PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP JUAL BELI *ONLINE* PRODUK KOSMETIK DALAM KEMASAN *SHARE IN JAR* DI SHOPEE MENURUT KONSEP *TADLIS*

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

MUHAMMAD REZA RAMADHAN
NIM. 170102176
Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum
Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah

FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023 M/1445 H

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP JUAL BELI *ONLINE* PRODUK KOSMETIK DALAM KEMASAN *SHARE IN JAR* DI SHOPEE MENURUT KONSEP *TADLIS*

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum
Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana (S1)
dalam Ilmu Hukum Ekonomi Syari'ah

Oleh:

MUHAMMAD REZA RAMADHAN
Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum
Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah
NIM 170102176

Pembimbing I,

Dr. Bukhari Ali, S.Ag., M. A.
NIP: 197706052006041004

Pembimbing II,

Nurul Fithria, M. Ag.
NIP: 198805252020122014

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP JUAL BELI *ONLINE* PRODUK KOSMETIK DALAM KEMASAN *SHARE IN JAR* DI SHOPEE MENURUT KONSEP *TADLIS*

SKRIPSI

Telah Diuji oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi
Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Program Sarjana (S-1)
dalam Ilmu Hukum
Ekonomi Syari'ah

Pada Hari/Tanggal: Rabu, 20 Desember 2023 M
07 Jumadil Akhir 1445 H

di Darussalam, Banda Aceh
Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi

Ketua,

Dr. Bukhari Ali, S.Ag., M. A. NIP: 197706052006041004

Sekretaris,

Nurul Fithria, M. Ag
NIP: 198805252020122014

Penguji I,

Dr. Safira Mustaqilla, S. Ag., M.A.
NIP: 197511012007012027

Penguji II,

Nahara Eriyanti, M.H.
NIP: 2020029101

Mengetahui
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Prof. Dr. Kamaruzzaman, M. Sh.
NIP: 197809172009121006

KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
DARUSSALAM-BANDA ACEH TELP 0651-7552966,Fax.0651-7552966

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Muhammad Reza Ramadhan
NIM : 170102176
Jurusan : Hukum Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Syari'ah dan Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:
Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan.

1. ***Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
2. ***Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
3. ***Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.***
4. ***Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya,dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk di cabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar- Raniry.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 05 Desember 2023
Yang menyatakan

METERAI TEMPEL
076AKX690067911

Muhammad Reza Ramadhan

ABSTRAK

Nama	:	Muhammad Reza Ramadhan
Nim	:	170102176
Fakultas/Prodi	:	Fakultas Syariah dan Hukum/Hukum Ekonomi Syariah
Judul	:	Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli *Online* Produk Kosmetik dalam Kemasan *Share In Jar* di Shopee Menurut Konsep *Tadlis*
Tanggal Munaqasyah	:	20 Desember 2023
Tebal skripsi	:	74 Halaman
Pembimbing 1	:	Bukhari Ali, S.Ag., M. A.
Pembimbing 2	:	Nurul Fithria, M. Ag.
Kata kunci	:	*Produk Kosmetik, Share In Jar, Tadlis*

Tadlis merupakan sesuatu yang mengandung unsur penipuan yaitu menyembunyikan objek akad dari keadaan yang sebenarnya sehingga merugikan salah satu pihak. Dalam praktik penjualan produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* di Shopee, konsumen tidak mengetahui secara langsung bagaimana cara penjual memindahkan isi produk tersebut ke wadah lain yang bukan merupakan sample asli dari produk tesebut. Konsumen juga tidak mengetahui produk yang diisi ke dalam kemasan *share in jar* asli atau palsu sehingga dikhawatirkan terdapat unsur tadlis di dalamnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat unsur *tadlis* dalam praktik penjualan produk kosmetik kemasan *share in jar* di Shopee dan untuk mengetahui perlindungan konsumen pada praktik penjualan kosmetik *share in jar* di Shopee yang mengandung unsur *tadlis*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif menggunakan pendekatan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam praktik penjualan produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* di Shopee mengadung unsur *tadlis* karena barangnya tidak jelas yaitu tidak terdapat keterangann pada wadahnya hanya polosan saja walaupun produk tersebut diambil dari produk asli yang jelas keterangannya. Perlindungan konsumen terhadap produk kemasan *share in jar* pihak Shopee mmberikan layanan pengaduan untuk keseluruhan komplen yaitu menghubungi *call center* (021) 39500300, live chat pada pusat bantuan di aplikasi Shopee, dan chat via WhatsApp**:** (+62) 85311111010 kepada Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga Kementerian Perdagangan Ri.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّه الرّحْمَنِ الرّحِيم

الحَمْدُ لله رَبِّ العَالَمِيْنَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلى أَشْرَفِ الأَنْبِيَاءِ وَالمُرْسَلِيْنَ

Puji syukur kehadirat Allah Swt. karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli *Online* Produk Kosmetik dalam Kemasan *Share In Jar* di Shopee Menurut Konsep *Tadlis*".**

Shalawat beriringkan salam kepangkuan Baginda Rasulullah Saw. serta para sahabat, tabi'in dan tabi' tabi'in yang senantiasa berdakwah dan menyampaikan risalah-Nya, sehingga manusia senantiasa berada dalam lindungan Allah Swt.

Penulis menyadari, terdapat banyak kesulitan dan hambatan karena terbatasnya ilmu yang penulis miliki. Namun, berkat adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak maka penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Kamaruzzaman, M.Sh. selaku dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum (FSH) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry beserta seluruh staf pengajar dan seluruh karyawan FSH yang telah membantu penulis dalam pengurusan administrasi selama penulisan skripsi ini.
2. Dr. Iur. Chairul Fahmi, MA. selaku ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah (HES) beserta seluruh staf Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah.
3. Dr. Bukhari Ali, S.Ag., M. A. selaku pembimbing I dan Nurul Fithria, M. Ag. selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dalam membimbing penulis demi kelancaran proses pembuatan skripsi,

جامعة الرانري
AR-RANIRY

sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik demi kesempurnaan skripsi ini.

4. Teristimewa sekali bagi kedua orangtua tercinta, Ayahanda Syarif Hidayat dan Ibunda Sri Dewi Mulianti, serta adik saya juga kerabat keluarga saya, yang telah memberikan dukungan, dorongan dalam bentuk doa, kasih sayang, dan juga perhatian secara material dan moral spiritual, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan S-1 pada Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah.
5. Tersayang kepada teman-teman saya yang tidak cukup bila saya sebutkan namanya yang telah mensupport saya dalam membuat skripsi ini, yang menenangkan saya dalam proses pembuatan skripsi ini.

Banda Aceh, 05 Desember 2023
Penulis,

Muhammad Reza Ramadhan

TRANSLITERASI

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987-Nomor: 0543b/U/1987

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf latin.

No	Arab	Latin	Ket	No	Arab	Latin	Ket
1	ا	Tidak dilambang kan	Tidak dilambangkan	16	ط	ṭ	t dengan titik di bawahnya
2	ب	B	Be	17	ظ	ẓ	z dengan titik di bawahnya
3	ت	T	Te	18	ع	‘	Koma terbalik di atasnya
4	ث	ṡ	s dengan titik di atasnya	19	غ	G	Ge
5	ج	J	Je	20	ف	F	Ef
6	ح	ḥ	h dengan titik di bawahnya	21	ق	Q	Ki
7	خ	Kh	Ka dan ha	22	ك	K	Ka
8	د	D	De	23	ل	L	El
9	ذ	Ż	z dengan titik di atasnya	24	م	M	Em
10	ر	R	Er	25	ن	N	En

جامعة الرانري
A R - R A N I R Y

11	ز	Z	Zet	26	و	W	We
12	س	S	Es	27	ه	H	Ha
13	ش	Sy	Es dan ye	28	ء	'	Apostrof
14	ص	ṣ	s dengan titik di bawahnya	29	ي	Y	ye
15	ض	ḍ	d dengan titik di bawahnya				

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	*fatḥah*	A
ِ	*Kasrah*	I
ُ	*ḍammah*	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
ـَي	*fatḥah* dan *yā'*	Ai
ـَو	*fatḥah* dan *wāu*	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	**Nama**	**Huruf dan Tanda**
ا/ي	*Fatḥah* dan alif atau ya	*Ā*
ي ◌ِ	*Kasrah* dan ya	Ī
ي ◌ُ	*Dammah* dan Waw	Ū

Contoh:

رمى : *ramā*

قيل : *qīla*

يقول : *yaqūlu*

4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun,

transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

روضة الاطفال : rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl

طلحة : ṭalḥah

5. *Syaddah (Tasydīd)*

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam tulisan Arab dilambangkan degan sebuah tanda, tanda *Syaddah* atau *tasydīd*, dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbanā*

نَزَّل : *nazzala*

البِرُّ : *al-birr*

الحجّ : *al-ḥajj*

نُعِّمَ : *nu‘ ‘ima*

6. Kata sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu (ال), namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* dan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf */1/* diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah* ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti huruf *syamsiyyahi* maupunhuruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

ارّجُلُ : *ar-rajulu*

اسَيِّدَةُ : *as-sayyidatu*

اشَمْسُ : *asy-syamsu*

القَلَمُ : *al-qalamu*

البَدِيْعُ : *al-badī'u*

الجَلاَلُ : *al-jalālu*

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa *alif*.

Contoh:

تَأ خُذُوْنَ : *ta' khuzūna*

النَّوْء : *an-nau'*

شَيْئ : *syai'un*

إِنَّ : *inna*

أُمِرْتُ : *umirtu*

أَكَلَ : *akala*

7. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan

maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّاللهَ لَهُوَخَيْرُالرَّازِقِيْنَ : *Wa inna Allāh lahuwa khair ar-rāziqīn*
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

فَأَوْفُوْاالْكَيْلَوَالْمِيْزَانَ : *Fa auf al-kaila wa al-mīzān*
Fa auful-kaila wal- mīzān

إِبْرَاهِيْمُ الْخَلِيْلُ : *Ibrāhīm al-Khalīl*
Ibrāhīmul-Khalīl

بِسْمِ اللهِ مَجْرَاهَاوَمُرْسَا هَا : *Bismillāhi majrahā wa mursāh*

وَلِلّٰهِ عَلَى النَّا سِ حِجُّ الْبَيْتِ : *Wa lillāhi 'ala an-nāsi ḥijju al-baiti*

مَنِ اسْتَطَا عَ إِلَيْهِ سَبِيْلاً : *man istaṭā'a ilahi sabīla*

8. Huruf kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permualaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلاَّرَسُوْلٌ : *Wa mā Muhammadun illā rasul*

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّا سِ : *Inna awwala baitin wuḍ i'a linnāsi*

لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَا رَكَةً : *lallażī bibakkata mubārakkan*

شَهْرُرَمَضَانَ الَذِي أُنْزِلَ فِيْهِ الْقُرْأَنُ : *Syahru Ramaḍān al-lażi unzila fīh al-Qur'ānu*

-Syahru Ramaḍ ānal-lażi unzila fīhil qur'ānu

وَلَقَدْرَاهُ بِا لأُفُقِ الْمُبِيْنِ : *Wa laqad ra'āhu bil-ufuq al-mubīn*

-Wa laqad ra'āhu bil-ufuqil-mubīni

الْحَمْدُ للهِ رَبِّ الْعَا لَمِيْنَ : *Alhamdu lillāhi rabbi al-'ālamīn*

-Alhamdu lillāhi rabbil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرٌمِنَ اللهِ وَفَتْحٌ قَرِيْبٌ : *Nasrun minallāhi wa fatḥun qarīb*

للهِ الأَمْرُ جَمِيْعًا : *Lillāhi al-amru jamī'an*

وَاللهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيْمٌ : *Wallāha bikulli syai'in 'alīm*

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.

3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasikan. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bentuk Kemasan *Share In Jar* Pot 43
Gambar 2.2 Bentuk Kemasan *Share In Jar Tube* ulir 44
Gambar 2.3 Bentuk Kemasan *Share In Jar* Botol Plastik *Pump*..... 44
Gambar 2.4 Bentuk Kemasan *Share In Jar* Botol Pipet Kaca 45

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Pembimbing Skripsi 66
Lampiran 2 Daftar Informan 67
Lampiran 3 Protokol Wawancara..... 68
Lampiran 4 Protokol Wawancara..... 70

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR ISI

LEMBARAN JUDUL ..... **i**
PENGESAHAN PEMBIMBING ..... **ii**
PENGESAHAN SIDANG ..... **iii**
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH ..... **iv**
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
TRANSLITERASI ..... **viii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvii**
DAFTAR ISI ..... **xviii**
BAB SATU PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 5
D. Kajian Pustaka 5
E. Penjelasan Istilah 8
F. Metodologi Penelitian 10
G. Sistematika Pembahasan 15
BAB DUA PEMBAHASAN **16**
A. Praktik Jual Beli dalam Hukum Islam 16
1. Pengertian Jual Beli 16
2. Dasar Hukum Jual Beli 17
3. Rukun dan Syarat Jual Beli 18
4. Jual Beli *Online* 21
B. Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli 28
1. Pengertian Perlindungan Konsumen 28
2. Dasar Hukum Perlidungan Konsumen 30
3. Tujuan dan Manfaat Perlindungan Konsumen 32
4. Hak dan Kewajiban Konsumen 33
5. Hak dan Kewajiban Penjual 37
C. Konsep *Tadlis* 39
1. Pengertian *Tadlis* 39
2. Dasar Hukum Larangan *Tadlis* 40
3. Jenis-Jenis *Tadlis* 41
D. Konsep *Share In Jar* 42
1. Pengertian *Share In Jar* 42
2. Bentuk-Bentuk Kemasan *Share in jar* 43

3. Kekurangan dan Kelebihan Kemasan *Share In Jar* 45
BAB TIGA ANALIS DATA DAN PEMBAHASAN 48
A. Gambaran Umum Tentang Shopee 48
B. Analisis hukum pada Praktik Jual Beli Produk Kosmetik dalam Kemasan *Share In Jar* yang Mengandung Unsur *Tadlis* 52
C. Analisis Perlindungan Konsumen Menurut Konsep *Tadlis* Pada Penjualan Produk Kosmetik dalam Kemasan *Share In Jar*. 56
BAB EMPAT PENUTUP..... 60
A. Kesimpulan..... 60
B. Saran 60
DAFTAR PUSTAKA 62
DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... 65
LAMPIRAN..... 66

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB SATU
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam sebagai agama yang sempurna telah mengatur segala aspek kehidupan manusia dan memberikan pola tindakan yang benar dalam menjalankan kehidupan, baik secara sosial, budaya, dan muamalah.[1] Muamalah merupakan bagian yang tidak dapat terpisahkan dalam kehidupan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Kata *al-muamalat* (المعاملات) yang kata tunggalnya *al-muamalah* (المعاملة) yang berakar pada kata عَامَلَ secara makna mengandung arti "saling berbuat" ataupun berbuat secara timbal balik. Lebih mudah dipahami lagi berarti "ikatan antara orang dengan orang".[2] Muamalah merupakan seluruh hukum syariat yang bersangkutan dengan urusan dunia dengan memandang kepada kegiatan sehari-hari dalam hidup seseorang untuk saling berhubungaan antar sesama manusia.[3]

Salah satu bentuk kegiatan muamalah adalah jual beli. Jual beli adalah menukar barang dengan barang, atau menukar barang dengan uang, dengan jalan melepaskan hak kepemilikan dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan diantara kedua belah pihak.[4] Aturan jual beli terdapat dalam firman Allah Swt QS. Al-Baqarah ayat 275:

وَاَحَلَّ اللّٰهُ الْبَيْعَ وَ حَرَّمَ الرِّبٰوا[5]

Artinya: "…dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba"

---

[1] Eko Sudarmanto dkk., *Ekonomi Pembangunan Islam*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 27.

[2] Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqh*, (Bogor: Kencana, 2003), hlm. 175.

[3] Taufiqur Ahman, *Buku Ajar Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Jawa Barat, *Academia Publication*, 2021, hlm. 4.

[4] Ahmad Sarwat *Fiqh Jual Beli*, (Jakarta Selatan: Rumah Fiqh Publishing, 2018), hlm. 6.

[5] QS. Al-Baqarah (2) : 275.

