



## JUAL BELI BAJU *THRIFTING* MELALUI *LIVE* TIKTOKSHOP BERDASARKAN ETIKA BISNIS ISLAM

Debby Yunitasari

Institut Agama Islam Negeri Madura

email: debbyunita08@gmail.com

---

### Abstract

**Keywords:**

*Buying and Selling;*  
*Islamic Business Ethics;*  
*Muslim Society.*

*This study analyzes the practice of buying and selling thrift clothes through live TikTokShop and its relation to Islamic business ethics. The main objective of this research is to evaluate the sale and purchase of thrifthing clothes and its implications for the Muslim community. The research method uses a qualitative approach with a descriptive analytical research type, which focuses on aspects of the transaction such as a valid sale and purchase contract, price transparency, and marketing ethics through social media. The results show that most sellers have complied with Islamic ethical principles, such as honesty, transparent pricing, and friendly interaction with consumers. However, there are still sellers who pay less attention to the aspect of blessing in their business. Therefore, it is important for sellers to understand their moral responsibility in doing business so as not to damage their reputation and business sustainability. This research contributes to understanding how live streaming can run fairly and profitably in accordance with the principles of Islamic business ethics.*

---

### Abstrak:

**Kata Kunci:**

Jual Beli; Etika Bisnis  
Islam; Masyarakat  
Muslim.

Penelitian ini menganalisis praktik jual beli baju thrift melalui live Jual Beli; Etika Bisnis Islam; Masyarakat Muslim. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengevaluasi transaksi jual beli baju thrifthing beserta implikasinya terhadap masyarakat Muslim. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif analitis, yang berfokus pada aspek-aspek transaksi seperti akad jual beli yang sah, transparansi harga, dan etika pemasaran melalui media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar penjual sudah mematuhi prinsip-prinsip etika Islam, seperti kejujuran, harga transparan, dan interaksi ramah dengan konsumen. Namun, masih ada penjual yang kurang memperhatikan aspek keberkahan dalam bisnisnya. Oleh karena itu, penting bagi penjual untuk memahami tanggung jawab moral mereka dalam berbisnis agar tidak merusak reputasi dan keberlanjutan usaha. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana live streaming dapat berjalan secara adil dan menguntungkan sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

---

**How to Cite:** Yunitasari, D. 2025. Jual Beli Baju *Thrifthing* Melalui *Live* Tiktokshop Berdasarkan Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Implementasi (JIEI)*, Vol 2. No. 1, DOI: xxxxx

---

---

Received : 12 Desember 2024 ; Revised: 23 Desember 2024 ; Accepted: 06 Februari 2024

---



© Jurnal Ilmu Ekonomi dan Implementasi (JIEI).

JIEI is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

---

## PENDAHULUAN

Pada masa kini, berbagai kemudahan dan kecanggihan dunia *digital* membuat masyarakat dengan bebas beraktivitas dan berkomunikasi. Kemudahan akses internet telah dimanfaatkan oleh banyak orang untuk melakukan aktivitas transaksi jual beli. Sarana yang sering dijadikan wadah dalam melakukan jual beli salah satunya yakni, media sosial tiktok. Terdapat fitur *live streaming* yang dapat dijadikan sebagai aktivitas jual beli bagi para pengguna tiktok. Fitur ini menjadi tempat bagi pengguna tiktok dalam memulai kegiatan bisnis. Fenomena ini telah menciptakan peluang baru dalam industri *fashion*, khususnya dalam praktik jual beli baju *thrift*.

Pengguna tiktok, khususnya remaja suka membeli pakaian bekas yang masih layak pakai atau baju *thrift*. *Tren* baju *thrift* ini menjadi menjadi solusi bagi orang-orang yang hidup di perekonomian menengah kebawah dengan gengsi tinggi, yang sering membeli pakaian bekas karena harganya lebih murah daripada pakaian baru dengan merek yang sama (Pradana & Fikriyah, 2023). Banyak penggemar OOTD (*Outfit Of The Day*), yang menjadi inspirasi bagi banyak orang di masyarakat, percaya bahwa bergaya tidak selalu memerlukan pakaian mewah dan mahal. Namun, barang-barang tersebut dapat diperoleh ketika Anda melakukan *thrifting*, atau membeli barang bekas (Choirunnisa et al., 2024).

Berdasarkan konteks jual beli baju *thrift* melalui *live streaming* TikTok, penerapan etika bisnis islam menjadi sangat relevan untuk memastikan bahwa transaksi tersebut tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islam (Ardiansyah & Rizki, 2023). Transaksi jual beli yang sah terjadi ketika barang ditukar dengan alat tukar yang didasarkan pada persetujuan antara penjual dan pembeli sesuai dengan hukum syara' (Firdiyanti et al., 2024). Pelaku usaha harus memastikan bahwa produk yang dijual memenuhi standar kualitas dan halal sesuai dengan prinsip *syariah*.

Praktik jual beli melalui *live streaming* memberikan pengalaman interaktif bagi pembeli dan penjual. Pembeli dapat melihat produk secara langsung dan berinteraksi dengan penjual, sementara penjual dapat menjelaskan keunggulan

produk secara *real-time*. *Live streaming* memberi pelanggan kesempatan untuk mengetahui lebih banyak tentang informasi tentang produk yang mereka ingin beli, seperti bahan, *tekstur*, bentuk, dan kelebihan dan kekurangannya. Ini memungkinkan pelanggan membuat keputusan yang lebih *rasional* dan terpenuhi dengan informasi saat membuat keputusan (Ayu et al., 2023).

Interaksi yang dilakukan juga dapat menimbulkan tantangan terkait transparansi informasi dan keadilan harga. Dalam praktik *live streaming*, informasi mengenai produk harus disampaikan dengan jelas dan jujur agar pembeli dapat membuat keputusan yang tepat. Ketidakjelasan informasi dapat menimbulkan kekecewaan dan merugikan reputasi penjual. Penjual tidak hanya mementingkan keuntungan semata, tetapi harus memperhatikan aspek keberkahan. Aspek keberkahan dapat diterapkan sesuai dengan prinsip etika bisnis yang digarispawahi dalam islam.

Studi yang dilakukan oleh Desi Sofiyanti (2022) bahwa pedagang pakaian bekas di pasar Masbagik telah mengadopsi etika bisnis islami, seperti tujuan mereka untuk berdagang untuk mendapatkan uang halal dan memenuhi kebutuhan keluarga mereka. Mereka jujur, menjual barang berkualitas tinggi, menghindari memuji barang atau janji palsu, fleksibel dan bermurah hati, membangun hubungan yang baik, dan menetapkan harga yang transparan.

Selanjutnya, penelitian yang ditemukan oleh Muklisshotun (2021) juga selaras dengan penelitian sebelumnya, bahwa dalam hal penjualan, etika pedagang sebagian besar sesuai dengan etika berbisnis Islam, yang berarti bahwa pedagang melakukan penjualan secara jujur dan terbuka, murah hati terhadap pelanggan, dan tidak menyembunyikan kecacatan barang. Penelitian dari Makhudah (2022) bahwa jual pakaian bekas impor melalui akun @calamae adalah legal berdasarkan hukum Islam karena barang yang dijual telah memenuhi rukun dan syarat jual beli menurut Islam.

Pada kajian ini, akan dilakukan analisis mendalam mengenai bagaimana praktik jual beli baju *thrift* melalui *live* tiktokshop dapat diselaraskan dengan etika bisnis islam. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dampak sosial dan ekonomi dari praktik tersebut serta implikasinya terhadap masyarakat Muslim. Dengan pendekatan ini, diharapkan para pelaku usaha dapat lebih sadar akan tanggung jawab moral mereka dalam menjalankan aktivitas ekonomi sesuai dengan ajaran agama.

## LANDASAN TEORI

### JUAL BELI

Jual beli dalam bahasa Arab disebut al-bai, dan etimologinya berarti pertukaran barang (Syafe'i, 2001). Secara bahasa, jual beli adalah pertukaran barang dengan barang lain dengan cara saling meridhoi atau pemindahan hak milik bersama dengan penggantinya dengan cara yang diizinkan (Safira & Fatriansyah, 2020). Proses jual beli terjadi ketika kedua belah pihak melakukan transaksi pertukaran barang bernilai secara sukarela tanpa paksaan.

Para ulama fikih setuju bahwa kerelaan kedua pihak adalah komponen utama transaksi. Ijab kabul yang dilakukan menunjukkan kerelaan kedua pihak. Mereka berpendapat bahwa dalam transaksi yang bersifat mengikat kedua pihak, ijab kabul harus diungkapkan secara jelas. Pembeli memiliki barang yang dibeli, dan penjual memiliki uang atau nilai setelah ijab kabul diucapkan dalam akad jual beli (Jamaluddin et al., 2022).

### THRIFTING

Menurut Oktawiningsih (2023) *thrifting* didefinisikan sebagai kegiatan jual beli barang bekas dengan tujuan melakukan penghematan atau menggunakan uang secara *efisien*. Istilah "thrifty" berasal dari kata "trive", yang berarti berkembang atau maju, dan "thrifty" berarti cara menggunakan uang dan barang dengan baik dan efisien (Aeni, 2024). Barang thrift tidak selalu 100% utuh, beberapa masih terlihat bagus. Walaupun pakaian thrift ini sebagian besar adalah pakaian sisa impor dari berbagai negara dengan model yang lebih baru daripada pakaian dalam negeri, barang yang dijual sangat beragam. Orang-orang yang beruntung dapat menemukan barang-barang bermerek, bahkan edisi terbatas, yang sudah tidak dibuat lagi oleh pabrik. Beberapa merek terkenal seperti Channel, Balenciaga, Gucci, dan Puma, antara lain, dapat dibeli dengan harga yang sangat rendah (Fadila et al., 2023).

### ETIKA BISNIS ISLAM

Istilah "etika" berasal dari kata Yunani "ethikos", yang berarti "menganalisis ide-ide tentang aturan yang baik atau buruk." Aplikasi ke dalam watak atau tindakan moral, secara penuh bertanggung jawab. Dalam Al-Qur'an, kata yang paling sering digunakan untuk bisnis adalah Al-Tijarah, Al-Bai', Tadayantum, dan Isytara. Namun, kata ini berasal dari kata Arab tajara, tajran wa tijarata, yang berarti berdagang atau berniaga. Menurut Ar-Raghib Al-Asfahani dalam Al-Mufradat Fi

Gharib Al-Qur'an, "At-Tijarah" berarti mengelola harta benda dengan tujuan mendapatkan keuntungan (Koni, 2017).

Etika bisnis dalam Islam adalah aturan dalam menjalankan usaha manusia untuk mencari keridhaan Allah SWT. Bisnis yang dilakukan bertujuan untuk tujuan jangka pendek dan jangka panjang, yaitu tanggung jawab sosial dan masyarakat terhadap masyarakat, negara, dan Allah SWT. Prinsip etika bisnis yang menjadi panduan dalam bertransaksi, yakni:

1. Kejujuran

Allah Berfirman, "Celakalah bagi orang-orang yang curang (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka meminta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi" (QS. Al-Muthaaffin:1-3). Dengan kejujuran dalam berbisnis akan menimbulkan kepercayaan terhadap pembeli. Hal ini penting bagi penjual untuk memberikan informasi secara terbuka mengenai produk yang dijual.

2. Menjual barang yang baik mutunya (quality)

Artinya dalam berbisnis, tidak menyembunyikan mutu atau cacat barang dagangannya, karena hal ini akan mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Padahal, dalam dunia bisnis, tanggung jawab pelaku bisnis terhadap mitranya dengan memberikan pelayanan dan barang dagangan yang memuaskan serta tidak merugikan pihak lain (Mufid, 2018). Dalam live streaming baju thrift, penjual harus menjelaskan secara detail terkait kecacatan produk, misal warna luntur, hilangnya kancing, atau sedikit sobek.

3. Dilarang menggunakan kata sumpah

Hal ini dilakukan untuk meyakinkan pembeli dengan menggunakan sumpah bahwa barang yang dijual benar-benar memuaskan, padahal kenyatannya tidak demikian. Nabi bersabda, "Sumpah itu melariskan dagangan tetapi menghapus keberkahan" (HR. Abu Dawud). Biasanya, penjual meyakinkan produk dengan embel-embel kata sumpah bahwa harga sebanding dengan kualitas yang dijual daripada di lapak sebelah. Konteks tersebut tidak dibenarkan dalam islam.

4. Menetapkan harga dengan transparan

Menetapkan harga harus dilakukan secara wajar dan transparan. Ini juga dibutuhkan sikap jujur dan amanah dalam praktik berbagai transaksi dalam aktivitas bisnis. Jika tidak terjadi transparansi akan menimbulkan unsur penipuan. Penjual baju thrifthing biasanya tidak ada patokan atau standar dalam

penetapan harga, sehingga mereka dengan suka hati menetapkan harga sesuai dengan yang mereka inginkan. Terdapat pula yang menetapkan harga sesuai dengan kualitas produk atau mengikuti harga pasar. Hal demikian penting untuk menerapkan transparansi harga sehingga tercipta keadilan.

#### 5. Bermurah hati atau ramah terhadap pelanggan

Penting dalam melayani konsumen, penjual memiliki sikap ramah, murah senyum sehingga mendorong kedekatan diantara penjual dan pembeli. Melalui live streaming, penjual dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diberikan pelanggan secara langsung melalui komen dengan senang hati, serta suasana yang ramah dalam transaksi.

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif analitis, yang bertujuan untuk mengevaluasi praktik jual beli baju *thrifting* melalui TikTokShop berdasarkan etika bisnis Islam. Fokus penelitian terletak pada transaksi jual beli di live TikTokShop, dengan menilai aspek-aspek seperti proses akad jual beli yang sah menurut syariah, transparansi harga, serta etika dalam pemasaran produk melalui media sosial. Pendekatan *maqashid syariah* akan diterapkan untuk mengevaluasi kesesuaian transaksi dengan prinsip-prinsip dasar Islam, seperti keadilan, kejujuran, dan kepatuhan terhadap etika bisnis Islam (Sahroni & Karim, 2017). Data yang digunakan dalam pengumpulan data, mencakup referensi dengan menggunakan sumber pustaka (buku, media, internet, hasil penelitian yang dipublikasikan). Penelitian ini juga mengutamakan pemahaman terhadap fenomena yang terjadi dalam kehidupan sosial masyarakat secara mendalam (Sugiyono, 2012).

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Praktek Transaksi Jual Beli Baju *Thrifting* melalui *Live* Tiktokshop**

Era *digital* saat ini, transaksi jual beli baju *thrift* melalui *live streaming* TikTok telah menjadi salah satu metode yang *populer* di kalangan masyarakat, terutama di kalangan generasi muda, karena *platform* ini memungkinkan penjual untuk berinteraksi secara langsung dengan calon pembeli, memberikan pengalaman berbelanja yang lebih interaktif dan menarik. Salah satu aspek kunci dari praktik ini adalah bagaimana penjual menjelaskan detail produk kepada audiens mereka, yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian.

