

ABSTRAK

Afifah Fauziyyah Nahaar (1223020005): Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli dengan Sistem Overprice di Aplikasi TikTok Shop (Studi Kasus Pada Produk Kecantikan SSSKIN ID)

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam pola transaksi jual beli di masyarakat, salah satunya melalui platform media sosial seperti TikTok Shop yang memanfaatkan fitur live streaming sebagai sarana promosi dan penjualan produk. Fenomena ini mendorong pelaku usaha untuk menerapkan berbagai strategi pemasaran guna menarik minat konsumen, salah satunya melalui strategi penetapan harga lebih tinggi terlebih dahulu (*overprice*) yang kemudian diikuti dengan pemberian potongan harga. Strategi tersebut bertujuan untuk menciptakan persepsi bahwa konsumen memperoleh harga yang lebih murah dan menguntungkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan jual beli dengan sistem *overprice* pada produk kecantikan SSSKIN ID di aplikasi TikTok Shop serta menganalisis kesesuaiannya menurut Hukum Ekonomi Syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mekanisme pelaksanaan jual beli dengan sistem *overprice* serta menganalisis kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan yuridis empiris dan jenis penelitian deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dengan konsumen, serta studi pustaka yang relevan dengan topik penelitian, kemudian dianalisis berdasarkan ketentuan hukum ekonomi syariah.

Penelitian ini menggunakan kerangka berpikir berbasis fikih muamalah dengan meninjau konsep jual beli yang menekankan prinsip kejujuran (*ṣidq*), keterbukaan (*transparansi*), keadilan (*‘adl*), serta larangan terhadap praktik penipuan (*tadlis*) dan ketidakjelasan (*gharar*) dalam transaksi. Landasan teori penelitian ini juga merujuk pada prinsip-prinsip muamalah dalam Al-Qur’an dan hadis, serta ketentuan hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan etika bisnis dalam Islam.

Hasil penelitian ini dianalisis berdasarkan prinsip-prinsip fikih muamalah yang menekankan kejujuran (*ṣidq*), keterbukaan (*transparansi*), keadilan (*‘adl*), serta larangan terhadap praktik penipuan (*tadlis*) dan ketidakjelasan (*gharar*) dalam transaksi. Analisis penelitian juga mengacu pada Fatwa DSN-MUI Nomor 24/DSN-MUI/IX/2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial, Fatwa DSN-MUI Nomor 146/DSN-MUI/XII/2021 tentang Online Shop Berdasarkan Prinsip Syariah, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang mengatur prinsip kejujuran, *transparansi*, dan perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik.