

**PENGARUH *FAKE TESTIMONI* TERHADAP LEGALITAS  
TRANSAKSI JUAL BELI *ONLINE* MELALUI  
*SHOPEE* MENURUT AKAD *BAI' AL-MUSAWWAMAH***

**SKRIPSI**



Diajukan oleh

**ELSYADDAD RIAYATSYAH**

**NIM.190102082**

Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum  
Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah

**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
DARUSSALAM - BANDA ACEH  
TAHUN 2025M/1446H**

**PENGARUH *FAKE TESTIMONI* TERHADAP LEGALITAS  
TRANSAKSI JUAL BELI *ONLINE* PADA *MARKET PLACE*  
SHOPEE DALAM TINJAUAN AKAD *BAI' AL-MUSAWWAMAH***

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum  
Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh  
Sebagai Salah Satu Persyaratan Penulisan Skripsi  
Dalam Ilmu Hukum Ekonomi Syari'ah

Diajukan oleh

**ELSYADDAD RIAYATSYAH**

**NIM. 190102082**

Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum  
Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah

Disetujui Untuk Diuji/Dimunaqasyahkan Oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
**Dr. Bukhari Ali, S.Ag., MA.**  
**NIP. 197706052006041004**

  
**Nahara Eriyanti, S.H.I., M.H.**  
**NIP. 199102202023212035**

**PENGARUH *FAKE TESTIMONI* TERHADAP LEGALITAS  
TRANSAKSI JUAL BELI *ONLINE* PADA *MARKET PLACE*  
SHOPEE DALAM TINJAUAN AKAD *BAI' AL-MUSAWWAMAH***

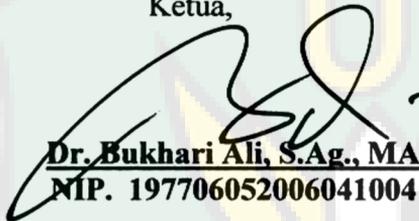
**SKRIPSI**

Telah Diuji Oleh Panitia Ujian *Munaqayasah* Skripsi  
Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry  
Dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai  
Sebagai Salah Satu Beban Studi Progrsm Sarjana (S-1)  
Dalam Ilmu Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah)

Pada Hari/Tanggal: Senin, 21 April 2025 M  
21 Dzulqa'dah 1446 H

**Di Darussalam, Banda Aceh**  
**Panitia Ujian *Munaqasyah***  
**Skripsi:**

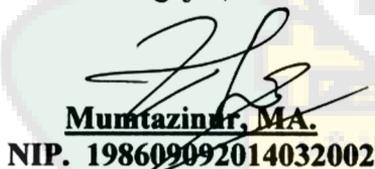
Ketua,

  
**Dr. Bukhari Ali, S.Ag., MA**  
**NIP. 197706052006041004**

Sekretaris,

  
**Nahara Eriyanti, S.H.I., M.H.**  
**NIP. 199102202023212035**

Penguji I,

  
**Muntazim, MA.**  
**NIP. 198609092014032002**

Penguji II,

  
**Azmil Umur, MA.**  
**NIP. 197903162023211008**

Mengetahui,

  
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
  
**Eron M. Kamaruzzaman, M.Sh**  
**NIP. 197809172009121006**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

**Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam banda Aceh**  
Telp./ Fax. 0651-7552966, Fax.0651-7552966 Email. fsh@ar-raniry.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Elsyaddad Riayatsyah  
NIM : 190102082  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syari'ah  
Fakultas : Syari'ah dan Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

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

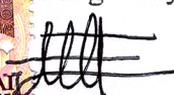
Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk di cabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 15 Januari 2025

Yang menyatakan,



  
Elsyaddad Riayatsyah

## ABSTRAK

Nama : Elsyaddad Riayatsyah  
Nim : 190102082  
Fakultas/Prodi : Syariah dan Hukum/Hukum Ekonomi Syari'ah  
Judul skripsi : Pengaruh *Fake Testimoni* Terhadap Legalitas Transaksi Jual Beli Online Pada *Market Place Shopee* Dalam Tinjauan Akad *Bai' Al-Musawwamah*  
Tanggal Munaqasyah : Senin, 21 April 2025  
Tebal Skripsi : 97 Halaman  
Pembimbing I : Dr. Bukhari Ali, S.Ag., MA.  
Pembimbing II : Nahara Eriyanti, S.H.I.,M.H.  
Kata Kunci : *Fake Testimoni*, Jual Beli Online, *Shopee*, *Bai' al-Musawwamah*.

Jual beli *online* saat ini semakin banyak diminati oleh masyarakat dalam melakukan transaksi karena kepraktisan dari proses jual beli ini dan kemudahan mencari berbagai kebutuhan hanya melalui aplikasi. Walaupun demikian jual beli *online* rentan terjadi penipuan (*fake testimoni*) seperti promosi produk pada iklan tidak sesuai dengan kualitas barang ketika diterima oleh konsumen. Oleh karena itu, jual beli *online* dan *fake testimoni* ditinjau menggunakan akad *Bai' al-Musawwamah* untuk menilai keabsahan jual beli *online*. Adapun permasalahannya adalah bagaimana bentuk *fake testimoni* yang dilakukan oleh pihak penjual pada *marketplace Shopee* pada kualitas objek bisnis yang dijual dan bagaimana dampak *fake testimoni* terhadap ketertarikan konsumen dalam melakukan transaksi *online* serta bagaimana tinjauan akad *Bai' Al-Musawwamah* terhadap praktik *fake testimoni* yang dilakukan oleh penjual untuk meningkatkan penjualan produknya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk mengidentifikasi fenomena yang terjadi dalam praktik jual beli *online*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jual beli yang menggunakan *fake testimoni* dianggap tidak sah dalam pandangan hukum Islam karena dapat mengarah pada transaksi yang mengandung unsur *gharar*. *Fake testimoni* berpotensi menyesatkan konsumen, menyebabkan kerugian bagi pihak pembeli serta menurunkan tingkat kepercayaan konsumen untuk melakukan transaksi jual beli *online* khususnya pada *marketplace shopee*. Oleh karena itu, untuk menjaga keabsahan transaksi dan meningkatkan kepercayaan konsumen diperlukan pengawasan yang lebih ketat terhadap praktik *fake testimoni* di *platform e-commerce* seperti *Shopee*.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT. Yang senantiasa memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Pengaruh Fake Testimoni Terhadap Legalitas Transaksi Jual Beli Online Pada Market Place Shopee Dalam Tinjauan Akad Bai’ Al-Musawwamah*” dan tidak lupa shalawat beriringkan salam penulis haturkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya yang telah membimbing kita ke alam yang penuh ilmu pengetahuan ini.

Skripsi ini ditulis untuk menyelesaikan tugas akhir yang merupakan salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan studi sekaligus memperoleh gelar sarjana (SI) pada Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Ar-Raniry, Darussalam, Banda Aceh.

Dalam penulisan karya ilmiah ini, banyak motivasi maupun dorongan yang telah diberikan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Shabarullah, M.H. Selaku Pembimbing Akademik yang membimbing saya selama masa perkuliahan
2. Bapak Dr. Bukhari Ali, S.Ag., MA., selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu dengan penuh kesabaran dan keikhlasan dalam membimbing serta memberikan masukan dan ide-ide cemerlang untuk membimbing dan mengarahkan penulis sehingga termotivasi agar terselesaikan skripsi ini. Dan juga kepada Ibu Nahara Eriyanti, S.HI.,M.H, selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, bantuan maupun ide-ide sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga Allah selalu memudahkan segala urusan ibu dan bapak serta dimudahkan rezekinya.

3. Bapak Dr. Iur Chairul Fahmi, M.A, Selaku Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah dan Ibu Azka Amalia Jihad, S.H.I.,M.E.I selaku Sekretaris Prodi Hukum Ekonomi Syariah beserta seluruh Staf Prodi yang telah membantu penulis selama mengerjakan skripsi ini.
4. Bapak Prof. Dr. Kamaruzzaman, S.Ag., M.Sh. Selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum, Bapak Dr. Hasnul Arifinn Melayu, S.Ag., M.A Wakil Dekan I, Ibu Prof. Dr. Soraya Devy, M.A Wakil dekan II dan Bapak Prof. Dr. Ali Abu Bakar, M.A Wakil Dekan III yang telah membimbing kami Mahasiswa/i Fakultas Syari'ah dan Hukum.
5. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Maulana, M.A, yang telah membantu dan meluangkan waktu dalam membimbing, mengarahkan serta melimpahkan segala ide-ide maupun pikirannya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi.
6. Teristimewa kepada Ayahanda Tercinta Darisman dan Ibunda Tercinta Anita Serta Adik Elsyahira Nahrasiya, Elshadra Righayatsyah, Elshabra Kamalatsyah dan juga keluarga besar yang telah memberi dukungan dan kasih sayang, nasehat, motivasi serta doa-doa yang selalu dilimpahkan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Ucapan Terima Kasih kepada Informan yang telah bersedia untuk di wawancara dan memberikan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang saya ajukan serta memberikan motivasi dan doa sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teristimewa kepada sahabat seperjuangan yang selalu menemani skripsi saya, Al-Fatih Afkar, terimakasih atas waktu, kesabaran dan dukungan maupun semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Ucapan terima kasih kepada teman saya, Aji, Aminul, Aqsa, Qudus, Oki, Farid, Haykal, Jihad, serta teman-teman Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah

Letting 2019 yang selalu membantu dan membersamai penulis ketika bimbingan.

10. Ucapan terima kasih saya kepada seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan pemikiran demi keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini.

Akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya kemampuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak guna memperbaiki kekurangan yang ada diwaktu endatang dan mampu memberikan kontribusi yang bernilai positif dalam bidang ilmu. Semoga Allah SWT selalu memebrikan taufik dan hidayahnya kepada kita semua. *Amin Ya Rabbal 'Alamin.*

Banda Aceh, 15 Januari 2025  
Penulis,

**ELSYADDAD RIAYATSYAH**  
NIM.190102082

## PEDOMAN 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.

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama	Huruf latin	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alīf	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan	ط	ṭā'	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ب	Bā'	B	Be	ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	Bā'	B	Be	ع	'ain	'	Koma terbalik (di atas)
ج	Śa'	Ś	es (dengan titik di atas)	غ	Gain	G	Ge
ح	Jīm	J	Je	ف	Fā'	F	Ef

ح			ha (dengan titik di bawah)	ق			
	Hā'	ḥ			Qāf	Q	Ki
خ			Ka dan ha	ك			
	Khā'	Kh			Kāf	K	Ka
د				ل			
	Dāl	D	De		Lām	L	El
ذ			zet (dengan titik di atas)	م			
	Ẓal	Ẓ			Mīm	M	Em
ر				ن			
	Rā'	R	Er		Nūn	N	En
ز				و			
	Zai	Z	Zet		Wau	W	We
س				ه			
	Sīn	S	Es		Hā'	H	Ha

س	Syīn	Sy	es dan ye	ء	Hamza h	‘	Apostrof
ص	Ṣād	Ṣ	es (dengan titik di bawah)	ي	Yā’	Y	Ye
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)				

## 2. Vokal

Vokal bahasa arab sama dengan bahasa Indonesia, yang mana 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
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	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
يَ َ	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
وَ َ	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف = *kaifa*, هول = *haua*

### 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
يَ َ	<i>Fathah</i> dan alifatau ya	Ā
يِ ِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
وِ ِ	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ = *qāla*

رَامِي = *ramā*

قَالَ =

*qāla*

ل يُقُولُ = *yaqūlu*

#### 4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *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 huruf 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:

الْأَطْفَالُ أَوْضَاءٌ : *raudāh al-atfāl/ raudatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/al-Madīnatul Munaw*

طَالِحٌ : *Ṭalḥah*

#### 5. *Syaddah* (Tasydīd)

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

Contoh:

رَبَّنَا	- <i>rabbānā</i>
نَزَّلَ	- <i>nazzala</i>
الْبِرِّ	- <i>al-birr</i>
الْحَجِّ	- <i>al-hajj</i>
نُعَمِّ	- <i>nu‘ima</i>

## 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.

### 1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyyah

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

### 2) Kata sandang 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 syamsiyyah maupun huruf qamariyyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

الرَّجُلِ	-	<i>ar-rajulu</i>
السَّيِّدَةِ	-	<i>as-sayyidatu</i>
الشَّمْسِ	-	<i>asy-syamsu</i>
القَلَمِ	-	<i>al-qalamu</i>
الْبَدِيعِ	-	<i>al-badī‘u</i>
الْجَلَالِ	-	<i>al-jalālu</i>

## 7. Hamzah

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 *alīf*.

Contoh :

تَأْخِذُونَ	<i>ta'khuẓūna</i>
التَّوْءُ	<i>an-nau'</i>
شَيْءٍ	<i>syai'un</i>
إِنَّ	<i>inna</i>
أَمْرٌ	<i>umirtu</i>
أَكَلَ	<i>akala</i>

## 8. 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

- |   |  |
|---|--|
| وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ | - <i>Wa inna Allāh lahuwa khair ar-rāziqīn</i>             |
| فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ          | - <i>Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn</i>                |
| إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ                     | - <i>Fa auf al-kaila wa al-mīzān</i>                       |
| بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا      | - <i>Fa auful-kaila wal-mīzān</i>                          |
| وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ    | - <i>Ibrāhīm al-Khalīl</i>                                 |
| مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا           | - <i>Ibrāhīm al-Khalīl</i>                                 |
|   | - <i>Bismillāhi majrahā wa mursāhā</i>                     |
|   | - <i>Wa lillāhi 'ala an-nāsi hīju al-baiti manistaṭā'a</i> |
|   | <i>ilaihi sabīla.</i>                                      |
|   | - <i>Walillāhi 'alan-nāsi hīju</i>                         |
|   | <i>baiti manistaṭā'a ilaihi sabīlā</i>                     |

## 9. 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 permulaan 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:

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

وَلَقَدْ رَأَاهُ بِالْأَفْقِ الْمُبِينِ

- *Wa mā Muhammadun illā rasul*
- *Inna awwala baitin wud'i'a linnāsi lallaẓī*  
*bibakkata mubārakan*
- *Syahru Ramad'ān al-laẓī unzila fih al -Qur'*  
*ānu*
- *Syahru Ramad'ānal-laẓī unzila fihil Qur'ānu*
- *Wa laqad ra'āhu bil-ufuq al-mubīn Wa laqad*  
*ra'āhu bil-ufuqil-mubīni*
- *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:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ  
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا  
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

- *Nasrun minallāhi wa fathūn qarīb*
- *Lillāhi al-amru jamī'an Lillāhil-amru jamī'an*
- *Wallāha bikulli syai 'in 'alīm*

## 10. Tajwid

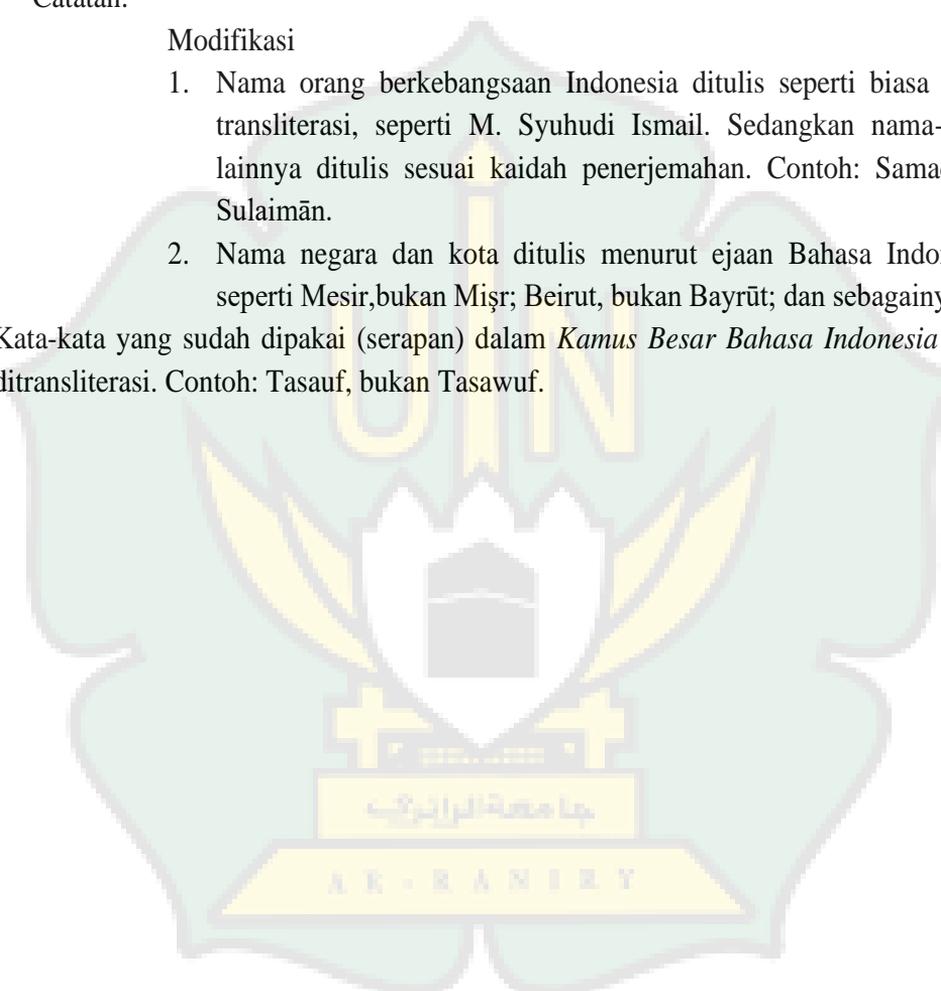
Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

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: Samad ibn Sulaimān.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Miṣr; Beirut, bukan Bayrūt; dan sebagainya.