Jual beli baju *thrifting* biasanya mempromosikan baju sesuai urutan yang telah digantung atau ditata. Biasanya penjual juga memberikan kesempatan kepada pembeli untuk mencari baju yang mereka inginkan, tanpa harus menunggu antrian baju yang di jelaskan. Penjual mengatakan “Mau cari baju seperti apa kakak, silahkan komen”. Setelah itu, penjual akan menjelaskan deskripsi baju dalam menarik perhatian pembeli, penjual akan memberikan informasi dengan jelas, termasuk jenis kain atau material yang digunakan, seperti katun, polyester, atau bahan lainnya. Misalnya, penjual dapat mengatakan, “Bahannya adem, tidak menerawang, terdapat bulu halus tipis”. Selain itu, ukuran juga perlu dicantumkan dalam transaksi pakaian sehingga pembeli dapat memilih ukuran dengan tepat sesuai dengan bentuk tubuhnya, selain menyebutkan ukuran dalam format standar (S, M, L), penjual juga sebaiknya memberikan dimensi spesifik seperti lingkaran dada dan panjang baju, contohnya, “Lingkaran dada 95 cm dan panjang baju 60 cm ya kakak, cocok untuk dipakai yang berat badannya 45-55 cm”.

Penjual juga akan mengkonfirmasi terkait kondisi fisik produk, dikarenakan baju *thrifting* merupakan barang bekas, sehingga penjual akan menyampaikan apakah ada cacat atau tanda pemakaian yang terlihat, misalnya: “Bajunya ada transfer warna sedikit, resletingnya bisa di *adjust* (diatur), ada sedikit robek di bawah baju, *like new* (seperti baru), ada noda sedikit seperti kena tinta”. Penjual yang menggunakan *filter* (efek kamera) juga perlu menjelaskan pada konsumen, supaya konsumen bisa membedakan warna asli dan warna yang terkena *filter*. Penjual mengatakan, “kak ini aku pakai filter ya, jadi warnanya berbeda sedikit dari warna aslinya, ini bajunya warna orange gitu, tapi karena terkena *filter* jadi terlihat lebih tua hampir mirip peach”. Transparansi mengenai kondisi barang akan membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli serta mengurangi potensi kekecewaan setelah transaksi dilakukan. Penjual juga harus menyebutkan harga dengan jelas dan menjelaskan nilai dari produk tersebut dibandingkan dengan harga pasar, hal ini penting untuk menunjukkan bahwa pembeli mendapatkan penawaran yang baik, seperti “Harganya 35rb aja ya kak, karena barang ini php (orang meng-*cancel* pembelian), aku turunkan harganya menjadi 30rb saja, minusnya cuma ada transfer warna sedikit, tetapi kainnya adem, tidak menerawang, harganya juga jauh lebih murah dari *thrifting* lain”.

Penjual juga akan menyoroti aspek-aspek unik dari setiap item *thrift* yang dijual, seperti merek terkenal atau desain langka yang tidak mudah ditemukan di pasaran.

Selain itu, memberikan informasi tentang cara merawat pakaian sangat penting agar pembeli tahu bagaimana menjaga kualitas barang setelah dibeli. Penjual bisa menjelaskan cara mencuci dan merawat pakaian dengan benar, contohnya: “Ini mereknya dari zara, kapan lagi ada zara semurah ini”, “Mereknya dari Gugu ya kakak, cakep banget, cocok dipake OOTD-an”, “Ada sedikit noda di lengannya, tapi jangan khawatir ini noda-noda tinta, jadi bisa dihilangin dengan cara merendam baju dengan vanish”. Penjual akan men-*smat*kan chat pelanggan yang menampilkan testimoni atau ulasan dari pembeli sebelumnya juga dapat meningkatkan kepercayaan calon pembeli terhadap produk yang ditawarkan penjual bisa menyebutkan bahwa banyak pelanggan puas dengan kualitas barang yang dibeli dan memberikan rekomendasi positif sebagai bukti sosial yang kuat, seperti “Terimakasih ya kak, barangnya sudah sampai, bagus-bagus banget sesuai dengan harganya”

Jika ada promosi atau diskon tertentu, penjual akan menginformasikannya selama *live streaming* untuk menarik perhatian lebih banyak pembeli; misalnya: “Buruan yang belum *check out* segera *check out* dulu, karena lagi ada *diskon* 10% minimal pembelian 60.000”. Selama *live streaming*, penjual harus aktif berinteraksi dengan *audiens*, menjawab pertanyaan secara langsung mengenai produk yang dijual, interaksi ini meningkatkan keterlibatan *audiens* dan menciptakan pengalaman belanja yang lebih personal.

Penjual juga akan menjelaskan kebijakan pengiriman agar pembeli merasa aman saat bertransaksi, sebelum melakukan *payment*, konsumen akan disuruh mengetikkan *clue* yang diberikan oleh penjual, hal ini agar penjual tidak kebingungan baju mana yang dibeli; contohnya: “Yang mau baju ini, ketik *cluenya*: baju liris” dengan *clue* yang pertama muncul di komentar, maka orang tersebut yang berhak membeli baju tersebut. Setelah itu, pembeli akan melakukan konfirmasi melalui WA dan *Check Out* melalui Shopee “Kakak Guni segera konfirmasi ke WA ya, atau langsung saja *check out* di shopee, segera *payment* ya kakak, gaada konfirmasi 5 menit, barang saya *cancel*” Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi konsumen yang PHP, hanya saja ikut mengetik *clue*, tetapi tidak melakukan *payment*. Bagi konsumen yang niat belanja, tetapi tidak tau cara membelinya, penjual akan menjelaskan secara detail dan telaten supaya bisa memberikan pelayanan yang maksimal, misal “Kakaknya bisa ikutin *clue* baju yang diberikan admin, nanti kakak ketik *clue* tersebut di komentar, jikalau *clue* yang diketik kakak berada di urutan pertama di hp

admin, artinya kakak yang berhak membeli baju tersebut, kakak bisa chat konfirmasi ke nomer WA di bio, nanti admin akan memberikan panduan *paymentnya*”.