Pada ayat di atas menerangkan bahwa Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Maksudnya jual beli tidak sama dengan riba. Allah Swt menghalalkan jual beli karena menguntungkan bagi pembeli maupun penjual dan semua bentuk jual beli boleh dilakukan apabila tidak ada dalil yang melarangnya sedangkan riba yaitu adanya kelebihan yang harus dibayar maka ini akan sangat merugikan salah satu pihak dan berdosa bagi umat Islam yang melakukannya.

Pada zaman sekarang ini pertumbuhan teknologi sangatlah pesat sehingga membawa perubahan yang cukup besar bagi masyarakat Indonesia. Melalui kecanggihan teknologi jual beli minat pembeli belanja secara *online* semakin meningkat juga. Jual beli *online* merupakan jual beli secara tidak langsung yang dilakukan tanpa bertemu langsung dengan penjualnya tetapi pembeli bisa melihat barang yang ingin dibeli melalui gambar atau video, hal ini yang mempermudah semua proses perdagangan dan belanja barang-barang ataupun produk dan pembayarannya melalui transfer *via M-banking* atau *ATM*. Pembelian secara *online* bisa dilakukan melalui *web*, aplikasi, media sosial dll. Shopee merupakan salah satu aplikasi yang digunakan masyarakat sebagai media belanja *online*.

Shopee ialah suatu platform perdagangan elektronik yang digunakan untuk transaksi jual beli *online* dengan mudah dan cepat. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* dan *website* untuk memudahkan penggunanya melakukan aktivitas belanja *online*. Shopee berhasil menjadi *e-commerce* terpopuler di Indonesia pada kuartal keempat (Q4) tahun 2019. Shopee juga menduduki peringkat nomor satu (1) di *AppStore* dan *PlayStore*. Aplikasi ini tidak hanya dapat diunduh melalui *mobile*, namun pada perangkat komputer juga, seperti: *Windows* dan *MAC*.[6]

[6] Didik Gunawan, *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee, Berbasis Social Media Marketing*, (Padang Sidimpuan: Inovasi Pratama Nasional, 2022), hlm 15.

Shopee menawarkan bermacam-macam produk mulai dari *brand local* dan international, dalam berbagai *size* dan bentuk, berbagai produk yang tidak ditemukan di toko *offline* dan berbagai kategori. Harga yang tercantum bermacam-macam mulai dari belasan ribu hingga jutaan rupiah. Produk kosmetik termasuk yang banyak diminati oleh konsumen pada aplikasi ini.

Perkembangan ilmu kosmetik serta industrinya baru dimulai pada abad ke-20. Kosmetik menjadi salah satu bagian dunia usaha. Apalagi saat ini teknologi kosmetik begitu maju serta menjadi paduan antara kosmetik *plus* obat (*pharmaceutical*) ataupun yang dinamakan kosmetik medik (*cosmeceuticals).* Tidak bisa disangkal lagi bahwa produk kosmetik kebutuhan primer manusia, baik pria maupun wanita, semenjak lahir sampai saat meninggalkan dunia ini. Produk-produk kosmetik dipakai secara berulang setiap hari dan di seluruh tubuh, mulai dari rambut hingga ujung kaki, sehingga dibutuhkan persyaratan aman untuk digunakan.[7]

Banyaknya opsi pada produk kecantikan di pasaran membuat konsumen bingung untuk menentukan produk mana yang cocok digunakan untuk dirinya. Akhirnya, banyak yang tertarik untuk membeli kosmetik dalam kemasan *share in jar*. *Share in jar* adalah membagi (*share*) isi sebuah produk dalam (*in)* beberapa *container (jar)* kecil. Misalnya *skincare* asli *(Fullsize*) dibagi ke dalam beberapa bagian dengan ukuran kemasan yang lebih kecil tanpa penandaan lengkap seperti di kemasan asal.[8]

Alasan konsumen membeli produk *share in jar* karena ingin mencoba terlebih dahulu apakah produk tersebut cocok atau tidak di kulit dan karena kemasan *share in jar* isinya lebih sedikit dan pastinya harga nya menjadi lebih murah. Jadi jika konsumen merasa tidak cocok dengan produk tersebut, tidak terlalu rugi untuk dibuang karena produk yang dibeli sedikit dan harganya

---

[7] Retno Iswari Tranggono dan Fatma Latifah, *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017), hlm. 3.

[8] Retno Iswari Tranggono dan Fatma Latifah, *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017), hlm. 55.

murah sehingga terjangkau. Jadi produk dalam kemasan *share in jar* ini merupakan jalan keluar yang tepat jika ingin mencoba suatu produk kosmetik yang belum pernah dicoba sebelumnya.

Di samping manfaat kemasan *share in jar* menjadi jalan keluar bagi konsumen, tetapi terdapat permasalahan yang terdapat di dalam nya. Dalam jual beli *skincare* yang menggunakan kemasan *share in jar*, di dalamnya tidak ada perlindungan bagi konsumen mengenai terjaminnya keaslian produk tersebut karena konsumen tidak mengetahui secara langsung bagaimana cara penjual memindahkan isi produk tersebut ke wadah lain yang bukan merupakan *sample* asli dari produk tesebut dan juga banyak terjadi kasus yaitu konsumen yang membeli kemasan *share in jar* tetapi setelah membeli produk kosmetik tersebut ada hal yang tidak diinginkan seperti perubahan warna setelah berapa hari dibeli, berat yang tidak sesuai dengan apa yang dicantumkan, serta wangi yang tidak sedap. Pada kasus ini dikhawatirkan terdapat unsur *tadlis*. *Tadlis* adalah perdagangan dengan penipuan, jika dalam *gharar* baik penjual maupun pembeli tidak mengetahui kualifikasi barang, maka dalam *tadlis* hanya satu pihak yang tidak mengetahuinya.[9] Melihat dari kasus tersebut dengan adanya penjualan kemasan *share in jar* oleh pedagang membuat konsumen tidak mendapatkan kepastian jaminan perlindungan dari haknya, padahal sudah ada Undang-Undang yang mengatur permasalahan tersebut dan tidak sesuai dengan hukum Islam.

Di Indonesia telah mengatur hak-hak konsumen yang wajib mereka ketahui, seperti pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Kosumen. Perlindungan konsumen ialah seluruh upaya yang menjamin terdapatnya kepastian hukum untuk memberikan proteksi kepada konsumen.[10] Dalam undang-undang tersebut konsumen juga berhak memiliki

---

[9] Nurul Huda, *Pemasaran Syariah: Teori dan Aplikasi*, (Depok: Kencana, 2017), hlm. 52.

[10] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindugan Konsumen

perlindungan agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan untuk kemaslahatan, kesejahteraan dan kenyamanan bagi konsumen dan agar tidak merasa dirugikan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai jual beli kosmetik kemasan *share in jar* di aplikasi shopee sehingga penulis memilih judul "Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Produk Kosmetik dalam Kemasan *Share In Jar* di Shopee Menurut konsep *Tadlis*"

B. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat unsur *tadlis* dalam praktik penjualan produk kosmetik kemasan *share in jar* di shopee?
2. Bagaimana perlindungan konsumen pada praktik penjualan kosmetik *share in jar* di shopee yang mengandung unsur *tadlis*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah terdapat unsur *tadlis* dalam praktik penjualan produk kosmetik kemasan *share in jar* di shopee
2. Untuk mengetahui perlindungan konsumen pada praktik penjualan kosmetik *share in jar* di shopee yang mengandung unsur *tadlis*.

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka penting dibuat dalam setiap karya ilmiah termasuk Skripsi untuk pemetaan dari berbagai perkembangan penelitian dari tema yang Penulis teliti, sehingga temuan dari riset-riset yang telah dilakukan sebelumnya menghindari duplikasi dan plagiasi sehingga otensitas penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Adapun penelitian-penelitian sebelumnya terkait hal ini yaitu:

Pertama,*"Hukum Jual Beli Tadlis (Penipuan) Terhadap Kerang Campuran Perspektif Yusuf Qordowi (Studi Kasus di Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjung Balai)"* yang ditulis oleh Safriadi Marpaung, Jurusan Muamalah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, pada tahun 2019. Skripsi ini

ditulis dengan tujuan untuk mengetahui hukum jual beli *tadlis* terhadap kerang campuran prespektif Yusuf Qardawi di kelurahan Selat Tanjung Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hukum jual beli *tadlis* prespektif Yusuf Qardawi adalah jual beli yang tidak sah, jual beli kerang yang terjadi di Kelurahan Selat Tanjung Medan mengandung unsur *tadlis* (penipuan). Pada Pratik jual beli kerang campuran di Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjung Balai adalah dengan cara mecampurkan kerang yang berbeda jenis pada satu karung, padahal permintaan pemborong hanya satu jenis dalam satu karung, hal ini dianggap biasa oleh para nelayan padahal hal ini bertentangan dengan pendapat Yusuf Qardhawi yang tidak mengharamkan jual beli yang mengandung *tadlis*.[11]

Kedua, "Praktek *Tadlis* (Curang) Pada Pedagang Kaki Lima Pasar Panorama Kota Bengkulu", yang ditulis oleh M. Refo Anggara, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada tahun 2021. Hasil Skripsi menunjukkan bahwa penjual menutupi dan tidak menyampaikan kecatatan barang dagangannya maka ia telah berbuat *tadlis*, penipuan yang dilakukan oleh penjual yaitu menyembunyikan keburukan barang yang dijualnya baik dalam kualitas maupun kuantitas, penjual juga dengan menghiasi atau memperindah barang yang ia jual sehingga barangnya bisa naik dari biasanya.[12]

Ketiga, "*Tinjauan Fiqh Muamalah dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap Jual Beli Olahan Gula Merah Berbahan Kaporit"* yang ditulis oleh Seli Darmayanti, Neneng Nurhasanah, dan Siska Lis Sulistiani, Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah Universitas Islam

---

[11] Safriadi Marpaung, "*Hukum Jual Beli Tadlis (Penipuan) Terhadap Kerang Campuran Perspektif Yusuf Qordowi (Studi Kasus di Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjung Balai"), Skripsi, (*Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019.

[12] M. Refo Anggara, *Praktek Tadlis (Curang) Pada Pedagang Kaki Lima Pasar Panorama Kota Bengkulu*, Skripsi, Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, Bengkulu, 2021.

Bandung, pada tahun 2020. Penelitian ini ditulis dengan tujuan untuk mengetahui aturan jual beli yang mengandung bahan berbahaya menurut fiqh muamalah dan UU No. 8 Tahun 1999, untuk mengetahui mekanisme jual beli olahan gula merah berbahan kaporit di Desa Wangunsari, untuk mengetahui tinjauan fiqh muamalah dan UU No. 8 Tahun 1999 terhadap proses jual beli olahan gula merah berbahan kaporit di Desa Wangunsari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Menurut fiqh muamalah terhadap pelaksanaan jual beli gula merah di Desa Wangunsari pada objek jual beli dan transaksinya tidak sesuai dengan syariat Islam. Objek jual beli yang mengandung kaporit tidak sesuai dengan syarat barang untuk dikonsumsi dalam Islam yaitu harus halalan thayyiban. Sedangkan pada transaksi akad jual beli gula merah di Desa Wangunsari mengandung unsur *tadlis* di mana para penjual melakukan kecurangan dengan menambahkan kaporit yang tidak diketahui oleh pembeli. Menurut tinjauan Undang-Undang 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap proses jual beli gula merah di Desa Wangunsari tidak sesuai dengan beberapa pasal di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diantaranya terdapat dalam Pasal 4 tentang Hak Konsumen, Pasal 7 tentang Kewajiban Pelaku Usaha, dan Pasal 8 ayat 2 tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha di mana pembuat gula merah melanggar kewajibannya sebagai pelaku usaha dalam menjalankan usahanya yang membuat hak konsumen tidak terpenuhi dengan baik.[13]

Keempat, "Analisis Praktek *Tadlis* Pada Masyarakat Kota Makassar (Studi Lapangan Pedagang Buahan-Buahan di Kota Makassar)" yang ditulis oleh ST Fatimah Dosen UIN Makassar pada tahun 2016. Hasil penelitian dikemukakan bahwa Praktek *tadlis* atau penipuan takaran timbangan banyak dilakukan oleh para pedagang buah langsat yang berada di kota Makassar, hal

[13] Seli Darmayanti, Neneng Nurhasanah, dan Siska Lis Sulistiani, "*Tinjauan Fiqh Muamalah dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap Jual Beli Olahan Gula Merah Berbahan Kaporit",* Prosiding Hukum Ekonomi Syariah, Volume 6, No. 2, Tahun 2020.

ini semata-mata dilakukan untuk mendapatkan keuntungan, walaupun sebagian dari pedagang mengaku melakukan kecurangan tersebut karena terkadang banyak pembeli yang meminta penambahan buah pada saat proses penimbangan. Praktek jual beli yang dilakukan oleh pedagang langsat dengan menggunakan takaran timbangan yang ada di kota makassar belum sesuai dengan aturan yang ada dalam UU No. 2 tahun 1981 Tentang metrologi legal.[14]

Kelima, *Tadlis* dan Taghrir dalam Transaksi Pada *E-Marketplace*" yang ditulis oleh Trisnaning Setya Sutjipto, Eko Fajar Cahyono Departemen Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga pada tahun 2020. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa ada transaksi di *e-marketplace* yang mengandung unsur *tadlis* dan *taghrir*. Transaksi dengan unsur *tadlis* mendapatkan respon yang tinggi sedangkan transaksi dengan unsur taghrir mendapatkan respon yang lebih rendah.[15]

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada objek kajiannya. Penelitian ini membahas tentang *tadlis* pada kemasan *share in jar* yang digunakan untuk produk kosmetik sedangkan penelitian sebelumnya membahas unsur *tadlis* pada penjualan makanan dan barang.

E. Penjelasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman pembaca dalam memahami istilah yang dimaksud dalam judul "Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Produk kosmetik dalam Kemasan *Share In Jar* di Shopee Menurut konsep *tadlis*". Maka diperlukan adanya penjelasan istilah pokok yang menjadi pokok bahasan sehingga pembaca dapat memahami pembahasan dengan mudah dan baik yang terdapat dalam judul penelitian ini, sebagai berikut:

---

[14] ST Fatimah, "Analisis Praktek *Tadlis* Pada Masyarakat Kota Makassar (Studi Lapangan Pedagang Buahan-Buahan di Kota Makassar)" *Jurnal Ilmiah BONGAYA (Manajemen & Akuntansi)*, No.XIX April 2016.

[15] Trisnaning Setya Sutjipto, Eko Fajar Cahyono, *Tadlis* Dan Taghrir Dalam Transaksi Pada E-Marketplace", *Jurnal Ekonomi Syari'ah Teori dan Terapan*, Vol. 7 No. 5 Mei 2020.

A R - R A N I R Y

1. Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah jaminan yang seharusnya didapatkan oleh para konsumen atas setiap produk bahan makanan yang dibeli dari produsen atau pelaku usaha. Saat ini ada saja para produsen yang tidak mementingkan kesehatan dan keselamatan konsumennya karena sering kita jumpai pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh pihak produsen kepada pihak konsumen.[16]

2. Jual Beli *Online*

Jual beli *online* adalah transaksi tukar menukar uang dengan barang yang dilakukan oleh dua pelah pihak tanpa bertemu langsung, untuk melakukan negosiasi dan transaksi jual beli yang dilakukan melalui alat komunikasi seperti *chat*, telfon, sms, *web*, aplikasi, media sosial dan sebagainya.[17]

3. Kosmetik

Kosmetik berasal dari kata Yunani "kosmetikos" yang berarti keahlian menghias, mengatur. Definisi kosmetik dalam Peraturan Menteri Kesehatan RI No.445/MenKes/Permenkes/1998 yang menyatakan bahwa "Kosmetik adalah sediaan atau paduan bahan yang siap untuk digunakan pada bagian luar badan (epidermis, rambut, kuku, bibir, serta organ kelamin bagian luar), gigi, serta rongga mulut untuk mensterilkan, menaikkan daya tarik, mengubah penampakan, melindungi agar tetap dalam keadaan baik, memperbaiki bau badan namun tidak dimaksudkan untuk mengobati atau menyembuhkan suatu penyakit".[18]

---

[16] Rosmawati, *Pokok-pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, (Depok: Prenadamedia Group, 2018), hlm. 1-2.

[17] Isnawati, *Jual Beli Online Sesuai Syariah*, (Jakarta: Rumah Fiqh *Publishing*, 2018) hlm. 8.