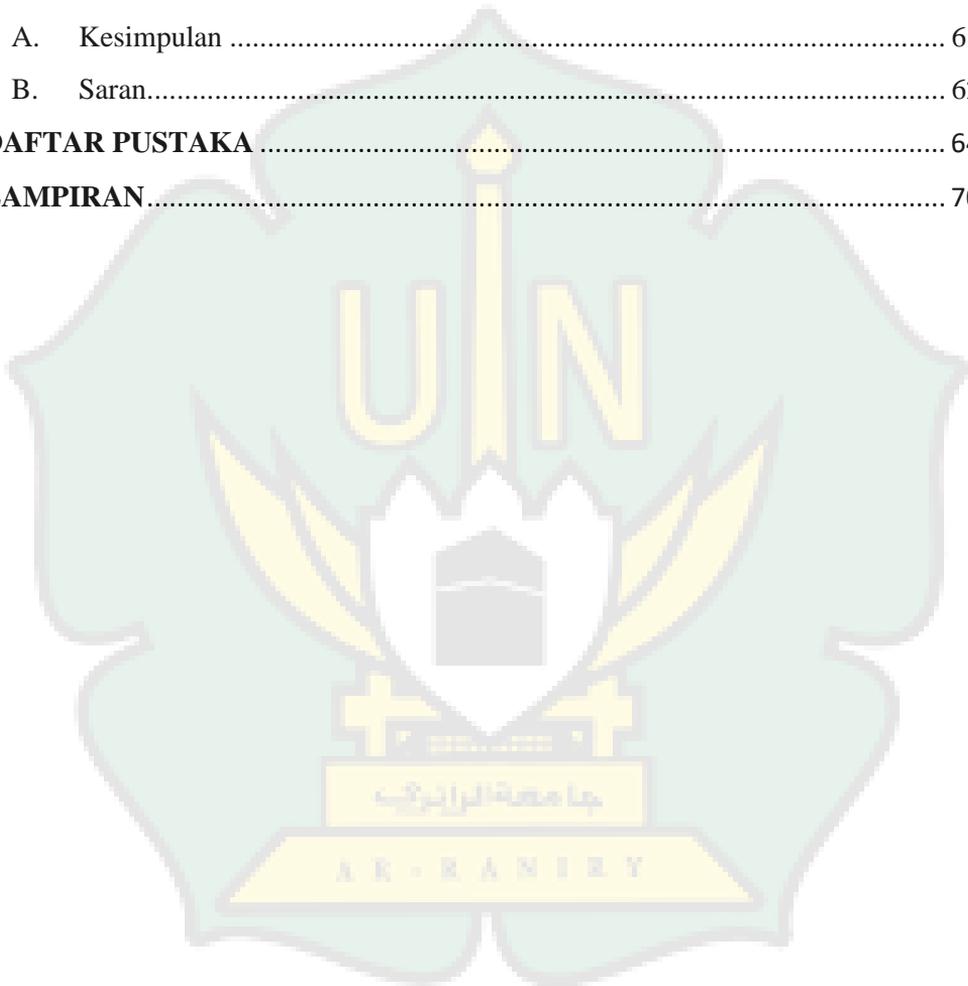
Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xvii
<b>BAB SATU</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	12
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Penjelasan Istilah .....	13
E. Kajian Pustaka .....	15
F. Metode penelitian .....	20
G. Sistematika Penulisan .....	26
<b>BAB DUA</b> .....	28
<b>KONSEP JUAL BELI <i>ONLINE</i> MENURUT FIQIH MUAMALAH</b> .....	28
A. Pengertian dan Dasar Hukum Jual Beli .....	28
B. Pendapat Jumhur Ulama Mengenai Musawammah .....	32
C. Syarat-Syarat Jual Beli dan Asas-Asas Pembentukannya .....	35
D. Urgensi Kesaksian Tentang Kualitas Barang Dalam Jual Beli .....	37
E. Konsep <i>Fake Testimoni</i> .....	38
<b>BAB III</b> .....	41
<b>PENGARUH <i>FAKE TESTIMONI</i> TERHADAP LEGALITAS TRANSAKSI JUAL BELI <i>ONLINE</i> PADA <i>MARKET PLACE SHOPEE</i> DALAM TINJAUAN AKAD <i>BA'I AL-MUSAWAMMAH</i></b> .....	41
A. Gambaran Umum Tentang <i>Market Place Shoopee</i> .....	41
B. <i>Fake Testimoni</i> yang Dilakukan Pihak Penjual Pada <i>Market Place Shoopee</i> dan Pembuktian Kepalsuan Terhadap Kualitas Objek Bisnisnya .....	43

C. Dampak <i>Fake Testimoni</i> Yang Dilakukan Pihak Penjual Terhadap Tingkat Ketertarikan Konsumen Melakukan Transaksi Pembelian Barang Pada Penjual Di <i>Market Place</i> Shopee.....	47
D. Analisis Berdasarkan Akad Ba'I Al-Musawwamah .....	47
<b>BAB EMPAT</b> .....	61
<b>PENUTUP</b> .....	61
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	64
<b>LAMPIRAN</b> .....	70



# BAB SATU

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Transaksi jual beli *online* sekarang ini sudah lumrah dilakukan, disebabkan kepraktisan dari proses jual beli yang dilakukan dan juga kemudahan mencari berbagai kebutuhan hanya melalui aplikasi yang di-*download* dari *playstore* pada *smart phone* yang dimiliki. Selain itu, pada *market place* dapat diketahui langsung harga produk yang dipasarkan dengan harga yang sangat kompetitif dari masing-masing *olshop* yang menawarkan produk yang sama dengan kualitas yang dapat ditentukan sesuai dengan kemampuan budget yang dimiliki konsumen.

Transaksi jual beli *online* semakin dimudahkan dan mampu menarik konsumen sehingga beralih dari pasar konvensional kepasar *electronic* atau sering disebut *E-commerce* yang disebabkan berbagai promo dan juga trik marketing yang digunakan oleh *market place* termasuk masing-masing *olshop* yang menawarkan langsung barangnya kepada pihak konsumen.

Untuk menghasilkan *income* dari penjualan produk *olshop* tersebut, pihak *owner* berusaha menggunakan berbagai strategi untuk meningkatkan omset dari penjualan berbagai produk *online*. Untuk mencapai hasil penjualan tersebut maka pihak *owner* harus mampu meningkatkan daya tarik konsumen untuk mengunjungi toko *onlinenya*. Biasanya pihak konsumen mengklik dan membuka *online shop* pada *marketplace* dengan melihat tingkat kelarisan produk pada toko tersebut termasuk *history* penjualan dan komentar dari konsumen yang pernah berbelanja pada toko ini.

Komentar dari pihak konsumen ini merupakan respon terhadap proses transaksi yang dilakukan pihak pembeli baik dari kualitas barang yang diperjualbelikan maupun proses pengepakan, pengiriman termasuk respon atau interaksi antara pihak toko dengan konsumen. Bagi sebagian konsumen, komentar dari pembeli sebelumnya bukan hanya sebuah tulisan belaka namun juga bukti yang menjadi pegangan bagi pihak calon pembeli tentang kelayakan melakukan transaksi pada toko *online* tersebut.

Melihat efektivitas dari komentar dan juga histori dari pembeli-pembeli sebelumnya yang menjadi dasar dari transaksi pihak calon pembeli maka pihak pemilik *online shop* juga menjadikan kolom komentar untuk meningkatkan minat pembeli berinteraksi dengan tokonya. oleh karena itu pihak pemilik toko *online* membuat komentar-komentar pada berbagai transaksi yang dilakukan pihak konsumen yang mengatasnamakan pihak pembeli.<sup>1</sup>

Dalam fikih muamalah kesaksian dalam suatu transaksi jual beli dapat dikategorikan sebagai *khiyar ta'yin* yang merupakan bentuk *khiyar* yang merupakan pengembangan dari *khiyar* dasar yaitu *khiyar syarat* dan *khiyar majlis* dan *khiyar aib*. Secara konseptual pernyataan pihak konsumen yang melakukan transaksi online tersebut dapat menjadi referensi sehingga menjadi bagian dari *khiyar ta'yin*. *Khiyar ta'yin* ini merupakan hak pilih pembeli dalam menentukan salah satu barang yang berbeda pada kualitas suatu produk, meskipun jenisnya sama demikian juga yang mempengaruhi pada harga suatu produk yang menjadi objek akad jual beli.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Onno w Purbo dan Anang Arief Wahyudi, *Mengenal e-Commerce*, (Jakarta: Alex Media computendo, 2000), hlm.28.

<sup>2</sup>Dimyauddin Djuwaini., *Pengantar Fiqh Mu'amalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), hlm.45.

Menurut fuqaha, akad *bai' al-musawwamah* yang terjadi saat ini kurang relevan pada *market place* tanpa dibarengi dengan adanya *khiyar*, pada dasarnya *khiyar* merupakan hak pilih bagi para pihak yang terlibat dalam akad untuk melakukan atau membatalkan transaksi yang telah dilakukannya. Sebab hak *khiyar* ini menjadi timing bagi para pihak untuk menetapkan pilihan secara lebih baik. Hal ini tentu saja didasarkan pada pendapat ulama fiqih yang menyatakan bahwa *khiyar* menjadi cara yang baik bagi kedua pihak untuk meneruskan akad atau membatalkannya.

