

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik pemasaran flash sale pada Marketplace TikTok Shop terhadap kepercayaan konsumen serta menganalisis kesesuaiannya dalam perspektif syariah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Peneliti memperoleh data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap dua penjual, dua afiliator, dan empat konsumen yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Peneliti menganalisis data melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak NVivo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik pemasaran flash sale pada TikTok Shop menerapkan potongan harga, pembatasan waktu promosi, keterbatasan stok, dan fitur live streaming sebagai strategi untuk meningkatkan daya tarik serta kepercayaan konsumen. Konsumen membangun kepercayaan karena penjual dan afiliator menyampaikan informasi mengenai produk, harga, dan ketentuan promosi secara jelas dan transparan. Berdasarkan perspektif syariah, praktik pemasaran flash sale yang menjadi objek penelitian dapat dinilai sesuai dengan prinsip ekonomi syariah karena memenuhi prinsip kejujuran (*ṣiddiq*), amanah, transparansi, dan keadilan serta tidak ditemukan unsur *gharar*, *tadlīs*, *maysir*, maupun bentuk penipuan dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu, praktik pemasaran flash sale pada TikTok Shop pada dasarnya diperbolehkan selama tetap berpedoman pada prinsip-prinsip muamalah dalam syariah.

Kata kunci: *flash sale*, TikTok Shop, kepercayaan konsumen, perspektif syariah.

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of flash sale marketing on the TikTok Shop marketplace in relation to consumer trust and to examine its compliance with Islamic principles. This study employed a qualitative research method with a descriptive approach. The researcher collected data through observation, interviews, and documentation involving two sellers, two affiliates, and four consumers selected using a purposive sampling technique. The researcher analyzed the data through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing with the assistance of NVivo software.

The results indicate that flash sale marketing on TikTok Shop implements price discounts, limited promotional periods, limited product stock, and live streaming features as strategies to increase consumer interest and trust. Consumers develop trust because sellers and affiliates provide clear and transparent information regarding products, prices, and promotional terms. From the Islamic perspective, the flash sale marketing practices examined in this study are considered consistent with Islamic economic principles because they uphold honesty (ṣiddiq), trustworthiness (amanah), transparency, and fairness, and do not contain elements of gharar (uncertainty), tadlīs (deception), maysir (gambling), or other fraudulent practices. Therefore, flash sale marketing on TikTok Shop is fundamentally permissible as long as it complies with the principles of Islamic commercial transactions (muamalah).

Keywords: *flash sale, TikTok Shop, consumer trust, Islamic perspective.*