

**TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP STRATEGI
PEMASARAN PRODUK DENGAN SISTEM *BALLS RANDOM* PADA
AKUN TIKTOK**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Guna Meraih Gelar Sarjana Hukum pada
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)



Oleh:
HAVIZA HANDAYANI
NIM. 2213040072

**FAKULTAS SYARI'AH UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
IMAM BONJOL PADANG
2026 M/1447 H**

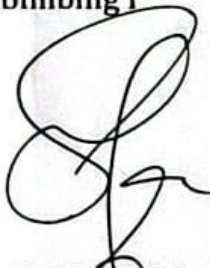
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Naskah skripsi dengan judul **"Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Produk dengan Sistem *Balls Random* pada Akun TikTok"** yang disusun oleh **Haviza Handayani NIM 2213040072** Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah UIN Imam Bonjol Padang telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang munaqasah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan semestinya

Padang, 23 desember 2025

Pembimbing I



Dra. Syofia Ulfah, M.Pd., Ph.D
NIP. 196803231994032003

Pembimbing II



Fauzi Yati, SEL., M.E.Sy
NIP. 1989060620190322016

HALAMAN PENGESAHAN

Naskah skripsi dengan judul *Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Strategi Pemasaran Produk dengan Sistem Balls Random* pada Akun TikTok yang disusun oleh Haviza Handayani NIM 2213040072 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah UIN Imam Bonjol Padang telah memenuhi persyaratan ilmiah dan diperbaiki sebagaimana kritikan dan saran tim penguji sidang munaqasyah.

Disahkan di : Padang

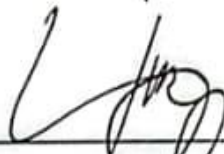
Tanggal : 22 Januari 2026

Tim Penguji Sidang Munaqasyah

Prof. Dr. Elfia. M.Ag
NIP. 197903172005012006
Penguji I



Dra. Yurni. M.Pd
NIP. 196301011999032001
Penguji II



Dra. Syofia Ulfah. M.Pd., Ph.D
NIP. 196803231994032003
Penguji III/Pembimbing I



Fauzi Yati. SEL. M.E.Sy
NIP. 198906062019032016
Penguji IV/Pembimbing II



Mengetahui,
Dekan Fakultas Syariah
UIN Imam Bonjol Padang



Dr. Alfadi. M.Ag

NIP. 197212131998031001

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini menyatakan bahwa sejauh yang diketahui dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi. Selain itu, sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, melainkan yang secara tertulis disebutkan dalam skripsi ini dan disebutkan dalam daftar kepustakaan.

Padang, 23 Desember 2025
Yang Membuat Pernyataan



Haviza Handayani
NIM: 2213040072

PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Haviza Handayani

NIM : 2213040072

Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (*Muamalah*)

Judul Skripsi : Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Strategi Pemasaran
Produk dengan Sistem *Balls Random* pada Akun TikTok

Dengan ini menyatakan persetujuan publikasi karya ilmiah untuk
kepentingan akademis pada Fakultas Syariah UIN Imam Bonjol Padang.

Padang, 23 Desember 2025
Yang Membuat Pernyataan



Haviza Handayani
NIM: 2213040072

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan menyebut Asma Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang kasih sayangnya tidak terbatas oleh apapun di dunia ini. Segala puji bagi Allah, Tuhan yang telah menitahkan ilmu sebagai sifat tertinggi di antara sifat-sifat yang sempurna, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Strategi Pemasaran Produk dengan Sistem *Balls Random* pada Akun TikTok**. Shalawat dan salam penulis doakan kepada Allah Swt semoga tercurahkan kepada kekasih Allah panutan seluruh umat yaitu baginda Rasulullah Saw. Nabi yang agung dan sempurna akhlaknya. Nabi yang selalu mencintai umatnya dan mengajaknya tunduk dan patuh kepada Allah, meskipun beliau harus menghadapi segala tantangan dan cobaan. Dengan keteguhan dan kesabaran beliau akhirnya kita merasakan nikmat iman dan Islam.

Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) Program Studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah UIN Imam Bonjol Padang. Ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya dan tak terhingga penulis sampaikan kepada orang yang sangat berarti dalam kehidupan penulis, Ayahanda tercinta, **Ison** dan Ibunda tersayang, **Desmawarni**. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Ison, terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan Pendidikan sampai bangku perkuliahan. Namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Sehat selalu dan panjang umur Ayah. Pintu Surgaku, Ibunda Desmawarni, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi serta do'a sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Sehat selalu dan Panjang umur Ibu. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis

ucapkan kepada semua pihak yang telah memberi dukungan baik materil maupun moril dalam menyelesaikan skripsi ini kepada:

1. Rektor UIN Imam Bonjol Padang Ibu Prof. Dr. Hj. Martin Kustati, M.Pd., Wakil Rektor I Bapak Prof. Nurus Shalihin M.Si. Ph.D., Wakil Rektor II Bapak Dr. Lukmanul Hakim, M.Ag., dan Wakil Rektor III Ibu Prof. Nelmawarni, M.Hum., Ph.D. yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk kuliah dan menjadi mahasiswa di UIN Imam Bonjol Padang.
2. Dekan Fakultas Syariah Bapak Dr. Alfadli, M.Ag beserta Wakil Dekan I, Ibu Prof. Salma, M.Ag., Wakil Dekan II, Bapak Dr. H. Afrinal, S.Sos., M.H., dan Wakil Dekan III, Ibu Dr. Duhriah, M.Ag. yang telah memberikan fasilitas yang baik dalam masa perkuliahan.
3. Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah Ibu Fauzi Yati, SEI., M.E.Sy dan Sekretaris Prodi Hukum Ekonomi Syariah Ibu Neni Yuherlis, MH., serta Bapak/Ibu Dosen, karyawan dan karyawan Fakultas Syariah Prodi Hukum Ekonomi Syariah yang telah memberikan fasilitas dan kesempatan untuk menimba ilmu dan pelayanan yang baik selama perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Dra. Syofia Ulfah, M.Pd., Ph.D selaku Pembimbing Akademik (PA) dan juga sebagai Pembimbing I serta Ibu Fauzi Yati, SEI., M.E.Sy sebagai Pembimbing II yang telah membantu membimbing penulis dengan ikhlas, sabar, dan bertanggungjawab sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Dosen di lingkungan Fakultas Syariah UIN Imam Bonjol Padang yang telah mendidik dan mengajarkan ilmu pengetahuan kepada penulis dari awal perkuliahan sampai sekarang.
6. Keluarga Tercinta yaitu Ayahanda Ison, Ibunda Desmawarni, Saudara Kandung Yuni Eka Putri, S.Ag dan Wapiq Azizah serta Ari Perdana Putra yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.

7. Sahabat dan rekan-rekan seperjuangan HES BP 22 pada masanya. Khususnya kepada Vinni Violentina Aurelia, Resa Permata Sari, Ainun Milniyati, Putri Dwi Mayla, Muftihatul Hasanah dan Leli Yandina. Terima kasih selalu ada kebersamaan penulis dan membantu penulis selama menempuh perkuliahan S1 di UIN Imam Bonjol Padang.

Akhir kata dan ribuan ucapan terima kasih yang penulis ucapkan kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis mulai dari proses perkuliahan hingga mencapai gelar Sarjana Hukum (S.H). Semoga amal kebaikan dinilai ibadah oleh Allah SWT, Aamiin.

Wassalammualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Padang, 23 Desember 2025
Yang Membuat Pernyataan

A handwritten signature in black ink, featuring a stylized 'H' and 'K' with a star symbol above the 'H'.