Konsep akad *ba'i musawwamah*<sup>3</sup> dapat diterapkan dalam berbagai transaksi jual beli karena sangat fleksibel sehingga dapat diimplementasikan pada berbagai objek jual beli, baik pada transaksi yang barangnya sudah tersedia ataupun pada moderan tertentu yang tidak memiliki klausula spesifik. Implementasi jual beli *musawwamah* ini dapat dilakukan juga pada jual beli *online* yang menggunakan mekanisme tertentu menggunakan internet. Pihak *seller* yang menawarkan barang dagangannya pada *market place* untuk memudahkan konsumen membeli barang hanya menggunakan *handphone*. Pada jual beli *musawwamah* di *platform* tertentu ini dapat dilakukan selama pembeli tidak membayar harga barangnya secara tunai pada saat transaksi.

Pada transaksi jual beli *online* mekanisme yang dijalani oleh para pihak cenderung berbeda dengan jual beli *offline* sehingga membutuhkan kejelasan pada objek transaksi yang ditawarkan pihak penjual pada *market placenya*. Untuk itu pihak pembeli harus mampu memperoleh informasi sedetil detilnya untuk menghindari potensi penipuan yang dilakukan oleh pihak penjual dengan mengandalkan testimoni yang disediakan pada

---

<sup>3</sup> Istilah "*musawwamah*" sendiri berarti "tidak terperinci". Dalam akad *bai' musawwamah*, harga barang atau jasa yang akan dibeli tidak ditentukan secara spesifik, saat akad dilakukan. Lihat dalam Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2010), hlm.215

*platfrom market place shopee*, untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Untuk itu pihak konsumen harus memperoleh informasi secara aktual tentang produk yang akan dibelinya, kualitas barangnya, packing dan proses pengirimannya, karena hal tersebut secara langsung akan mempengaruhi kualitas dan kondisi barang yang akan diperolehnya. Hal tersebut biasanya dapat diperoleh secara gampang oleh pihak kosumen melalui testimoni, video, dan like sebagai feedback yang diberikan oleh pihak pembeli yang telah berinteraksi dengan *onlineshop* tersebut.

Secara konseptual komen, video dan like yang menjadi *feedback* dari konsumen dapat dijadikan sebagai informasi yang secara fiqhiyah dapat dikategorikan sebagai *khiyar ta'yin*, atau yang sering disebut juga sebagai "opsi penentuan", adalah hak yang dimiliki pembeli untuk menentukan harga beli atau membatalkan transaksi dalam batas waktu tertentu setelah akad *musawwamah* dilakukan. Dalam konteks akad *bai' musawwamah*, pembeli memiliki opsi untuk menetapkan harga beli yang dianggap wajar, atau membatalkan pembelian jika harga yang ditentukan oleh penjual tidak sesuai dengan harapan atau tidak adil.

*Ulama Hanafiah* berpendapat bahwa *khiyar ta'yin* diperbolehkan, karena menurut imam Hanafi *khiyar ta'yin* adalah opsi yang diberikan kepada pembeli untuk memeriksa atau menguji barang yang telah dibelinya sebelum memutuskan apakah akan menerima atau mengembalikannya.<sup>4</sup> *Khiyar ta'yin* harus dilakukan dengan segera setelah menerima barang, dan jika pembeli tidak menggunakan opsi ini dalam waktu yang ditentukan, maka dia tidak lagi berhak mengembalikan barang tersebut apabila terdapat cacat atau kerusakan pada barang tersebut.

---

<sup>4</sup>Abdur Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm.102.

*Ulama Malikiyah dan Syafi'iyah* sependapat dengan hal ini bahwa *khiyar ta'yin* tidak diperbolehkan dalam transaksi jual beli dengan alasan karena dalam akad jual beli bahwasanya ada ketentuan yang menyatakan bahwa barang yang diperdagangkan harus jelas baik kualitasnya, maupun kuantitasnya. Menurut Ulama Malikiyah dan Syafi'iyah pemberlakuan *khiyar ta'yin* dalam transaksi jual beli memperlihatkan bahwa barang atau produk yang akan dibeli oleh konsumen belum jelas. Hal tersebut yang menyebabkan *khiyar ta'yin* di kalangan ulama Malikiyah dan Syafi'iyah tidak diperbolehkan dalam transaksi jual beli,<sup>5</sup> namun menurut peneliti hal tersebut dapat di akali dengan cara, pihak penjual menjelaskan semua kelebihan dan kekurangan dari suatu produk agar pembeli yakin dan menghindari adanya *khiyar ta'yin*.

*Ulama Hanabilah* menyatakan bahwa *khiyar ta'yin* tidak diperbolehkan dalam jual beli dengan alasan bahwa pihak penjual dalam hal ini harus menjelaskan kepada konsumen terhadap kualitas dan kuantitas barang yang akan diperjualbelikan oleh penjual,<sup>6</sup> dengan demikian konsumen dapat memperoleh barang yang sesuai dengan ekspektasinya tanpa harus mencari tau tentang benda tersebut, dan konsumen pun tidak merasa tertipu, karena alasan tersebut Ulama Hanabilah tidak memperbolehkan pemberlakuan *khiyar ta'yin* dalam transaksi jual beli.

Pada zaman serba *elektronik* saat ini banyak bisnis jual beli yang menggunakan sarana *online* untuk melancarkan bisnis jual beli seperti jual beli melalui *Tiktok, Lazada, Tokopedia* dan *Shopee*. Namun pada penelitian ini penulis akan terfokus pada media jual beli *shopee*, seperti yang kita

---

<sup>5</sup> Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Shahih Sunan Abu Daud, Juz II*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), hlm. 600.

<sup>6</sup> Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqih Islam wa Adillatuhu*, Jilid 5, (Jakarta: Gema Insani, 2011), hlm. 185-186.

ketahui *shopee* merupakan aplikasi resmi yang sangat terkenal saat ini dengan program jual beli *onlinenya*.

Hanya dengan menggunakan foto dan *testimoni* dari objek tersebut semua orang bisa menjual barangnya pada *shopee*, namun dari mudahnya akses tersebut banyak orang menyalahgunakannya seperti menggunakan foto palsu dan *testimoni* palsu untuk mengelabui pembeli demi meraup keuntungan tanpa usaha dan modal.

Dalam tinjauan akad jual beli *Al-Musawwamah*, pengaruh *fake testimoni* terhadap *legalitas* transaksi jual beli *online* pada *marketplace Shopee* bisa menjadi suatu pelanggaran terhadap prinsip kejujuran dalam transaksi.<sup>7</sup> Dalam Islam, prinsip kejujuran sangat penting dalam setiap transaksi, dan pemberian informasi yang jujur sangat diharapkan. *Fake testimoni* atau kesaksian palsu adalah tindakan yang melibatkan penyajian kesaksian palsu atau informasi yang salah mengenai suatu produk atau jasa.

Pada dasarnya, transaksi jual beli *online* yang melibatkan *testimoni* palsu di *Shopee* dapat dianggap sebagai pelanggaran terhadap akad jual beli *Al-Musawwamah*. Akad jual beli *Al-Musawwamah* didasarkan pada prinsip kejujuran dan keabsahan informasi yang diberikan kepada pembeli. Oleh karena itu, ketika *testimoni* palsu digunakan untuk mempengaruhi pembeli, hal ini dapat menyebabkan transaksi tersebut tidak sah atau tidak legal. Penting bagi *Shopee* sebagai *platform marketplace* untuk mengambil langkah-langkah yang tegas untuk mencegah dan mengatasi masalah *testimoni* palsu.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup>Ghufron A. Mas'adi, *Fiqh Mu'amalah Kontekstual*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), hlm.17

<sup>8</sup> Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syari'ah*, (Jakarta: Pustaka Alvabet, 2006), hlm.24

Ini termasuk melakukan pengawasan yang ketat terhadap penjual yang menggunakan *testimoni* palsu, memberikan sanksi kepada pelaku. Selain itu, sebagai konsumen yang bijak, penting untuk melakukan penelitian yang cermat sebelum melakukan pembelian *online*. Menggunakan sumber informasi yang dapat dipercaya, membaca ulasan yang seimbang, dan mempertimbangkan reputasi penjual secara keseluruhan dapat membantu mengurangi resiko terkena dampak *testimoni* palsu.

Dalam Islam, etika dan *integritas* sangat penting dalam setiap transaksi, baik secara *online* maupun *offline*.<sup>9</sup> Masyarakat, penjual, dan *platform marketplace* seperti *Shopee* harus bekerja sama untuk menjaga kejujuran dalam transaksi jual beli *online* agar *legalitas* transaksi tetap terjaga.

Kerugian Konsumen, Konsumen yang tertipu oleh *fake testimoni* dapat mengalami kerugian *finansial* karena membeli produk yang tidak sesuai dengan *ekspektasi*. Mereka mungkin menghabiskan uang mereka untuk produk yang tidak berkualitas atau tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan dalam *testimoni* palsu.

Hilangnya Kepercayaan Konsumen yang disebabkan oleh *Fake testimoni* berimbas terhadap rusaknya kepercayaan konsumen terhadap *marketplace Shopee* secara keseluruhan. Konsumen yang merasa tertipu atau tidak puas dengan pengalaman pembelian mereka cenderung akan kehilangan kepercayaan pada *platform* dan mungkin enggan untuk melakukan transaksi di masa depan.

Menciderai Reputasi Penjual Jujur, *Fake testimoni* juga merugikan penjual yang jujur dan berkualitas yang menjalankan bisnis mereka secara etis. *Testimoni* palsu dapat mengaburkan reputasi penjual yang jujur,

---

<sup>9</sup> Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), hlm.34

mengurangi kepercayaan konsumen terhadap mereka, dan menghambat pertumbuhan bisnis mereka.

Pihak *Shopee* perlu mengambil langkah-langkah untuk mengatasi permasalahan *fake testimoni* ini.<sup>10</sup> Beberapa langkah yang dapat dilakukan antara lain. Sistem Deteksi Otomatis, Menggunakan *algoritma* dan teknologi cerdas untuk mendeteksi *fake testimoni*. *Shopee* dapat mengembangkan sistem yang mampu mengidentifikasi *testimoni* palsu berdasarkan pola dan karakteristik tertentu.

Tinjauan Manual, Melakukan tinjauan manual terhadap *testimoni* yang mencurigakan atau diterima dengan jumlah yang tidak wajar. Tim *Shopee* dapat melihat lebih dekat dan memverifikasi kesaksian tersebut sebelum memublikasikannya.

Pelatihan dan *Edukasi* Penjual, Memberikan pelatihan kepada penjual tentang etika berbisnis, termasuk pentingnya memberikan *testimoni* yang jujur dan menghindari praktik *testimoni* palsu. *Edukasi* ini dapat membantu meningkatkan kesadaran mereka tentang konsekuensi negatif dari tindakan tersebut.

Pelibatan Komunitas, Melibatkan konsumen dan komunitas pengguna *Shopee* untuk melaporkan *testimoni* palsu. *Shopee* dapat memberikan *insentif* kepada pengguna yang melaporkan *testimoni* palsu sehingga mereka merasa didukung dan berkontribusi dalam menjaga *integritas marketplace*. *Transparansi* dan Tanggung Jawab, *Shopee* perlu memastikan bahwa mereka secara transparan dan proaktif menangani persoalan *fake testimoni* yang terjadi dikalangan masyarakat peminat belanja *online*

---

<sup>10</sup>Muhammad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Prancing di Bank Syari'ah*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hlm.41

Pengaruh *Fake Testimoni*, *Fake testimoni* merujuk pada ulasan atau *testimoni* palsu yang dibuat secara sengaja untuk mempengaruhi persepsi pembeli potensial mengenai produk atau penjual tertentu.<sup>11</sup> Berikut adalah beberapa pengaruh negatif *fake testimoni* terhadap *legalitas* transaksi jual beli *online* di *Shopee*

Pelanggaran Hukum berupa pelanggaran hak konsumen, Penggunaan *fake testimoni* dapat melanggar hukum perlindungan konsumen di beberapa *yurisdiksi*. Jika penjual atau *Shopee* terbukti menggunakan atau mempromosikan *fake testimoni*, mereka dapat menghadapi tuntutan hukum dan sanksi.

Kerugian bagi Penjual yang Jujur, *Fake testimoni* juga dapat merugikan penjual yang jujur dan berusaha menjual produk berkualitas. Jika pesaing atau pihak yang tidak bermoral menggunakan *fake testimoni* untuk mempromosikan produk mereka, penjual yang jujur mungkin kehilangan pasar dan kepercayaan konsumen.

*Legalitas* Transaksi Jual Beli *Online*, Tinjauan akad *ba'i Al-musawwamah* adalah perspektif hukum Islam yang membahas transaksi jual beli yang dilakukan dengan cara menjual barang yang tidak jelas dan memiliki kondisi yang masih harus dijelaskan. Namun, dalam konteks *Shopee* atau *market place online* lainnya, *legalitas* transaksi jual beli *online* umumnya mengacu pada ketentuan hukum yang berlaku di masing-masing *yurisdiksi*.

Bedasarkan hasil wawancara dengan Geubrina Rizki terhadap *marketplace shopee*, bahwasanya ia menjelaskan pada *olshop shopee* tersebut terdapat penilaian dalam suatu produk yang berupa bintang yang diberikan pembeli pada penjual, sebagai apresiasi pada penjual barang yang

---

<sup>11</sup> Dwi Suwiknyo, *Pengantar Akuntansi Syari'ah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm.52

telah dibelinya atas hasil kepuasan konsumen pada suatu barang, Adapun penilaian yang diberikan oleh pihak pembeli kepada penjual ialah berupa memberikan bintang yang sudah disediakan dalam aplikasi *market place shoope*, bintang tersebut disediakan oleh aplikasi *marketplace shoope* sebagai bentuk kepuasan serta meningkatkan kepercayaan pembeli untuk membeli produk dari penjual tersebut, jika bintang yang diberikan oleh pembeli hanya sedikit, maka dapat dipastikan bahwa pihak pembeli belum mendapatkan kepuasan serta kepercayaan terhadap penjual tersebut, contohnya terdapat pembeli yang membeli suatu produk dari pihak penjual tertentu, namun setelah mendapatkan barang dari penjual dan telah melakukan pembayaran, pihak pembeli hanya memberikan penilaian dari bintang yang disediakan dengan memberikan sedikit bintang kepada penjual, tentu ini menjadi suatu bentuk ketidakpuasan dari pihak pembeli dan kurangnya kepercayaan dari pihak pembeli terhadap penjual tersebut, namun sebaliknya jika bintang yang diberikan mencapai empat atau lima bintang, maka bisa dipastikan pembeli sangat puas dengan produk yang dibelinya dari penjual tersebut sehingga timbullah rasa kepercayaan pihak pembeli kepada pihak penjual tersebut.<sup>12</sup>

Kemudian Geubrina Rizki juga menjelaskan, pada *marketplace shopee* tersebut terdapat komentar dan juga video hasil review barang dari produk yang dibeli konsumen, secara langsung hal tersebut bisa menjadi testimoni bagi konsumen yang ingin berbelanja pada toko online tersebut untuk memastikan apakah produk yang dijual toko tersebut memenuhi syarat kualitas dan kuantitas dari pembeli, hal tersebut sangat berpengaruh pada ketertarikan konsumen untuk berbelanja pada toko *online* tersebut

---

<sup>12</sup> Hasil wawancara dengan Geubrina Rizki, Pada hari sabtu 17 Juni 2023 di New Normal Coffee, Banda Aceh.

dikarenakan konsumen yang akan membeli barang pada toko tersebut akan melihat rating pada toko tersebut kemudian memeriksa kolom komentar, apabila banyak terdapat komentar positif dan review yang bagus dari pembeli sebelumnya maka akan menambah kepercayaan dan minat pembeli untuk membeli pada toko *online* tersebut, namun sebaliknya hal tersebut juga berguna apabila barang yang dipasarkan oleh penjual tidak memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli ia bisa mengurungkan niatnya untuk membeli pada toko tersebut atau mencari toko lain untuk memenuhi kebutuhannya tanpa merasa tertipu.

Geubrina Rizki juga menceritakan pengalaman pribadinya selama menggunakan aplikasi *shopee*, ia pernah mengalami kejadian kurang puas saat membeli *headseat*, padahal ia sudah berbelanja pada toko dengan rating yang tinggi dan melihat *review* dari pembeli sebelumnya pada *headseat* tersebut, ia mengaku barang yang sampai kepadanya sesuai dengan apa yang dilihat di toko, namun yang menjadi permasalahannya barang yang ia dapatkan sangat mahal tidak sesuai dengan kualitas yang dia dapatkan, ia baru menyadari hal tersebut setelah melihat langsung produknya ketika sampai ke tangannya. Akan tetapi hal tersebut tidak membuatnya menyesal karena telah menggunakan *shopee* sebagai *marketplace*, baginya hal tersebut harus menjadi pelajaran agar kedepan lebih teliti dan berhati-hati dalam berbelanja online.

Dari latar belakang dan permasalahan diatas maka peneliti menyusun kajian ilmiah ini menjadi sebuah judul **“Pengaruh *Fake Testimoni* Terhadap Legalitas Transaksi Jual Beli *Online* Pada *Market Place* *Shopee* Dalam Tinjauan Akad *Bai’ Al-Musawwamah*”**

## B. Rumusan Masalah

Dari penjelasan yang dipaparkan pada Latar Belakang diatas, maka dapat diambil tiga point terhadap rumusan masalah penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana bentuk *fake testimoni* yang dilakukan oleh pihak penjual pada *market place* Shopee dan pembuktian kepaluan terhadap kualitas objek bisnisnya ?
2. Bagaimana dampak *fake testimoni* yang dilakukan pihak penjual terhadap tingkat ketertarikan konsumen melakukan transaksi pembelian barang pada penjual di *market place* Shopee ?
3. Bagaimana legalitas jual beli *online* dari *fake Testimoni* melalui *Shopee* menurut akad *ba'i Al-musawwamah* ?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok-pokok yang ada pada rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh dari *fake testimoni* pada Jual Beli *online market place shoopee*.
2. Untuk mengetahui penyebab terjadinya *fake testimoni* pada Jual Beli *online market place shoopee*.
3. Untuk mendapatkan solusi dari permasalahan *fake testimoni* pada Jual Beli *online market place shoopee*.

