E-ISSN 3064-6014
JURNAL
EKONOMI ISLAM, AKUNTANSI, DAN MANAJEMEN

Transformasi Bisnis Digital: Strategi Pemasaran Aplikasi Tiktok Dalam Perspektif Islam

Digital Business Transformation: Marketing Strategy Of Tiktok App In Islamic Perspective

Cindy Ariza Hasibuan [1)]
[1)] ***Universitas Islam Negeri Sumatera Utara***
Email: [1)] **Cindyariza67@gmail.com**

How to Cite :
Hasibuan , A, C. (2025). Transformasi Bisnis Digital: Strategi Pemasaran Aplikasi Tiktok Dalam Perspektif Islam. Jurnal Ekonomi Islam, Akuntansi, dan Manajemen. 1(2). DOI: https://doi.org/10.70963/jeiam.v1i2

ARTICLE HISTORY
Received [24 Oktober 2024]
Revised [15 Januari 2025]
Accepted [18 Januari 2025]

KEYWORDS
Digital Business, Marketing, Strategy.

This is an open access article under the CC–BY-SA license

ABSTRAK

Manusia berperan sebagai khalifah Allah Swt di bumi ini untuk menata dan memelihara bumi sebaik-baiknya seperti halnya allah menciptakan alam raya ini. Dengan demikian manusia harus bisa merangkul dengan seimbang perkembangan dunia dari zaman ke zaman, Seperti Perkembangan IPTEK di era globalisasi ini. Dengan demikian tujuan penulisan ini ialah untuk menyampaikan informasi ke khalayak umum mengenai perkembangan fasilitas bisnis digital yang mempermudah dalam mencapai suatu hal yang diinginkan khususnya dalam mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam kegiatan e-commerce TikTok sebagai sarana promosi produk atau jasa berlandaskan islami. Dengan memanfaatkan website Perpustakaan Nasional Indonesia dan mesin pencari Google Scholars untuk penelitian kepustakaan merupakan metode penelitian ini. Hasil penelitian ini memberitahukan mengenai Aplikasi TikTok selain bisa digunakan sebagai sosial media dalam kehidupan sehari-hari, TikTok juga memberikan fitur tambahan untuk menghasilkan uang dengan berniaga di aplikasi tersebut dengan menggunakan berbagai cara strategi pemasaran berdasarkan syariah islam.

ABSTRACT

Humans act as khalifah of Allah Swt on this earth to organise and maintain the earth as well as possible as God created this universe. Thus humans must be able to embrace with balance the development of the world from era to era, such as the development of science and technology in this era of globalisation. Thus the purpose of this writing is to convey information to the general public about the development of digital business facilities that make it easier to achieve a desired thing, especially in knowing how marketing strategies in TikTok e-commerce activities as a means of promoting products or services based on Islam. By utilising the National Library of Indonesia website and Google Scholars search engine for library research is the method of this research. The results of this study tell us about the TikTok application besides being able to be used as social media in everyday life, TikTok also provides additional features to make money by trading in the application using various marketing strategies based on Islamic sharia.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi saat ini memiliki dampak yang signifikan baik pada masa kini maupun masa depan. Manusia harus dapat menerima perubahan yang dibawa oleh globalisasi secara seimbang. Akibatnya, manusia sebagai makhluk sosial harus mampu mengimbangi perkembangan tersebut dengan terus berinovasi agar tetap kompetitif. Bagi suatu Organisasi atau kelompok Teknologi informasi guna untuk mencapai keuntungan kompetitif, sedangkan bagi individu, informasi berguna untuk kepentingan individual saja. Perkembangan di dunia ini memberikan dampak perekonomian dalam kehidupan masyarakat di berbagai sektor.