[18] Retno Iswari Tranggono dan Fatma Latifah, Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik, (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2017), hlm. 6.

4. Kemasan *Share In Jar*

Share berarti membagi, *in* berati ke dalam dan *jar* berarti wadah. Jadi *share in jar* adalah membagikan sesuatu dari produk asalnya ke dalam wadah yang lebih kecil.

5. Shopee

Shopee ialah aplikasi *e-commerce* yang berbasis *marketplace* di Singapore di bawah *SEA group*. Shopee diluncurkan pertama kali di Singapura pada Tahun 2015 dan sejak saat itu telah berkembang ke berbagai Negara seperti, Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Shopee dibuka di Indonesia pada akhir Juni 2015. Shopee dapat diakses dengan mudah menggunakan *smartphone* dan menawarkan transaksi jual beli *online* yang terpercaya dan mudah. platform ini menawarkan bermacam ragam produk, dilengkapi dengan tata cara pembayaran yang aman, serta layanan pengiriman yang terintegerasi.[19]

6. *Tadlis*

Jual beli yang mengandung unsur *tadlis*, yaitu mengandung penipuan. Contoh penjualan yang mengandung unsur *tadlis* ini seperti menyembunyikan cacat dari barang yang diperjualbelikan, informasi dari penjual yang tidak sesuai dengan fakta yang ada pada barang yang diperjualbelikan. *Tadlis* in bisa terjadi dari sisi kualitas dan dari sisi kuantitas barang/objek transaksi.[20]

F. Metodologi Penelitian

Menurut Mohamad Ali penelitian adalah survei suatu cara untuk memahami sesuatu melalui penyelidikan atau usaha dengan mencari bukti-bukti yang muncul sehubungan dengan masalah tersebut, yang dilakukan secara hati-

---

[19] Bobby Hartanto dan Leni Indriyani, *Monograf Minat Beli di Marketplace Shopee*, (Padang Sidempuan, Inovasi Pratama Internasional, 2022), hlm 14.

[20] Asyura, Leni Masnidar Nasution, *Multilevel Marketing Syariah di Indonesia dalam Perspektif maqhasid Syariah*, (Yogyakarta: budi Utama, 2021), hlm. 21.

hati sehingga diperoleh kesimpulannya.[21] Metodologi penelitian sebagai salah satu unsur bagian penelitian yang sangat penting. Metode merupakan keseluruhan cara berfikir yang digunakan peneliti untuk menemukan jawaban penjelasan dari masalah yang akan diteliti. Metodologi penelitian meliputi cara dan prinsip berfikir mengenai masalah yang akan diteliti, pendekatan yang akan digunakan dan prosedur ilmiah yang akan ditempuh untuk mengumpulkan dan menganalisis data, serta menarik kesimpulan.[22] Adapun Untuk dapat melengkapi pembahasan dalam karya ilmiah ini ada beberapa metode atau cara yang dipakai oleh penulis antara lain sebagai berikut:

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian merupakan cara atau proses dalam suatu penelitian yang dimulai dari perumusan masalah sampai membuat suatu kesimpulan.[23] Penulis menggunakan pendekatan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif analisis, yaitu penelitian yang di dalamnya terdapat upaya mencatat, mendeskripsikan atau memberi gambaran, menganalisis, dan menginterpretasikan terhadap suatu objek penelitian yang diteliti sesuai dengan fakta yang ada di lapangan.[24]

Maka dari itu peneliti menggunakan pendekatan penelitian ini karena harus mendapatkan data secara langsung dari konsumen yang pernah membeli produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* di shopee dan menganalis juga mengambil kesimpulan dari data yang didapatkan melalui konsumen tersebut.

---

[21] Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sulawesi Selatan, Amar Cendekia, 2018, hlm. 5.

[22] Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: Lkis, 2008), hlm. 83.

[23] Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2006), hlm 26.

[24] Suharsini Arikunto, *Prosedur Peneltian Suatu Pendekatan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006) hlm 250.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, karena permasalahan berhubungan dengan manusia yang secara fundamental bergantung pada pengamatan. Menurut Strauss dan Corbin bahwa penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. Pendekatan kualitatif dalam hal ini sesungguhnya adalah prosedur penelitian yang menghasilkan dat-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Oleh karena itu, data yang terkumpul adalah data yang berupa kata/kalimat atau gambar (bukan angka-angka). Data-data ini bisa berupa wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen pribadi, memo, maupun dokumen resmi lainnya.[25] Dengan mendapatkan data dari informan maka peneliti bisa menggambarkan kasus ini dan membuat kesimpulan terkait perlindungan konsumen dalam praktik jual beli produk kosmetik kemasan *share in jar* pada aplikasi shopee yang mengandung unsur *tadlis*.

3. Sumber Data

Data-data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Sumber data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama pada objek penelitian.[26] Data yang digunakan ialah penelitian lapangan dengan cara mewawancarai langsung konsumen yang pernah membeli produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* di shopee dan dokumentasi maupun mengambil data pada aplikasi *shopee*.

---

[25] Dimas Agung Trisliatanto, *Metode Penelitian Panduan Lengkap Penelitian Dengan Mudah*, (Yogyakarta, Andi Offset, 2020), hlm 212-213.

[26] Burhan Bungin, *Metodelogi penelitian Kuantitatif komunikasi, ekonomi, dan kebijakan publik serta ilmu-ilmu sosial lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 132.

b. Sumber data sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari sumber-sumber tercetak, dimana data tersebut telah dikumpulkan oleh pihak lain sebelumnya.[27] Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ialah Al-Qur'an, hadist, buku-buku, dan jurnal.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dan memperoleh semua informasi yang merupakan variabel penelitian, antara lain sebagai berikut:

a. Wawancara *(interview)*

Wawancara (*interview*) adalah suatu cara pengumpulan data dimana penulis bertatap muka dan bertanya langsung kepada yang informan.[28] Wawancara secara langsung dilakukan penulis dengan mendatangi langsung informan sehingga bisa mendapatkan informasi lebih detail. Wawancara yang penulis lakukan dalam penelitian ini adalah mewawancarai langsung enam orang konsumen yang pernah berbelanja produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* di aplikasi Shopee yang memiliki keluhan atas barang yang dibeli.

b. Dokumentasi

Dokumentasi ialah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa informasi data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan juga sesuai dengan permasahan riset.[29] Data-data tersebut berupa dokumen-dokumen, peraturan-peraturan, buku, dan

A R - R A N I R Y

[27] Dermawan Wibisino, *Riset Bisnis Panduan bagi Praktisi dan Akademisi*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm. 37.

[28] Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 136.

[29] Muzakir Abu Bakar, *Metode Penelitian*, (Banda Aceh, 2013), hlm 57.

arsip yang berkaitan dengan praktik jual beli produk kosmetik dalam kemasan *share in jar*.

5. Objektivitas dan Validitas Data

Objektivitas merupakan hal sebenarnya terjadi di lapangan saat melakukan penelitian, maka dari itu penulis membutuhkan data yang valid sebagai bentuk dari kualitas data tersebut. Untuk mendapatkan data yang valid peneliti mencari informasi langsung berasal dari sumber yaitu konsumen yang pernah membeli produk kosmetik dalam bentuk *share in jar di* shopee dan melihat langsung di aplikasi shopee.

6. Analisis Data

Analisis data kualitatif berkaitan dengan data berupa kata atau kalimat yang dihasilkan dari objek penelitian serta berkaitan dengan kejadian yang melingkupi sebuah objek penelitian.[30] Analisis data adalah suatu proses mengolah data yang telah terkumpul melalui wawancara maupun data dokumentasi. Setelah mendapatkan data terkait penjualan kosmetik di shopee dalam bentuk *share in jar* kemudian penulis akan mudah melakukan pengolahan data baik yang diperoleh dari wawancara, maupun dokumentasi kajian pustaka. Data-data yang telah penulis olah akan diklarifikasikan berdasarkan tujuannya masing-masing sehingga dapat memperlihatkan hasil dari temuannya. Kemudian hasil data yang telah penulis klarifikasikan akan dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif bertujuan agar mudah dipahami serta memperoleh validalitas dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Tahap akhir merupakan penutup dari analisis data yang dilakukan oleh penulis dengan cara mengambil kesimpulan dari permasalahan.

[30] Albi Anggiti dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat: Jejak, 2018), hlm 236.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan cara mudah bagi pembaca dalam melihat dan memahami isi dari pembahasan yang dilakukan oleh peneliti. Adapun pembahasan dibagi dalam 4 (empat) bab, dimana dalam setiap bab terdapat uraian pembahasan-pembahasan tersendiri secara sistematis dan saling berkaitan antara bab satu dengan bab lain. Adapun sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

Bab *satu*, merupakan pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, penjelasan istilah, kajian pustaka, metodelogi penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab *dua*, pada bab ini membahas landasan teori yang terdiri dari: pengertian jual beli, dasar hukum jual beli, rukun dan syarat jual beli, jual beli *online* kemudian pada konsep *tadlis* membahas tentang pengertian *tadlis*, dasar hukum larangan *tadlis*, dan jenis-jenis *tadlis*, kemudian membahas konsep *share in jar*, bentuk-bentuk kemasan *share in jar*, dan kekurangan dan kelebihan kemasan *share in jar*.

Bab *tiga*, penulis memaparkan mengenai gambaran Umum tentang Shopee, analisis hukum pada praktik jual beli produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* yang mengandung unsur *tadlis* dan analisis perlindungan konsumen menurut konsep *tadlis* pada penjualan produk kosmetik dalam kemasan *share in jar*.

Bab *empat*, sebagai bab terakhir dan merupakan bab penutup dari keseluruhan penelitian ini penulis menyajikan beberapa kesimpulan dan saran-saran dari penulis menyangkut permasalahan yang ada dalam karya ilmiah ini.

جامعة الرانري
A R - R A N I R Y

BAB DUA
PEMBAHASAN

A. Praktik Jual Beli dalam Hukum Islam

1. Pengertian Jual Beli

Secara terminologi, fiqh jual beli disebut dengan *al-ba'i* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain.[31] Sedangkan menurut istilah jual beli adalah menukar barang dengan barang atau menukar barang dengan uang, dengan jalan melepaskan hak kepemilikan dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan antara kedua belah pihak.[32]

Tukar menukar harta di sini, diartikan harta yang memiliki manfaat dan ada kecenderungan manusia untuk menggunakannya, cara tertentu yang dimaksud adalah *sighot* atau ungkapan ijab qabul. Ijab (ungkapan menjual dari penjual) dan qabul pernyataan membeli dari pembeli atau juga boleh melalui saling memberikan barang dan harga dari penjual dan pembeli. Harta yang diperjualbelikan harus bermanfaat bagi manusia, sehingga minuman keras, darah, babi tidak termasuk sesuatu yang boleh diperjualbelikan, karena benda-benda tersebut haram dikonsumsi oleh orang muslim. Jika jenis benda-benda itu tetap diperjualbelikan, maka jual belinya dipandang tidak sah.

Makna harta yang dimaksud dalam jual beli adalah segala sesuatu yang mempunyai nilai ekonomi dan yang dapat dimanfaatkan oleh manusia secara wajar baik yang bersifat materi (benda) maupun non materi seperti manfaat atau jasa.[33]

---

[31] Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta, kencana, 2012), hlm. 101.

[32] Ahmad Sarwat, *Fiqih Jual-Beli*, (Jakarta Selatan: Rumah Fiqih *Publishing*, 2018), hlm 5-6.

[33] Harun, *Fiqh Muamalah*, (Surakarta: Muhammadiyah *University Press*, 2017), hlm. 66-67.

2. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli adalah aktivitas ekonomi yang hukumnya boleh berdasarkan kitabullah dan rasul-Nya serta *jima*' dari seluruh umat Islam. Jual beli dalam Islam sudah memiliki aturan hukum yang kuat baik dalam al-Qur'an maupun Hadis, diantaranya adalah sebagai berikut:[34]

1) Al-Qur'an

a) QS. Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:[35]

وَاَحَلَّااللّٰهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبٰوا

Artinya: "Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..."(QS. Al-Baqarah [2]: 275).

b) QS. An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:[36]

يٰاَيُّهَاالَّذِيْنَ اٰمَنُوْ الَاتَأْكُلُوْ ا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْتَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَاتَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ اِنَّاللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

Artinya: "hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu..." (QS. An-Nisa [4]: 29).

2) Hadis

Jual beli dalam pandangan hadis Nabi termasuk pekerjaan yang dianjurkan. Dalam beberapa hadis disebutkan bahwa praktek jual beli merupakan suatu pekerjaan yang sangat mulia.[37]

Apresiasi Rasulullah terhadap jual beli terlihat dalam sabdanya ketika ia ditanya oleh seseorang tentang mata pencaharian yang paling baik, sebagaimana dalam Hadis berikut:[38]

---

[34] Imam Mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 23-25.

[35] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahanya*, (Surabaya: mekar Surabaya, 2004), hlm 58.

[36] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahanya*, (Surabaya: mekar Surabaya, -2004), hlm 107-108.

[37] Muhammad Rizqi Romdhon, *Jual Beli Online Menurut Mazhab Asy-Syafi'i,* (Jawa Barat: Pustaka Cipasung, 2015), hlm 11.

صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ :أَيُّ عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ {أَنَّ االنَّبِيَّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُوْرٍ} رَوَاهُ الْبَزَّارُ وَصَحَّحَهُ الحاكِمُ

"Dari Rifaah ibn Raf' ra. bahwasanya Rasulullah SAW ditanya: Mata pencaharian apakah yang paling bagus? Rasulullah menjawab, "Pekerjaan seseorang dengan tangannya dan tiap-tiap jual beli yang baik." (HR. al-Bazzar dinyatakan sahih oleh al-Hakim al-Naysaburi)

Rasulullah sangat melarang sikap dan perilaku negatif dalam aktivitas jual beli, di antaranya adalah jual beli dengan penipuan. Penipuan dapat merugikan orang lain dan melanggar hak asasi jual beli yaitu suka sama suka. Orang yang tertipu jelas tidak akan suka karena haknya dikurangi atau dilanggar. Jual beli yang mengandung penipuan adalah jual beli sesuatu yang tidak diketahui hasilnya, atau tidak bisa diserahterimakan, atau tidak diketahui hakikat dan kadarnya.[39]

3) Ijma'

Ijma' ulama dari berbagai kalangan mazhab sepakat atas disyariatkannya dan dihalalkannya jual beli. Karena jual beli sebagai muamalah dengan sistem barter telah ada sejak zaman dahulu telah memberikan manfaat bagi kehidupan manusia.[40]

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

a. Rukun Jual Beli

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, unsur jual beli ada tiga, yaitu:[41]

---

[38] Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 158-159.

[39] Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 158-159.

[40] Imam Mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 23-25.

[41] Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta, Kencana, 2012), hlm 102-103

1. Pihak-pihak.

Pihak-pihak yang terkait dalam perjanjian jual beli terdiri atas penjual, pembeli, dan pihak lain yang terlibat dalam perjanjian tersebut.

2. Objek.

Objek jual beli terdiri atas benda yang berwujud dan benda yang tidak berwujud, yang bergerak maupun benda yang tidak bergerak, dan yang terdaftar maupun yang tidak terdaftar. Syarat objek yang diperjualbelikan adalah sebagai berikut: Barang yang dijualbelikan harus ada, barang yang dijualbelikan harus dapat diserahkan, barang yang dijualbelikan harus berupa barang yang memiliki nilai/harga tertentu, barang yang dijualbelikan harus halal, barang yang dijualbelikan harus diketahui oleh pembeli, kekhususan barang yang dijualbelikan harus diketahui, penunjukkan dianggap memenuhi syarat langsung oleh pembeli tidak memerlukan penjelasan lebih lanjut, dan barang yang dijual harus ditentukan secara pasti pada waktu akad. Jual beli dapat dilakukan terhadap: barang yang terukur menurut porsi, jumlah, berat, atau panjang, baik berupa satuan atau keseluruhan, barang yang ditakar atau ditimbang sesuai jumlah yang ditentukan, sekalipun kapasitas dari takaran dan timbangan tidak diketahui, dan satuan komponen dari barang yang dipisahkan dari komponen lain yang telah terjual.

3. Kesepakatan.

Kesepakatan dapat dilakukan dengan tulisan, lisan dan isyarat, ketiganya mempunyai makna hukum yang sama.

Ada dua bentuk akad, yaitu:

a) Akad dengan kata-kata, dinamakan juga dengan ijab kabul. Ijab, yaitu kata-kata yang diucapkan terlebih dahulu. Misalnya: Penjual berkata: "Baju ini saya jual dengan harga Rp 10.000,-. Kabul, yaitu

kata-kata yang diucapkan kemudian. Misalnya: Pembeli berkata: "Barang saya terima".

b) Akad dengan perbuatan, dinamakan juga dengan muathah. Misalnya: Pembeli memberikan uang scharga Rp 10.000, kepada penjual, kemudian mengambil barang yang senilai itu tanpa terucap kata-kata dari kedua belah pihak.

b. Syarat Jual Beli

Suatu jual beli tidak sah bila tidak terpenuhi dalam suatu akad tujuh syarat, yaitu:[42]

1. Saling rela antara kedua belah pihak. Kerelaan antara kedua belah pihak untuk melakukan transaksi syarat mutlak keabsahannya, berdasarkan firman Allah dalam QS. An-nisaa' (4): 29, dan Hadis Nabi Riwayat Ibnu Majah: "Jual beli haruslah atas dasar kerelaan (suka sama suka)."
2. Pelaku akad adalah orang yang dibolehkan melakukan akad, yaitu orang yang telah balig, berakal, dan mengerti. Maka, akad yang dilakukan oleh anak di bawah umur, orang gila, atau idiot tidak sah kecuali dengan seizin walinya, kecuali akad yang bernilai rendah seperti membeli kembang gula, korek api, dan lain-lain. Hal ini berdasarkan kepada firman Allah QS. an-nisaa' (4): 5 dan 6).
3. Harta yang menjadi objek transaksi telah dimiliki sebelumnya oleh kedua pihak. Maka, tidak sah jual beli barang yang belum dimiliki tanpa seizin pemiliknya. Hal ini berdasarkan Hadis Nabi SAW Riwayat Abu Daud dan Tirmidzi, sebagai berikut: "Jangan-lah engkau jual barang yang bukan milikmu."
4. Objek transaksi adalah barang yang dibolehkan agama. Maka tidak boleh menjual barang haram seperti khamar (minuman keras) dan

[42] Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta, Kencana, 2012), hlm 104-105.

lain-lain. Hal ini berdasarkan Hadis Nabi SAW Riwayat Ahmad: "Sesungguhnya Allah bila mengharamkan suatu barang juga mengharamkan nilai jual barang tersebut".

5. Objek transaksi adalah barang yang biasa diserahterimakan. Maka tidak sah jual mobil hilang, burung di angkasa karena tidak dapat diserahterimakan. Hal ini berdasarkan Hadis Nabi Ri Muslim: "Dari Abu Hurairah ra. Bahwa Nabi Muhammad SAW melarang jual beli gharar (penipuan)".
6. Objek jual beli diketahui oleh kedua belah pihak saat akad. Maka tidak sah menjual barang yang tidak jelas. Misalnya, pembeli harus melihat terlebih dahulu barang tersebut dan/atau spesifikasi barang tersebut. Hal ini berdasarkan Hadis Riwayat Muslim tersebut.
7. Harga harus jelas saat transaksi. Maka tidak sah jual beli di mana penjual mengatakan: "Aku jual mobil ini kepadamu dengan harga yang akan kita sepakati nantinya." Hal ini berdasarkan Hadis Riwayat Muslim tersebut.

Di dalam kitab Syarh al-Yaqut an-Nafis karya Muhammad bin Ahmad al-Syatiri menjelaskan: "Yang diperhitungkan dalam akad-akad adalah subtansinya, bukan bentuk lafalnya." Apabila sebelum transaksi kedua belah pihak sudah melihat barang yang diperjualbelikan atau telah dijelaskan baik sifat maupun jenisnya, maka sudah memenuhi syarat-syarat dan rukun-rukun jual beli lainnya.[43]

4. Jual Beli *Online*

a. Pengertian Jual Beli *Online*

Jual beli *online* adalah suatu kegiatan dimana penjual dan pembelinya tidak harus bertemu untuk melakukan negosiasi dan transaksi secara langsung. Kemudian yang digunakan oleh penjual dan pembeli untuk berkomunikasi secara *online* seperti melalui chat dalam *handphone*,

[43] Muhammad Sauqi, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, Jawa Tengah: Pena Persada, 2021), hlm. 46.

komputer, telepon, sms dan sebagainya. Dalam transaksi jual beli *online*, penjual dan pembeli membutuhkan pihak ketiga untuk melakukan penyerahan barang yang dilakukan oleh pedagang dan penyerahan uang yang dilakukan oleh pembeli. Jual beli *online* juga ternyata memiliki dampak positif karena dianggap praktis, cepat, mudah dan murah. Kegiatan jual beli *online* mulai berkembang didalam forum internet, khususnya forum jual beli *online* seperti LAZADA Indonesia, OLX, Indonesia, Elevenia, Bukalapak.com, Kaskus dan masih banyak lagi. Akad dalam jual beli *online* secara bahasa transaksi (akad) digunakan sebagai arti, yang hanya keseluruhan kembali pada bentuk ikatan atau hubungan terhadap dua hal yaitu *as-Salam* atau disebut juga *as-Salaf* merupakan istilah dalam bahasa Arab yang mengandung makna "penyerahan". Arti dari salaf secara umum sesuatu yang didahulukan. Dalam konteks ini, jual beli salam/salaf di mana harga/uangnya didahulukan, sedangkan barangnya diserahkan kemudian dapat dinyatakan pula pembiayaan dimana pembeli diharuskan untuk membayar sejumlah uang tertentu untuk pengiriman barang. Atau dalam kata lain pembayaran dalam transaksi salam dilakukan dimuka. Menurut kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah (KHES), salam adalah jasa pembiayaan yang berkaitan jual beli dengan pembiayaannya dilakukan bersamaan bersamaan pemesanan barang. Transaksi salam merupakan salah satu bentuk yang telah terjadi dalam transaksi *online*.[44]

[44] Desy Safira dan Alif Ilham Akbar Fatriansyah, Bisnis Jual Beli *Online* Dalam Perspektif Islam, (Lampung: *Al Yasini:* Jurnal Hasil Kajian dan Penelitian dalam Bidang Keislaman dan Pendidikan Terakreditasi Kemenristekdikti No.36/E/KPT/2019,ISSN: 2527-6603(e), 2527-3175(p), Vol. 5 No. 1 Mei 2020, hlm 61.

b. Jenis Transaksi Jual Beli *Online*

Ada beberapa jenis transaksi jual beli *online* yang didukung oleh shopee dan menjadi pilihan bagi konsumen, yaitu: [45]

1. Shopee*Pay*

ShopeePay merupakan fitur layanan uang elektronik yang dimili ki oleh Shopee. ShopeePay adalah layanan dompet digital yang ditawarkan oleh Shopee. Dapat menggunakannya untuk:

a. Transaksi *online* pada aplikasi atau situs Shopee.
b. Transaksi *online* yang dilakukan di luar Shopee, seperti di aplikasi atau situs Merchant.
c. Transaksi *offline* dengan Merchant yang menerima pembayaran melalui QRIS dan Shopee*Pay*.
d. Menerima atau mentransfer pembayaran ke/dari kontak Anda dan menarik saldo ke rekening bank Anda.

2. *SPayLater*

SPayLater merupakan solusi pinjaman instan hingga Rp6.000.000 dari Shopee yang memberikan Anda kemudahan untuk membayar dalam 1 (satu) bulan tanpa bunga atau dengan fasilitas cicilan 2, 3, 6, dan/atau 12 bulan tanpa memerlukan Kartu Kredit

3. COD (Bayar di Tempat)

COD (Bayar di Tempat) adalah metode pembayaran yang dilakukan secara tunai di tempat Pembeli setelah pesanan dari kurir diterima. Metode pembayaran ini hanya dapat digunakan pada toko di Shopee yang telah mengaktifkan Metode Pembayaran COD & Pembeli berdomisili di area yang dapat menerima pembayaran ini (berdasarkan jasa kirim yang digunakan).

[45]Shopee, https://help.shopee.co.id/portal/article/73077-[Baru-di-Shopee]-Apa-saja-Metode-Pembayaran-yang-didukung-oleh-Shopee?previousPage=secondary%20category, diakses pada tahun 2020.

جامعة الرانري
A R - R A N I R Y

4. Transfer Bank (Dicek Otomatis)/*Virtual Account*

Transfer Bank dapat membayar pesanan melalui *Virtual Account* dengan metode pembayaran. bank yag didukung untuk pembayaran yaitu SeaBank, Bank BCA, Bank BRI, Bank Mandiri, Bank BNI, Bank Permata, dan Bank Syariah Indonesia.

5. Kartu Kredit/Debit

Pembayaran dengan Kartu Kredit/Debit diproses oleh pihak ketiga dan hanya kartu dengan *3D Secure* yang dapat digunakan di Shopee. Maksimum transaksi sebesar Rp30.000.000/checkout.

6. Cicilan Kartu Kredit

Pembeli dapat melakukan cicilan produk diShopee dengan mengansurnya setiap 3, 6, 12, 18, dan/atau 24 bulan untuk melunasi total pembelian menggunakan kartu kredit.

7. RI Direct Debit

Pembayaran belanja *online* yang menghubungkan antara Shopee dan kartu debit BRI, sehingga proses pembayaran transaksi berlangsung cepat dengan sekali proses registrasi.

8. OneKlik

OneKlik merupakan solusi baru pembayaran belanja *online* hanya dengan 1 (satu) klik. Cukup registrasi sumber dana dari rekening BCA, *OneKlik* dapat langsung digunakan untuk melakukan pembayaran belanja di Shopee.

9. Mitra Shopee

Pembayaran pesanan di Shopee dapat dilakukan sesuai jam operasional Mitra Shopee terdekat. Pembeli dapat melakukan pembayaran untuk transaksi dengan nominal di atas Rp1.000 dan di bawah Rp10.000.000. Simpan bukti pembayaran setelah pembayaran berhasil.

10. Agen BRI*Link*

Pembayaran pesanan di Shopee dapat dilakukan sesuai jam operasional Agen BRI*Link*. Pembeli dapat melakukan pembayaran untuk transaksi dengan nominal di atas Rp10.000. Simpan bukti pembayaran setelah pembayaran berhasil.

11. BNI Agen46

Pembayaran pesanan di Shopee dapat dilakukan sesuai jam operasional BNI Agen46. Pembeli dapat melakukan pembayaran untuk transaksi dengan nominal di atas Rp10.000 dan di bawah Rp50.000.000. Simpan bukti pembayaran setelah pembayaran berhasil.

12. Alfamart

Pembayaran dapat dilakukan melalui gerai Alfamart di seluruh Indonesia. Pembayaran untuk transaksi nominal di atas Rp10.000 dan di bawah Rp5.000.000.

13. Indomaret

Pembayaran dapat dilakukan melalui gerai Indomaret/Ceriamart di seluruh Indonesia. Pembayaran untuk transaksi nominal di atas Rp20.000 dan di bawah Rp5.000.000.

14. Akulaku *PayLater*

Pembeli dapat melakukan pembayaran pesanan di Shopee melalui Akulaku PayLater.

c. Kelebihan dan Kekurangan Jual Beli *Online*

Dalam melakukan transaksi elektronik dalam hal ini jual beli *online* memiliki kelebihan dan kekurangan yang didapatkan oleh pelaku usaha dan konsumen. Adapun kelebihan dan kekurangan bagi pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli *online* yaitu:[46]

[46] Muhammad Sauqi, *Fiqih Muamalah Kontemporer*, (Jawa Tengah: Pena Persada, 2021), hlm 52-54.

1. Kelebihan jual beli *online*

a. Jual beli dapat dilakukan tanpa terikat pada tempat dan waktu tertentu, Jual beli *online* merupakan bisnis yang dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun, selama tersedia fasilitas untuk mengakses internet; Contohnya, seorang pengusaha melakukan perjalanan bisnis, kemudian pada saat itu juga ada konsumen yang ingin memesan barang sedangkan pengusaha tersebut tidak sedang di kantor, pengusaha tersebut mengajurkan agar melakukan transakasi via internet dan barang pesanan dapat diambil esoknya.

b. Modal awal yang diperlukan relatif kecil. Modal yang diperlukan adalah fasilitas akses internet dan kemampuan mengoperasikannya. Banyak penyedia jasa yang menawarkan media promosi, baik yang berbayar maupun yang gratis, contohnya, Anto termasuk pengusaha pemula dengan modal pemasaran yang juga sedikit, namun pada saat bersamaan Anto menerapkan pemasaran lewat internet sehingga terlalu mengeluarkan modal.

c. Jual beli *online* dapat berjalan secara otomatis. Pelaku usaha hanya melakukan bisnis jual beli ini pada beberapa jam saja setiap harinya sesuai dengan kebutuhan. Selebihnya digunakan untuk melakukan aktivitas yang lain; contohnya, Andi seorang pengusaha dan juga merupakan seorang guru disalah satu SMP ternama di Jakarta, namun itu tidak usahanya karena Andi menerapkan penjualan *online* sejak 2 tahun yang lalu.

d. Akses pasar yang lebih luas. Dengan adanya akses pasar yang lebih luas, potensi untuk mendapatkan pelanggan baru yang banyak semakin besar. Contohnya, Penggunaan internet sekarang semakin luas, pasar internet merupakan salah satu pasar modern yang diterapkan sekarang, dengan hadirnya seperti zalora, berniaga.com, olx, dll. Membuktikan bahwa pasar *online* telah terbuka bebas.

e. Pelanggan (konsumen) lebih mudah mendapatkan informasi yang diperlukan dengan *online*. Komunikasi antar pelaku usaha dan konsumen akan menjadi lebih mudah, praktis dan hemat waktu serta biaya. Contohnya, Banyaknya website yang menyediakan layanan jual beli *online* memungkinkan untuk dapat mengakses dengan mudah spesifikasi barang yang ingin dibeli.

f. Meningkatkan efesiensi waktu, terutama jarak dan waktu dalam memberikan layanan kepada konsumen selaku pembeli. Contohnya, Seorang pengusaha dan konsumen yang berteransaksi 2 negara yang berbeda.

g. Penghematan dalam berbagai biaya operasional. Beberapa komponen biaya seperti trasportasi, komunikasi, sewa tempat, gaji karyawan, dan yang lainnya akan lebih hemat. Dengan adanya penghematan secara biaya dalam berbagai komponen tersebut, otomatis akan meningkatkan keuntungan; Contohnya, dengan adanya fasilitas *online* untuk melakukan transaksi jual beli *online* sehingga seorang pengusaha dapat menghemat biaya operasional terutama yang berbeda tempat yang sangat jauh.

2. Kekurangan Jual beli *online*

Kekurangannya adalah banyak penipuan-penipuan dalam melakukan transaksi *online*, kadang antara gambar/foto yang dikirim tidak sama dengan barangnya. Ini juga harus pintar dalam memilah dan memilih barang *online*, apalagi pada saat ini kamera HP luar biasa indahnya, jadi barang yang tidak bagus juga tampak kelihatan bagus nan indah. Kasus-kasus seperti ini secara tidak langsung juga bersifat penipuan karena tidak menampakkan foto barang sesungguhnya.[47]

[47] Wahibatul Maghfuroh, "Jual Beli Secara *Online* dalam Tinjauan Hukum Islam**".** *Jurnal Ilmiah Ahwal Syakhshiyyah (**JAS**)*, Volume 2 Nomor 1 Tahun 2020 e-ISSN: 2714-7398, 19 juni 2020, hlm 38.

B. Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Secara harfiah arti kata *consumer* itu adalah (lawan dari produsen), setiap orang yang menggunakan barang dan jasa. Tujuan penggunaan barang dan jasa itu nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut. Konsumen umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan pada mereka, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi.[48]

Hukum perlindungan konsumen dewasa ini mendapat cukup perhatian karena menyangkut aturan-aturan guna mensejahterakan masyarakat, bukan saja masyarakat selaku konsumen saja yang mendapat perlindungan, namun pelaku usaha juga mempunyai hak yang sama untuk mendapat perlindungan, masing-masing ada hak dan kewajiban. Pemerintah berperan mengatur, mengawasi, dan mengontrol, sehingga tercipta sistem yang kondusif saling berkaitan satu dengan yang lain dengan demikian tujuan menyejahterakan masyarakat secara luas dapat tercapai.[49]

Undang-Undang Perlindungan Konsumen, menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.[50]

Kepastian hukum untuk melindungi hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus, memberikan harapan agar pelaku usaha tidak lagi bertindak sewenang-wenang yang selalu merugikan hak-hak konsumen. Dengan adanya UU Perlindungan Konsumen beserta perangkat hukum lainnya, konsumen memiliki hak dan posisi yang berimbang, dan

---

[48] Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, (Depok: Prenada Media Group, 2018), hlm. 2

[49] Celina Tri Siwi Kristiyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 1.