## D. Penjelasan Istilah

Penjelasan Istilah yang penulis paparkan ialah berupa potongan dari kata perkata dalam judul penelitian dengan tujuan untuk memudahkan penulis dalam memahami pokok-pokok permasalahan yang ada pada penelitian ini.<sup>13</sup>

Adapun kegunaan dan manfaat dari penjelasan istilah yaitu untuk mempermudah penulis dalam memahami kajian-kajian yang ada pada penelitian ini supaya lebih fokus dan rinci dalam mengkaji pokok-pokok penting yang ada penelitian ini. Adapun Penjelasan istilah yang penulis susun pada karya ilmiah ini adalah sebagai berikut :

### 1. Pengaruh

Pengaruh dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia ( KBBI ), adalah daya yang muncul dari sesuatu, baik benda maupun orang dan dapat menyebabkan terbentuknya watak, kepercayaan, bahkan sikap dari seseorang.<sup>14</sup> Pengaruh sendiri merupakan suatu hal yang muncul dari sesuatu yang menjadi sebab baik atau buruknya suatu hal.

### 2. Fake Testimoni

*Fake testimoni* ialah *testimoni* salah ataupun tidak benar yang bertujuan untuk mempengaruhi penilaian orang lain terhadap suatu produk, pelayanan, maupun individual.<sup>15</sup> *Fake testimoni* biasanya dibuat oleh beberapa pihak tertentu untuk meningkatkan popularitas ataupun untuk merusak reputasi dari pesaing-pesaing yang ada.

### 3. Legalitas

---

<sup>13</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka, 2008), hlm.

<sup>14</sup> Pius Abdullah dan Danu Prasetya, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Arloka, 2009), hlm.

<sup>15</sup> Qomarul Huda, *Fiqh Mu'amalah*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm.

*Legalitas* berkaitan dengan penyesuaian ataupun kepatuhan terhadap suatu perlakuan atau tindakan dengan beberapa hukum yang berlaku, artinya tindakan tersebut sudah sah dan juga sudah diakui oleh hukum.<sup>16</sup> *Legalitas* merupakan aturan yang dibuat terstruktur yang menjadi acuan keabsahan pada suatu hal yang sedang dilakukan.

#### 4. Transaksi

Transaksi ialah sebuah perbuatan atau proses tukar menukar atau transfer barang, layanan, atau nilai antara kedua belah pihak atau lebih. Transaksi menyangkut perjanjian yang dilakukan secara sukarela atau sama-sama saling menyetujui antara pihak-pihak yang terlibat.<sup>17</sup> Transaksi adalah aturan tukar menukar pada jual beli yang terikat syarat.

#### 5. Jual Beli *Online*

Jual beli adalah istilah dari tukar menukar antara barang dan jasa atau barang dengan barang, yang pada saat ini menggunakan uang sebagai objek alat tukar menukar antara kedua belah pihak. Sedangkan jual beli *online* ialah proses pembelian dan penjualan barang ataupun pelayanan yang dilakukan secara elektronik melalui internet.<sup>18</sup>

#### 6. *Shopee*

*Shopee* merupakan salah satu *platform e-commerce* atau *market place* populer yang bergerak secara *online*. *Market place Shopee* memberikan pelayanan bagi penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi jual beli barang dan layanan.<sup>19</sup>

#### 7. *Akad Ba'i Al Musawwamah*

---

<sup>16</sup> Asfia, *Ekonomi Makro*, (Bandung: Refika Aditama, 2006), hlm.

<sup>17</sup> Azhar Susanto, *Sistem Informasi Akuntansi*, (Bandung: Lingga Jaya, 2015), hlm.

<sup>18</sup> Handayani, *Laris Manis Jual Beli Lewat Kaskus*, (Yogyakarta: Mediakom, 2010), hlm.

<sup>19</sup> "Transaksi *Shopee* di Indonesia Terbesar di ASEAN | SWA.co.id" Tahun 2018.

*Akad ba'i Al-musawwamah* merupakan salah satu istilah yang ada pada fiqh maupun hukum Islam, mengkaji pada jenis transaksi jual beli yang prosesnya dilakukan tidak mengharuskan penjual untuk menyebutkan secara rinci atau menjelaskan secara rinci sifat-sifat atau spesifikasi barang yang dijual.<sup>20</sup>

## E. Kajian Pustaka

Untuk mengkaji serta menggali beberapa informasi yang akurat, maka peneliti membandingkan dengan memaparkan beberapa karya ilmiah yang pernah dibuat sebelumnya. Tujuannya ialah untuk membantu peneliti dalam menangani persoalan didalam karya ilmiah ini yaitu dengan cara mencari beberapa teori dan juga hasil-hasil yang sudah pernah dibuat oleh peneliti-peneliti sebelumnya.<sup>21</sup> Tidak hanya dari penelitian sebelumnya, namun peneliti juga mengkaji melalui informasi, buku-buku, jurnal-jurnal, dan juga tesis-tesis dengan tujuan untuk mendapatkan data serta memiliki keterkaitan dengan judul guna memperoleh landasan dan referensi

*Pertama*, skripsi yang ditulis oleh Muhammad Hanapi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur Jakarta Pusat tahun 2018 dengan judul “ *Pengaruh Brand Ambassador, minat beli, dan testimoni terhadap keputusan pembelian.*<sup>22</sup> “ dalam Penelitian ini, peneliti menjelaskan bahwa *Brand Ambassador* secara parsial dan simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada situs olshop Shopee.co.id. Peneliti juga menjelaskan bahwa minat beli secara parsial dan

---

<sup>20</sup> Nafis, Ph.D., M. Cholil, *Teori Hukum Ekonomi Syari'ah*, (Universitas Indonesia, 2011), hlm.

<sup>21</sup> P. Karuru, “Pentingnya Kajian Pustaka dalam Penelitian “, *Jurnal*, Vol. 2, 2017, hlm.

<sup>22</sup> Muhammad Hanapi, *Pengaruh Brand Ambassador, minat beli, dan testimoni terhadap keputusan pembelian*, (Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur, Jakarta Pusat, 2018), hlm.

simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap suatu keputusan pembelian pada situs *onlineshop* Shopee.co.id. peneliti juga menjelaskan bahwa *testimoni* secara parsial dan simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada situs *onlineshop* Shopee.co.id.

Persamaan dari skripsi diatas dan penulisan yang sedang kaji ialah bahwa penelitian diatas membahas manfaat dari *Ambassador* sebagai mempromosi dari produk pada *market place* tersebut untuk mendapatkan pelanggan guna membuahkan hasil sedangkan karya ilmiah yang sedang peneliti buat ialah membahas menegani *testimoni* dari *market place shoopee* guna mendapatkan pembeli ataupun konsumen, namun yang membedakannya ialah terletak pada *fake testimoni* yaitu *testimoni* yang dilakukan secara tidak jujur sehingga menipu pelanggan maupun konsumen. Tentu hal ini sangat dilarang oleh agama karena menggunakan penipuan untuk mendapatkan keuntungan.

*Kedua*, Kemudian data yang peneliti dapatkan ialah melalui Jurnal Manajemen dan Informasi yang ditulis oleh Feni Rosalina pada tahun 2016 dengan judul “ *Pengaruh Testimoni dalam periklanan* “. <sup>23</sup> Didalam Jurnal ini dijelaskan bahwasanya Tingkat persaingan pada industri perbankan syari’ah sangat tinggi, didalam jurnal ini juga dijelaskan bahwa kegiatan pemasaran dinilai memiliki efektifitas agar memperluas pangsa pasar konsumen. Disini juga dijelaskan bahwa usaha yang dilakukan oleh Bank Syari’ah Mandiri dapat meningkatkan kepercayaan pada konsumen terhadap produk yang ditawarkan yaitu dengan melakukan *testimoni* melalui periklanan, salah satunya menggunakan endorser melalui nasabah bank syari’ah mandiri yang di klaim akan memberikan pengaruh pada kepercayaan pada produk Bank Syari’ah Mandiri.

---

<sup>23</sup> Feni Rosalina, “Pengaruh Testimoni dalam periklanan“, *Jurnal Manajemen dan Informasi*, 2016, hlm.

Persamaan dari Jurnal diatas dengan penulisan yang sedang peneliti kaji ialah penelitian diatas membahas bahwasanya tingkat persaingan pada Industri perbankan syari'ah sangat tinggi, oleh karena itu menggunakan metode periklanan guna mendapatkan pasar yang luas dan besar, karena pada jurnal diatas dijelaskan bahwa tingkat persaingan pada industri perbankan syari'ah sangatlah luas, maka digunakanlah metode periklanan guna mendapatkan konsumen, Sedangkan kajian yang sedang peneliti kaji yaitu menggunakan *testimoni*, *testimoni* memiliki fungsi untuk menambah konsumen serta menghasilkan pendapatan pada *market place shoopee*, namun disini peneliti menjelaskan bahwasanya *testimoni* yang digunakan bersifat menipu atau palsu, tentunya hal ini sangat bertentangan dengan agama serta sangat bertentangan dengan konsep perlindungan hukum konsumen.

