



Jurnal Keislaman

p-ISSN: [2089-7413](#) and e-ISSN: [2722-7804](#)

Published by Sekolah Tinggi Agama Islam Taruna Surabaya

Jl. Kalirungkut Mejoyo I No. 2, Kec. Rungkut, Kota Surabaya, Jawa Timur 60293

Email: jurnalkeislaman@staitaruna.ac.id

Efektivitas Review Produk di TikTok Dalam meningkatkan Minat Beli Mahasiswa UINFAS Bengkulu Perspektif Ekonomi Syariah

Sheila Febriani¹

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu¹

Shellafebriani369@gmail.com¹

Eka Sriwahyuni²

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu²

Eka_sri@mail.uinfabengkulu.ac.id²

Faisal Muttaqin³

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu³

Faisal_muttaqin@mail.uinfabengkulu.ac.id³

DOI: <https://doi.org/10.54298/jk.v6i2.3928>

Abstract

The purpose of this study is to determine the effectiveness of product reviews to buying interest of UINFAS Bengkulu students in terms of islamic economic perspective. This research uses the type of field research, with descriptive qualitative research methods. Data collection techniques using observation, interviews and documentation. Based on the results obtained from the research that has been conducted, it can be concluded that product reviews are very important and able to increase the buying interest of UINFAS Bengkulu students. Because, product reviews are very helpful in increasing knowledge about products that suit their needs. Meanwhile, product reviews by @Urb4bygrl in terms of islamic perspective have fulfilled the four elements of moral values in Islamic teachings which include: Shiddiq (honest), amanah (responsible), fathanah (intelligent), and tabligh (communicative).

Keywords: Effectiveness, Product Review, TikTok, Purchase Interest, Islamic Economic Perspective

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas *review* produk dalam meningkatkan minat beli mahasiswa UINFAS Bengkulu ditinjau dari perspektif ekonomi syariah. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*), dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa *review* produk sangat penting dan mampu meningkatkan minat beli mahasiswa UINFAS Bengkulu. Karena, *review* produk sangat membantu dalam menambah pengetahuan mengenai produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Sedangkan *review* produk oleh @Urb4bygrl ditinjau dari perspektif syariah sudah memenuhi empat unsur-unsur nilai moral dalam ajaran islam yang meliputi: *Shiddiq* (jujur), amanah (bertanggung jawab), *fathanah* (cerdas), dan *tabligh* (komunikatif).

Kata Kunci: Efektivitas, Review Produk, TikTok, Minat Beli, Perspektif Ekonomi Islam

Pendahuluan

Aktivitas yang sering dikerjakan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan bersumber dari bisnis. Semua yang dilakukan bertujuan memperoleh keuntungan.

Pembisnis akan berusaha menjual produk yang bermanfaat unyuk menjalani kehidupannya. Oleh karena itu, setiap aktivitas bisnis sudah berjalan sejak dahulu. Bisnis dijadikan pekerjaan yang banyak dikerjakan oleh masyarakat. Misalnya petani menghasilkan sayuran dan dijual ke pasar bertujuan untuk memperoleh keuntungan.¹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ

وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”

Seiring dengan perjalanan manusia terus berkembang terutama teknologi semakin canggih. Dahulu alat komunikasi hanya menggunakan surat ditulis lalu dikirimkan melalui pos. Namun saat ini perkembangan teknologi yang membuat alat-alat canggih mulai bermunculan terutama di kalangan anak muda hadirnya android digunakan untuk mengakses informasi penting. Sebuah teknologi pada hakikatnya diciptakan untuk membuat hidup manusia menjadi semakin mudah dan nyaman.² Kemajuan teknologi ditandai dengan hadirnya *e-commerce* dan transaksi digital yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat di penjuru dunia. *E-commerce* yang terus berkembang, sehingga hampir setiap saat *e-commerce* mengalami perubahan dan mempunyai bentuk baru.³ Biasanya transaksi jual beli dengan bertemu langsung, namun saat ini menggunakan android saja bisa melakukan transaksi. Munculnya aplikasi canggih dapat digunakan untuk menjual dan menawarkan produk kepada orang lain. Pemasaran menggunakan sebuah aplikasi agar bisa diperhatikan konsumen dan memberikan akses kepada perusahaan dan konsumen untuk melakukan transaksi jual beli.⁴

Perkembangan alat komunikasi yang semakin canggih menyebabkan munculnya kegiatan menawarkan barang kepada konsumen dilakukan dengan sebaik mungkin atau dinamakan *digital marketing*. *Digital Marketing* adalah suatu kegiatan promosi produk berupa barang atau jasa menggunakan jejaring sosial sehingga memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran.⁵ Aktivitas yang dilakukan manusia untuk menawarkan barang atau jasa menggunakan alat yaitu internet dan sebagai media yang menghubungkan antara konsumen dengan perusahaan tersebut. *Digital marketing* saat ini banyak digunakan masyarakat untuk memperoleh penghasilan tambahan dengan memanfaatkan android. Biasanya cara memasarkannya menggunakan video langsung kemudian di ubah menjadi menarik agar konsumen merasa menginginkan barang tersebut. Hampir semua perusahaan di Indonesia telah

¹ Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014).

² Detya Wiriany, “Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Perubahan Sistem Komunikasi Indonesia,” *Jurnal Nomosleca*, Vol. 8, No. 2, 2022.

³ Dedi Riswandi, “Transaksi On-Line (E-Commerce) : Peluang Dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Jurnal Econetica* Vol.1 No.1, 2019.

⁴ Athaya dkk Khairunnisa, “Penerapan Digital Inbound Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu PT. Comtelindo Balikpapan Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan” 9, no. 2 (2021): 120.

⁵ Almira Devita Putri, “Pengenalan Wawasan Digital Marketing Bagi Guru SMK N 1 Labuhan Meringgai, Lampung Timur,” *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)* Vol. 4 No. 1, 2023.

Evektivitas Review Produk Tiktok dalam Meningkatkan Minat Beli Mahasiswa UINFAS Bengkulu Prespektif Ekonomi Syariah – Shella Febrianti, Eka Sriwahyuni, Faisal Muttaqin

mengubah cara memasarkan barang yang dahulunya manual dan mengubahnya menjadi pemasaran modern (*Digital marketing*). Hal tersebut dilakukan karena biaya yang dikelurakan lebih kecil daripada pemasaran langsung karena membutuhkan biaya transportasi, peralatan dan biaya lain jika terjadi yang tidak diinginkan. Oleh karena itu, pemasaran ini banyak dikerjakan oleh sebagian perusahaan lain. Bukan hanya itu, saat ini masyarakat sudah mengenal teknologi terbukti disetiap penjuru dunia mulai dari kota hingga pelosok desa sudah menggunakan android sebagai media yang digunakan sehari-hari. Semua masyarakat sudah memahami bahwa perkembangan teknologi sudah dirasakan yang mengakibatkan berubahnya cara hidup. Dengan adanya pemasaran melalui teknologi memberikan kemudahan bagi masyarakat memahami semua barang yang akan dijual.⁶

Perkembangan teknologi menjadikan angka pengguna semakin naik dari masa ke masa. Setelah dihitung ternyata sebesar 78,19% manusia yang menggunakan media internet. Informasi baru diketahui bahwa untuk tahun 2022-2023 yang menggunakan internet sejumlah 215,63 orang di Indonesia. Berdasarkan perhitungan bahwa yang menggunakan internet sama sebesar 78,19% dihitung dari semua masyarakat yang bertempat tinggal di Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa.⁷ Teknologi yang serba canggih menjadikan banyaknya aplikasi bermunculan salah satunya yaitu platform TikTok. Tiktok yang saat ini banyak masyarakat yang menggunakan karena banyak fitur menarik menyebabkan masyarakat ingin merasakan fitur tersebut.

Aplikasi Tiktok adalah sebuah media audio, visual yang dapat menyebar luaskan berbagai kreativitas dan keunikan dari penggunaanya dan memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para penggunaanya.⁸ Salah satu aplikasi digunakan untuk membuat video menarik ditambah dengan iringan musik menjadi daya tarik bagi pengguna aplikasi ini. Saat ini kebanyakan masyarakat lebih menyukai tontonan video terutama bagi masyarakat di Indonesia. Aplikasi tiktok bukan hanya digunakan untuk menghibur diri, tetapi juga digunakan sebagai aplikasi menambah penghasilan tambahan. Berbagai konten menarik berupa video barang agar konsumen merasa tertarik. Tiktok dijadikan media untuk menawarkan produk melalui *online*. Berdasarkan hal tersebut, jika usaha menggunakan bantuan aplikasi tiktok dapat menambah daya tarik untuk membeli produk tersebut.⁹

Aplikasi ini digunakan perusahaan atau *influencer* untuk menawarkan produk yang telah dibuat agar bisa dikenal oleh masyarakat luas. Membuat video dengan menjelaskan secara detail produk yang ditawarkan. Misalnya fungsi, bentuk, manfaat dan lainnya agar konsumen merasa ingin membeli produk tersebut. Produk yang diberikan wajib dibuat video *review* dengan menjelaskan tentang ciri-ciri produk yang telah digunakan sesuai dengan perasaan setelah memakai produk sesuai dengan produk yang digunakan. Dengan membuat video *review* produk akan berguna untuk

⁶ Hayatun Nufus and Trisni Handayani, "STRATEGI PROMOSI DENGAN MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus Pada TN Official Store)," *Jurnal EMT KITA* Vol. 6 No. 1, 2022.

⁷ dkk Finaka, "Orang Indonesia Makin Melek Internet," 2023.

⁸ Nasem, "Meningkatkan Koordinasi Gerak Tangan Anak Usia 5-6 Tahun pada Tari Sunda melalui Aplikasi Tiktok di PAUD Permata Hati," *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)* Volume 5 Nomor 6, 2022.

⁹ Afriza Indah Fitri dan Selvi Ainul Inayah Dwiyantri, "Efektivitas Media Tiktok Dan Influencer mendongkrak Penjualan Lippie Serum Raecca dipandemi Covid19," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)* Vol. 4 No. 1 (, 2021).

keberlangsungan konsumen. Sebagai *reviewer* harus bisa membuat video menarik bertujuan agar konsumen bisa mengetahui kondisi barang sebenarnya supaya konsumen tidak merasa kecewa terhadap produk yang dijual. Oleh sebab itu, membuat video *review* harus sesuai dengan produknya. Selain itu, berguna untuk konsumen dalam memperoleh informasi yang dapat menambah daya tarik terhadap pembelian suatu produk. Melalui video *review* produk yang dibuat oleh konsumen atau pengguna Tiktok akan mempermudah membeli suatu produk tersebut karena diberikan penjelasan terkait produk. Selain itu, bisa membantu konsumen mengenai penjelasan kondisi produk secara detail. *Review* Produk dibuat agar bisa menambah rasa percaya dan keyakinan konsumen membeli produk yang telah dibuat. Kebanyakan yang membuat video menggunakan aplikasi Tiktok karena banyaknya fitur menarik memberikan konsumen tertarik. Contoh akun Tiktok yang sering membuat video *review* produk yaitu @Urb4bygrl yang berfokus pada produk-produk *fashion*.¹⁰ Hadirnya aplikasi Tiktok dapat memberikan dampak positif bagi pelajar dan mahasiswa. Membuat video yang sedang viral di sosial media. Selain itu, dengan menggunakan aplikasi Tiktok dapat meningkatkan angka penjualan produk karena aplikasi Tiktok saat ini penggunaanya banyak. Yang menjadikan alasan utama karena Tiktok merupakan aplikasi menyediakan banyak fitur menarik. Oleh Kebanyakan usaha menggunakan aplikasi Tiktok sebagai alat mempromosikan barang.

