ketidakpastian dalam transaksi dapat menyebabkan ketidakstabilan di pasar dan mengganggu hubungan bisnis. Dengan menciptakan lingkungan transaksi yang jelas dan adil, potensi risiko dapat diminimalisasi. Hal ini tidak hanya menguntungkan individu, tetapi juga masyarakat luas. Stabilitas ekonomi yang baik akan memfasilitasi investasi dan inovasi, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Menghindari gharar merupakan bagian integral dari usaha untuk menciptakan sistem ekonomi yang halal dan bermanfaat bagi semua pihak. Dengan memahami dan menerapkan prinsip ini, masyarakat Muslim dapat membangun ekonomi yang berlandaskan nilai-nilai keadilan, etika, dan transparansi. Oleh karena itu, gharar tidak hanya menjadi isu hukum, tetapi juga sebuah upaya untuk mewujudkan kesejahteraan Bersama. [4]

Gharar sendiri dapat di definisikan yaitu ketidakpastian dalam suatu transaksi sehingga menimbulkan adanya pihak yang dirugikan. Selain itu, masih banyak konsumen yang belum mengetahui konsep gharar. Sehingga dapat dikatakan bahwa gharar masih jarang diketahui Masyarakat umum, walaupun konsumen pernah mengalami hal tersebut. [5]

Gharar juga terdapat dua macam yaitu gharar Yasir dan gharar fahisyi. Dimana gharar Yasir sendiri merupakan ketidakpastian yang tidak signifikan atau kecil, yang dianggap dapat diterima dan tidak membatalkan transaksi. Contohnya, adalah ketidakpastian kecil dalam jumlah berat bahan yang diperjual belikan. Gharar jenis ini tidak mempengaruhi keabsahan kontrak selama ketidakjelasan tersebut tidak besar. Sedangkan gharar fahisyi adalah jenis gharar yang sangat signifikan sehingga mempengaruhi validitas transaksi. Contohnya, menjual sesuatu yang tidak jelas keberadaannya, seperti ikan di laut atau burung di udara. Transaksi ini mengandung ketidakpastian besar yang dapat merugikan salah satu pihak. [6]

Dalam islam tidak pernah membatasi transaksi yang mengandung resiko dan ketidakpastian. Hanya saja ada beberapa kesalahan dalam penerapannya yang digunakan Upaya untuk mendapatkan keuntungan yang lebih. Monzer kaff dalam bukunya juga menyoroti bagaimana transaksi yang bebas dari unsur gharar dengan menciptakan mekanisme yang lebih stabil dan berkelanjutan. [7]

Salah satu contoh nyata dari praktik yang mengandung gharar di TikTok Shop adalah sistem "capit", di mana konsumen membayar sejumlah uang untuk mendapatkan produk yang ditentukan secara acak oleh penjual. Praktik ini menimbulkan ketidakpastian mengenai barang yang akan diterima oleh konsumen, sehingga tidak memenuhi prinsip kejelasan dalam transaksi yang dianjurkan dalam Islam. Dampak dari keberadaan gharar dalam transaksi di TikTok Shop sangat signifikan. Konsumen dapat mengalami kerugian akibat menerima produk yang tidak sesuai dengan ekspektasi atau deskripsi

yang diberikan. Selain itu, ketidakpastian dalam transaksi dapat menurunkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap platform e-commerce tersebut. Dalam jangka panjang, hal ini dapat mempengaruhi loyalitas konsumen dan stabilitas ekonomi digital secara keseluruhan. Untuk mengatasi masalah ini, penting bagi pelaku usaha dan platform e-commerce seperti TikTok Shop untuk menerapkan prinsip-prinsip ekonomi syariah yang menekankan kejujuran, transparansi, dan keadilan dalam setiap transaksi. Hal ini mencakup penyediaan informasi produk yang jelas dan akurat, serta memastikan bahwa konsumen memahami sepenuhnya apa yang mereka beli. Dengan demikian, risiko gharar dapat diminimalkan, dan transaksi dapat dilakukan dengan lebih adil dan berkelanjutan. [8]

Penelitian lain juga menyoroti pentingnya komunikasi digital yang efektif dalam mengurangi risiko gharar dalam transaksi online. Dengan memanfaatkan teknologi komunikasi digital secara bijak, pelaku usaha dapat menyampaikan informasi produk secara lebih transparan dan akurat kepada konsumen. Hal ini dapat membantu menciptakan lingkungan transaksi yang lebih adil dan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. [9]

Sebagai langkah konkret, pelaku usaha di TikTok Shop disarankan untuk memperhatikan etika bisnis Islam dalam setiap aktivitasnya. Ini termasuk menghindari praktik yang mengandung gharar, serta memastikan bahwa setiap transaksi dilakukan dengan itikad baik dan sesuai dengan nilai-nilai moral Islam. Dengan demikian, tidak hanya konsumen yang diuntungkan, tetapi juga pelaku usaha dapat membangun reputasi yang baik dan berkelanjutan dalam jangka panjang. [10]

Ulama klasik seperti Imam Al-Ghazali dan Imam Nawawi menekankan pentingnya menghindari gharar dalam transaksi. Imam Al-Ghazali menyatakan bahwa gharar adalah segala sesuatu yang tersembunyi akibat ketidaktahuan terhadap akibat atau hasil transaksi, sementara Imam Nawawi menjelaskan bahwa larangan jual beli gharar mencakup seluruh transaksi yang bersifat spekulatif tinggi. [9]

Sedangkan Ulama kontemporer seperti Syaikh Wahbah Zuhaili juga menyoroti pentingnya menghindari gharar dalam transaksi modern, termasuk e-commerce. Mereka menekankan bahwa transaksi harus dilakukan dengan itikad baik, mencakup kejujuran dan transparansi, untuk menghindari penipuan atau manipulasi. [11]

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) juga telah mengeluarkan fatwa terkait transaksi yang mengandung gharar. Dalam Fatwa DSN-MUI No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Ijarah, disebutkan bahwa transaksi tidak boleh mengandung unsur gharar yang dapat menyebabkan ketidakpastian, penipuan, atau ketidakjelasan objek transaksi. Selain itu, Fatwa DSN-MUI No. 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli dalam E-Commerce memperbolehkan transaksi online dengan syarat adanya kejelasan akad dan informasi produk yang tidak menyesatkan. Dalam konteks TikTok Shop, potensi gharar dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti deskripsi produk yang tidak jelas atau menyesatkan, gambar produk yang tidak sesuai dengan barang sebenarnya, dan ketidakpastian dalam proses pengiriman atau kebijakan pengembalian barang. Jika ketidakpastian ini signifikan dan dapat merugikan konsumen, maka termasuk dalam kategori gharar fahisy yang harus dihindari. Sebaliknya, jika ketidakpastian tersebut minor dan tidak berdampak besar, maka termasuk gharar yasir yang masih dapat ditoleransi. [12]

Penelitian ini menganalisis implementasi akad Gharar dalam program Tiktokshop, mencakup harga yang tidak sesuai, barang yang diterima konsumen berbeda, waktu pengiriman yang tidak sesuai atau system pree order. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip keadilan, transparansi, dan keberlanjutan yang merupakan inti dari ekonomi syariah, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk-bentuk gharar yang muncul dalam transaksi jual beli di TikTok Shop dan juga untuk menganalisis dampak gharar dalam transaksi market place. Analisis ini menekankan pentingnya tidak hanya menerapkan akad dalam transaksi digital, tetapi juga meningkatkan aksesibilitas transaksi syariah kepada masyarakat melalui edukasi dan pengembangan model bisnis inklusif, serta penguatan regulasi dan penerapan prinsip keberlanjutan untuk mendukung efektivitas implementasi akad dalam e-commerce. [13]

Metode Penelitian

Metode Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus untuk menganalisis potensi unsur gharar dalam transaksi di TikTok Shop. Penelitian dilakukan dengan Teknik observasi langsung pada platform TikTok Shop, di mana peneliti akan mengamati proses transaksi secara mendetail dan mengamati review komentar konsumen. Pengamatan difokuskan pada aspek harga yang tidak sesuai, barang yang diterima konsumen berbeda, waktu pengiriman yang tidak sesuai atau system pree order dengan mengumpulkan masing – masing satu contoh. Data pendukung juga dikumpulkan melalui dokumentasi, seperti screenshot, dan ulasan konsumen untuk memperkuat

temuan observasi. Analisis data dilakukan secara deskriptif-analitis, dimulai dari reduksi data, penyajian data dalam bentuk naratif, hingga penarikan kesimpulan mengenai keberadaan unsur gharar dalam transaksi di TikTok Shop. [14]

Hasil Dan Pembahasan

Bentuk – bentuk gharar dalam transaksi tiktokshop

Berdasarkan hasil pengamatan terhadap ulasan konsumen di platform TikTok Shop, ditemukan adanya indikasi kuat terjadinya praktik akad Gharar dalam transaksi jual beli. Hal ini terlihat dari beragam keluhan konsumen yang mencakup tiga indikator utama: barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi. Dimana barang yang diterima oleh pembeli tidak sesuai dengan informasi yang tertera di diskripsi. Deskripsi produk seharusnya memberikan Gambaran yang jelas dan akurat supaya pembeli mengetahui barang yang akan diterima. Apabila terdapat perbedaan yang signifikan maka tersebut bisa dikatakan sebagai ketidaksesuaian. kualitas produk yang tidak sesuai dengan yang diharapkan. Dimana mutu atau standar produk yang diterima tidak memenuhi eksptasi pembeli, baik berdasarkan deskripsi yang diberikan, harga pokok, merek serta pengalaman sebelumnya. Kualitas produk juga mencakup berbagai aspek diantaranya seperti bahan, daya tahan, fungsi, tampilan, kenyamanan dan keawetannya. Proses pengiriman yang tidak sesuai atau menggunakan sistem preorder yang tidak jelas kepastiannya. Dimana proses pengiriman tidak berjalan sebagaimana mestinya, Dimana barang yang dipedan dikirim melebihi estimasi waktu yang telah dijanjikan tanpa adanya informasi yang jelas dari penjual. Ketiga indikator tersebut menunjukkan adanya unsur ketidakjelasan (gharar) dalam transaksi yang dilakukan, baik dari segi informasi produk maupun kepastian waktu pengiriman. Temuan ini bersifat bervariasi, tergantung pada jenis produk, penjual, dan ekspektasi masing-masing konsumen.

Indikator	Contoh Kasus	Dampak
Ketidakjelasan barang	Konsumen akun B**g: barang diterima tidak sesuai gambar, mengecewakan	Konsumen merasa dirugikan dan kecewa karena ekspektasi tidak terpenuhi
Ketidakjelasan kualitas	Konsumen akun N**a Z***: barang rusak dan tidak bisa digunakan, padahal sudah lihat review bagus	Konsumen sangat kecewa karena merasa ditipu meski review bagus
Ketidakjelasan pengiriman	Konsumen akun @**p: pengiriman lama, tapi produk berkualitas dan worth it	Tidak ada dampak negatif, karena kualitas produk tetap memuaskan

Indicator pertama terkait barang yang diterima tidak sesuai.

Menurut konsumen dengan akun B**g menuliskan komentar pada salah satu toko di market place tiktokshop. juga mengalami barang yang diterima tidak sesuai dengan yang Digambar dan itu juga sangat merugikan konsumen karena hasil yang dia pesan mengecewakan.

Dalam pengamatan terhadap ulasan konsumen di TikTok Shop, ditemukan kasus di mana barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan. Misalnya, akun B**g mengeluhkan bahwa barang yang diterima berbeda dari yang dipesan, tanpa adanya konfirmasi ketersediaan dari penjual, meskipun telah memeriksa deskripsi produk sebelumnya.

Kejadian-kejadian ini mencerminkan adanya unsur gharar dalam transaksi, yaitu ketidakpastian atau ketidakjelasan yang dapat merugikan salah satu pihak. Dalam konteks ini, ketidakjelasan mengenai spesifikasi barang dan ketersediaannya menciptakan risiko bagi konsumen. Menurut fikih muamalah, gharar terjadi ketika terdapat ketidakpastian dalam objek transaksi, baik dari segi keberadaan, spesifikasi, maupun waktu penyerahan barang. [15]

Gharar sangat dilarang dalam islam. Karena dalam prakteknya, gharar banya menguntungkan salah satu pihak. Yang artinya, gharar menguntungkan salah satu pihak dan merugikan pihak lainnya. Al – qur'an melarang dengan tegas semua jenis transaksi yang terdapat unsur kecurangan kepada piha lain. Tidak terkecuali terkait akad gharar yang merupakan bentuk kecurangan dalam transaksi. Gharar yang terjadi dalam transaksi online yang Dimana transaksinya terdapat ketidakjelasan. Ketdakjelasan ini meliputi ketidatahuan konsumen terhadap barang yang akan dibeli. [16]

Indicator kedua terkait kualitas produk tidak sesuai.

Menurut konsumen dengan akun N**a Z** menuliskan komentar pada salah satu market place tiktokshop. Bahwa dia kecewa karena barang datang yang dia pesan ternyata rusak dan tidak bisa

digunakan. Konsumen tersebut merasa kecewa dan sangat dirugikan. Padahal sebelum order konsumen tersebut melihat rating dan review dari konsumen yang lain dan hasilnya lumayan sesuai ekspektasi.

Dalam transaksi jual beli online melalui platform seperti TikTok Shop, konsumen sering mengandalkan deskripsi produk dan ulasan pelanggan sebelumnya untuk memastikan kualitas barang yang akan dibeli. Namun, berdasarkan pengamatan terhadap ulasan konsumen, ditemukan beberapa keluhan mengenai ketidaksesuaian kualitas produk yang diterima dengan deskripsi yang diberikan oleh penjual.

Sebagai contoh, akun pengguna *Na Z* mengungkapkan kekecewaannya karena menerima barang dalam kondisi rusak dan tidak dapat digunakan, meskipun sebelumnya telah memeriksa rating dan ulasan dari konsumen lain yang cukup positif. Demikian pula, akun *o**y* dan *v* menyatakan bahwa produk yang mereka terima tidak sesuai dengan deskripsi, dengan kualitas yang sangat mengecewakan. Mereka juga menyoroti bahwa harga yang tertera tidak sebanding dengan kualitas produk yang diterima, sehingga merasa tertipu.

Pelaku usaha menguraikan kelebihan produk yang bersifat fiktif atau dibuat – buat, produk yang diterima konsumen tidak sesuai dengan yang diiklankan. Transaksi inipun juga melanggar tata cara jual beli menurut islam. [17]

Setiap konsumen pasti berharap produk yang mereka beli sesuai dengan ekspektasi mereka, namun berdasarkan hasil pengamatan bahwa pelaku usaha banyak memanipulasi terkait kualitas barang yang dijual sehingga konsumen menerima produk yang tidak sesuai kualitas aslinya dengan promosi produsen. [18]

Transaksi tersebut menimbulkan dampak yang negative bagi konsumen karena terdapat ketidakadilan yang merugikan atas salah satu pihak yang melakukan transaksi sehingga hal tersebut dilarang dalam islam. [19]

Indicator ketiga terkait waktu pengiriman atau system preorder.

Menurut konsumen dengan akun *@**p* menuliskan komentar pada salah satu market place tiktokshop. Dia menyebutkan kalau pengirimannya agak lama tapi beruntungnya produk yang diterima mempunyai kualitas produk yang bagus dan worthit.

Berdasarkan hasil pengamatan terhadap ulasan konsumen di platform TikTok Shop, salah satu pengguna dengan akun **@*p* menjelaskan bahwa waktu pengiriman produk terbilang cukup lama, namun ia merasa puas karena produk yang diterima memiliki kualitas yang baik dan sesuai ekspektasi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sistem preorder atau pengiriman yang lambat dapat menimbulkan ketidaknyamanan, kualitas produk yang memuaskan mampu menyeimbangkan ekspektasi konsumen.

Praktik gharar yang muncul dengan berbagai jenis inovasi digital. Bentuk transaksi gharar dalam transaksi pre-order Dimana tanpa kejelasan spesifikasi, pre-order merupakan bentuk transaksi Dimana konsumen belum tau kapan barangnya akan dikirim. Ketidapastian ini dapat berdampak pada kepuasan konsumen. Ketidakjelasan dalam transaksi dapat menurunkan kepercayaan konsumen terhadap platform e-commerce. Konsumen juga cenderung menghindari market place yang sering dikaitkan dengan sengketa karena ketidakjelasan dalam transaksinya. Selain itu, pelaku usaha juga mengalami kerugian akibat dari ketidakpuasan pelanggan. Pandangan ulama terkait inovasi dalam transaksi digital seperti Yusuf Qaradawi dan Muhammad Taqi Usmani yang menganggap bahwa transaksi yang berbasis teknologi dapat diterima selama tidak melanggar prinsip syariah. (Siliwangi, 2024)

Dampak gharar dalam transaksi market place.