[50] Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, (Depok: Prenada Media Group, 2018), hlm 6.

mereka pun bisa menggugat atau menuntut jika ternyata hak-haknya telah dirugikan atau dilanggar oleh pelaku usaha.[51]

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang atau jasa tersebut. Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu:

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.[52]

Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara material maupun formal makin terasa sangat penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, konsumenlah yang pada mumnya akan merasakan dampaknya. Dengan demikian, upaya-upaya memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen, lebih-lebih menyongsong era perdagangan bebas yang akan datang.[53]

Perlindungan hukum bagi konsumen adalah suatu masalah yang besar, dengan persaingan global yang terus berkembang. Perlindungan

---

[51] Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, (Jakarta Selatan: Visimedia, 2008), hlm 5.

[52] Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, (Depok: Prenada Media Group, 2018), hlm 6.

[53] Celina Tri Siwi Kristiyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 5.

hukum sangat dibutuhkan dalam persaingan dan banyaknya produk serta layanan yang menempatkan konsumen dalam posisi tawar yang lemah. Perlindungan hukum bagi konsumen dalam bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh negara.[54]

2. Dasar Hukum Perlidungan Konsumen

Peraturan tentang hukum perlindungan konsumen telah diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pada tanggal 30 Maret 1999, Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) telah menyepakati rancangan undang-undang (RUU) tentang perlindungan konsumen untuk disahkan oleh pemerintah setelah selama 20 tahun diperjuangkan. RUU ini sendiri baru disahkan oleh pemerintah pada tanggal 20 April 1999.

Dengan diundangkannya masalah perlindungan konsumen, dimungkinkan dilakukannya pembuktian terbalik jika terjadi sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. Konsumen yang merasa haknya dilanggar bisa mengadukan dan memproses perkaranya secara hukum di badan penyelesaian sengketa konsumen (BPSK) yang ada di Tanah Air.

Dasar hukum tersebut bisa menjadi landasan hukum yang sah dalam soal pengaturan perlindungan konsumen. Di samping UU Perlindungan Konsumen, masih terdapat sejumlah perangkat hukum lain yang juga bisa dijadikan sebagai sumber atau dasar hukum sebagai berikut:

1. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2001 Tanggal 21 Juli 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional.
2. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 Tanggal 21 Juli 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.

[54] Abdul Halim Barkatullah, *Frame Work: Sistem Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, (Bandung: Nusa Media, 2017), hlm. 4.

جامعة الرانري
A R - R A N I R Y

3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2001 Tanggal 21 Juli 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.
4. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 90 Tahun 2001 Tanggal 21 Juli 2001 tentang Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Pemerintah Kota Medan, Kota Palembang, Kota Jakarta Pusat, Kota Jakarta Barat, Kota Bandung, Kota Semarang, Kota Yogyakarta, Kota Surabaya, Kota Malang, dan Kota Makassar.
5. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Indonesia Nomor 301/MPP/KEP/10/2001 tentang Pengangkatan, Pemberhentian Anggota dan Sekretariat Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.
6. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Indonesia Nomor 302/MPP/KEP/10/2001 tentang Pendaftaran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.
7. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 605/MPP/Kep/8/2002 Tentang Pengangkatan Anggota Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen pada Pemerintah Kota Makassar, Kota Palembang, Kota Surabaya Kota Bandung, Kota Semarang, Kota Yogyakarta dan Kota Medan.
8. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI Nomor 480/MPP/Kep/6/2002 Tanggal 13 Juni 2002 tentang Perubahan Atas Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan Nomor 302/MPP/Kep/10/2001 tentang Pendaftaran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.
9. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 418/MPP/Kep/4/2002 Tanggal 30 April 2002 tentang Pembentukan Tim Penyeleksi Calon Anggota Badan Perlindungan Konsumen.

10. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 302/MPP/Kep/10/2001 tentang Pendaftaran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.[55]

3. Tujuan dan Manfaat Perlindungan Konsumen

Terdapat tujuan dan manfaat diterapkan nya suatu perlindungan konsumen yang terdapat pada undang undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen,para ahli achmad ali mengatakan bahwa:

"setiap undang undang memiliki tujuan yang khusus "maka yang

tertera di dalam pasal 2 UU yang mengatur perlindungan konsumen disebutkan "setiap perlindungan konsumen memiliki asas didalamnya seperti manfaat, keadilan, keseimbangan, keselamatan serta kepastian hukum yang diperoleh konsumen.

Maka untuk menerapkan peraturan perundang undangan tesebut dengan tujuan memberikan perlindungan bagi konsumen yang menyatakan konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan penggantian apabila barang/produk yang diterima mengalami cacat bawaan atau tidak sesuai dengan perjanjian atau sebagaimanmestinya setelah barang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan yang telah diperjanjikan sebelumnya harus diterapkan

Adapun selain tujuan dan manfaat dari adanya perlindungan konsumen itu sendiri tertuang pada pasal 3 undang undang perlindungan konsumen terdiri dari;

a. mampu meningkatkan kesadaran, kemampuan.dan kemandirian pembeli atau konsumen untuk perlindungan diri.
b. mampu mengangkat harkat dan martabat pembeli untuk menghindari hal hal yang tidak diinginkan.

[55] Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, (Jakarta Selatan: Visimedia, 2008), hlm 19-21.

AR-RANIRY

c. mampu meningkatkan pemahaman konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak hak sebagai konsumen.
d. mampu menciptakan sistem perlindungan konsumen dalam unsur kepastian hukum dan dengan mudah memperoleh informasi.
e. mampu menumbuhkan kesadaran produsen/penjual mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam menjalankan usahanya
f. mampu meningkatkan kualitas barang/produk yang diperdagangkan yang menjamin kepuasan pembeli dan mencapai kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.[56]

4. Hak dan Kewajiban Konsumen

a. Hak-Hak Konsumen Perspektif Internasional

Presiden Jhon E. Kennedy mengemukakan empat hak konsumen yang harus dilindungi, yaitu:[57]

1. Hak memperoleh keamanan (*the right to safety*)

Aspek ini ditujukan pada perlindungan konsumen dari pemasaran barang dan/atau jasa yang membahayakan keselamatan konsumen. Pada posisi ini, intervensi, tanggung jawab dan peranan pemerintah dalam rangka menjamin keselamatan dan keamanan konsumen sangat penting. Karena itu pula, pengaturan dan regulasi perlindungan konsumen sangat dibutuhkan untuk menjaga konsumen dari perilaku produsen yang nantinya dapat merugikan dan membahayakan keselamatan konsumen.

2. Hak memilih (*the right to choose*)

Bagi konsumen, hak memilih merupakan hak prerogatif konsumen apakah ia akan membeli atau tidak membeli suatu dan/atau jasa. Oleh karena itu, tanpa ditunjang oleh hak untuk mendapatkan

[56] Faradila Natasya Dkk, *Isu-Isu Krusial Tentang Bisnis dan Perdata*, (Jawa Tengah: Lakeisha, 2022), hlm 483-484.

[57] Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 47-48.

جامعة الرانري
A R - R A N I R Y

informasi yang jujur, tingkat pendidikan yang patut, dan penghasilan yang memadai, maka hak ini tidak akan banyak artinya. Apalagi dengan meningkatnya teknik penggunaan pasar, terutama lewat iklan, maka hak untuk memilih ini lebih banyak ditentukan oleh faktor-faktor di luar diri konsumen.

3. Hak mendapat informasi *(the right to be informed)*

Hak ini mempunyai arti yang sangat fundamental bagi konsumen bila dilihat dari sudut kepentingan dan kehidupan ekonominya. Setiap keterangan mengenai sesuatu barang yang akan dibelinya atau akan mengikat dirinya, haruslah diberikan selengkap mungkin dan dengan penuh kejujuran. Informasi baik secara langsung maupun secara umum melalui berbagai media komunikasi seharusnya disepakati bersama agar tidak menyesatkan konsumen.

4. Hak untuk didengar *(the right to be heard)*

Hak ini dimaksudkan untuk menjamin konsumen bahwa kepentingannya harus diperhatikan dan tecermin dalam kebijaksanaan pemerintah, termasuk turut didengar dalam pembentukan kebijaksanaan tersebut. Selain itu, konsumen juga harus didengar setiap keluhannya dan harapannya dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dipasarkan produsen.

b. Hak dan Kewajiban Konsumen Perspektik UUPK

Indonesia melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan hak-hak konsumen sebagai berikut:[58]

1. Hak atas keamanan, kenyamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

[58] Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindugan Konsumen

3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur dan mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat atau keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakannya.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur secara tidak diskriminatif.
8. Hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.

c. Hak-Hak Konsumen dalam Perspektif Islam

Seluruh ajaran Islam yang terkait dengan perdagangan dan perekonomian berorientasi pada perlindungan hak-hak pelaku usahal produsen dan konsumen. Karena Islam menghendaki adanya unsur keadilan, kejujuran, dan transparansi yang dilandasi nilai keimanan dalam praktik perdagangan dan peralihan hak. Terkait dengan hak-hak konsumen, Islam memberikan ruang bagi konsumen dan produsen untuk mempertahankan hak-haknya dalam perdagangan yang dikenal dengan istilah khiyar dengan beragam.[59] Jenisnya sebagai berikut:

1. Khiyar Majelis

As-Sunnah menetapkan bahwa kedua belah pihak yang ber-jual beli memiliki khiyar (pilihan) dalam melangsungkan atau membatalkan akad jual beli selama keduanya masih dalam satu

[59] Zulham, *Hukum Perlindungan Konnsumen*, (Jakarta: Kencana ,2016), hlm. 58.

majelis (belum berpisah). Khiyar merupakan hak yang ditetapkan untuk pelaku usaha dan konsumen, jika terjadi ijab dan kabul antara produsen dan konsumen, dan akadnya telah sempurna, maka masing-masing pihak memiliki hak untuk mempertahankan atau membatalkan akad selama masih dalam satu majelis.

2. Khiyar Syarat

Khiyar syarat adalah salah satu pihak yang berakad membeli sesuatu dengan ketentuan memiliki khiyar selama jangka waktu yang jelas. Selama waktu tersebut, jika pembeli menginginkan, ia bisa melaksanakan jual beli tersebut atau membatalkannya. Syarat ini juga boleh bagi kedua pihak yang berakad secara bersama-sama, juga boleh bagi salah satu pihak saja jika ia mempersyaratkannya,

3. Khiyar Aibi

Haram bagi seseorang menjual barang yang memiliki cacat (cacat produk) tanpa menjelaskan kepada pembeli (konsumen).

4. Khiyar Tadlis

Yaitu, jika penjual mengelabui pembeli sehingga menaikkan harga barang, maka hal itu haram baginya. Dalam hal ini pembeli memiliki khiyar selama tiga hari, adanya khiyar untuk mengembalikan barang tersebut.

10. Khiyar *al-Ghabn al-Fahisy (Khiyar al-Mustarsil)*

Khiyar jenis ini suatu saat menjadi hak penjual dan suatu saat bisa menjadi hak pembeli. Kadang kala pembeli membeli barang dengan harga 5 dinar, padahal barang tersebut hanya setara dengan 3 dinar. Atau penjual menjual barang dengan harga 10 dinar, padahal barang tersebut hanya setara dengan 8 dinar. Jika seorang penjual dan pembeli ditipu dalam hal ini, maka ia memiliki khiyar untuk menarik diri dari jual beli dan membatalkan akad.

6. Khiyar *Ru'yah*

Khiyar jenis ini terjadi bila pelaku usaha menjual barang dagangannya, sementara barang tersebut tidak ada dalam majelis jual beli. Jika pembeli kemudian melihat barang tersebut dan tidak berhasrat terhadapnya, atau pembeli melihat bahwa barang tersebut tidak sesuai dengan keinginannya, maka pembeli berhak menarik membatalkan diri dari akad jual beli tersebut.

7. Khiyar *Tayin*

Khiyar jenis ini memberikan hak kepada pembelinya untuk memilih barang yang dia inginkan dari sejumlah atau kumpulan barang yang dijual kendatipun barang tersebut berbeda harganya, sehingga konsumen dapat menentukan barang yang dia kehendaki. Misalnya, seseorang membeli empat ekor kambing dari sekumpulan kambing, maka pembeli diberi hak khiyar tayin sehingga ia dapat menentukan empat ekor kambing yang ia inginkan di antara sekumpulan kambing itu.

Sekilas, memang istilah-istilah perlindungan hak-hak konsumen dalam Islam berbeda dengan istilah-istilah perlindungan hak-hak konsumen pada saat ini. Namun jika dikaji secara mendalam dari sisi pengaturan, nilai, dan tujuan memiliki peran dan fungsi yang sama dalam perlindungan hak-hak konsumen.[60]

5. Hak dan Kewajiban Penjual

a. Hak-hak Pelaku Usaha di Indonesia

Berdasarkan Pasal 6 UUPK, disebutkan bahwa hak pelaku usaha adalah:[61]

[60] Yusuf As-Sabatin, *Bisnis Islam dan Kritik Atas Praktik Bisnis Ala Kapitalis*, (Bogor: Al Azhar Press, 2009), hlm 308-316

[61] Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Tahun 1999

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; dan
5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

b. Kewajiban-kewajiban Pelaku Usaha di Indonesia

Kewajiban pelaku usaha berdasarkan Pasal 7 UUPK beserta penjelasannya, adalah sebagai berikut:[62]

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan pemeliharaan;
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif (Pelaku usaha dilarang membeda-bedakan konsumen dalam memberikan pelayanan. Pelaku usaha dilarang membeda-bedakan mutu pelayanan kepada konsumen);
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan

[62] Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Tahun 1999

/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan (Yang dimaksud dengan barang dan/atau jasa tertentu adalah barang yang dapat diuji atau dicoba tanpa mengakibatkan kerusakan atau kerugian):

6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; dan
7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

C. Konsep *Tadlis*

1. Pengertian *Tadlis*

Kata *tadlis* secara bahasa artinya *al-khida' wa al-ibham wa at-tamwiyah* (penipuan, kecurangan, penyamaran dan penutupan). Para ahli fikih mengartikan *tadlis* di dalam jual beli adalah menutupi suatu aib pada barang. Hanya saja dari deskripsi nash yang ada, meskipun barangnya tidak ada cacatnya, *tadlis* tetap terjadi jika barang yang diterima oleh pihak pembeli ternyata tidak sesuai dengan yang dipromosikan sejak awal dan yang telah ditunjukkan. Karena, kondisi idealnya suatu transaksi jual beli pada sebuah pasar adalah apabila penjual dan pembeli mendapatkan informasi yang sama tentang barang yang akan diperjualbelikan.[63]

Jual beli yang mengandung unsur *tadlis*, yaitu sesuatu yang mengandung unsur penipuan. Misalnya, penjual menyampaikan sesuatu dalam transaksi bisnisnya dengan informasi yang diberikan tidak sesuai dengan fakta yang ada pada sesuatu tersebut. Menyembunyikan objek akad dari keadaan yang sebenarnya sehingga merugikan salah satu pihak. *Tadlis* bisa terjadi terhadap kuantitas dan kualitas barang/objek transaksi.[64]

---

[63] Sinta Wiji Astuti, *Hukum Jual Beli Dalam Sistem Borongan dalam Fiqh Muamalah,* (Palembang: Bening Media *Publishing*, 2021), hlm 36-37.