Seperti di sektor industry, sektor pertanian, sektor teknologi dan informasi dan lain sebagainya. Pengaruh perkembangan teknologi khususnya di sector teknologi dan informasi. Untuk situasi ini,

semuanya diselesaikan melalui inovasi data dan korespondensi serta kerjasama dan kolaborasi korespondensi antar masyarakat dan asosiasi melalui inovasi ini. Informasi dipertukarkan, disimpan, diproses, dan ditransmisikan menggunakan teknologi. Akibatnya, sebuah aplikasi yang dikenal sebagai e-commerce, yang menghubungkan bisnis, konsumen, dan bahkan komunitas tertentu melalui perdagangan elektronik barang, jasa, dan informasi, terintegrasi dengan semua ruang lingkup e-bisnis yang diperlukan.. (Oktora, Rizqy, n.d., p. 2)Dalam ajaran Islam, Harus ada kesepakatan antara penjual dan pembeli jika ada sesuatu yang tidak sesuai dengan kesepakatan, kegiatan e-commerce harus sesuai dengan norma Islam, dan tidak boleh ada unsur-unsur ilegal menipu atau menipu orang lain.(Fitria, 2017) Dalam konteks media sosial, para ahli berpendapat bahwa tingkat intensitas yang lebih rendah mencerminkan bentuk pasif keterlibatan (konsumsi) sementara tingkat yang lebih tinggi berhubungan dengan bentuk aktif (penciptaan). (Kulikovskaja et al., 2023) Kegiatan bisnis berbasis web tentunya tidak terlepas dari bauran pemasaran (*marketing mix*), karena dengan adanya bauran pemasaran maka tujuan kegiatan periklanan dapat tercapai, dan dengan adanya bauran periklanan suatu bisnis dapat menyaingi para pesaingnya.(Rahim, E & Mohammad, 2021)Dengan begitu, transformasi digital merupakan strategi cepat dalam memecahkan tantangan terkait efisiensi & efektivitas.(Firdaus, 2023, p. 20) Penjual sering menggunakan e-commerce, yang memiliki banyak fitur dan kekurangan yang berbeda. TikTok adalah platform media sosial dan platform e-niaga.

TikTok adalah Zhang Yiming, pendiri Toutiao, meluncurkan platform media sosial dan platform untuk video musik di Tiongkok., pada September 2016 Pelanggan dapat membuat rekaman musik pendek sendiri dengan aplikasi ini.Karena hadirnya fitur jual beli online, aplikasi TikTok semakin ramai beberapa tahun belakangan ini. Badan survey Statista (2022) memimpin studi di mana Indonesia berada di urutan kedua di dunia ini pengguna aplikasi TikTok dengan jumlah pengguna 99,07 juta orang di bawah dari peringkat satu yaitu Amerika Serikat (AS)dengan jumlah 136,42 juta pengguna. AppAnnie dari CNBC (2022) juga menilai peningkatan drastis pengguna aplikasi TikTok dari tahun 2018-2022 dimana pada kuartal 2 tahun 2022, pengguna aplikasi TikTok sudah mencapai hampir 1,5 milyar pengguna. Dari survey ini dapat dikatakan bahwa aplikasi TikTok mempunyai pasar yang sangat tinggi dalam penjualan online.

LANDASAN TEORI

Menurut laporan We Are Social, ada 1,09 miliar pengguna TikTok di seluruh dunia pada April 2023. 38,5% pengguna berusia antara 18 dan 24 tahun. Amerika Serikat merupakan mayoritas pengguna TikTok. Pada April tahun ini, 116,5 juta pengguna TikTok berasal dari negeri Paman Sam. Dengan 113 juta pengguna, Indonesia berada di urutan kedua.

Aplikasi TikTok selain bisa digunakan sebagai sosial media dalam kehidupan sehari-hari,TikTok juga memberikan fitur tambahan untuk menghasilkan uang dengan cara melakukan live streaming dimana para pengguna TikTok yang melakukan live streaming yang diberikan gift away setelah live streaming berakhir bisa langsung ditukarkan ke dalam uang. Selain itu, TikTok seller juga memberikan fitur pengiriman gratis (gratis ongkir) dimana pembeli bisa leluasa berbelanja dan saat pengiriman akan mendapatkan gratis ongkir. Hal ini belum ada diplatform E-Commerce dan sosial media lainnya sehingga TikTok sangat diminati oleh pengguna. Para penjual barang memanfaatkan hal ini dengan baik untuk menjual barang mereka melalui TikTok.