TikTok kini mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi individu untuk melakukan sesuatu yang baru, contohnya ialah menumbuhkan minat beli seseorang akan suatu hal untuk membeli sesuatu.¹¹ Menurut pendapat Lana Fauziyyah adalah mahasiswa di UINFAS Bengkulu menjelaskan bahwa merasa kebingungan mengenai video *review* karena beliau menemukan pembuat video dilakukan tidak sesuai dengan kondisi barang. Biasanya membuat *review* produk dibuat hanya menjelaskan kelebihanannya saja dan menutupi kekurangan. Kualitas produk dibuat berlebihan padahal kondisi produk tidak terlalu bagus. Hal tersebut dapat berpengaruh pada perusahaan tersebut karena menjelaskan tidak sesuai keadaan produk. Dampak negatif yang terjadi konsumen akan merasa dibohongi akibatnya tidak ada yang percaya terhadap orang yang membuat *review* tersebut karena perilaku tidak jujur. Berdasarkan penjelasan di atas bahwa terdapat persoalan yang terjadi terhadap pengguna Tiktok tersebut. Hilangnya kepercayaan terhadap keinginan membeli produk bagi mahasiswa UINFAS Bengkulu mengenai barang yang dibuat video bagi akun @Urb4bygrl.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan bahwa penulis ingin meneliti secara mendalam terkait video *review* yang dilakukan oleh akun Tiktok @Urb4bygrl dalam meningkatkan minat beli mahasiswa UINFAS Bengkulu. Menurut persoalan itu, maka penulis akan meneliti berjudul "*Efektivitas Review Produk di TikTok Dalam Meningkatkan Minat Beli Mahasiswa UINFAS Bengkulu Perspektif Ekonomi Syariah*".

¹⁰ Sheila Mariah Nabila, "Pengaruh Review Produk Dan Brand Awareness Terhadap Trust Dan Minat Beli: Studi Kasus Review Flow Fushi Ion De Cushion Oleh Allyssa Hawadi Melalui Instagram," *Progress in Retinal and Eye Research* Vol. 3 No. 1, 2019.

¹¹ Wahyu Murjiati, *Pengaruh Iklan Pada Aplikasi Tik Tok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo* (Palopo: i IAIN Palopo, 2022).

Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian kualitatif yaitu suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok.¹² Penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, realistik dan akurat fakta-fakta dan karakteristik tertentu atau mencoba menggambarkan fenomena secara rinci. Informasi diperoleh dari langkah proses yang kemudian menjadi pengumpulan data.¹³ Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kualitatif deskriptif yang dilakukan untuk memperoleh gambaran umum dan menyeluruh tentang situasi yang diteliti.¹⁴ Penelitian yang telah dilaksanakan menggunakan studi lapangan (*field research*). Penelitian kualitatif merupakan penelitian dilakukan bertujuan mendapatkan data berdasarkan kejadian terjadi dan diperoleh dari pelaku yang memahami permasalahan yang terjadi.¹⁵ Yang dilakukan peneliti turun ke lokasi agar bisa memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk mengetahui efektivitas *review* produk yang dilakukan oleh @Urb4bygrl di TikTok terhadap minat beli mahasiswa UINFAS Bengkulu dan sikap *review* produk yang tidak jujur di TikTok. Penelitian digunakan bertujuan memberikan penjelasan dan gambaran peristiwa fakta yang terjadi. Data dikumpulkan menggunakan teknik tanya jawab menggunakan beberapa pertanyaan tertulis yang telah disiapkan maupun *interview guide*.¹⁶

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Untuk waktu yang dibutuhkan yaitu bulan Mei 2023 sampai dengan selesai. Lokasi penelitian berada di Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu. Alamat berada di Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu.

3. Informan Penelitian

Informan adalah seseorang yang memiliki informasi banyak mengenai objek yang sedang diteliti.¹⁷ Teknik yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap

¹² Ahmad Farizal, "Peranan Guru Fiqih Dalam Meningkatkan Ketaatan Ibadah Shalat Mts Al Ihsan," *Jurnal Pendidikan dan Keguruan* Vol. 1 No. (2023): h. 328.

¹³ Nia Monika Sari dan Putri Yulia, "Kompetensi Kepribadian Guru Matematika di Madrasah Tsanawiyah," *Plusminus: Jurnal Pendidikan Matematika*, Vol. 3, No (2023): h. 76.

¹⁴ Abdul Mujib dan Eka Sulistiana, "Kemampuan Penalaran Proporsional menurut Langrall dan Swafford pada Siswa Sekolah Menengah Pertama," *Jurnal Pendidikan Matematika* Vol. 3, No (2023): h. 119.

¹⁵ Lexy J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002).

¹⁶ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018).

¹⁷ Nur Azizah Handayani dan Miftahul Huda, "Analisis Pengelolaan Wakaf Uang pada Dompot Dhuafa Kalimantan Timur," *JESM: JURNAL EKONOMI SYARIAH MULAWARMAN* VOL. 2 NO. (2023): h. 57.

paling tau tentang apa yang diharapkan.¹⁸ Tujuan pengambilan sampel (sampling) ialah guna mendapatkan deskriptif tentang ciri unit observasi yang tercantum di dalam sampel, serta guna melaksanakan generalisasi dan mengevaluasi kriteria populasi.¹⁹ Dalam hal ini yang menjadi informan adalah mahasiswa UINFAS Bengkulu yang memiliki aplikasi TikTok.