Memperhatikan semua aspek tersebut saat menjelaskan detail produk selama *live streaming*, transaksi yang dilakukan sah, sesuai dengan hukum islam, artinya penjual dan pembeli sepakat untuk melakukan transaksi jual beli. Pembeli sepakat dengan melakukan *payment*, setelah konfirmasi melalui whatsapp. Penjual juga tidak memaksa calon konsumen untuk membeli, jika tidak terdapat konfirmasi melalui whatsapp, artinya penjual dapat meng-*cancel* produknya. Hal ini, pembeli bebas sesuai kehendaknya dalam melakukan pembelian.

### **Analisis Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Baju *Thrifting* melalui *Live* Tiktokshop**

Praktik jual beli baju *thrift* melalui platform *digital* seperti TikTok Shop telah menjadi fenomena yang menarik, terutama di kalangan generasi muda. Dengan kemudahan akses dan interaksi yang ditawarkan oleh fitur *live streaming*, penjual dapat menjelaskan produk secara langsung kepada *audiens*. Namun, dalam konteks ini, penting untuk menganalisis praktik tersebut dari sudut pandang etika bisnis Islam, yang mengatur transaksi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah untuk mencapai kemaslahatan dan menghindari kemudharatan. Prinsip etika bisnis islam, yakni:

#### **1. Kejujuran**

Dalam praktik jual beli baju *thrift*, penjual harus memberikan informasi yang akurat mengenai produk yang dijual, termasuk kondisi barang, ukuran, dan harga. Ketidakjujuran dapat mengakibatkan kerugian bagi pembeli dan merusak reputasi penjual. Oleh karena itu, penjual di TikTok Shop harus transparan dalam menjelaskan detail produk agar tidak menimbulkan kekecewaan setelah transaksi. Kejujuran ini bukan hanya mencerminkan integritas penjual tetapi juga membangun kepercayaan yang diperlukan untuk hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Menurut riwayat Muhammad bin Samak dari Yazid bin Abi Ziyad dari Al-Musayyabbin Rafi' dari Abdullah bin Mas'ud, Nabi Muhammad SAW bersabda, "Jangan membeli ikan yang ada di dalamnya." Dengan kata lain, membeli barang bekas di toko barang bekas diperbolehkan selama produk tersebut diungkapkan secara menyeluruh saat pembelian dan kedua belah pihak harus diberitahu tentang adanya cacat (Alwi & Sakka, 2024).

Beberapa penjual baju thrift melalui live tiktok telah memenuhi kriteria kejujuran, karena mereka lebih mengedepankan loyalitas pelanggan daripada keuntungan besar. Penjual akan memberikan informasi dengan jelas terkait produk akan di transaksikan. Sebagian penjual juga ada yang memperhatikan kesehatan konsumen dengan cara mencuci atau melaundry baju yang telah memasuki tahap sortir (layak jual) sehingga tidak merugikan konsumen. Penjual juga akan mengkonfirmasi bahwa baju yang dijual juga telah bersih, wangi dan juga bebas dari bakteri. Tetapi terdapat beberapa penjual yang tidak memperhatikan hal itu, dikarenakan hal tersebut akan mengurangi jumlah keuntungannya untuk biaya laundry, sehingga mereka langsung menjual baju yang diambil dari karung ball tanpa memperhatikan kesehatan konsumen. Hal ini akan melanggar etika bisnis islam, dikarenakan akan merugikan pihak konsumen, dengan terkontaminasinya penyakit dikarenakan jamur atau bakteri yang terkandung dalam baju *thrift*.

## 2. Menjual barang yang baik mutunya (Quality)

Kualitas produk adalah elemen penting dalam etika bisnis Islam. Penjual baju *thrift* harus memastikan bahwa barang yang ditawarkan dalam kondisi baik dan layak pakai. Jika produk memiliki cacat atau kerusakan, penjual harus menginformasikannya kepada pembeli sebelum transaksi dilakukan. Hal ini tidak hanya mencerminkan integritas penjual tetapi juga membantu membangun kepercayaan dengan pelanggan. Kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali berbelanja.

Pasal 8 Ayat (2) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menetapkan bahwa pelaku usaha dilarang menjual barang yang rusak, cacat, atau bekas dan tercemar tanpa memberikan informasi yang lengkap dan benar tentang barang tersebut. Tujuan dari larangan ini adalah untuk melindungi konsumen dari barang dan/atau jasa yang tidak layak edar, termasuk pakaian bekas impor. Pelaku usaha tidak diperbolehkan untuk memperdagangkan barang yang rusak, cacat, atau bekas (Ray et al., 2024).