Transaksi tidak sah secara syariah. Dimana transaksi yang mengandung unsur gharar dianggap tidak sah secara syariah (fasid) karena tidak memenuhi syarat akad. Transaksi yang mengandung gharar dapat menimbulkan ketidakpercayaan konsumen terhadap marketplace dan mencederai nilai – nilai keadilan dalam ekonomi syariah. [21]

Kerugian konsumen. Kerugian konsumen terjadi Ketika akad dalam transaksi mengandung unsur gharar. Jadi konsumen tidak mendapatkan haknya secara utuh karena membeli dalam kondisi yang tidak pasti. Transaksi yang mengandung gharar dapat merugikan secara finansial dan mengurangi rasa aman dan kepercayaan dalam bertransaksi di marketplace. [22]

Menurunnya kepercayaan konsumen. Ketika terjadi transaksi yang mengandung gharar, seperti ketidakjelasan produk, kualitas atau sistem pengiriman barang. Maka konsumen merasa tidak yakin dengan kejujuran penjual dan keamanan dalam bertransaksi. Sehingga pembeli menjadi ragu untuk bertransaksi Kembali, meninggalkan platform tersebut dan menyebarkan pengalaman buruknya kepada orang lain lewat komentar. Ini juga bisa merugikan reputasi marketplace dan menurunkan jumlah transaksi dan loyalitas pengguna. [23]

Peningkatan sengketa transaksi. Ketika terjadi transaksi yang mengandung gharar, maka sengketa penjual dan pembeli bisa terjadi. Pihak pembeli merasa dirugikan dan mengajukan klaim atau pengembalian barang. Hal tersebut dapat meningkatkan jumlah complain, memperburuk antara penjual dan pembeli serta dapat merusak reputasi marketplace. Karena bisa mengarah pada ketidakpercayaan dan ketidakpuasan pelanggan. [24]

Asimetri informasi. Hal ini terjadi Ketika penjual memberikan informasi di deskripsi secara berlebihan sehingga pembeli mengambil Keputusan berdasarkan informasi yang tidak valid, yang bisa menyebabkan pembeli menerima barang yang tidak sesuai kualitasnya dengan di deskripsi. Hal ini bisa merugikan pembeli secara finansial dan juga menurunkan kepercayaan pembeli terhadap platform atau penjual tersebut. [25]

Tidak sejalan dengan prinsip ekonomi syariah. Hal ini terjadi apabila transaksi yang mengandung gharar bertentangan dengan prinsip – prinsip dasar ekonomi islam. Dalam ekonomi islam, transaksi harus jelas, adil dan menghindari unsur penipuan atau spekulasi berlebihan. Apabila transaksi ini terus dilakukan dengan mengabaikan prinsip ini, maka sistem ekonomi syariah tidak akan berjalan dengan baik. Hal ini bisa merusak integritas pasar dan menyebabkan kerugian bagi konsumen dan juga mengurangi penerapan ekonomi syariah yang sehat dalam Masyarakat. [26]

Simpulan

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa unsur gharar dalam transaksi jual beli di TikTok Shop berpotensi memengaruhi keabsahan transaksi tersebut menurut perspektif ekonomi syariah. Gharar yang ditemukan dalam transaksi ini terutama terkait dengan ketidakjelasan informasi tentang produk, harga, dan cara pembayaran. Ketidakpastian ini dapat merugikan konsumen karena mereka tidak mendapatkan gambaran yang jelas tentang apa yang mereka beli, serta bagaimana mekanisme transaksi berlangsung.

Untuk mengatasi masalah tersebut, ada beberapa langkah yang dapat diambil. Pertama, pedagang di TikTok Shop disarankan untuk memberikan informasi yang lebih jelas dan terperinci mengenai produk yang mereka jual, mulai dari kualitas, harga, hingga syarat pembayaran. Dengan begitu, pembeli akan memiliki gambaran yang lebih pasti tentang produk yang mereka beli, dan ketidakpastian yang berpotensi menjadi gharar dapat diminimalkan.