4. Sumber dan Teknik Informasi Data

Sumber primer adalah karangan asli yang ditulis oleh seorang yang melihat, mengalami, atau mengerjakan sendiri. Bahan Literatur semacam ini dapat berupa buku harian (autobiography), tesis, disertasi, laporan penelitian, dan hasil wawancara. Sedangkan yang dimaksud dengan sumber sekunder (secondary source) adalah tulisan tentang penelitian orang lain, tinjauan, ringkasan, kritikan, dan tulisan-tulisan serupa mengenai hal-hal yang tidak langsung disaksikan atau dialami sendiri oleh penulis.²⁰ Data yang diperoleh pada penelitian ini Pengambilan data primer dilakukan melakukan wawancara kepada mahasiswa UINFAS Bengkulu. Informan tersebut dipilih karena menghasilkan jawaban yang berkaitan dengan permasalahan pada penelitian ini dan memiliki pemahaman terkait penelitian ini.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas karyawan cafe. ²¹ Maka untuk mendapatkan data dari objek penelitian, peneliti mendatangi langsung objek penelitian guna melihat secara dekat gambaran yang lebih luas tentang efektivitas *review* produk terhadap minat beli.

b. Wawancara

Wawancara merupakan proses tanya jawab antar beberapa orang berguna saling memberikan penjelasan dan jawaban menggunakan proses wawancara.²² Yang dilakukan pada penelitian ini peneliti melakukan tanya jawab kepada mahasiswa UINFAS Bengkulu.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara pengumpulan data dari bahan tekstual, seperti buku, majalah, dokumen, peraturan, risalah rapat, jurnal, dan lain sebagainya.²³

6. Teknik Analisis Data

¹⁸ Faizal Chan, "The Impact Of Bullying On The Confidence Of Elementary School Student," *Jurnal Pendas Mahakam* Vol. 4 No. (2019): h. 152.

¹⁹ Ika Lenaini, "Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling," *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan* Vol. 6, No (2021): h. 34.

²⁰ Dede Ridho Firdaus, "Analisis Model Kepemimpinan Kharismatik dan Visioner di Pondok Pesantren," *Journal on Education* Volume 05, (2023): h. 65.

²¹ Hamdan Fawaid, "Analisis Penerapan Etos Kerja Islam pada Karyawan Restaurant Lezat Resto Transmart Jember," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* No. 9, Vol (2023): h. 327.

²² Sugiyono, *Metode Penelitian & Pengembangan* (Bandung: ALFABETA, 2019).

²³ Apriando Pratama dan Alex Wijaya, "Implementasi Sistem Good Corporate Governance Pada Perangkat Lunak Berbasis Website PT. Pusaka Bumi Transportasi," *Technomedia Journal (TMJ)* Vol. 7 No. (2023): h. 343.

Evektivitas Review Produk Tiktok dalam Meningkatkan Minat Beli Mahasiswa UINFAS Bengkulu Prespektif Ekonomi Syariah – Shella Febrianti, Eka Sriwahyuni, Faisal Muttaqin

a. Reduksi Data

Reduksi Data merupakan suatu cara merangkum bagian hal yang penting. Di lapangan menghasilkan banyak data yang dapat digunakan membuat laporan penelitian untuk itu perlu dicatat agar dapat dijadikan bahan pembuatan laporan. Kegiatan mereduksi data berarti merangkum, memilih hal yang pentingnya saja dengan membuang hal yang tidak perlu. Cara ini bertujuan untuk memudahkan peneliti saat membaca catatan dengan jelas, singkat dan padat.²⁴

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah kegiatan mendeskripsikan sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data disajikan dalam bentuk teks naratif sehingga perlu disusun secara sederhana agar informasi yang digabungkan tersusun secara terpadu dan mudah dipahami.²⁵

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Data disajikan menggunakan kualitatif berupa penjelasan secara detail suatu masalah. Kesimpulan awal biasanya berupa penjelasan hanya sementara artinya akan ada perubahan jika bukti tidak ditemukan saat mengumpulkan data. Jika kesimpulan diperoleh berasal dari bukti yang nyata maka peneliti akan menyimpulkan berupa kesimpulan yang fakta atau dapat dipercaya.²⁶

Hasil Penelitian

Teknologi yang semakin canggih mengakibatkan aktivitas jual beli dilakukan menggunakan android. Terbukti banyaknya yang menciptakan aplikasi bertujuan sebagai alat untuk menawarkan produk kepada konsumen. Hal tersebut dinilai positif karena dapat menambah penghasilan dengan adanya teknologi tersebut. Kebanyakan pengusaha menggunakan aplikasi memasarkan produknya karena biaya yang murah dibandingkan promosi melalui poster atau tatap muka akan memakan biaya lebih besar. Berdasarkan kejadian tersebut setiap aplikasi menyediakan fitur-fitur agar bisa menarik perhatian konsumen. Untuk menambah daya tarik salah satunya yaitu membuat video *review*. Video *review* produk adalah cara yang digunakan untuk menarik konsumen membeli dan tertarik mengenai produk yang dijual.

Agar bisa memahami terkait kebenaran membuat *review* produk apakah dapat mempengaruhi keinginan mahasiswa UINFAS Bengkulu. Cara yang dilakukan agar memperoleh informasi dan data yaitu melalui tanya jawab kepada mahasiswa UINFAS Bengkulu. Adapun untuk hasil wawancaranya sebagai berikut:

Menurut pendapat Lana Fauziyyah (FEBI) menjelaskan bahwa telah menggunakan Tiktok selama kurang lebih 3 tahun. “Sering nonton video *review* produk. Merasa ingin membeli produk yang *direview* kemudian lebih memilih berkomentar terkait produk tersebut. Alasan memilih produk yang telah *direview*

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian & Pengembangan*.

²⁵ Isti Prabawani, “Analisis Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) Pada Departemen Inventory PT. Rimex International Indonesia Balikpapan,” *Jurnal Mahasiswa Kreatif* Vol. 1, No (2023): h. 30.