[64] Harun, Fiqh Muamalah, (Surakarta: Muhammadiyah University Press,2017), hlm 78.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Tadlis hukumnya haram. Siapa saja yang melakukannya berdosa. Sebab, *tadlis* itu merupakan bagian dari penipuan. Rasulullah SAW menjelaskan bahwa *tadlis* merupakan tata cara perolehan harta yang diharamkan. Siapa saja yang memperoleh harta melalui tadlis, maka harta itu haram baginya dan secara syar'i ia tidak memiliki harta itu, meski ia kuasai. Allah akan mencabut berkah dari harta hasil *tadlis* itu. Kondisi ideal dalam pasar adalah apabila penjual dan pembeli mempunyai informasi yang sama tentang barang yang akan diperjualbelikan. Apabila salah satu pihak tidak mempunyai informasi seperti yang dimiliki oleh pihak lain, maka salah satu pihak lain akan merasa dirugikan dan terjadi kecurangan/penipuan. Penipuan tersebut bisa dalam kuantitas, kualitas, harga, maupun waktu penyerahan.[65]

2. Dasar Hukum Larangan *Tadlis*

Allah dengan tegas melarang segala bentuk transaksi yang mengandung unsur-unsur penipuan dalam berbagai bentuk kepada pihak lain.[66] Seperti, firman Allah dalam Alqu'an surah al an'am ayat 152:[67]

وَلَا تَقْرَبُوْا مَالَ الْيَتِيْمِ اِلَّا بِالَّتِيْ هِيَ اَحْسَنُ حَتّٰى يَبْلُغَ اَشُدَّهٗ وَاَوْفُوا الْكَيْلَ
وَالْمِيْزَانَ بِالْقِسْطِ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا اِلَّا وُسْعَهَا وَاِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوْا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبٰى وَبِعَهْدِ
اللّٰهِ اَوْفُوْا ذٰلِكُمْ وَصّٰىكُمْ بِهٖ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُوْنَ

Artinya: "Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat hingga sampai dia (usia) dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya. Apabila kamu berbicara, bicaralah sejujurnya. Sekalipun dia kerabat(mu) dan penuhilah janji Allah. Demikianlah Dia memerintahkan kepadamu agar kamu ingat" (QS. Al-An'am[6]:152).

Pada ayat ini dijelaskan bahwa tidak diperbolehkan mendekati harta anak yatim kecuali dengan cara yang baik dan perlakukanlah anak yatim itu

[65] Isnaini Harahap Dkk, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm 177

[66] Tati Handayani dan Muhammaad Anwar Fathoni, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*, (Yogyakarta: *Depublish*, 2019), hlm. 182.

[67] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahanya*, (Surabaya: Mekar Surabaya, 2004), hlm 199.

جامعة الرانري
A R - R A N I R Y

dengan sebaik-baiknya. Kemudian mengenai perniagaan atau hubungan pribadi dengan masyarakat, sebab dalam hidup sangat saling memerlukan tukar-menukar pada kepentingan dan keperluan serta penuhilah timbangan yang benar, kita diwajibkan untuk melakukan perbuatan yang adil dalam perniagaan. Dijelaskan juga pada ayat ini ketika memberikan keterangan pada suatu perkara ketika diminta menjadi saksi, berkatalah dengan benar dan adil serta penuhilah janji kepada Allah yang wajib kita penuhi dan Allah mewasiatkan hal ini agar selalu diingat.[68]

3. Jenis-Jenis *Tadlis*

Dalam praktiknya, perbuatan dikategorikan ke dalam empat kategori, yaitu:[69]

1. *Tadlis* dalam kuantitas

Tadlis dalam kuantitas, contoh pada tadlis jenis ini ialah apabila seorang pedagang yang mengurangi jumlah takaran pada berat barang yang dijualnya kepada pembeli dan memberikan harga yang sama seperti harga pada kuantitas yang banyak.

2. *Tadlis* dalam kualitas

Tadlis dalam kualitas, yang dimaksud *tadlis* kualitas adalah menyembunyikan suatu kecacatan pada suatu barang yang tidak sesuai pada spesifikasi barang yang telah dijanjikan. Contoh pada *tadlis* ini, ialah seorang penjual TV *second* menyembunyikan adanya suatu kecacatan pada TV yang diperbaikinya sehingga pembeli tidak mengetahui fakta yang sebenarnya.

---

[68] Sinta Wiji Astuti, *Hukum Jual Beli: dengan Sistem Borongan dalam Fikih Muamalah*, (Palembang: Bening Media *Publishing*, 2021), hlm. 37-38.

[69] Sinta Wiji Astuti, *Hukum Jual Beli dalam Sistem Borongan dalam Fiqh Muamalah*, (Palembang: Bening Media *Publishing*, 2021), hlm 39.

جامعة الرانري
A R - R A N I R Y

3. *Tadlis* dalam harga

Tadlis dalam harga terjadi ketika seseorangmenyembunyikan harga asli kepada pembeli karena ketidaktahuannya akan harga pasar yang sesungguhnya. Contohnya adalah memanfaatkan ketidaktahuan pembeli akan harga pasar dengan menaikkan harga produk di atas harga pasar. Misalkan seorang tukang becak yang menawarkan jasanya kepada turis asing dengan menaikkan tarif becaknya 10 kali lipat dari tarif normalnya. Hal ini dilarang karena turis asing tersebut tidak mengetahui harga pasar yang berlaku Dalam istilah fiqih *tadlis* harga ini disebut *ghaban*.

4. *Tadlis* dalam waktu penyerahan,

Contoh tadlis dalam waktu penyerahan adalah petani buah yang menjual buah di luar musimnya padahal si petani tahu bahwa dia tidak dapat menyerahkan buah yang dijanjikannya itu pada waktunya. Demikian pula dengan konsultan yang berjanji untuk menyelesaikan proyek dalam waktu 2 bulan untuk memenangkan tender, padahal konsultan tersebut tahu bahwa proyek itu tidak dapat diselesaikan dalam batas waktu tersebut.

Dalam keempat bentuk *tadlis* di atas, semuanya melanggar prinsip rela-sama-rela. Keadaan sama-sama rela yang dicapai bersifat sementara yakni sementara pihak yang ditipu tidak mengetahui bahwa dirinya ditipu. Pada kemudian hari, yaitu ketika pihak yang ditipu tahu bahwa dirinya ditipu ia tidak merasa rela.[70]

D. Konsep *Share In Jar*

1. Pengertian *Share In Jar*

Make up share in jar adalah istilah yang digunakan untuk membagi produk kosmetik ke dalam kemasan atau kontainer kecil. Kemudian,

[70] Ahmad Ilham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010), hlm 829.

kemasan kecil ini akan dijual lagi dengan harga yang jauh lebih murah daripada harga produk dengan kemasan aslinya.[71]

Konsep share in jar adalah membagi *(share)* isi sebuah produk dalam *(in)* beberapa kontainer *(jar)* kecil. Tujuannya agar seseorang bisa membeli dan mencoba sebuah produk tanpa harus langsung membeli produk dalam ukuran aslinya.[72]

2. Bentuk-Bentuk Kemasan *Share in jar*

Kemasan *share in jar* bentuknya sangat beragam, tergantung produk apa yang diisi kemudian tempat nya disesuaikan. Beberapa bentuk kemasan *share in jar* antara lain:[73]

a. Pot

Gambar 2.1 Bentuk Kemasan *Share In Jar* Pot

Kemasan *share in jar* dalam bentuk pot ini biasa digunakan untuk mengisi produk kosmetik seperti *sunscreen*, *foundation*, *cream* pagi,

[71] kevin Adrian, Ketahui Bahaya di Balik *Make Up Share in Jar*, https://www.alodokter.com/ketahui-bahaya-di-balik-make-up-share-injar, *alodokter*, diakses pada hari kamis 15 Juni 2021.

[72] Sarrah Ulfah, 7 Kekurangan dan Kelebihan Membeli Produk dalam Kemasan Share in Jar, https://www.popmama.com/life/fashion-and-beauty/sarrah-ulfah-1/kekurangan-dan-kelebihan-membeli-produk-dalam-share-in-jar, popmama.com, diakses pada hari selasa 16 juni 2020

[73] Shopee

cream malam, atau produk kosmetik yang bertekstur *creamy* bukan yang cair.

b. *Tube* ulir

Gambar 2.2 Bentuk Kemasan *Share In Jar Tube* ulir

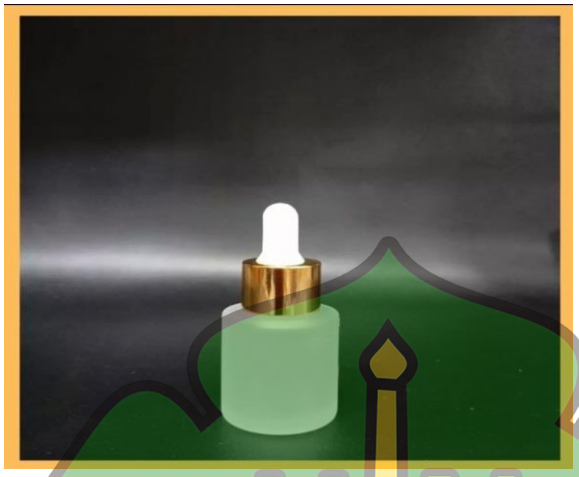
Kemasan *share in jar* dalam bentuk tube ulir ini biasa digunakan untuk produk kosmetik seperti *lotion*, sabun cuci muka, sabun mandi, shampo, dll.

c. Botol plastik pump

Gambar 2.3 Bentuk Kemasan *Share In Jar* Botol Plastik *Pump*

Kemasan *share in jar* dalam bentuk botol plastik ini paling sering digunakan untuk *lotion* karena cara penggunaannya mudah.

d. botol pipet kaca



Gambar 2.4 Bentuk Kemasan *Share In Jar* botol pipet kaca

Kemasan *share in jar* dalam bentuk botol pipet kaca ini biasanya digunakan untuk produk kosmetik yang bertekstur cair seperti serum.

3. Kekurangan dan Kelebihan Kemasan *Share In Jar*

a. Kekurangan Kemasan *Share In Jar*

Beberapa kekurangan jika membeli produk kosmetik dalam bentuk kemasan *share in jar* yaitu:[74]

1) Kebersihannya tidak terjamin

Karena bukan dijual dengan kemasan aslinya, *make up share in jar* tidak terjamin kebersihannya. Setelah dibuka, bahan-bahan di dalam produk kecantikan bisa teroksidasi atau terpapar kotoran yang dapat menurunkan kualitasnya.

Selain itu, bakteri mungkin saja masuk ke dalam produk ketika penjual menyentuh dan menuangkannya ke dalam *jar* atau kemasan kecil, apalagi jika penjual tidak mencuci tangan dulu sebelumnya atau kemasan yang akan digunakan tidak dicuci terlebih dahulu.

[74] kevin Adrian, Ketahui Bahaya di Balik *Make Up Share in Jar*, https://www.alodokter.com/ketahui-bahaya-di-balik-make-up-share-injar, *alodokter*, diakses pada hari kamis 15 Juni 2021.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Menggunakan produk kecantikan yang tidak bersih dan mengandung bakteri tentu dapat menimbulkan efek buruk pada kulit, seperti jerawat atau iritasi. Bila produk yang tidak bersih ini digunakan secara terus-menerus, bukannya tidak mungkin kesehatan kulit wajah jadi terganggu.

2) Kosmetik berisiko tinggi kedaluwarsa

Semua produk kecantikan memiliki usia pakainya masing-masing yang tercantum pada kemasan aslinya. Namun, mungkin saja ada produk *make up share in jar* yang tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa.

Menggunakan produk kecantikan yang sudah lewat masa penggunaannya bukanlah hal yang baik, karena produk kedaluwarsa bisa menyebabkan infeksi kulit. Oleh karena itu, saat hendak mencoba produk *make up* yang lebih murah ini, carilah tanggal kedaluwarsanya pada kemasan atau tanyakan kepada penjual.

3) Keaslian produk tidak terjamin

Membeli produk *make up share in jar* belum tentu terbukti keasliannya dan mungkin saja tidak memiliki izin edar. Menggunakan produk kecantikan palsu bisa membahayakan kesehatan, karena mungkin saja produk ini mengandung bahan-bahan berbahaya, seperti arsenik, merkuri, berilium, dan kadmium.

Bahan-bahan kimia keras tersebut bisa menyebabkan munculnya ruam di kulit karena iritasi, membuat kulit kering, menimbulkan peradangan di kulit, atau bahkan memicu kanker kulit.

Itulah bahaya di balik *make up share in jar* yang penting untuk diketahui. Daripada mempertaruhkan kesehatan kulit wajah untuk mencoba sebuah produk dengan membeli kemasan *sharing*, sebaiknya tetap gunakan produk dalam kemasan aslinya yang memang sudah terjamin kebersihan dan kualitasnya.

c. Kelebihan kemasan *Share In Jar*

Beberapa kelebihan jika membeli produk kosmetik dalam bentuk kemasan *share in jar* yaitu:[75]

a) Bisa mencoba berbagai macam produk

Banyak produk kecantikan yang pada umumnya memiliki harga yang cukup mahal. Pasti kita ingin mencoba produk mana yang cocok untuk kulitmu. Kemasan *share in jar* adalah pilihan yang bisa dicoba sebelum kita membeli produk dengan ukuran aslinya.

b) Harga lebih terjangkau

Produk yang sudah dipindahkan ke dalam wadah yang lebih kecil, harganya pun juga menjadi lebih murah. Akan terasa lebih hemat kalau produk yang sudah dibeli cocok dengan kulit. Jika tidak cocok pun, kerugiannya juga lebih kecil dibandingkan membeli dengan harga normal.

c) *Travel friendly*

Saat mencoba produk yang sudah dibeli ternyata cocok di kulit, *share in jar* juga berfungsi sebagai kemasan yang bisa di bawa *traveling*. Dengan wadah yang kecil, tidak akan memakan tempat dan memudahkamu ketika kita berpergian.

جامعة الرانري
A R - R A N I R Y

[75] Adinda, Kelebihan dan Kekurangan Membeli Produk Kemasan *Share in Jar*, https://beautyparty.id/skincare/kelebihan-dan-kekurangan-membeli-produk-kemasan-*share-in-jar*, *beauty party.id* diakses pada tahun 2023.

BAB TIGA
ANALIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tentang Shopee

1. Profil Tentang Aplikasi Shopee

Shopee adalah situs elektronik komersial yang berkantor pusat di Singapura yang dimiliki oleh *Sea Limited* (sebelumnya dikenal dengan nama Garena), yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Makaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filiphina. Mulai tahun 2019, Shopee juga sudah aktif di negara Brasil, menjadikannya negara pertama di Amerika Selatan dan luar Asia yang dikunjungi Shopee. Shopee sendiri dipimpin oleh Chris Feng, mantan karyawan Rocket Internet yang pernah memimpin Zalora dan Lazada.[76]

Platform Shopee telah berkembang menjadi *marketplace* terbesar ketiga di Indonesia setelah pengembangan. *Marketplace* yang merupakan bagian dari SEA Group ini berhasil menarik perhatian pelanggan Indonesia dengan kampanye imajinatif yang melibatkan banyak *influencer* dan kolaborasi dengan selebriti yang menyuarakan iklan shopee. Shopee adalah pasar *online* ramah seluler yang memungkinkan vendor dan pembeli membuat pembelian dan penjualan *online* lebih nyaman. Shopee adalah platform perdagangan *online* Indonesia berbasis aplikasi *mobile*. Shopee memiliki banyak pilihan barang mulai dari *fashion* hingga kebutuhan sehari-hari. Target *audience* shopee adalah generasi *milenial* yang terbiasa menyelesaikan sesuatu melalui teknologi, salah satunya adalah Internet *Buying.* Untuk itu shopee hadir dalam aplikasi *mobile* yang bisa digunakan

[76] Wikipedia, shopee, https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee, 18 Februari 2022, pukull 03.22.

kapan saja dan dimana saja guna memberikan kemudahan dan efisensi dalam berbelanja. Aplikasi *mobile* ini juga bisa diakses melalui ponsel tanpa harus membuka perangkat komputer.[77]

Tujuan Aplikasi Shopee yang ditampilkan di *platform* nya yaitu Shopee percaya pada kekuatan transformatif dari teknologi dan ingin mengubah dunia menjadi lebih baik dengan menyediakan *platform* untuk menghubungkan pembeli dan penjual dalam satu komunitas. Untuk pengguna Internet di seluruh wilayah, Shopee menawarkan pengalaman belanja *online* komprehensif, dari berbagai pilihan produk sampai ke sebuah komunitas sosial untuk bereksplorasi, dan layanan untuk selalu memenuhi kebutuhan konsumen tanpa hambatan.[78]

Shopee menggambarkan kepribadiannya dengan menerapkan nilai-nilai utama yang selalu terlihat dalam setiap langkah perjalanan Shopee. Nilai-nilai yang diterapkan yaitu:[79]

a. Simpel

Shopee percaya akan kesederhanaan dan integritas memastikan kehidupan yang jujur, rendah hati, dan apa adanya.

b. Bahagia

Shopee ramah, menyenangkan dan energetik, serta menyebarkan sukacita kepada semua orang yang ditemui.

c. Bersama-sama

Shopee menikmati menghabiskan waktu bersama dengan teman-teman dan keluarga sekaligus berbelanja *online*, serta melakukan hal-hal yang kami sukai sebagai satu kesatuan.