Demi meningkatkan penjualan di TikTok, penjual harus selalu sering melakukan live streaming. Dengan demikian Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai perumusan strategi pemasaran dari aplikasi TikTok dalam meningkatkan penjualan dan menarik minat para konsumen dengan memberikan strategi yang baik dan berdasarkan syariah islam.

METODE PENELITIAN

Penulisan karya ilmiah ini menggunakan Pendekatan kualitatif dengan metode fenomena yang terjadi di Lingkungan dan factual yang tampak dengan melakukan pengumpulan data atas suatu objek penelitian. Selain itu, penulisan ilmiah ini juga mengumpulkan data melalui mesin penceharian google scholars dan website perpusnas.go.id. Beberapa hal penting yang disampaikan di penulisan ini adalah ulasan tentang teknologi informasi dan digital yang memberikan gambaran tentang pentingnya teknologi serta dampak-dampak yang dapat dirasakan oleh masyarakat umum terhadap kemudahan penjualan dan pembelian di Aplikasi TikTok. Penulisan ini akan memberitahukan tentang strategi pemasaran dalam penggunaan aplikasi TikTok dalam kegiatan pemasaran.

E-ISSN 3064-6014
JURNAL
EKONOMI ISLAM, AKUNTANSI, DAN MANAJEMEN

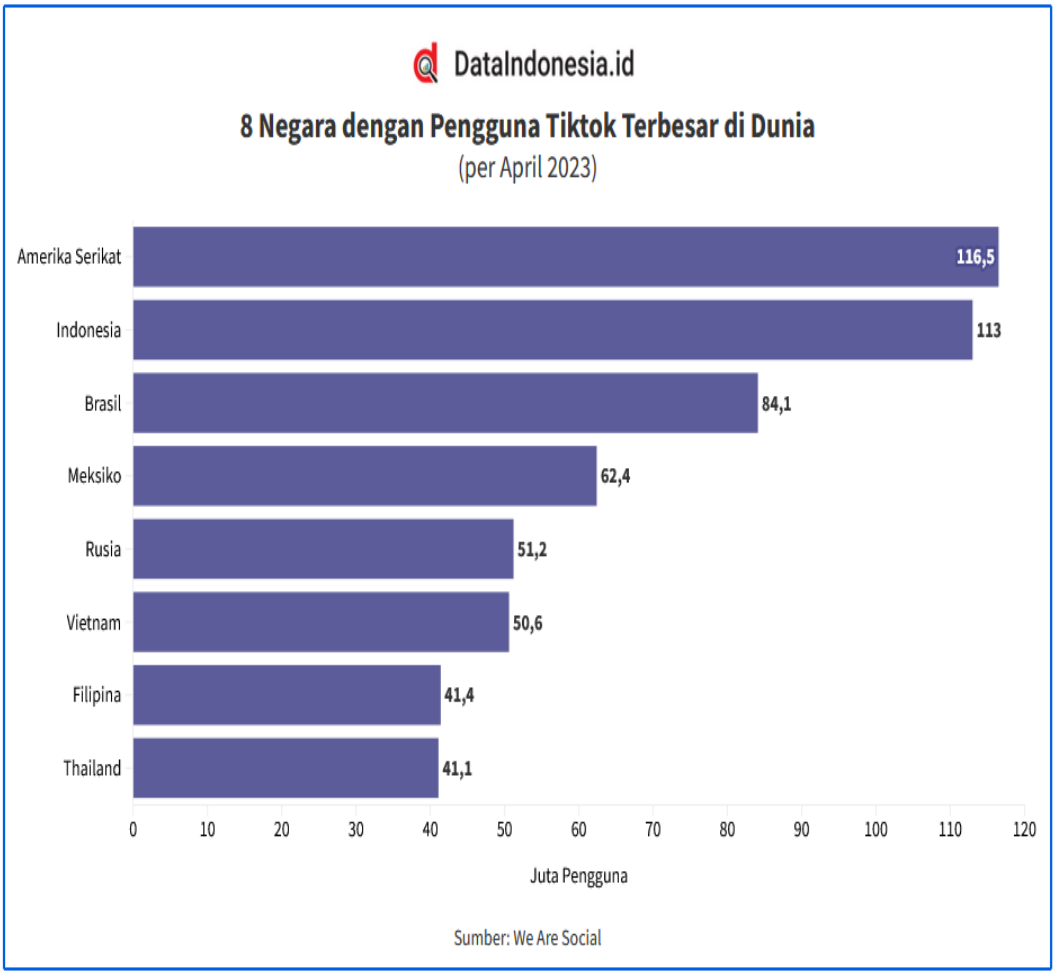
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaku bisnis dapat menggunakan fitur TikTok Shop untuk menampilkan dan menjual produk dari aplikasi untuk TikTok. Bisnis dapat menautkan ke toko online atau menampilkan produk dalam aplikasi TikTok berkat fitur ini. Pengguna TikTok dapat menggunakan fitur ini untuk melihat item yang dijual bisnis dan melakukan pembelian dari dalam aplikasi. Jika perusahaan Anda menargetkan pengguna muda, yang merupakan mayoritas basis pengguna platform, fitur Toko TikTok dapat menjadi alat yang efektif untuk promosi produk dan penjualan di platform. Untuk mempromosikan produk Anda di TikTok, pastikan konten yang Anda buat menarik dan asli, dan manfaatkan fitur platform secara maksimal.