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian & Pengembangan*.

karena produk tersebut memang sedang diperlukan. Sangat tepat jika ingin membuat video produk dengan menjelaskan secara detail produk yang ditawarkan. Yang membedakan antara produk Saya dengan yang lain yaitu akun lain hanya menjelaskan bagian luar produk dan contoh penggunaannya. Sedangkan Saya menjelaskan secara rinci terkait produk tersebut. Tugas sebagai *reviewer* harus bisa memahami terkait produk tersebut dengan syarat harga tersebut murah. Hal yang paling utama seorang *reviewer* yaitu sikap jujur. Jika kejujuran sudah diterapkan saat membuat video maka akan menjaga kepercayaan konsumen”.

Menurut pendapat Reifika Koumala sari (FTT) menjelaskan bahwa “Saya saat ini sering melihat video di Tiktok. Merasa tertarik terhadap produk yang dijual di Tiktok jika produk tersebut memang sedang dibutuhkan. Oleh karena itu, Saya berusaha mencari secara detail terkait produk tersebut dan biasanya tertarik celana dan baju. Alasan membeli produk melalui Tiktok karena kualitasnya dijamin bagus. Mengenai video yang dibuat saya merasa tertarik dengan produk yang dijual dan lebih menyukai video produk celana kulot dan baju dengan berbagai model kekinian. Video yang dibuat dapat menarik perhatian konsumen khususnya Saya karena penjelasan produk apa adanya dan efek dari kamera terlihat jelas”.

Menurut pendapat Deni Fitria Utami (FEBI) menjelaskan bahwa “Saya pengguna Tiktok sudah lama bahkan setiap hari membuka. Yang disukai melihat video celana kulot kemudian Saya membaca secara detail mengenai produk tersebut. Produk yang dijual juga kualitasnya sudah bagus dengan harga terjangkau dan sangat pintar sekali membuat konsumen tertarik karena dibuat sesuai dengan kondisi asli barang. Tidak seperti akun tiktok lain itu menjelaskan produk dengan melebih-lebihkan kualitasnya sehingga saya merasa kecewa. Dengan harga terjangkau dan untuk ukuran produk yang dijual sesuai dengan ukuran saya dengan badan yang sedang. Bagi *reviewer* harus memiliki sikap tanggungjawab dan jujur agar bisa menambah pengikut Tiktok dan tentunya dapat meningkatkan angka penjualan”.

Menurut pendapat Felina Adea Putri (FEBI) menjelaskan bahwa “Saya sudah lama pengguna Tiktok dan sering melihat *review* video. Produk yang pernah dibeli yaitu celana kulot anti kusut. Produk yang dijual kualitasnya bagus dan sesuai dengan model kekinian seperti Saya suka belanja baju dan celana yang kekinian. Video *review* sesuai dengan kondisi barang dan jika melihat videonya Saya akan langsung melihat detail produk. Tampilan video yang menarik menjadikan ingin membeli dan untuk kualitas video yang dibuat juga bagus sesuai gambar produk tersebut”.

Menurut pendapat Anggi Pratiwi (FEBI) menjelaskan bahwa “Saya sudah menggunakan Tiktok karena saya termasuk suka mengedit dan mengupload kegiatan sehari-hari. *Review* video sering dijumpai jika membuka Tiktok. Menurut Saya video yang dibuat menarik sesuai dengan produk yang dijual. Hal tersebut membuat saya berkeinginan melihat secara detail terkait produk yang dijual. Untuk produk yang sering dilihat yaitu blouse dan atasan wanita. Pembuatan video sudah sesuai dengan kondisi produk dengan langsung digunakan cara pemakaian yang menjadikan Saya merasa tertarik ingin membelinya. Saran saya seharusnya membuat harga dengan lengkap agar konsumen merasa tertarik terhadap harga murah tersebut”.

Menurut pendapat Dea Afresia (FEBI) menjelaskan bahwa “Saya menggunakan Tiktok sudah lama dan membantu mempromosikan video yang telah dibuat karena video yang dibuat membuat saya tertarik untuk membelinya. Video yang dibuat sesuai dengan kondisi produk sebenarnya dan produk yang disukai yaitu baju dan

Evektivitas Review Produk Tiktok dalam Meningkatkan Minat Beli Mahasiswa UINFAS Bengkulu Prespektif Ekonomi Syariah – Shella Febrianti, Eka Sriwahyuni, Faisal Muttaqin

celana. Jika kualitas baju baik dan tidak tembus pandang maka saya akan membelinya. Oleh karena itu, Saya membaca detail kondisi produk tersebut. Harga yang dicari mahasiswa yaitu murah dan sesuai dengan kondisi keuangan mahasiswa. Terdapat produk yang menarik maka langsung melakukan pemesanan. Yang menjadi niali lebih yaitu video dibuat dengan semenarik mungkin disertai fitur”.

Menurut pendapat Nely Purnama Sari (FEBI) menjelaskan bahwa Saya sering membuka aplikasi Tiktok sudah menjadi pengikutnya sudah lama. Untuk produk yang *direview* sesuai dengan keinginan seperti kulot dan baju. Untuk harga juga lumayan murah dan cara menawarkan sudah efektif sehingga ingin cepat menggunakan produknya. Produk tersebut dijelaskan mengenai bahan dan ukuran sesuai dengan kondisi produk. Hal yang utama saat membuat video yaitu harus menjelaskan detail produk tersebut”.

Menurut pendapat Deksa Ulandari (FTT) menjelaskan bahwa “Saya sudah menggunakan Tiktok sejak dahulu. Aplikasi Tiktok digunakan untuk melihat beberapa contoh *outfit* ke kampus karena pakaiannya sesuai dengan anak muda saat ini. Kemudian Saya mencoba mencari baju dengan warna yang disukai. Untuk tampilan warnanya sudah sesuai karena perpaduan warna. Hal tersebut menjadikan alasan utama untuk melihat video tersebut. *Review* produk yang dibuat bisa membuat keinginan untuk memilikinya”.

