

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan dari bab-bab sebelumnya mengenai praktik pemberian diskon melalui *live* TikTok dan analisis Etika Bisnis Islam, maka diperoleh beberapa kesimpulan yaitu:

1. Praktik pemberian diskon melalui *live* TikTok merupakan strategi untuk meningkatkan penjualan. Dengan fitur *live* mempermudah penjual untuk memperkenalkan produknya hingga luar wilayahnya. Namun dalam proses penjualan, penjual sering mendapati tantangan seperti persaingan yang ketat, jumlah penonton yang menentu, serta keuntungan yang menipis.
2. Analisis berdasarkan Etika Bisnis Islam menunjukkan bahwa praktik diskon pada penjualan melalui *live* TikTok diperbolehkan selama memenuhi prinsip ketauhidan, kejujuran, keadilan, transparansi dan tanggung jawab. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa penjual dalam penerapan diskon belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip-prinsip tersebut. Masih ditemukan penjual yang melebih-lebihkan seperti tebus murah yang tidak sesuai fakta, sehingga menimbulkan keraguan dan dapat menghilangkan kepercayaan konsumen. Dengan demikian, praktik pemberian diskon melalui *live* TikTok memerlukan peningkatan integritas dan penerapan etika agar selaras dengan prinsip syariah.

5.2 Saran

Di dalam mengemukakan saran-saran ini, ada beberapa saran dari penulis agar terlaksananya praktik penjualan dengan pemberian diskon oleh beberapa penjual melalui *live* TikTok disarankan:

1. Kepada penjual harus memberikan informasi produk dan harga yang sesuai fakta tidak dilebih-lebihkan. Menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam agar tidak merugikan orang lain.

2. Kepada pembeli lebih selektif dalam menilai harga diskon di TikTok agar tidak terkecoh strategi promosi penjual. Tidak terburu-buru membeli agar hanya karna tekanan waktu pemberian harga diskon saat *live*.
3. Kepada pihak pengelola *platform* TikTok Memperkuat pengawasan terhadap promo harga, diskon, dan deskripsi produk. Memberikan panduan atau edukasi bagi penjual terkait promosi yang jujur dan tidak menyesatkan. Mengembangkan fitur yang mendukung transparansi harga dan keamanan.



UIN IMAM BONJOL
PADANG

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdurrahman, N. H. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Asmin, E. A., dkk. (2020). *Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Assauri, S. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Danim, Sudarwan. 2002, *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Darsana, I. M., dkk. 2023. *Strategi Pemasaran*. Bali; Intelektual Manifes Media
- Ibrahim. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Ihwanudin, N. dkk. 2022. *Etika Bisnis dalam Islam (Teori dan Aplikasi)*. Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Iswanaji, C., & Wahyudi, M. 2024. *Etika bisnis Islam perspektif Al-Qur'an dan Hadist*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Jazil, T. & Hendrasto, N., 2021. *Prinsip dan Etika Bisnis Syariah*. Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS).
- Juhana, D., Komara, A. T., Sidharta, I., & Suzanto, B., 2024. *Pengantar E-Commerce dan Platform Digital*. Jambi; Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kotler, P. & Armstrong, P., 2018. *Principles of Marketing*. 17th ed. Pearson Education.
- Muhaimin, 2020. *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press
- Pedoman penulisan skripsi Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah
- Ritonga, W. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: PT. Muara Karya
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sutanto, H & Umam. K., 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia
- Tojiri, et, all. 2023. *Dasar Metodologi Penelitian:Teori dan Analisis Data*. Desain cover: SJD Desain
- Utami, C. W., 2012. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, Edisi 2. Jakarta: Salemba empat
- Zamzam, F. &Aravik, H., 2020. *Etika Bisnis Islam* Yogyakarta: CV Budi Utama
- Zulfikri, Robby Reza, dkk. 2025. *Etika Bisnis Islam*. Agam: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.

JURNAL

- Amari, R. O. 2023. *Pengaruh ContentMarketing dan Electronic Word OfMouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific pada Platform TikTok Shop*.
- Bukhori, M. 2021. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Toko Mebel Farid Rohman Ponorogo* (Doctoraldissertation, IAIN Ponorogo).
- Drawina, I. 2018. *Paktek Jual Beli Online Pada Situs Tokopedia. Com Ditinjau dari Prinsip Dasar Fiqh Muamalah (Studi Kasus Pengguna Tokopedia. Com di Kota Kediri)* (Doctoraldissertation, IAIN Kediri).
- Firda Sania, A. M. & Febriana, P. 2024. *Live Streaming TikTok Meningkatkan Penjualan dan Keterlibatan Merek di Indonesia*. CONVERSE Journal Communication Science,1(2), 37–48.
<https://doi.org/10.47134/converse.v1i2.2985>
- Hikmah, R. A. 2024. *Pengaruh pricediscount dan freeshipping terhadap impulsebuying pada marketplaceShopee (Studi pada pengguna Shopee mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri tahun angkatan 2021)* [Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Kediri]. IAIN Kediri.

- Novikasari, S. 2025. *Pengaruh ViralMarketing dan Diskon Harga Terhadap Perilaku Pembelian Pada TikTok Shop di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat* (Doctoraldissertation, Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat).
- Rachmat, F. 2023. *Tinjauan Hukum Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli Online Pada Tiktok Shop Dengan Sistem Capit* (Doctoraldissertation, IAIN Parepare).
- Rook, D. W., & Fisher, R. J., "Normativeinfluence so impulsivebuyingbehavior", *JournalOfConsumerResearch*
- Tafana, A., Andika, B., Mahyu, F. R. O., & Siregar, F. N. 2024. *Etika Bisnis Islam*. Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen.
- Vildayanti, R. A. 2020. *Analisis strategi marketing mix (4P) dalam meningkatkan volume penjualan pada perusahaan jasa periklanan Bigevo di Jakarta Selatan tahun 2019*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi, 3(2), 249. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur.

WEB

- BINUS University. (2023). Marketing dalam media sosial TikTok. BINUS University. Diakses pada 10 Januari 2026, dari <https://communication.binus.ac.id/2023/02/03/marketing-dalam-media-sosial-tiktok/>
- Jakarta School of Photography. 2024, 18 Juni. *Perkembangan TikTok di Indonesia*. JSP. Diakses 20 September 2025, dari <https://jsp.co.id/perkembangan-tiktok-di-indonesia/>
- KapanLagi.com. 2024. *Cara Meningkatkan Jumlah Penonton TikTok: Strategi Efektif untuk Kreator Konten*. Diakses pada 26 September 2025, dari <https://www.kapanlagi.com>
- Nandy. 2023. Pengertian promosi (promotion): Pengertian dari ahli, jenis, dan contohnya. GramediaBlog.

<https://www.gramedia.com/blog/pengertian-promosi/> (diakses 21 September 2025)

Poskota.co.id. 2025. *Cara Menambahkan Keranjang Kuning pada Video TikTok, Bisa Dapat Penghasilan dari Affiliate*. Diakses pada 20 September 2025, dari <https://www.poskota.co.id>

Tempo.co. (2023, September 12). Mengenal TikTok, aplikasi media sosial yang populer di dunia. Tempo.co. <https://www.tempo.co/>