*Ketiga*, Kemudian Kajian Ilmiah yang ditulis oleh Zahra Dhaefina mahasiswi Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam Universitas Islam Negeri Lampung Tahun 2021 yang berjudul “ *Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, dan testimoni terhadap minat beli konsumen produk mie instan lemonilo pada media sosial instagram* “. <sup>24</sup> Didalam Kajian ini dijelaskan bahwasanya Produk mie instan lemonilo memanfaatkan media sosial yaitu instagram guna mendapatkan konsumen serta penghasilan, tidak hanya memanfaatkan media sosial instagram namun pihak mie instan lemonilo juga meminta bantuan melalui artis-artis terkenal di Indonesia untuk mempromosikan atau melakukan endors terhadap produk yang mereka keluarkan guna menarik konsumen.

---

<sup>24</sup> Zahra Dhaefina, *Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image dan Testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo Pada Media Sosial Instagram..* (Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam Universitas Islam Negeri, Lampung, 2021), hlm.

Persamaan dari Kajian ilmiah diatas dengan penelitian yang sedang peneliti kaji ialah menggunakan cara untuk menarik minat konsumen agar membeli barang yang ada produk masing-masing, testimoni berfungsi untuk mencoba kualitas dari barang yang ingin dijual guna mendapatkan kepercayaan dari konsumen sama seperti melakukan endors terhadap barang yang ingin di jualkan, namun perbedaan yang sangat mencolok dari karya ilmiah diatas dengan karya ilmiah yang sedang peneliti buat ialah bahwasanya kajian ilmiah diatas menggunakan cara yang sehat guna mendapatkan konsumen, karena endors ialah salah satu cara marketing guna mendapatkan konsumen ataupun pelanggan, sedangkan pada kajian yang sedang peneliti buat ialah membahas testimoni yang palsu, pihak *market place shoopee* menyalahgunakan teknik testimoni ununtuk mendapatkan pelanggan karena menggunakan *fake testimoni* atau *testimoni* palsu, hal ini justru sangat berbahaya karena menyebabkan berkurangnya minat dari konsumen dan tentu akan mengurangi pendapatan dari pihak produsen.

*Keempat*, Skripsi karya Finki Zumrotul Waqhidah yang ditulis pada 2019 oleh Mahasiswa Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dengan judul “*Pengaruh Testimoni Pembeli dan Kualitas Barang terhadap Minat Pembelian pada Online Shop melalui Market Place Shopee*”.<sup>25</sup> pada skripsi ini dijelaskan bahwa berkembangnya *market place* atau *E commerce* salah satunya *shopee* yang sering kita dapati, Pesatnya perkembangan teknologi khususnya dalam hal jual beli *online* melalui *Shopee* turut mempengaruhi tingkat minat pembelian, di mana ditopang oleh beberapa faktor seperti *testimoni* pembeli dan kualitas barang. Salah satunya *Testimoni* acuan pelanggan untuk melihat kualitas dari suatu produk dan sekaligus menjadi alat promosi suatu produk bagi penjual atas kepuasan konsumen mengenai produk/ jasa,

---

<sup>25</sup> Finki Zumrotul Waqhidah, *Pengaruh Testimoni Pembeli dan Kualitas Barang terhadap Minat Pembelian pada Online Shop melalui Market Place Shopee*, (Mahasiswa Fakultas Syari’ah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2019), hlm.

disini dijelaskan bahwa *testimoni* sangat berpengaruh dan berguna bagi konsumen untuk menilai dan memikat suatu produk. Namun pada kajian ini hanya menjelaskan sejauh mana pengaruh *testimoni* pada konsumen.

Persamaan dari kajian ilmiah ini dengan kajian yang sedang peneliti kaji adalah, melihat sejauh mana pengaruh *testimoni* pada konsumen yang digunakan sebagai tolak ukur suatu kualitas produk barang dan jasa, namun terdapat perbedaan antara kajian ilmiah tersebut dengan kajian ilmiah yang sedang peneliti kaji ialah, kajian tersebut hanya menjelaskan sejauh mana pengaruh *testimoni* pada konsumen, kemudian pada kajian yang sedang peneliti kaji menjelaskan dampak buruk dari *testimoni* palsu yang dibuat oleh penjual untuk menarik minat pembeli agar membeli barang dan jasanya, namun hal ini bisa berakibat fatal karena bisa mengurangi minat orang dalam berbelanja *online* dan merugikannya.

*Kelima*, Kemudian yang terakhir ialah kajian ilmiah yang disusun oleh Maslahatul Ammah pada Jurnal Pendidikan tata Negara Universitas Negeri Surabaya Tahun 2022 yang berjudul “ *Pengaruh Citra merk terhadap Keputusan pembelian melalui testimoni pada Klinik kecantikan Msglow di Surabaya* “. <sup>26</sup> Didalam kajian ilmiah ini dijelaskan bahwasanya testimoni tidak 100% untuk membuat pembeli melakukan pembelian terhadap Produk Klinik Kecantikan Msglow, namun *testimoni* juga memiliki pengaruh terhadap keputusan kepada pembeli, oleh karena itu didalam kajian ilmiah ini menjelaskan bagaimana pengaruh *testimoni* terhadap keinginan pembeli serta bagaimana Teknik serta cara *testimoni* yang dilakukan sehingga menarik minat pembeli.

Persamaan dari kajian ilmiah ini dengan kajian yang sedang peneliti kaji adalah, *testimoni* yang dilakukan berfungsi bagaimana dampak dan pengaruh dari *testimoni* dalam menarik minat pembeli guna membuahkan penghasilan dari produk yang mereka jual, Sedangkan kajian ilmiah yang sedang peneliti kaji ialah, kajian tersebut hanya menjelaskan sejauh mana pengaruh *testimoni* pada konsumen, kemudian pada kajian yang sedang peneliti kaji menjelaskan dampak buruk dari

---

<sup>26</sup> Maslahatul Ammah, “Pengaruh Citra merk terhadap Keputusan pembelian melalui testimoni pada Klinik kecantikan Msglow“, *Jurnal Pendidikan tata Negara Universitas Negeri Surabaya*, 2022, hlm.

*testimoni* palsu yang dibuat oleh penjual untuk menarik minat pembeli agar membeli barang dan jasanya, namun hal ini bisa berakibat fatal karena bisa mengurangi minat orang dalam berbelanja *online* dan merugikannya.

## **F. Metode penelitian**

Metode penelitian merupakan Teknik atau cara proses yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dan informasi untuk menjawab dan memecahkan permasalahan yang menjadi fokus kajian yang dibuat secara logis dan sistematis. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode pendekatan secara sosiologis, metode penelitian dengan pendekatan sistem sosiologis merupakan suatu pendekatan dalam penelitian yang memfokuskan pada analisis dan pemahaman terhadap interaksi dan hubungan sosial dalam suatu sistem sosial yang lebih luas.<sup>27</sup>

Metode penelitian merupakan suatu proses atau cara yang dilakukan oleh peneliti dalam rangka mengumpulkan informasi atau data yang akan digunakan untuk keperluan penelitian. Di dalam penelitian diperlukan data-data yang lengkap dan objektif serta dapat mengarahkan peneliti agar penelitian yang dilakukan tersusun secara sistematis.

Adapun langkah-langkah yang ditempuh oleh peneliti dalam penulisan Skripsi ini adalah sebagai berikut:

### **1. Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian secara kualitatif yaitu suatu prosedur data penjelasan dan memberikan gambaran berupa kata-kata, tulisan atau lisan dari orang-orang yang berperilaku yang dapat dimengerti. Penelitian ini berfokus pada pembangunan naratif atau deskripsi tekstual atas fenomena yang dikaji.

---

<sup>27</sup> Rosmiati Ana, *Dasar-Dasar Penulisan Ilmiah*, (Surakarta, 2017), hlm. 120.

## 2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Lapangan (*Field Research*) Jenis jenis penelitian yang mempelajari fenomena dalam lingkungannya yang terjadi secara alamiah, kemudian penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah penelitian hukum normatif yaitu sebuah penelitian dimana penulis meneliti aspek normatif dari hukum dengan menggunakan sumber sekunder yaitu dari bahan kepustakaan dan Penelitian Kepustakaan (*Library Research*).<sup>28</sup>

- a. Penelitian Lapangan (*Field Research*) merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data di lokasi atau objek penelitian, *Field Research* merupakan sumber data primer dalam penelitian. Data dalam jenis penelitian ini merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya, baik melalui wawancara, observasi maupun laporan dalam bentuk dokumen tidak resmi yang kemudian diolah peneliti. Data *Field Research* dalam penelitian ini adalah informan yang terdiri dari konsumen (pemberi testimoni/komentar) dan calon konsumen yang melakukan transaksi pembelian produk elektronik pada *marketplace Shopee*.
- b. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*) merupakan penelitian kepustakaan dalam bentuk telaah literatur yang akan ditempuh oleh penulis, yaitu dengan cara meneliti data pustaka sebagai landasan teoritis dan referensi bagi penelitian yang akan dilakukan.<sup>29</sup> Peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber yang didapatkan dengan cara membaca, mempelajari dan mengkaji buku-buku bacaan,

---

<sup>28</sup> Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), hlm.26-27

<sup>29</sup> Bogong Suyanto, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm.55

makalah, ensiklopedia, jurnal, artikel dan peraturan perundang-undangan yang berlaku yang berkaitan dengan *marketplace Shopee*.