Menurut pendapat Atensyah (FEBI) menjelaskan bahwa saya sering membuat Tiktok karena video tersebut bisa menarik keinginan konsumen. Tertarik dengan produk *fashion* dan langsung bertanya di kolom komentar mengenai produk tersebut. Harganya terjangkau oleh kantong saya yang merupakan anak kos. Iya saya tertarik untuk mencoba produknya karena produk yang *direview* mengikuti *ootd* anak muda zaman sekarang. Jika produknya memiliki kualitas premium dengan harga yang terjangkau. Tentu saja tertarik karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya. Harus berinovasi dan kreatif”.

Pembahasan

Dari hasil wawancara pada mahasiswa UINFAS Bengkulu, ditemukan hasil bahwa kejujuran sangat diperlukan dalam suatu video *review* produk. Review produk merupakan tinjauan terhadap suatu produk agar produk tersebut dapat dilihat kegunaan, kelebihan, serta kekurangannya sehingga tertarik untuk memiliki produk tersebut.²⁷ Islam sangat melarang segala kegiatan yang mengandung unsur manipulasi dan pemalsuan. Memanipulasi merupakan hal yang buruk, karena sama halnya dengan menipu. Melakukan tipuan merupakan hal yang di haramkan dalam islam.²⁸ Artinya jika *review* produk dilakukan secara tidak jujur maka hal tersebut bertentangan dengan ajaran islam. Orang bersikap tidak jujur di dalam usaha akan berdampak pada keberlangsungan usaha tidak dipercaya konsumen dan kehancuran dalam usahanya.²⁹ Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa *review* produk yang tidak jujur sangat merugikan mahasiswa UINFAS Bengkulu dan

²⁷ Yuan Lukito, *Inovasi Teknologi Untuk Kemajuan Bangsa* (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2016).

²⁸ Yulianti dan Ako Caniyago, “Manipulasi Wajah Menggunakan Filter Pada Sosial Media Dalam Perspektif Islam,” *AT-TAJDID: Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam*, 2023.

²⁹ Suwinardi, “Langkah Sukses Memulai Usaha,” *ORBITH Vol. 14 No. 3*, 2018.

membuat mereka hilang kepercayaan yang mengakibatkan tidak mau lagi membeli segala produk yang *direview* oleh akun yang tidak jujur.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 30 mahasiswa UINFAS Bengkulu didapati hasil bahwa *review* produk yang dilakukan oleh akun tiktok @Urb4bygrl mampu meningkatkan minat beli mereka dan sudah sesuai dengan empat prinsip yang menjadi *Key Success Factors* (KSP) dalam melakukan *review* produk sesuai dengan ketentuan syariah. Dalam Islam, suri teladan yang sempurna terdapat pada diri Nabi Muhammad Saw karena beliau mempunyai sifat-sifat yang selalu terjaga dan dijaga oleh Allah SWT. Sifat-sifat Nabi Muhammad Saw tersebut dikenal dengan sebutan sifat wajib bagi Rasul yang merupakan pencerminan karakter Nabi Muhammad saw dalam menjalankan tugasnya sebagai pemimpin umat. Shiddiq, Amanah, Tabligh dan Fathonah.³⁰ Adapun empat prinsip yang menjadi *Key Success Factors* (KSP) dalam melakukan *review* produk sesuai dengan ketentuan syariah, yaitu:

1. Shiddiq (jujur)

Jujur berarti melandaskan ucapan, keyakinan serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Selalu bersikap jujur akan mengantarkan seseorang pada surganya Allah SWT.³¹ Kejujuran ini menjadi suatu hal yang sangat penting dalam berbisnis sebagai sebuah kepercayaan.³² Pada akun Tiktok @Urb4bygrl sudah menerapkan sikap jujur dalam melakukan *review* produk. Terbukti dengan wawancara yang telah dilakukan bahwa produk yang *direview* sesuai dengan aslinya dan tidak melebih-lebihkan produk yang *direview*.

2. Amanah (bertanggung jawab)

Amanah merupakan salah sifat terpuji yang sangat dianjurkan oleh Islam terutama kepada setiap muslim, karena amanah ini merupakan beban tanggungjawab manusia sebagai khalifah dipermukaan bumi ini, baik untuk mengatur segala aspek kehidupan di dunia yang berhubungan dengan manusia sesama manusia, manusia sesama makhluk alam semesta beserta segala isinya dan manusia dengan sang khaliq.³³ Sikap bertanggung jawab yang dimiliki @Urb4bygrl adalah menjawab pertanyaan atau keluhan pada kolom komentar dengan ramah. Tujuannya agar hilangnya keraguan atau kebingungan terhadap produk yang *direview* dan memastikan bahwa produk yang *direview* sesuai dengan ekspektasi penonton.

3. Fathanah (cerdas)

Sifat yang paling utama dan harus dimiliki adalah harus memiliki berbagai kelebihan, diantaranya harus profesional dan kreatif baik dari segi akal,

³⁰ Zaen Musyirifi, "Implementasi Sifat-Sifat Rasulullah Dalam Konseling Behavioral," *Jurnal Bimbingan Konseling*, Vol. 11, No. 2, 2020.

³¹ Nafiuddin, "Memahami Sifat Shiddiq Nabi Muhammad SAW Perspektif Bisnis Syariah," *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* Vol.6 No.2, 2018.

³² Neni Hardiati dan Ayi Yunus Rusyana, "Etika Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pelaku Usaha Sukses dalam Perspektif Maqashid Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 7 No. 1, 2021.

³³ Amiruddin, "Amanah Dalam Perspektif Al-Quran (Studi Komparatif Tafsir Al-Misbah dan Al-Azhar)," *Jurnal MUDARRISUNA: Media Kajian Pendidikan Agama Islam* Vol. 11 No. 4, 2021.

Evektivitas Review Produk Tiktok dalam Meningkatkan Minat Beli Mahasiswa UINFAS Bengkulu Prespektif Ekonomi Syariah – Shella Febrianti, Eka Sriwahyuni, Faisal Muttaqin

keutamaan, ilmu, kebijakan, penampilan, kepandaian, kelayakan, ucapan yang baik, logika, tindakan, dan lain sebagainya.³⁴ Pebisnis yang cerdas merupakan pebisnis yang mampu memahami, menghayati dan mengenal tugas dan tanggung jawab bisnisnya dengan sangat baik. Dengan sifat ini, pebisnis dapat menumbuhkan kreativitas dan kemampuan dalam melakukan berbagai inovasi yang bermanfaat bagi perusahaan.³⁵ Sikap Fathanah @Urb4bygrl sudah memiliki sikap cerdas karena saat membuat video *review* produk pasti sudah memahami dan menguasai karakteristik produk yang *direview* agar bisa menjelaskannya kepada penonton. Misalnya dalam *mereview* produk pakaian, tentunya sudah mengetahui bahwa pakaian tersebut cocok untuk siapa saja dan berat badan berapa saja.

4. *Tabligh* (komunikatif)

Tabligh sendiri memiliki makna yang berarti penyampaian atau menyampaikan. Sedangkan secara istilah, *tabligh* merupakan kegiatan menyampaikan ajaran Allah dan Rasul kepada orang lain ataupun umat muslim.³⁶ Dalam konteks berwirausaha, pemahaman *tabligh* bisa mencakup argumentasi dan komunikasi. Penjual atau pelaku usaha hendaknya mampu mengkomunikasikan produknya dengan strategi yang tepat dalam memilih media promosi, mampu menyampaikan keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran.³⁷ Akun Tiktok @Urb4bygrl sudah memiliki sikap komunikatif. Video *review* produk yang dibuat tidak monoton sehingga penonton tidak merasa bosan saat melihatnya. Bahasa dan kata-kata yang dipakai sudah efektif dalam meningkatkan minat beli penonton. Terbukti pada saat wawancara dengan mahasiswa UINFAS Bengkulu, mereka mengatakan bahwa sangat tertarik untuk membeli produk yang *direview* karena penjelasan yang mudah untuk dipahami dan kreatif dalam mengikuti trend yang ada.

Kesimpulan

Review produk merupakan kegiatan akan berdampak pada sikap konsumen membeli produk bagi mahasiswa UINFAS Bengkulu. Jika video dibuat dengan sikap jujur, kreatif dan bertanggung jawab akan menambah jumlah penjualan. Oleh karena itu kejujuran, kreatif dan tanggung jawab sangat diperlukan dalam membuat video *review* produk.

Menurut syariat islam *review* produk oleh @Urb4bygrl sudah memenuhi empat unsur-unsur nilai moral dalam ajaran islam yang meliputi: *Shiddiq* (jujur), amanah

³⁴ Iswan, "Pembentukan Karakter Islami Pada Siswa Sekolah Dasar Melalui Pendekatan Konsep Sidiq, *Tabligh*, Amanah, Fathonah, Istiqomah (STAFI)," *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam Volume 20 Nomor 2*, 2019.

³⁵ Yusron Ali Sya'bana, "Bisnis Ala Rasulullah Dalam Perspektif Pemasaran Business Ala Rasulullah In Marketing Perspective," *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah, Vol. 4 Issue. 2*, 2021.

³⁶ Eva Trisnawati, Implementasi Etika Berdagang Dengan Sifat Sidiq, *Tabligh*, Amanah, Fathanah Pada Waroeng Steak And Shake Cabang Boulevard Makassar, *Economos :Jurnal Ekonomi*, Volume 4, Nomor 3, 2021, h. 179

³⁷ Astrid Manzani, "Pengaruh Penerapan Sifat Shiddiq, Amanah, Fathanah Dan *Tabligh* Terhadap Keberhasilan Usaha Online Shop," *Jurnal BILAL: Bisnis Ekonomi Halal, Vol. 2 No. 1*, 2021.

(bertanggung jawab), *fathanah* (cerdas), dan *tabligh* (komunikatif). Contoh sikap yang diterapkan yaitu harus menutup aurat, tidak memuji produk yang *direview* secara berlebihan, tidak menggunakan kata sumpah, transparan dalam mempromosikan suatu produk, dan tidak ada konten yang menjelekkan produk lain.

Saran

Bagi orang yang *mereview* produk, harus lebih selektif dalam memilih produk dan memperhatikan etika dalam berbisnis agar tidak melanggar aturan syariah. Bagi konsumen seharusnya lebih bisa memilih dan memperhatikan dengan baik konten dan akun mana yang dipercaya dalam *mereview* produk yang sesuai dengan kebutuhan.

Daftar Pustaka

Abdullah, Ma'ruf. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014.

Amiruddin. "Amanah Dalam Perspektif Al-Quran (Studi Komparatif Tafsir Al-Misbah dan Al-Azhar)." *Jurnal MUDARRISUNA: Media Kajian Pendidikan Agama Islam Vol. 11 No. 4*, 2021.

Caniyago, Yulianti dan Ako. "Manipulasi Wajah Menggunakan Filter Pada Sosial Media Dalam Perspektif Islam." *AT-TAJDID: Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam*, 2023.

Chan, Faizal. "The Impact Of Bullying On The Confidence Of Elementary School Student." *Jurnal Pendas Mahakam Vol. 4 No. (2019)*: h. 152.

Dedi Riswandi. "Transaksi On-Line (E-Commerce) : Peluang Dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Econetica Vol.1 No.1*, 2019.