إِنَّ ٱلَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ ٱللَّهِ وَأَيْمَٰنِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُوْلَٰٓئِكَ لَا خَلَٰقَ لَهُمْ فِى ٱلْءَاخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ ٱللَّهُ وَلَا يَنظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ ٱلْقِيَٰمَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ

Artinya: Mereka yang melepaskan sumpah dan janjinya kepada Allah dengan imbalan sejumlah kecil tidak akan menerima pahala apa pun di akhirat, dan Allah tidak akan berbicara dengan mereka atau melihat mereka pada Hari Pengadilan. kiamat dan tidak juga akan membersihkan mereka. Akhir yang sulit bagi mereka.

Gambar 1 Data



Pada hakekatnya, menurut ajaran Islam, setiap kegiatan harus berpegang pada kaidah agama dan berpedoman pada hadits dan Al-Qur'an. Latihan khusus tidak terkecuali, di mana kemajuan harus dilakukan benar-benar sesuai moral yang baik dalam bisnis. Menurut Azizah (2016), perdagangan mensyaratkan keterbukaan informasi produk dan ketaatan pada prinsip keseimbangan (equilibrium), dimana baik pembeli maupun penjual harus berhati-hati dalam bertindak masing-masing. Nabi Muhammad menggunakan penjualan individu, publisitas, promosi penawaran seperti batasan atau batasan kontribusi, dan aturan periklanan, yaitu tentang bagaimana klien menjadi puas dan setia pada barang yang dijual, untuk melakukan promosi. (Dalam & Dalam, n.d.)

Dengan demikian pemasaran menggunakan aplikasi TikTok juga menggunakan prinsip islam yang memberikan kemudahan serta para konsumen memiliki kepercayaan dan kepuasan terhadap produk yang digunakan. TikTok dapat digunakan dalam berbagai cara untuk menerapkan strategi. (Nufus, Hayatun & Handayani, 2022).