---

[77] Chusnul Rofiah, *Pendekatan Kualitatif: Studi Kasus Jati Diri yang Terbeli*, (Malang: Literasi Nusantara Abadi, 2023), hlm 9.

[78] https://shopee.co.id/, *Shopee adalah platform belanja online terdepan di Asia Tenggara dan Taiwan*, diakses melalui situs: https://careers.shopee.co.id/about pada tahun 2023.

[79] https://shopee.co.id/, *Shopee adalah platform belanja online terdepan di Asia Tenggara dan Taiwan*, diakses melalui situs: https://careers.shopee.co.id/about pada tahun 2023.

2. Logo Shopee

Gambar 3.1 Logo Shopee
(Sumber gambar: Shopee.co.id)

3. Fitur-Fitur Shopee

Setelah mengetahui keunggulan Shopee, langkah selanjutnya adalah mempelajari elemen-elemen yang membuat *marketplace* ini menarik.

Fitur-fiturnya adalah sebagai berikut:[80]

1. Pengiriman gratis ongkir

   Di Shopee, penjual dapat dengan mudah mendaftarkan toko mereka untuk fungsi pengiriman gratis. Pilihan pengiriman gratis biasanya membutuhkan waktu beberapa hari untuk diaktifkan, dan setelah disetujui, postingan produk akan menampilkan postingan pengiriman gratis.

2. *Cash on Demand (COD)*

   COD atau *Cash on Demand* adalah layanan yang memungkinkan pembeli membayar barang segera setelah barang datang. Untuk mengakses fitur ini, pembeli harus *check out* dan memilih Bayar di tempat pada opsi pembayaran saat memesan ekspedisi dari JNT.

[80] Chusnul Rofiah, *Pendekatan Kualitatif: Studi Kasus Jati Diri yang Terbeli*, (Malang: Literasi Nusantara Abadi, 2023), hlm 10-11.

3. *Cashback* dan *Voucher*

Fitur seperti *cashback* dan *voucher* memberikan diskon pada pembelian. Shopee menawarkan dua jenis *cashback* yaitu Shopee *Pay* dan Shopee *Coins.* Keduanya dapat digunakan untuk mengurangi pengeluaran di masa depan. Untuk menggunakan fungsi ini, cukup ajukan klaim pada saat promosi, Ialu masukkan kupon sebelum setuju untuk membayar saat *check out.*

4. Shopee koin dan Shopee *pay*

Saat mengumpulkan *voucher* hadiah atau bermain *Game* Shopee, koin Shopee sering diberikan sebagai bonus. Shopee *Pay*, di sisi lain, adalah dompet elektronik yang dimiliki oleh Shopee. Shopee *Pay*, seperti halnya uang di rekening bank, dapat digunakan untuk berbagai transaksi. Akun tersebut juga dapat menerima dan mengirim pembayaran Shopee Pay. Tidak hanya itu, dengan memanfaatkan Shopee *Pay*, kamu bisa mendapatkan penghematan khusus di sejumlah *retailer*. Pengguna yang membayar juga dapat melakukan pembelian dengan lebih mudah dan cepat dengan Shopee.

5. Shopee *Game*

Shopee baru saja meluncurkan fitur ini, yang menghasilkan peningkatan pengguna beta. Shopee *Shake*, Shopee *Cut*, Shopee Goyang Jari, Shopee Poli, Shopee Tanam, Shopee *Candy*, Shopee *Throw*, dan tambahan terbaru, Shopee *Candy* dan *Link* Shopee.

Semua *e-commerce* secara umum memiliki fitur yang menarik tersendiri tetapi yang membedakan dengan aplikasi shopee ialah aplikasi ini selalu memiliki gratis ongkir tanpa ada momen tertentu, banjir promo setiap hari, aplikasi ini juga memiliki fitur koin, dimana kita bisa mengumpulkan koin setiap hari dan ketika kita berbelanja bisa ditukarkan untuk mengurangi biaya yang kita bayar, di aplikasi ini juga terdapat *game* yang bisa kita mainkan dan bisa mendapatkan koin dari game tersebut.

Baru-baru ini juga terdapat shopee *affiliate* untuk pengguna shopee, dari sini kita bisa mendapatkan komisi dari pihak shopee jika kita membagikan *link* dari shopee ke sosial media kemudian jika ada yang membeli dari *link* yang kita bagikan maka komisi masuk ke shopee *pay* kita. Pada aplikasi shopee juga setiap bulannya ada diskon besar-besaran dengan ketentuan tanggal tertentu seperti 1.1 yang berarti tanggal 1 bulan 1 selanjutnya 2.2 yang berarti tanggal 2 bulan 2 dan seterusnya sampai bulan Desember, bahkan setiap momen tanggal sama dan bulan sama selalu ada *flash sale* barang elektronik dengan harga yang tidak masuk akal seperti harga hp iphone menjadi 99 rupiah, siapa yang tidak mau? hal ini membuat aplikasi shopee menjadi paling unggul di Indonesia dibandingkan Lazada, Tokopedia, Blibli.com dan *E-commerce* lainnya.

B. Analisis hukum pada Praktik Jual Beli Produk Kosmetik dalam Kemasan *Share In Jar* yang Mengandung Unsur *Tadlis*

Praktik jual beli merupakan suatu kegiatan tukar-menukar harta dengan harta, benda dengan harta untuk memiliki dan memberi kepemilikan. Dengan makna lain jual beli tukar- menukar benda dalam bentuk pemindahan hak milik dari pihak pertama ke pihak lain atas dasar saling merelakan dengan syara' yang benar dan disepakati.[81] Sebagaimana yang tertulis dalam jurnal jual beli dalam pandangan hukum Islam yang ditulis oleh Shobirin, tertulis bahwa jual beli merupakan kegiatan ekonomi yang tidak lepas dari hakikat makhluk hidup untuk saling tolong menolong antara sesama. Al-Quran dan Hadis telah mengatur ketentuan hukum jual beli dengan jelas, Al-Quran dan Hadist menerangkan bahwa hukum jual beli adalah boleh (jaiz), selama jual beli dilakukan sesuai dalam ketentuan Islam, akan tetapi tidak menutup kemungkinan perubahan status jual beli itu sendiri. Namun semuanya tergantung pada terpenuhi atau tidaknya syarat dan rukun jual beli.[82]

---

[81] Hendi Suhendi, Fiqh Muamalah, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2005), hlm 67.

[82] Shobirin, Jurnal "Jual Beli Dalam Pandangan Islam", Bisnis, Vol.3, No. 2, Desember 2105, hlm 245.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Hal ini tak terkecuali dengan produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* yang di jual di Shopee. Produk kosmetik kemasan *share in jar* yang dijual di Shopee dikemas dalam berbagai bentuk dan berbagai ukuran. Penjual mengunggah gambar produk yang asli dan menulis keterangan bahwa produk tersebut dijual dalam bentuk kemasan *share in jar* dengan berbagai pilihan ukuran. Kemasan *share in jar* yang dijual tidak dicantumkan tanggal *expired*. Biasanya pembeli menginfokan tanggal *expired* pada deskripsinya sesuai dengan kemasan asli.

Dalam penjualan ini resiko yang paling merugikan adalah kemungkinan terjadinya pemalsuan isi dari produk kosmetik dimana produk kosmetik dalam bentuk kemasan *share in jar* yang dijual bukan berasal dari produk yang asli. Selain itu pembeli juga tidak tahu bagaimana proses penjual memindahkan isi produk yang asli ke dalam kemasan *share in jar*, dilakukan secara steril atau tidak.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan pada Ezan Zamzami sebagai konsumen yang membeli produk kemasan *share in jar* di Shopee mengatakan bahwa ia memilih membeli produk *share in jar* karena harganya lebih terjangkau, dan juga untuk bahan percobaan kecocokan dikulit, jika ia merasa cocok dengan produknya maka ia akan membeli produk kemasan asli untuk pemakaian selanjutnya. Hal ini juga dilakukanya agar tidak rugi dan mubazir jika membeli kemasan asli yang isinya lebih bayak apabila tidak cocok dengan produknya.[83]

Berdasarkan wawancara bersama narsumber lain yang juga sebagai konsumen yang membeli produk kemasan *share in jar* di Shopee bernama putri mengatakan bahwa ia tertarik membeli kemasan *share in jar* karena harganya terjangkau dan tempatnya kecil sehingga mudah dibawa kemana mana. Putri juga menuturkan bahwa ia mengetahui bahwa produk kemasan *share in jar* yang

[83] Hasil Wawancara dengan Muhammad Ezan pada Tanggal 3 Juli 2023 di Kampus Uin Ar-Araniry

dibeli di shopee asli karena sebelum membeli produk itu ia *searching* terlebih dahulu terkait bintang *store*, label garansi ori 100%, deskripsi toko, *review*, respon dari pembeli lainnya.[84]

Berdasarkan wawancara dengan Nilasari sebagai konsumen yang membeli produk kemasan *share in jar* di Shopee ia menyatakan bahwa di shopee tidak diperlihatkan cara penjual memindahkan isi dari produk yang asli ke dalam kemasan *share in jar*, jadi ia hanya melihat dari segi bintang yang diberikan pembeli ke produk tersebut, dan ia juga beli di toko yang pembelinya puluhan ribu jadi pasti sudah banyak yang memberikan ulasan dari situlah ia bisa menentukan membeli atau tidak produk *share in jar* itu, ia juga langsung memeriksa bintang 1 terlebih dahulu apakah ada yang memberi ulasan jelek atau tidak, jika ada yang memberikan ulasan jelek maka ia tidak jadi membeli produk tersebut.[85]

Berdasarkan pengalaman Muhammad Ezan, ia menceritakan bahwa ia pernah beli toner kemasan *share in jar* di shopee yang isinya 10 ml, warna tonernya sama dengan yang aslinya, setelah 9 hari pemakaian wanginya berubah menjadi tidak enak dan warna tonernya menjadi lebih gelap, setelah itu saya tidak pake lagi karena takut kulit saya kenapa-kenapa.[86]

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan Cut Mughniya sebagai konsumen yang membeli produk kemasan *share in jar* di Shopee ia menyatakan bahwa ia pernah mengalami kejadian yang buruk juga ketika membeli produk kemasan *share in jar*, ketika barangnya sampai di rumah dan membuka produk yang isinya *foundation*, tetapi isinya sudah mengental hampir mengeras, itu bisa jadi disebabkan tutupnya tidak rapat sehingga ia tidak berani menggunakannya karena takut terjadi hal yang tidak diinginkan.[87]

---

[84] Hasil wawancara dengan Putri pada tanggal 4 Juli 2023 di Pasar Aceh

[85] Hasil Wawancara dengan Nila Pada Tanggal 9 Juli 2023 di Pasar Aceh

[86] Hasil Wawancara dengan Muhammad Ezan Pada Tanggal 3 Juli 2023 di Kampus Uin Ar-Araniry

[87] Hasil Wawancara dengan Cut Mughniya Pada Tanggal 18 Juli 2023 di Pasar Aceh

Hal serupa terjadi pada Ulfa Maghfirah sebagai konsumen yang membeli produk kemasan *share in jar* di Shopee, menyatakan bahwa ia membeli produk kemasan *share in jar* di Shopee kemudian ia memesan parfum kemasan *share in jar*, tetapi ketika digunakan di kulit efeknya langsung iritasi yang biasanya saya tidak pernah iritasi di kulit sebelumnya.[88]

Jadi dapat disimpulkan bahwa pembelian produk *share in jar* di shopee bisa kita pastikan asli jika ada label garansi 100% ori dari pihak Shopee, pasti ada ketentuan yang diberikan dari Shopee untuk mendapatkan label garansi tersebut. Jika dilihat maka yang terdapat label garansi 100% ori dari pihak shopee tidak mengandung unsur *tadlis*. Disatu sisi memang kita tidak bisa melihat secara langsung bagaimana si penjual memindahkan produk kemasann *share in jar* tersebut, tetapi pasti SOP yang diberikan Shopee ke penjual untuk memastikan produk dalam kemasan tersebut asli. Sedangkan jika produk tersebut tidak ada label garansi ori 100% dari pihak Shopee maka kita tidak bisa menentukan produk tersebut asli atau tidak.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan konsumen yang membeli produk kosmetik kemasan *share in jar* di Shopee mengandung unsur *tadlis* kualitas karena ketiga informan menyatakan pengalaman buruknya mengenai adanya perubahan pada isi dari kemasan *share in jar*, isi di kemasan *share in jar* berbeda dengan produk yang asli.

Maka kepada pembeli sekarang harus pintar-pintar dalam berbelanja *online*. Dalam kasus penjualan produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* dapat dinyatakan bahwa tidak dianjurkan untuk membeli produk kosmetik kemasan *share in jar* karena lebih banyak mengandung mudharatnya daripada manfaatnya.

[88] Hasil Wawancara dengan Ulfa Maghfirah Pada Tanggal 17 Juli 2023 di Pasar Aceh

C. Analisis Perlindungan Konsumen Menurut Konsep *Tadlis* Pada Penjualan Produk Kosmetik dalam Kemasan *Share In Jar*.

Tujuan perlindungan konsumen dalam Islam adalah untuk mewujudkan kemaslahatan bagi umat manusia, dalam hal ini Hukum Islam mensyariatkan aturan-aturan yang berkaitan dengan hubungan antara individu untuk keperluan hidupnya, membatasi keinginan-keinginan hingga memungkinkan manusia memperolehnya maksudnya tanpa memberi mudharat kepada orang lain. Oleh karena itu melakukan hukum tukar menukar keperluan antara anggota masyarakat adalah jalan yang adil.[89]

Kondisi konsumen yang banyak dirugikan, memerlukan peningkatan upaya untuk melindunginya sehingga hak-hak konsumen dapat ditegakkan. Namun sebaliknya perlu diperhatikan pula bahwa dalam memberikan perlindungan kepada konsumen, tidak boleh justru mematikan usaha pelaku usaha, karena keberadaan pelaku usaha merupakan suatu hal yang juga esensial dalam perekonomian Negara. Oleh karena itu, ketentuan yang memberikan perlindungan kepada konsumen juga harus diimbangi dengan ketentuan yang memberikan perlindungan kepada pelaku usaha, sehingga perlindungan konsumen tidak membalik kedudukan konsumen dari kedudukan yang lemah menjadi lebih kuat, dan sebaliknya produsen pelaku usaha yang menjadi lemah. Disamping itu, untuk melindungi diri dari kerugian akibat adanya tuntutan dari konsumen, pelaku usaha juga dapat mengasuransikan tanggung gugatnya terhadap konsumen.[90]

Pada kasus penjualan produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* ini dapat kita simpulkan bahwa, konsumen tidak bisa memastikan bahwa produk tersebut asli atau tidak, tetapi konsumen bisa melihat pada toko shopee tersebut apakah terdapat garansi label keaslian dari pihak Shopee, jika terpampang label garansi ori 100% dari shopee maka dipastikan bahwa produk tersebut ori atau

---

[89] Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2012), hlm. 69.

[90] Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Bagi Konsumen di Indonesia*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 1.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

asli. Jika pada toko di shopee tersebut tidak ada label asli 100% dari pihak shopee, maka tidak bisa dipastikan produk tersebut asli, bisa jadi produk tersebut ori atau palsu, hal ini dapat juga dapat kita lakukan jika membeli produk kosmetik pada kemasan asli. Sebagai konsumen harus pintar dalam membeli produk kosmetik di Shopee.