Selanjutnya, TikTok sebagai platform dapat memperkuat regulasi terkait transaksi jual beli di platformnya, terutama yang berkaitan dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Penerapan kebijakan yang lebih ketat mengenai transparansi informasi dan kejelasan transaksi akan sangat membantu dalam mengurangi praktik yang mengandung unsur gharar. Dengan kebijakan ini, diharapkan proses jual beli di platform dapat berjalan lebih fair dan sesuai dengan kaidah syariah.

Selain itu, penting bagi kedua belah pihak—penjual dan pembeli—untuk mendapatkan edukasi mengenai transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah. Melalui pelatihan atau kampanye edukasi, penjual dapat memahami pentingnya menghindari praktik yang merugikan konsumen, sementara pembeli akan lebih bijak dalam memilih produk yang mereka beli, dengan tetap memperhatikan prinsip kejelasan dan transparansi.

Ke depannya, pengawasan terhadap transaksi online di platform e-commerce perlu ditingkatkan untuk memastikan bahwa setiap transaksi yang terjadi tetap sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Tidak hanya sebagai kewajiban agama, penerapan prinsip syariah ini juga dapat menciptakan pasar yang lebih sehat dan berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, platform e-commerce, dan pelaku bisnis untuk menciptakan ekosistem perdagangan yang lebih adil, transparan, dan bertanggung jawab. Dengan langkah-langkah konkret ini, diharapkan transaksi jual beli di TikTok Shop dan platform lainnya dapat lebih terjamin keadilannya, serta memberi manfaat lebih besar bagi masyarakat secara keseluruhan.

Daftar Pustaka.

- [1] P. Studi *Et Al.*, “Yogyakarta 2024,” 2024.
- [2] Surahmah And M. Hariani, “Pengaruh Online Customer Rating, Word Of Mouth Dan Iklan E-Commerce Terhadap Minat Beli Pakaian Pada Marketplace Tiktok Dalam Perspektif Islam,” *Jiesp: Journal Of Islamic Economics Studies And Practices*, Vol. 3, No. 1, Pp. 82–97, 2024, Doi: 10.54180/Jiesp.2024.3.1.82-97.
- [3] Atik Devi Kusuma, Lidya Zanti, Wan Elnayla Azzahra, Windi Alya Ramadhani, And Wismanto Wismanto, “Gharar Dalam Transaksi Ekonomi: Analisis Hukum Islam Dan

- Implikasinya,” *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, Vol. 2, No. 6, Pp. 140–152, Dec. 2024, Doi: 10.47861/Jkpu-Nalanda.V2i6.1413.
- [4] A. D. Kusuma, L. Zanti, W. E. Azzahra, And W. A. Ramadhani, “Gharar Dalam Transaksi Ekonomi: Analisis Hukum Islam Dan Implikasinya”, Doi: 10.47861/Jkpu-Nalanda.V2i6.1413.
 - [5] N. A. Pertiwi, I. Azzahrah, And S. Berliana, “Pemahaman Konsumen Terhadap Konsep Gharar Dalam Transaksi Online Di Market Place.”
 - [6] A. Ista, R. Ahmadul Marunta, A. Muh Taqiyuddin, And N. Amalia Ista, “Riba, Gharar, Dan Maysir Dalam Sistem Ekonomi.” [Online]. Available: <https://Ojs.Staialfurqan.Ac.Id/Jtm/>
 - [7] B. Basri, “Market Of Mechanism And Fair Pricing In Islamic: Nejatullah Siddiqi Persfpective A Study Of Modern Economic Phenomena,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 9, No. 3, P. 3771, Nov. 2023, Doi: 10.29040/Jiei.V9i3.10027.
 - [8] O. Fauziah Rachmat, “Tinjauan Hukum Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli Online Pada Tiktok Shop Dengan Sistem Capit.”
 - [9] K. Wilayah And I. D. Yogyakarta, “Mukaddimah: Jurnal Studi Islam Larangan Jual Beli Gharar: Kajian Hadist Ekonomi Tematis Bisnis Di Era Digital,” Vol. 7, No. 1, 2022.
 - [10] M. Rafif Putra, “Volume 3; Nomor 1,” *Januari*, Pp. 272–277, 2025, Doi: 10.59435/Gjmi.V3i1.1244.
 - [11] I. Novita Sari, G. Dan Maysir, And L. Ledista, “Gharar Dan Maysir Dalam Transaksi Ekonomi Islam.”
 - [12] Dani El Qori, “Transaksi E-Commerce Berbasis Market Place: Antara Akad Salam Dan Gharar Perspektif Fiqih Madzhab Syafi’i),” *Miyah: Jurnal Studi Islam*, Vol. 16, Aug. 2020.
 - [13] M. Hariani, K. Kunci, And O. Customer Rating, “Pengaruh Online Customer Rating, Word Of Mouth Dan Iklan E-Commerce Terhadap Minat Beli Pakaian Pada Marketplace Tiktok Dalam Perspektif Islam,” *Jiesp*, Vol. 3, No. 1, 2024, [Online]. Available: <http://Ejournal.Kopertais4.Or.Id/Susi/Index.Php/Jiesp/>
 - [14] M. A. N. Zamah Syari And Muhammad Abduh, “Analisis Gharar Dalam Obyek Jual Beli Online,” *Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 2, No. 1, Pp. 44–58, Apr. 2023, Doi: 10.69768/Ji.V2i1.19.
 - [15] K. Wilayah And I. D. Yogyakarta, “Mukaddimah: Jurnal Studi Islam Larangan Jual Beli Gharar: Kajian Hadist Ekonomi Tematis Bisnis Di Era Digital,” Vol. 7, No. 1, 2022.
 - [16] D. I. Nurjanah, Fitriana, R. Anisa, D. Darmawan, P. M. C. Jaweda, And Sulastri, “Konsep Gharar Dan Maisir Dalam Transaksi Ekonomi Fikih Mu’amalah,” *Al-Fiqh*, Vol. 2, No. 3, Pp. 159–166, Dec. 2024, Doi: 10.59996/Al-Fiqh.V2i3.368.
 - [17] Saifuddin; Siti Zulaeha, “Mitigasi Risiko Drop Sellingpada Pelaku Umkm Menggunakan E-Commerce(Studi Kasus: Umkm Kampoeng Snack),” 2022.
 - [18] Z. Fadhiel, “Unsur Gharar Dalam Pemberian Voucher Promo Shopee,” Vol. 3, No. 3, 2024.
 - [19] H. Shohih And R. Setyowati, “Perspektif Hukum Islam Mengenai Praktik Gharar Dalam Transaksi Perbankan Syariah,” *Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis Dan Investasi*, Vol. 12, No. 2, Pp. 69–82, Apr. 2021, Doi: 10.28932/Di.V12i2.3323.
 - [20] Siliwangi, “Analisis Kritis Terhadap Larangan Gharar Dalam Transaksi Bisnis Modern: Studi Pustaka Berbasis Literatur Fikih Muamalah”.
 - [21] J. A. Muadim, A. L. Suryamizon, J. Nazar, K. Kunci, And J. B. Online, “Dampak Hukum Bagi Pengguna Layanan Jual Beli Online Menurut Hukum Positif Dan Padangan Hukum Islam.”
 - [22] N. Rahayu, I. Agus Supriyono, And E. Mulyawan, “Pembangunan Ekonomi Indonesia Dengan Tantangan Transformasi Digital,” *Adi Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, Vol. 4, No. 1, Pp. 92–95, Dec. 2022, Doi: 10.34306/Abdi.V4i1.823.
 - [23] S. Arny, H. Daeng Mapuna, And M. Anis, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Pada Marketplace Online Lazada,” 2021.
 - [24] E. Siti Widyastuti, T. Rissa Kamila, And P. Adam Agus Putra, “Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce: Suatu Perspektif Hukum Islam,” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 2, Pp. 43–50, 2022, Doi: 10.46870/Milkiyah.V1i2.161.
 - [25] M. Sahnani, N. Ismail, And S. Al-Ayyubi, “Analisis Prinsip Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Online Shop Analysis Of Islamic Consumption Principles On Consumer Behavior In Shopping Online Shop.”
 - [26] A. Nuraini, F. Adhi Anggoro, M. Annand Yasmin, And R. Ahmad Fauzi, “Peran Fiqih Muamalah Dalam Transaksi Di Tokopedia,” 2024.