Periklanan (Advertising)

1. Media promosi hiburan virtual tiktok adalah tiktokads, dimana dari tiktokads terdapat beberapa macam promosi yaitu pre-roll asd yaitu iklan video khusus yang dimulai saat klien membuka tiktok, promosi in-feed, khususnya promosi video yang muncul ketika pengguna TikTok menggulir umpan, tantangan tagar canggih, khususnya rekaman yang mendesak pengguna untuk menggunakan tagar khusus, efek bertanda terakhir, menjadi saluran hiasan khusus untuk digunakan pembuat konten dalam rekaman, efek ini seperti saluran yang ada di Snapchat dan Instagram, tetapi apa efeknya adalah saluran ini menampilkan data merek-eksplisit.
2. Pemasaran Langsung dan Interaktif.
3. Secara khusus, buat video cerdas untuk pemasaran langsung dan intuitif. Karena lebih banyak orang di dunia saat ini lebih suka menonton video, mendengarkan musik, atau melihat gambar daripada membaca informasi teks.
4. Paparan dan Periklanan.
5. Data yang diberikan oleh bisnis dengan tujuan mendorong hubungan positif dengan masyarakat dan memperoleh kasih sayang, pengertian, dan dukungan dikenal sebagai periklanan.
6. Promosi Penjualan.

Jenis-jenis promosi penjualan berikut digunakan dalam menarik minat pembeli. Dalam promosi penjualan sebagai sarana untuk meningkatkan penjualan dan memperkenalkan produk baru:

1. Pemberian Potongan Harga atau Pengurangan Harga
2. Dalam hal ini menawarkan diskon kepada pelanggannya mulai dari 10 hingga 30 persen pada waktu-waktu tertentu, dan pada waktu lain juga menawarkan pengurangan harga yang cukup besar. Pelanggan yang melakukan pembelian minimum yang telah ditentukan sebelumnya berhak mendapatkan pengurangan harga pada waktu tertentu, selain potongan harga.
3. Kupon atau Voucher
4. Kupon atau voucher adalah salah satu jenis promosi penjualan yang digunakan untuk menarik pelanggan agar membeli sesuatu
5. Barang Gratis
6. Jenis promosi penjualan ini melibatkan pemberian hadiah bonus kepada pelanggan pada hari atau acara khusus tertentu, dengan persyaratan pembelian minimum
7. Jaminan Barang
8. Memberikan konfirmasi kualitas dengan memberikan sertifikasi barang kepada pelanggan dalam waktu 1x24 jam setelah penukaran, apabila terjadi kesalahan dalam pengiriman variasi barang, dan kerusakan barang atau barang cacat, untuk menjamin garansi sebaiknya ikut unpacking barang dokumentasi video dari toko.

Menurut penelitian Oktavia (2021), ada beberapa cara untuk membuat konten yang menarik bagi masyarakat umum dan pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan:
Manfaatkan Hashtag yang Tepat, Penggunaan tagar (#) yang merupakan penanda yang mudah ditemukan saat mencari nama, acara, atau bahkan produk dalam bahasa tertentu, merupakan bagian dari strategi pemasaran TikTok.

Penggunaan hashtag dalam caption dapat membantu pelanggan dalam menemukan produk, layanan, dan merek bisnis karena konten video di TikTok bergantung pada hashtag, dan tampilan video diurutkan berdasarkan popularitas dan hashtag. Oleh karena itu, jika Anda ingin video Anda muncul di beranda pengguna TikTok lainnya, pilih tagar yang lebih spesifik untuk akun Anda.

1. Mengikuti tren terbaru dan membuat konten yang menarik
   Manfaatkan influencer TikTok sebagai model untuk penjualan dan pemasaran. Pemilik akun TikTok setuju untuk mempromosikan produk setelah berbicara dengan Influencer yang bersangkutan.
2. Berkolaborasi dengan influencer TikTok
   Strategi pemasaran menggunakan TikTok adalah mengikuti video yang sedang tren untuk memuaskan keinginan banyak orang. Konten yang menarik bisa menarik banyak orang untuk mengikutinya, sehingga nantinya bisa menjadi trend.