Dwiyanti, Afriza Indah Fitri dan Selvi Ainul Inayah. "Efektivitas Media Tiktok Dan Influencer mendongkrak Penjualan Lippie Serum Raecca dipandemi Covid19." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI) Vol. 4 No. 1* (, 2021).

Farizal, Ahmad. "Peranan Guru Fiqih Dalam Meningkatkan Ketaatan Ibadah Shalat Mts Al Ihsan." *Jurnal Pendidikan dan Keguruan Vol. 1 No. (2023)*: h. 328.

Fawaid, Hamdan. "Analisis Penerapan Etos Kerja Islam pada Karyawan Restaurant Lezat Resto Transmart Jember,." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan No. 9, Vol (2023)*: h. 327.

Finaka, dkk. "Orang Indonesia Makin Melek Internet," 2023.

Firdaus, Dede Ridho. "Analisis Model Kepemimpinan Kharismatik dan Visioner di Pondok Pesantren." *Journal on Education Volume 05, (2023)*: h. 65.

Handayani, Hayatun Nufus and Trisni. "STRATEGI PROMOSI DENGAN MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus Pada TN Official Store)." *Jurnal EMT KITA Vol. 6 No. 1*,

Evektivitas Review Produk Tiktok dalam Meningkatkan Minat Beli Mahasiswa UINFAS Bengkulu Prespektif Ekonomi Syariah – Shella Febrianti, Eka Sriwahyuni, Faisal Muttaqin

2022.

Huda, Nur Azizah Handayani dan Miftahul. "Analisis Pengelolaan Wakaf Uang pada Dompot Dhuafa Kalimantan Timur." *JESM: JURNAL EKONOMI SYARIAH MULAWARMAN* VOL. 2 NO. (2023): h. 57.

Iswan. "Pembentukan Karakter Islami Pada Siswa Sekolah Dasar Melalui Pendekatan Konsep Sidiq, Tabligh, Amanah, Fathonah, Istiqomah (STAFI)." *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam Volume 20 Nomor 2*, 2019.

Khairunnisa, Athaya dkk. "Penerapan Digital Inbound Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu PT. Comtelindo Balikpapan Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan" 9, no. 2 (2021): 120.

Lenaini, Ika. "Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling." *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan* Vol. 6, No (2021): h. 34.

Lexy J.Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.

Lukito, Yuan. *Inovasi Teknologi Untuk Kemajuan Bangsa*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2016.

Manzani, Astrid. "Pengaruh Penerapan Sifat Shiddiq, Amanah, Fathanah Dan Tabligh Terhadap Keberhasilan Usaha Online Shop." *Jurnal BILAL: Bisnis Ekonomi Halal*, Vol. 2 No. 1, 2021.

Murjiati, Wahyu. *Pengaruh Iklan Pada Aplikasi Tik Tok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo*. Palopo: i IAIN Palopo, 2022.

Musyirifi, Zaen. "Implementasi Sifat-Sifat Rasulullah Dalam Konseling Behavioral." *Jurnal Bimbingan Konseling*, Vol. 11, No. 2, 2020.

Nabila, Sheila Mariah. "Pengaruh Review Produk Dan Brand Awareness Terhadap Trust Dan Minat Beli: Studi Kasus Review Flow Fushi Ion De Cushion Oleh Allyssa Hawadi Melalui Instagram." *Progress in Retinal and Eye Research* Vol. 3 No. 1, 2019.

Nafiuddin. "Memahami Sifat Shiddiq Nabi Muhammad SAW Perspektif Bisnis Syariah." *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* Vol.6 No.2, 2018.

Nasem. "Meningkatkan Koordinasi Gerak Tangan Anak Usia 5-6 Tahun pada Tari Sunda melalui Aplikasi TikTok di PAUD Permata Hati." *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)* Volume 5 Nomor 6, 2022.

- Prabawani, Isti. "Analisis Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) Pada Departemen Inventory PT. Rimex International Indonesia Balikpapan." *Jurnal Mahasiswa Kreatif* Vol. 1, No (2023): h. 30.
- Putri, Almira Devita. "Pengenalan Wawasan Digital Marketing Bagi Guru SMK N 1 Labuhan Maringgai, Lampung Timur." *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)* Vol. 4 No. 1, 2023.
- Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Rusyana, Neni Hardiati dan Ayi Yunus. "Etika Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pelaku Usaha Sukses dalam Perspektif Maqashid Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 7 No. 1, 2021.
- Sugiyono. *Metode Penelitian & Pengembangan*. Bandung: ALFABETA, 2019.
- Sulistiana, Abdul Mujib dan Eka. "Kemampuan Penalaran Proporsional menurut Langrall dan Swafford pada Siswa Sekolah Menengah Pertama." *Jurnal Pendidikan Matematika* Vol. 3, No (2023): h. 119.
- Suwinardi. "Langkah Sukses Memulai Usaha." *ORBITH* Vol. 14 No. 3, 2018.
- Sya'bana, Yusron Ali. "Bisnis Ala Rasulullah Dalam Perspektif Pemasaran Business Ala Rasulullah In Marketing Perspective." *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah*, Vol. 4 Issue. 2, 2021.
- Wijaya, Apriando Pratama dan Alex. "Implementasi Sistem Good Corporate Governance Pada Perangkat Lunak Berbasis Website PT. Pusaka Bumi Transportasi." *Technomedia Journal (TMJ)* Vol. 7 No. (2023): h. 343.
- Wiryaning, Detya. "Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Perubahan Sistem Komunikasi Indonesia." *Jurnal Nomosleca*, Vol. 8, No. 2, 2022.
- Yulia, Nia Monika Sari dan Putri. "Kompetensi Kepribadian Guru Matematika di Madrasah Tsanawiyah." *Plusminus: Jurnal Pendidikan Matematika*, Vol. 3, No (2023): h. 76.