Tanggung jawab sosial juga merupakan bagian penting dari etika bisnis Islam. Pelaku usaha diharapkan untuk memperhatikan dampak sosial dari kegiatan usahanya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Dalam konteks *thrifting*, penjual baju *thrift* di TikTok Shop sebaiknya mempertimbangkan bagaimana mereka dapat berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan dengan

mempromosikan penggunaan kembali pakaian bekas. Ini sejalan dengan prinsip-prinsip syariah yang mendorong umat Islam untuk menjaga lingkungan dan berkontribusi pada masyarakat.

*Live* tiktok banyak dimanfaatkan oleh pelaku bisnis *thrifting* terutama baju. Baju yang ditawarkan masih terlihat layak pakai, terkadang terdapat beberapa baju yang sudah usang sehingga tidak pantas untuk dijual. Biasanya barang yang cacat akan di obral lebih murah, sehingga tetap menghasilkan untung, tetapi ada juga yang dijadikan sebagai *give away*, supaya lebih bermanfaat. Sebagian penjual *thrifting* tidak mengetahui harga pasar, sehingga barang yang memang seharusnya dijual dengan harga yang relative murah, dijual mahal, meskipun tidak ada cacat, hanya saja modelnya sudah tidak *fashionable* lagi. Hal ini membuat konsumen merasa kurang adil dalam memberikan harga yang akan membuat rusaknya reputasi toko.

### 3. Dilarang menggunakan kata sumpah

Berdasarkan konteks jual beli, terutama dalam praktik baju *thrift* melalui *platform* seperti TikTok Shop, penggunaan kata "sumpah" untuk meyakinkan pembeli sangat tidak dianjurkan dalam Islam. Hal ini dikarenakan penggunaan sumpah palsu dapat mengakibatkan hilangnya keberkahan dalam transaksi, meskipun penjual mungkin mendapatkan keuntungan secara finansial. Pedagang tidak boleh menipu konsumen dengan membuat sumpah, apakah itu benar atau tidak benar, atau dengan menggunakan bahasa yang dibesar-besarkan atau dibuat-buat yang membuat pelanggan ingin membeli, padahal itu hanyalah "pernyataan kosong" Dalam proses penjualan, mengutamakan kejujuran akan menghasilkan keberkahan. Sebaliknya, jika kita berperilaku tidak jujur atau berbohong dengan bersumpah palsu, keberkahan akan hilang (Shofya Humaira Siti Salma, 2023)

Sumpah yang tidak jujur dapat membawa konsekuensi serius bagi penjual. Dalam hadis yang diriwayatkan oleh Imam Muslim, Rasulullah SAW menyebutkan bahwa ada tiga golongan manusia yang tidak akan diajak bicara oleh Allah pada hari kiamat, salah satunya adalah mereka yang menjual barang dagangannya dengan sumpah dusta. Ini menunjukkan bahwa tindakan tersebut tidak hanya merugikan dari segi moral, tetapi juga dapat berdampak pada kehidupan akhirat seseorang.

Salah satu alasan mengapa penjual bisa mengalami kerugian jika menggunakan dalih sumpah adalah karena ketidakjujuran dapat merusak reputasi mereka. Jika pembeli merasa tertipu karena informasi yang diberikan tidak akurat atau menyesatkan, mereka tidak hanya akan menghindari pembelian di masa depan tetapi juga dapat menyebarkan pengalaman negatif mereka kepada orang lain. Selain itu, penggunaan sumpah palsu dapat menyebabkan penjual kehilangan keberkahan dalam usaha mereka. Meskipun mungkin terlihat menguntungkan dalam jangka pendek, tanpa keberkahan, usaha tersebut berpotensi gagal atau tidak memberikan hasil yang diharapkan.

Kegiatan jual beli baju *thrift* melalui tiktokshop, sebagian besar penjual mengatakan dengan jujur terkait produknya, tanpa ada dalih kata sumpah. Penjual juga meyakinkan produk yang dijual memiliki kualitas harga yang terjangkau sesuai dengan *realnya*, tanpa ada menampakkan kata sumpah. Penjual *thrift* di tiktokshop akan bersaing mencari pelanggan dengan menciptakan lingkungan yang positif, sehingga tidak adanya kata-kata kasar atau kata sumpah dalam meyakinkan pelanggan.

#### 4. Harga Transparan

Transaksi jual beli harus dilakukan berdasarkan kesepakatan antara kedua belah pihak tanpa adanya unsur paksaan. Penjual dan pembeli harus sepakat mengenai harga dan syarat-syarat lainnya sebelum melakukan transaksi. Dalam konteks TikTok Shop, interaksi langsung selama *live streaming* memungkinkan penjual untuk menjelaskan dan bernegosiasi dengan pembeli secara adil. Hal ini menciptakan suasana yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Penjual juga perlu memastikan bahwa semua transaksi dilakukan secara sah dan sesuai dengan hukum syariah. Dengan demikian, pelaku usaha dapat menjaga integritas bisnis mereka dalam menjalankan aktivitas ekonomi.