3. Memberikan penjelasan yang tepat dan Sering mengunggah video dan sesekali beriklan. Penggambaran konten adalah hal-hal yang dapat mempermudah seseorang untuk memahami substansi yang dibuat. Anda dapat menggunakan teks video untuk menulis deskripsi, atau menulis deskripsi di luar video dengan tagar.

Memposting video secara rutin akan memudahkan followers untuk mengetahui segala hal yang perlu mereka ketahui tentang produk yang dijual dan kegiatan penjualan. Hal ini diharapkan dapat membangun hubungan yang baik antara pelaku bisnis dengan calon konsumen, dan dengan rutin memposting video dapat membuat konten video yang dijual semakin luas. (Oktora, Rizqy, n.d.).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Aplikasi TikTok selain bisa digunakan sebagai sosial media dalam kehidupan sehari-hari, TikTok juga memberikan fitur tambahan untuk menghasilkan uang dengan cara melakukan live streaming dimana para pengguna TikTok yang melakukan live streaming yang diberikan gift away setelah live streaming berakhir bisa langsung ditukarkan ke dalam uang.

Selain itu, TikTok seller juga memberikan fitur pengiriman gratis (gratis ongkir) dimana pembeli bisa leluasa berbelanja dan saat pengiriman akan mendapatkan gratis ongkir. Pada hakekatnya, menurut ajaran Islam, setiap kegiatan harus berpegang pada kaidah agama dan berlandaskan pada Hadits dan Al-Qur'an.

Latihan khusus tidak terkecuali, di mana kemajuan harus dilakukan benar-benar sesuai moral yang baik dalam bisnis. Menurut Azizah (2016), perdagangan mensyaratkan keterbukaan informasi produk dan ketaatan pada prinsip keseimbangan (equilibrium), dimana baik pembeli maupun penjual harus berhati-hati dalam bertindak masing-masing. Nabi Muhammad menggunakan penjualan individu, publisitas, promosi penawaran seperti batasan atau batasan kontribusi, dan aturan periklanan, yaitu tentang bagaimana klien menjadi puas dan setia pada barang yang dijual, untuk melakukan promosi. Periklanan (juga dikenal sebagai periklanan) adalah salah satu alat yang digunakan dalam promosi; Promosi Penjualan (Sales Promotion); Pemasaran yang bersifat interaktif atau langsung; Eksposur dan Periklanan.

Menggunakan tagar yang tepat, misalnya, ialah salah satu dari banyak cara potensial menarik minat masyarakat umum dan pada akhirnya meningkatkan penjualan konten yang dibuat; Mengejar Arah dan Membuat Substansi yang Menarik; Bekerja sama dengan TikTok Powerhouses; Memperjelas penggambaran. Sering mengunggah video dan sesekali beriklan.

Saran

Perlu adanya peningkatan startegi pemasaran yang baik agar tercipta tujuan yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Dalam, P., & Dalam, K. E. (n.d.). *eL-Hekam : Jurnal Studi Keislaman*. 233–240.

Firdaus, R. (2023). *Tren Bisnis Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Fitria, T. N. (2017). Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *3*(01), 52. https://doi.org/10.29040/jiei.v3i01.99

Kulikovskaja, V., Hubert, M., Grunert, K. G., & Zhao, H. (2023). Journal of Retailing and Consumer Services Driving marketing outcomes through social media-based customer engagement. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *74*(February), 103445. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103445

Nufus, Hayatun & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada TN Official Store). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi (EMT)*, *6*(1), 21–34.

Oktora, Rizqy, D. (n.d.). *Statistik E-Commerce*. Badan Pusat Statistik.

Rahim, E & Mohammad, R. (2021). *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah*. *2*(1). https://doi.org/https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2

Rizaty, Monavia Ayu. (2023) "Per April 2023, Pengguna TikTok Indonesia Terbanyak Kedua Dunia".,We Are Social. https://dataindonesia.id/digital/detail/per-april-2023-pengguna-tiktok-indonesia-terbanyak-kedua-dunia