### 3. Sumber data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian ini adalah subjek darimana data diperoleh. Adapun mengenai sumber data dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi:

#### a. Data Primer

Pada penelitian ini sumber data didapatkan berdasarkan kitab-kitab fiqih muamalah yang didalamnya membahas masalah dalam akad jual beli, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya (primer), baik melalui wawancara, observasi maupun laporan dalam bentuk dokumen tidak resmi yang kemudian diolah oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini yaitu informan yang terdiri dari calon konsumen yang melakukan transaksi pembelian produk pada *marketplace Shopee*, dan konsumen sebelumnya yang memberikan ulasan berupa komentar dan testimoni positif di toko pada *marketplace Shopee*.

#### b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, hasil penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, tesis yang tentunya berhubungan dengan tema skripsi yang sedang penulis teliti yaitu berhubungan dengan implementasi akad *Al-musawwamah* dalam transaksi jual beli secara *online*.

### 4. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang peneliti tempuh yaitu dengan mencari dan mengumpulkan data-data primer dan juga informasi

yang akurat berhubungan dengan masalah penelitian, dengan cara mendekati konsumen yaitu sebagai sumber informasi (pemberi testimoni/komentar) dan calon konsumen yang melakukan transaksi pembelian produk pada *marketplace Shopee*. Adapun prosedur-prosedur yang peneliti gunakan sebagai berikut :

a. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan (*field research*) yaitu pengumpulan data langsung dari konsumen, *Field Research* merupakan sumber data primer dalam penelitian. Data dalam jenis penelitian ini merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya, baik melalui wawancara, observasi maupun laporan dalam bentuk dokumen tidak resmi yang kemudian dikumpulkan peneliti kemudian disusun dalam skripsi.<sup>30</sup>

b. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan (*library research*) merupakan penelitian kepustakaan dalam bentuk telaah literatur yang ditempuh oleh penulis yaitu dengan cara meneliti data pustaka sebagai landasan teoritis dan referensi bagi penelitian yang akan dilakukan.<sup>31</sup> Data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang didapatkan dengan cara membaca, mempelajari dan mengkaji buku-buku bacaan, makalah, ensiklopedia, jurnal, artikel dan peraturan perundang-undangan yang berlaku yang berkaitan dengan implementasi *khiyar ta'yin* pada *marketplace Shopee*.

## 5. Teknik Pengumpulan Data

---

<sup>30</sup> Dedy Mulyana, *Metode Penelitian Kualitatif (Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya)*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 160.

<sup>31</sup> Ziafati Bafarasat, *Mengumpulkan dan memvalidasi data: Panduan sederhana bagi peneliti*, (Maju Pracetak, 2021), hlm. 150.

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan wawancara (interview), dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data.<sup>32</sup>

a. Wawancara (interview)

Wawancara (interview) adalah suatu teknik pengumpulan data yang didapat dengan cara bertanya langsung kepada pihak pemberi informasi yang berperan penting dalam bidang yang akan diteliti atau dikaji.<sup>33</sup>

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data sekunder berupa informasi yang diperoleh melalui dokumen-dokumen yang tidak dipublikasi secara formal berhubungan dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini dokumentasi dilakukan dengan cara wawancara langsung dengan konsumen yang menjadi korban *fake testimoni* dan mengambil *screenshoot testimoni*.

## 6. Objektivitas dan Keabsahan Data

Pada penelitian ini Keabsahan data diuji dengan kredibilitas triangulasi data validitas data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagai teknik pemeriksaan data, yang merupakan salah satu bagian sangat penting didalam penelitian kualitatif, Apabila peneliti melaksanakan pemeriksaan terhadap keabsahan data secara cermat dengan teknik yang tepat dapat diperoleh hasil penelitian yang benar benar dapat dipertanggungjawabkan dari berbagai aspek atau segi. Untuk mendapatkan proses ini sangat mendukung dan menentukan hasil akhir

---

<sup>32</sup> Rianto Adi, *Metode Penelitian Sosial dan Hukum*, (Jakarta: PT Grafika, 2006), hlm. 56.

<sup>33</sup> Suryabrata, Sumardi, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2008), hlm. 45.

suatu penelitian. Oleh karena itu, diperlukan suatu teknik untuk memeriksa keabsahan data.

## 7. Teknik Analisis Data

Pengolahan data dan analisis data adalah kegiatan mengolah data hasil pengumpulan data di lapangan sehingga siap pakai dianalisis. Setelah data berhasil dikumpulkan maka data akan dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu suatu metode yang bertujuan membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual dan aktual mengenai fakta-fakta, dan juga data akan dianalisis secara kualitatif yaitu berupa kata-kata bukan angka. Setelah semua data yang diolah terkumpul selanjutnya data akan dianalisis secara deskriptif kualitatif yang artinya metode yang digunakan untuk membedah suatu fenomena dilapangan baik berupa data primer maupun data sekunder akan disusun secara sistematis.<sup>34</sup> Metode ini ditujukan untuk mengumpulkan informasi yang aktual dan terperinci, mengidentifikasi masalah, serta membuat perbandingan atau evaluasi sehingga ditemukan suatu kesimpulan yang tepat dan dapat menjadi pedoman dalam menetapkan rencana yang akan datang. Teknik analisis data adalah suatu cara penanganan terhadap objek ilmiah tertentu dengan jalan memilah-milah antara pegretiam yang satu dengan yang lain untuk mendapatkan pengertian yang baru. Data yang berhasil dihimpun akan dianalisis secara kualitatif dengan menerapkan metode berfikir induktif, yaitu suatu metode berfikir yang bertolak dari fenomena yang khusus kemudian menarik kesimpulan yang bersifat umum.

---

<sup>34</sup> Lexy J. Moleong, *“Metodologi Penelitian Kualitatif”*, (Bandung : Remaja Rosdakarya ), thn. 2010. Hlm. 180.

## 8. Pedoman Penulisan

Teknik penulisan pada skripsi ini berpedoman pada buku pedoman karya tulis ilmiah mahasiswa yang diterbitkan oleh Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh Tahun 2019, serta penulis cantumkan beberapa referensi lain sebagai pedoman penulisan yang relevan dengan penelitian ini, diantaranya peraturan perundang-undangan Republik Indonesia, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), buku-buku tentang perlindungan hukum, ketenagakerjaan, serta Fiqh Mua'malah dan skripsi penelitian terdahulu. Dengan mengikuti pedoman yang ditetapkan, peneliti menyusun hasil penelitian secara sistematis untuk memudahkan pemahaman pembaca.

## G. Sistematika Penulisan

Bahasan skripsi ini dituangkan dalam beberapa bab yang saling mendukung antara satu bab dengan bab yang lainnya secara logis. Secara garis besar pembahasan ini terbagi atas empat bab, dengan setiap bab memiliki sub sub bab yang tersusun secara terstruktur. Uraian pada setiap bab disesuaikan dengan topik pembahasan pada bab tersebut.

*Bab satu*, pada penelitian yang sedang penulis kaji bab satu menjelaskan Identifikasi peristiwa ataupun fenomena social berupa *fake testimoni*, Langkah pertama dalam metode ini adalah mengidentifikasi fenomena sosial yang akan diteliti. didalam bab ini dijelaskan beberapa poin yang dicantumkan diantaranya ialah: Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Penjelasan Istilah, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian dan Sistematika Pembahasan. Pada bab ini secara umum menjelaskan perihal masalah *fake testimoni* yang sering terjadi dimasyarakat dan juga berguna sebagai penyambung dan juga membuka pokok pembahasan untuk memahami bab bab setelahnya.

*Bab dua*, merupakan landasan teoristis yang membahas tentang konsep akad *musawammah* yang meliputi, pengertian dan dasar hukum *Ba'i Musawammah*, pendapat jumbuh ulama mengenai *Musawammah*, syarat-syarat jual beli dan asas-asas pembentukannya serta urgensi kesaksian tentang kualitas barang dalam jual beli.

*Bab tiga*, pada bab ini menjelaskan secara mendalam mengenai *fake testimoni* yang dilakukan pihak penjual pada *market place* Shopee dan pembuktian kepalsuan terhadap kualitas objek bisnisnya, Dampak *fake testimoni* yang dilakukan pihak penjual terhadap tingkat ketertarikan konsumen melakukan transaksi pembelian barang pada penjual di *market place shopee* serta tinjauan Akad *Ba'i Al-Musawaah* pada *fake testimoni* yang dilakukan pihak penjual pada transaksi jual beli di *market place shoopee* untuk meningkatkan penjualan produknya.

*Bab empat*, Kesimpulan dan rekomendasi Berdasarkan interpretasi hasil penelitian, kesimpulan dapat diambil mengenai fenomena sosial yang diteliti. Selanjutnya, dapat diajukan rekomendasi untuk mengatasi atau memperbaiki masalah sosial yang muncul dalam sistem tersebut. Bab ini merupakan bab penutup dan bab terakhir pada penulisan ini, penulis melampirkan beberapa kesimpulan dan juga saran dari penulis berkaitan dengan permasalahan didalam penelitian yang bermanfaat terhadap seputar topik dari permasalahan sosial *fake testimoni*.