Baju *thrift* yang dijual melalui *live* tiktokshop sebagian besar telah sesuai dengan harga yang ditawarkan dengan membandingkan kondisi fisik baju dan merek. Hal ini memastikan konsumen mempunyai gambaran terkait baju yang diinginkan dengan harga yang sesuai. Terdapat pula penjual yang membuka tawar menawar bagi konsumen yang ingin membeli, sehingga tercipta kesepakatan. Meskipun terdapat pula penjual yang memanfaatkan *trend* baju yang lagi *hype* dengan menaikkan harga, disamping terdapat cacat barang sedikit dengan dalih bisa di jahit atau diperbaiki. Sebagian konsumen juga tidak akan

tahu harga untuk model yang lagi *hype* yang terjual dipasaran, sehingga akan membuat konsumen memutuskan untuk membeli. Hal demikian juga dapat melanggar etika bisnis dalam islam, karena penjual memanfaatkan kata “trend” yang akan merugikan pihak konsumen.

#### 5. Bermurah hati atau ramah terhadap pelanggan

Interaksi positif antara penjual dan pembeli sangat penting dalam etika bisnis Islam. Melalui *platform* TikTok Shop, penjual memiliki kesempatan untuk membangun hubungan baik dengan pelanggan melalui komunikasi yang efektif selama *live streaming*. Dengan menjawab pertanyaan dan mendengarkan masukan dari pelanggan, penjual dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan menciptakan pengalaman belanja yang lebih baik. Interaksi ini juga memungkinkan penjual untuk memahami kebutuhan pelanggan dengan lebih baik. "Allah berbelas kasih kepada orang yang murah hati ketika ia menjual, membeli, atau menuntut hak (menagih)" (HR. Bukhari). Menurut Veithzal Rivai (2012) dalam (2015) Rasulullah SAW menganjurkan para pedagang untuk selalu bermurah hati saat melakukan jual beli.

Selama sesi *live streaming*, penjual baju *thrifting* di tiktok turut aktif berinteraksi dengan penonton, menjawab pertanyaan dan memberikan rekomendasi berdasarkan preferensi mereka. Dengan pelayanan yang ramah, konsumen akan lebih senang dan tertarik untuk terus melakukan pembelian ulang. Membuat orang lain senang atau nyaman dengan apa yang mereka berikan, termasuk perilaku yang baik, dan memberikan kebahagiaan kepada orang lain akan memberikan nilai positif pada diri sendiri, yang akan berdampak pada bisnis yang dijalankan dan menciptakan kesan di media sosial (Wati et al., 2021).

Penjual baju *thrif* di *live* tiktok telah menunjukkan sikap yang ramah dan murah senyum, terkadang ada juga yang sambil bercanda gurau dengan membaca komen-komen yang lucu serta semangat yang tinggi dengan menunjukkan nada suara yang keras serta unik. Dengan demikian, analisis etika bisnis Islam dalam jual beli baju *thrift* melalui TikTok Shop menunjukkan bahwa pelaku usaha memiliki tanggung jawab moral untuk menjalankan praktik bisnis yang adil, transparan, dan bertanggung jawab sosial. Ini tidak hanya akan meningkatkan reputasi mereka di mata konsumen tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat luas serta lingkungan sekitar.

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang ditemukan, bahwa sebagian besar penjual baju *thrifting* melalui *live* tiktokshop telah sesuai dengan etika bisnis dalam islam, mencakup kejujuran, tidak manipulasi, tidak menggunakan kata sumpah, harga transparan, serta ramah terhadap konsumen. Dengan melakukan prinsip dasar etika bisnis islam tersebut, penjual maupun pembeli tidak ada yang dirugikan, sehingga akan menciptakan lingkungan bisnis yang positif. Secara keseluruhan, dengan memperhatikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam ini, praktik jual beli baju *thrift* melalui *live streaming* dapat berjalan secara adil dan bermanfaat bagi kedua belah pihak, menciptakan pengalaman belanja yang positif dan menguntungkan bagi konsumen, serta menjaga keberkahan dalam usaha penjual. Meskipun terdapat beberapa penjual baju *thrift* yang masih belum mengetahui atau tidak mau tahu tentang prinsip etika islam dalam berbisnis. Hal ini karena penjual masih mengharapkan keuntungan semata tanpa memperlihatkan aspek keberkahan di dalamnya. Dengan demikian, hal tersebut dapat melanggar prinsip etika bisnis dalam islam.