Haviza Handayani
NIM: 2213040072

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **"Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Strategi Pemasaran Produk dengan Sistem *Balls Random* pada Akun TikTok"** disusun oleh: **Haviza Handayani NIM 2213040072**. Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah UIN Imam Bonjol Padang. Penelitian ini dilatarbelakangi adanya penjualan produk di TikTok dengan sistem *balls random*. Sistem *balls random* merupakan strategi pemasaran dengan menggunakan bola yang berisi gulungan kertas bertuliskan nama barang-barang yang akan didapat pembeli dengan cara dipilih acak (*random*) oleh penjual pada *live* setelah pembeli melakukan *payment*. Pertanyaan penelitian: Bagaimana mekanisme strategi pemasaran produk dengan sistem *balls random* pada akun TikTok? Bagaimana strategi pemasaran produk dengan sistem *balls random* pada akun TikTok ditinjau dari Etika Bisnis Islam? Jenis penelitian ini adalah *library research* dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis Netnografi. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui studi kepustakaan, yaitu berupa data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis isi. Hasil penelitian menunjukkan: Pertama, Mekanisme strategi pemasaran produk sistem *balls random* pada akun TikTok adalah Pembelian dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu melalui etalase toko atau secara langsung saat *live* TikTok. Pembeli diwajibkan melakukan pembayaran di awal karena toko tidak menyediakan metode COD. Setelah proses *check out* dan pembayaran selesai, pembeli dapat menonton *live* penjual untuk melihat barang-barang yang tersedia yang berpotensi mereka dapatkan. Selama *live* berlangsung, penjual akan memilih bola-bola secara acak untuk menentukan barang yang diterima oleh masing-masing pembeli. Setelah itu, penjual akan melakukan proses pengemasan dan mengirimkan barang sesuai dengan alamat pembeli. Kedua, Tinjauan etika bisnis Islam terhadap penjualan dengan sistem *balls random* diketahui adanya prinsip yang terlaksana dan terlanggar. Adapun prinsip etika bisnis Islam yang terlaksana oleh ketiga toko tersebut yaitu prinsip kehendak bebas, kebajikan, larangan riba, dan kehalalan objek transaksi. Sedangkan prinsip yang terlanggar oleh ketiga toko tersebut yaitu prinsip kesatuan, keseimbangan, tanggungjawab, larangan *gharar*, dan larangan *maysir*.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Sistem *Balls Random*, Etika Bisnis Islam.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Signifikansi Penelitian.....	8
1.6 Studi Literatur.....	9
1.7 Landasan Teori.....	13
1.8 Metode Penelitian.....	17
BAB II KONSEP STRATEGI PEMASARAN DAN ETIKA BISNIS	
ISLAM.....	20
2.1 Strategi Pemasaran.....	20
2.1.1 Pengertian Strategi Pemasaran.....	20
2.1.2 Tahapan Strategi Pemasaran.....	21
2.1.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	23
2.1.4 Macam-macam Strategi Pemasaran.....	30
2.2 Etika Bisnis Islam.....	33
2.2.1 Pengertian dan Dasar Hukum Etika Bisnia Islam.....	33
2.2.2 Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam.....	39
2.2.3 Tujuan dan Fungsi Etika Bisnis Islam.....	44
2.2.4 Konsep Pemasaran dalam Bisnis Islam.....	46
BAB III STRATEGI PEMASARAN PRODUK DENGAN SISTEM <i>BALLS</i>	
<i>RANDOM</i> PADA AKUN TIKTOK.....	53
3.1 Gambaran Umum tentang TikTok.....	53
3.2 <i>Live Streaming</i> TikTok.....	58
3.3 Profil Akun TikTok yang Menerapkan Sistem <i>Balls</i>	
<i>Random</i>	59

BAB IV	ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP STRATEGI PEMASARAN PRODUK DENGAN SISTEM <i>BALLS RANDOM</i> PADA AKUN TIKTOK	65
	4.1 Mekanisme Strategi Pemasaran Produk dengan Sistem <i>Balls Random</i> pada Akun TikTok.....	65
	4.2 Strategi Pemasaran Produk dengan Sistem <i>Balls Random</i> pada Akun TikTok Ditinjau dari Etika Bisnis Islam.....	83
BAB V	PENUTUP.....	92
	5.1 Kesimpulan.....	92
	5.2 Saran.....	93
	DAFTAR PUSTAKA.....	xii
	LAMPIRAN	
	BIODATA PENULIS	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>Live Streaming</i> Akun TikTok @Toko Chamooy	4
Gambar 1.2	Tampilan Produk di TikTok @Toko Chamooy.....	5
Gambar 3.1	Tampilan Musik di TikTok	54
Gambar 3.2	Tampilan TikTok Ads/Iklan di TikTok	55
Gambar 3.3	Tampilan Stiker dan Filter di TikTok	56
Gambar 3.4	Tampilan TikTok Shop	57
Gambar 3.5	Tampilan Akun TikTok Toko Chamooy.....	60
Gambar 3.6	Tampilan Akun TikTok Sister Pouch.....	62
Gambar 3.7	Tampilan Akun TikTok Irha Haryani.....	63
Gambar 4.1	Etalase Paket Bola Toko Chamooy.....	67
Gambar 4.2	Paket <i>By Request</i> Barang Lucu <i>Random</i>	68
Gambar 4.3	Paket Alat Tulis Lucu <i>Random</i>	69
Gambar 4.4	Proses <i>Live</i> /Mekanisme Toko Chamooy.....	70
Gambar 4.5	Etalase Toko Sister Pouch.....	73
Gambar 4.6	Proses <i>Live</i> /Mekanisme Toko Sister Pouch.....	74
Gambar 4.7	Etalase Toko Irha Haryani.....	76
Gambar 4.8	Proses <i>Live</i> /Mekanisme Toko Irha Haryani.....	78