Bentuk perlindungan konsumen yang diberikan dari shopee jika Pembeli merasa produk yang dibeli tidak original dalam program Shopee Garansi 100% Ori dengan cara pembeli bisa mengajukan pengembalian dana melalui sistem dengan alasan Produk tidak original. Apabila produk terbukti tidak original, Pembeli dapat menerima pengembalian uang 100%. Tidak berlaku untuk alasan pengembalian lainnya, seperti:

1. Produk yang diterima tidak lengkap
2. Produk dalam kondisi cacat
3. Produk yang diterima salah
4. Dan alasan lainnya yang tercantum di halaman tersebut.

Dengan Catatan:

Jika setelah dilakukan identifikasi oleh tim Shopee produk dinyatakan original maka:

a. Untuk produk Shopee Mall: Tim Shopee akan mengembalikan produk kembali dari Gudang Shopee ke Pembeli dan Pembeli tidak berhak atas pengembalian dana sebesar 100%.
b. Untuk produk selain dari Shopee Mall: Pembeli tidak perlu mengirimkan produk kembali ke Penjual, sehingga Pembeli tidak berhak atas pengembalian dana 100%.
c. Pengajukan pengembalian barang jika tidak asli hanya pada shopee mall yang berlabelkan garansi ori 100% pihak Shopee memberikan garansi

جامعة الرانري
A R - R A N I R Y

sebagai upaya perlindungan konsumen dengan cara mengajukan pengembalian dana. tetapi hanya untuk shopee mall yang bisa diajukan.[91]

Jika dilihat dari kebijakan dari Shopee diatas maka yang diperbolehkan mengajukan pengembalian adalah untuk produk shopee mall dan terdapat label garansi 100% ori, jadi pada produk kosmetik kemasan *share in jar* tidak ada yang termasuk ke dalam shopee mall dan tidak ada label garansi ori 100 % nya karena hanya polosan saja wadahya walaupun diambil dari produk yang asli dan ada BPOM. Shopee tidak memberikan perlindungan konsumen terhadap produk kemasan *share in jar* terkait keaslianya.

Jadi jika terjadi sesuatu pada toko shopee yang bukan mall kita bisa mengadu ke Pihak Shopee yang memberikan pelayanan pengaduan konsumen apabila terjadi sesuatu yang tidak diinginkan. kita dapat menghubungi Layanan Pengaduan Konsumen melalui kontak di bawah ini:

1. PT Shopee International Indonesia
   a. Call Center: (021) 39500300
   b. Live Chat pada Pusat Bantuan di aplikasi Shopee.
2. Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen Dan Tertib Niaga Kementerian Perdagangan Ri
   WhatsApp: (+62) 85311111010[92]

Tadlis dalam Hukum Positif Republik Indonesia dalam Melindungi Masyarakat. Menurut hukum positif Indonesia, dalam hal ini menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, tidak terdapat istilah tadlis, namun undang-undang ini memuat seperangkat klausul yang

---

[91] Perlindungan Pesanan] Bagaimana jika Pembeli merasa produk yang dibeli tidak original dalam program Shopee Garansi100% Ori. https://help.shopee.co.id/portal/article/72325-[Perlindungan-Pesanan]-Bagaimana-jika-Pembeli-merasa-produk-yang-dibeli-tidak-original dalam-program-Shopee-Garansi-100 Ori?previousPage=secondary%20category diakses pada tahun 2020.

[92]Shopee, Hai, Ada Yang Bisa Kami Bantu?, Https://Help.Shopee.Co.Id/Portal/Article/72121-Layanan-Konsumen]-Bagaimana-Cara-Menghubungi-Layanan-Pengaduan-Konsumen%3f?Seo=1 Pada Tahun 2020.

secara substansial menyentuh langsung masalah *tadlis*, yakni klausul mengenai sejumlah perbuatan yang dilarang untuk dilakukan oleh pelaku usaha, hak dan kewajiban konsumen, dan tanggungjawab pelaku usaha.[93]

Selanjutnya, yang dimaksud dengan Pelaku Usaha dalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 (pasal) ini adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Sedangkan yang dimaksud dengan Konsumen sebagai subjek dari perlindungan konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. [94]

Jika kita analisis kembali menurut dalam Undang- Undang No 8 Tahun 1999 penjualan produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* di Shopee tidak terdapat perlindungan konsumen dalam hal keasliannya. Karena pihak shopee hanya melindungi toko yang produk shopee mall dan terdapat label garansi ori 100%. Produk kemasan *share in jar* tidak bisa dimasukkan kedalam shopee mall dan dibubuhkan label garansi ori 100 % karena kemasan nya tidak memiliki administrasi. Hal ini mengadung unsur *tadlis* kualitas.

[93] Rizqi Febriawita, Fenomena *Tadlis* Kualitas dalam Jual Beli Kerudung di Pasar Pabean Surabaya (UIN: Surabaya, 2012), hal 24.

[94] Ahmad Sofwan Fauzi, "Transaksi Jual-Beli Terlarang:Ghisy atau Tadlis Kualitas ", Mizan: *Journal Of Islamic Law,* Volume 1 No.2. Tahun 2017, Hlm 151.

BAB EMPAT
PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Dalam praktik penjualan produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* di Shopee mengadung unsur *tadlis* karena barangnya tidak jelas yaitu tidak terdapat keterangan pada wadahnya hanya polosan saja walaupun produk tersebut diambil dari produk asli yang jelas keterangannya. Sedangkan pada produk kosmetik di Shopee *Mall* dan toko yang terdapat label garansi ori 100% tidak terdapat unsur *tadlis* karena produknya jelas keterangannya.
2. Perlindungan konsumen di Shopee terhadap keaslian barang hanya diperuntukkan untuk produk Shopee *Mall* dan produk yang terdapat label garansi ori 100%. Sedangkan perlindungan konsumen terhadap produk kemasan *share in jar* pihak Shopee memberikan layanan pengaduan untuk keseluruhan komplen yaitu menghubungi *call center* (021) 39500300, *Live Chat* pada Pusat Bantuan di aplikasi Shopee, dan chat *via WhatsApp*: (+62) 85311111010 kepada Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga Kementerian Perdagangan Ri.

B. Saran

1. Kepada kosumen disarankan untuk lebih cermat lagi dan berhati-hati dalam membeli produk di Shopee dan membeli produk Shopee *Mall* dan toko yang terdapat label ori 100% karena sudah terjamin oleh pihak Shopee.
2. Kepada Penjual di Shopee terutama produk kosmetik diharapkan menjual barang yang asli dan yang jelas asal usul produknya.
3. Kepada pihak Shopee diharapkan agar memperketat seleksi produk yang bisa dijual di aplikasi Shopee untuk kemaslahatan bersama. Jika Shopee

menjual barang yang asli maka nama Shopee akan baik di mata masyarakat dan semakin dipercaya.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Ilham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010.

Ahmad Sarwat, *Fiqih Jual-Beli*, Jakarta Selatan: Rumah Fiqih *Publishing*, 2018.

Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Bagi Konsumen di Indonesia*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.

Albi Anggiti dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jawa Barat: Jejak, 2018.

Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqh*, Bogor: Kencana, 2003.

Bobby Hartanto dan Leni Indriyani, *Monograf Minat Beli di Marketplace Shopee*, Padang Sidempuan, Inovasi Pratama Internasional, 2022.

Burhan Bungin, *Metodelogi penelitian Kuantitatif komunikasi, ekonomi, dan kebijakan publik serta ilmu-ilmu sosial lainnya*, Jakarta: Kencana, 2017.

Chusnul Rofiah, *Pendekatan Kualitatif: Studi Kasus Jati Diri yang Terbeli*, Malang: Literasi Nusantara Abadi, 2023.

Departemen Agama RI, al-qur'an dan terjemahanya, Surabaya: Mekar Surabaya, 2004.

Dermawan Wibisino, *Riset Bisnis Panduan bagi Praktisi dan Akademisi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.

Desy Safira dan Alif Ilham Akbar Fatriansyah, Bisnis Jual Beli *Online* dalam Perspektif Islam, Lampung: *Al Yasini:* Jurnal Hasil Kajian dan Penelitian dalam Bidang Keislaman dan Pendidikan Terakreditasi Kemenristekdikti No.36/E/KPT/2019,ISSN: 2527-6603(e), 2527-3175 (p), Vol. 5.

Didik Gunawan, *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee, Berbasis Social Media Marketing*, Padang Sidimpuan: Inovasi Pratama Nasional, 2022.

Dimas Agung Trisliatanto, *Metode Penelitian Panduan Lengkap Penelitian Dengan Mudah*, Yogyakarta, Andi Offset, 2020.

Eko Sudarmanto dkk., *Ekonomi Pembangunan Islam*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.

Harun, Fiqh Muamalah, Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017.

Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo, 2012.

Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*, Jakarta: Kencana, 2017.

Imam Mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.

Isnaini Harahap Dkk, Hadis-Hadis Ekonomi, Jakarta: Kencana, 2015.

Isnawati, *Jual Beli Online Sesuai Syariah*, Jakarta: Rumah Fiqh *Publishing*, 2018.

Laurensius Arliman S, *Ilmu Perundang-Undangan Yang Baik Untuk Negara Indonesia*, Yogyakarta: *Deepublish*, 2019.

Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta, Kencana, 2012.

Muhammad Rizqi Romdhon, *Jual Beli Online Menurut Mazhab Asy-Syafi'i*, Jawa Barat: Pustaka Cipasung, 2015.

Muhammad Sauqi, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, Jawa Tengah: Pena Persada, 2021.

Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.

Muzakir Abu Bakar, *Metode Penelitian*, Banda Aceh, 2013.

Nurul Huda, Pemasaran Syariah: Teori dan Aplikasi, Depok: Kencana, 2017.

Retno Iswari Tranggono dan Fatma Latifah, *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017.

Shobirin, Jurnal "Jual Beli dalam Pandangan Islam", Bisnis, Vol.3, No. 2.

Sinta Wiji Astuti, *Hukum Jual Beli: Dengan Sistem Borongan Dalam Fikih Muamalah*, Palembang: Bening Media *Publishing*, 2021.

Suharsini Arikunto, *Prosedur Peneltian Suatu Pendekatan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.

Tati Handayani dan Muhammaad Anwar Fathoni, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*, Yogyakarta: *Depublish*, 2019.

Taufiqur Ahman, *Buku Ajar Fiqh Muamalah Kontemporer*, Jawa Barat, *Academia Publication*, 2021.

Wahibatul Maghfuroh, "Jual Beli Secara *Online* dalam Tinjauan Hukum Islam**".** *Jurnal Ilmiah Ahwal Syakhshiyyah (JAS)*, Volume 2 Nomor 1 Tahun 2020 e-ISSN: 2714-7398.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama/NIM	:	Muhammad Reza Ramadhan/170102176
Tempat/Tanggal Lahir	:	Kp Jumpa, 01 Januari 1999
Jenis Kelamin	:	Laki-Laki
Pekerjaan	:	Mahasiswa
Agama	:	Islam
Kebangsaan	:	Indonesia
Status	:	Belum Menikah
Alamat	:	Gampong Rapana Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie Pendidikan
SD	:	SD Islam Tgk Chiek Daud Bereeh
SMP	:	Mtsn Berenuen
SMA	:	SMA Islam Tgk Chiek Daud Bereeh
Perguruan Tinggi	:	Fakultas Syari'ah dan Hukum, Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, tahun masuk 2017
Orang tua		
Ayah	:	Syarif Hidayat
Ibu	:	Sri Dewi Mulianti
Alamat	:	Gampong Rapana Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie

Demikian riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banda Aceh, 06 Desember 2023

Muhammad Reza Ramadhan

LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Pembimbing Skripsi

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor:903/Un.08/FSH/PP.00.9/2/2023

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA

Menimbang :a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan KKU Skripsi pada Fakultas Syari'ah dan Hukum, maka dipandang perlu menunjukkan pembimbing KKU Skripsi tersebut;
b. Bahwa yang namanya dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai pembimbing KKU Skripsi.
c. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan keputusan Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
5. Peraturan Pemerintah RI Nomor 04 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri IAIN Ar-Raniry Banda Aceh Menjadi Universitas Islam Negeri;
7. Keputusan Menteri Agama 492 Tahun 2003 tentang Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian PNS dilingkungan Departemen Agama RI;
8. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2020 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
10. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor 01 Tahun 2015 tentang Pemberi Kuasa dan Pendelegasian Wewenang Kepada Para Dekan dan Direktur Program Pasca Sarjana dalam Lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM UNIVERSITAS ISLAMNEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH TENTANG BIMBINGAN SKRIPSI

KESATU : Menunjuk Saudara (i):
a. Bukhari, M. Ag — Sebagai Pembimbing I
b. Nurul Fithrie, M.Ag — Sebagai Pembimbing II
untuk membimbing KKU Skripsi Mahasiswa (i):
Nama : Muhammad Reza Ramadhan
NIM : 170102176
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Online Produk Kosmetik dalam Kemasan Share in Jar di Shopee Menurut Konsep Tadlis

KEDUA : Kepada pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;

KETIGA : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2023;

KEEMPAT : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya apabila ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Banda Aceh
pada tanggal 13 Februari 2023
DEKAN FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM,

KAMARUZZAMAN

Tembusan:
1. Rektor UIN Ar-Raniry;
2. Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;
4. Arsip.

Lampiran 2 Daftar Informan

DAFTAR INFORMAN DAN RESPONDEN

Judul penelitian : Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli *Online* Produk Kosmetik dalam Kemasan *Share In Jar* di Shopee Menurut Konsep *Tadlis*

Nama peneliti/NIM : Muhammad Reza Ramadhan/170102176

Institusi peneliti : Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry, Banda Aceh

No.	Nama dan Alamat	Peran Dalam Penelitian
1.	Nama : Ezan Zamzami Alamat : Kp.Mulia Produk : Toner Wajah	Informan
2.	Nama : Wahyuni Suri Alamat : Lampaseh Kota Produk : Serum Wajah	Informan
3.	Nama : Ulfa Maghfirah Alamat : Kuta Alam Produk : cream wajah	Informan
4.	Nama : Putri Alamat : Peunayong Produk : cream wajah	Informan
5.	Nama : Cut Mughniyaa Alamat : Darussalam Produk : cream pelembab wajah	Informan
6.	Nama : Nila Sari Alamat : Sp. Surabaya Produk : Bedak Tabur	Informan

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Lampiran 3 Protokol Wawancara

Judul penelitian	:	Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli *Online* Produk Kosmetik dalam Kemasan *Share In Jar* di Shopee Menurut Konsep *Tadlis*
Waktu wawancara	:	16.30-17.00 WIB
Tanggal	:	03-18 Juli 2023
Tempat	:	Darussalam, Pasar Aceh, Kuta Alam
Pewawancara	:	Muhammad Reza Ramadhan
Orang yang diwawancarai	:	Cut Mughniya, Nila Sari, Ezan Zamzami, Wahyuni Suri, Putri, Ulfa Maghfirah

Wawancara ini akan meneliti topik tentang "**Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli *Online* Produk Kosmetik dalam Kemasan *Share In Jar* di Shopee Menurut Konsep *Tadlis*"** Tujuan dari wawancara ini untuk syarat penyusunan penelitian/skripsi, berdasarkan data yang terkumpul dari lapangan. Data tersebut akan dilindungi kerahasiaannya, baru akan dibuka kepada khalayak umum dengan terlebih dahulu mendapat persetujuan dari orang yang diwawancarai. Wawancara ini akan membutuhkan waktu selama **20 (dua puluh menit).**

Pertayaan wawancara

1. Mengapa anda tertarik membeli kemasan *share in jar*?
2. Dimana anda membelinya? dan produk apa yang anda beli?
3. Bagaimana apakah anda merasa puas menggunakan produk share in jar?
4. setelah membeli produk dalam kemasan share in jar apakah anda mau membeli lagi untuk kedua kalinya?

جامعة الرانري
AR-RANIRY

5. Apakah kamu tahu produk yang kamu beli ori atau tidak?
6. Apakah pernah terjadi hal yang tidak diinginkan ketika produknya digunakan?

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Lampiran 4 Protokol Wawancara

Gambar 1 Wawancara Bersama Ezan Zamzami

Gambar 2 Wawancara Bersama Putri

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Gambar 3 Wawacara Bersama Cut Mughniya

Gambar 4 Wawancara Bersama Nilasari

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Gambar 5 Wawancara Bersama Ulfa Maghfirah

Gambar 6 Wawancara Bersama Wahyuni Suri

جامعة الرانري
AR-RANIRY