Peneliti berharap penjual baju *thrift* melalui *live* tiktokshop menyadari akan tanggung jawab dalam berbisnis agar tidak merusak reputasi bisnis dan keberlanjutan usaha di masa depan. Pembeli juga berhati-hati sebelum melakukan pembelian, ada baiknya untuk *cross check* produk melalui *review* pembeli yang lain. Pentingnya literasi bagi penjual sebelum memulai bisnis baju *thrifting* agar tidak meninggalkan dampak negatif bagi ekonomi dan lingkungan yang akan melanggar etika bisnis. Saran untuk peneliti selanjutnya dapat memberikan kontribusi komprehensif bagaimana *live streaming* ini dapat mempertahankan keberlanjutannya dalam mengedepankan kejujuran, kualitas barang, dan interaksi yang adil antara penjual dan pembeli dalam konteks *digital* serta hukum yang sesuai dengan pasar *digital* yang terus berkembang sehingga tidak lagi menimbulkan dampak negatif di dalamnya.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Aeni, S. N. (2024). *Thrift adalah Jual Beli Barang Bekas, Begini Penjelasanannya*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/ekonopedia/istilah-ekonomi/62c797ac09189/thrift-adalah-jual-beli-barang-bekas-begini-penjelasanannya>
- Alwi, Z., & Sakka, A. R. (2024). *Jual Beli Thrift Online Dikalangan Anak Muda Dalam Perspektif Islam*. 09(02), 269–280. <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i02.1374>
- Ardiansyah, & Rizki, M. (2023). Relevansi Maqashid Syariah terhadap kebijakan larangan impor pakaian bekas. *Jurnal TAHKIM*, 06(02), 55–77.
- Ayu, A., Sari, P., Alhada, M., & Habib, F. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live Streaming Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen ( Studi Kasus Thrift Shop di Kabupaten Tulungagung ). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 41–58. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8280759>
- Choirunnisa, W. H., Noviyanti, T. A., & Wigati, S. (2024). Analisi Hubungan antara Laba dan Tujuan Ekonomi Syariah Kontemporer. *Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 14(1).
- Desi Sofiyanty Fairuz, Sahri, S., & Huzaini, M. (2022). a Etika Bisnis Dan Kesejahteraan Pedagang Pakaian Bekas Di Pasar Tradisional Masbagik Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2), 173–187. <https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v7i2.1273>
- Fadila, N. N., Alifah, R., Faristiana, A. R., Puspita Jaya, J., & Timur, J. (2023). Fenomena Thrifting Yang Populer Dikalangan Mahasiswa. *Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan*, 1(3), 278–291. <https://doi.org/10.55606/lencana.v1i3.1836>
- Firdiyanti, S. I., Saifullah, M., Muyassarrah, M., & AR, F. Y. (2024). Etika Bisnis dalam Islam: Dampak dan Analisis Jual Beli Thrifting. *OIKONOMIKA: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 5(1), 12–27. <https://doi.org/10.53491/oikonomika.v5i1.1176>
- Izzah, N., & Fauziah, N. I. (2024). *analisis praktik jual beli pakaian bekas pada akun tiktok @dthrift12 menurut pandangan hukum ekonomi syariah*. 8(1), 181–198.
- Jamaluddin, J., Nurhayda, A., & Erviana, A. (2022). Jual Beli E-Commerce Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *El-Fata: Journal of Sharia Economics and Islamic Education*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/10.61169/el-fata.v1i1.1>
- Koni, W. (2017). Etika Bisnis Dalam Ekonomi Islam. *Al-Buhuts*, 13(2), 75–89. <https://doi.org/10.30603/ab.v13i2.896>

- Makhudah, K. (2022). Perspektif Ekonomi Islam Pada Jual Beli Pakaian Bekas Impor. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 5(3), 168–179.
- Mentari Septynaputri Widodo. (2024). Pengaruh Impulse Buying Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Bisnis Terapan*, 8(1), 36–44. <https://doi.org/10.24123/jbt.v8i1.6395>
- Mufid, M. (2018). *Maqashid Ekonomi Syariah*. Empatdua Media.
- Muklisshotun, & Noho, M. D. H. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Impor Ditoko Sandang Murah Bojonegoro. *Irtifaq*, 8(2), 111–121.
- Oktawiningsih, E., Saifudin, A. G., Abdurrahman, U. K. H., & Pekalongan, W. (2023). Fenomena Thrifting terhadap Gaya Hidup Mahasiswa. *Jurnal Sahmiyya*, 2(2), 348–353.
- Pradana, M. A. Z., & Fikriyah, K. (2023). Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Impor Pada Potvashion Sidoarjo. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 6(2), 150–159. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Ray, S., Das, J., Pande, R., & Nithya, A. (2024). Analisis pelanggaran etika bisnis: studi kasus perdagangan pakaian bekas impor ilegal terhadap pengusaha thrifting. 10(15), 195–222. <https://doi.org/10.1201/9781032622408-13>
- Safira, D., & Fatriansyah, A. I. A. (2020). Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Hasil Kajian Dan Penelitian Dalam Bidang Keislaman Dan Pendidikan*, 5(1), 53–68.
- Sahroni, O., & Karim, adiwarman a. (2017). *Maqashid bisnis & keuangan islam, sintesis fikih dan ekonomi*. rajawali pers.
- Shofya Humaira Siti Salma. (2023). Larangan Bersumpah Palsu Dalam Jual Beli Perspektif Hadits Ahkam. *Al-Ibanah*, 8(1), 49–58. <https://doi.org/10.54801/ibanah.v8i1.159>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R & D*. Alfabeta.
- Syafe'i, R. (2001). *Fikih Muamalah*. Pustaka Setia.
- Toriquddin, M. (2015). Etika pemasaran perspektif al-quran dan relevansinya dalam perbankan syari'ah. *De Jure: Journal of Law and Shari'a*, 7(2), 116–125.
- Wati, D., Arif, S., & Devi, A. (2021). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 141–154. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.654>