

## ABSTRAK

**Nadya Beshira Hamada (1223020113), 2026: Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penggunaan Strategi *Overclaim* Dalam Penjualan Produk *Skincare* Pada Toko *@Skinflair.Official* Di Aplikasi Tiktok**

Jual beli merupakan suatu aktivitas pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli yang didasarkan pada kesepakatan serta kerelaan kedua belah pihak, yang dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah harus memenuhi prinsip kejujuran, keterbukaan, dan terhindar dari unsur penipuan (*tadlis*) serta ketidakjelasan (*gharar*). Dalam praktiknya, perkembangan pemasaran digital, khususnya melalui media sosial seperti TikTok, memunculkan fenomena penggunaan strategi *overclaim* dalam promosi produk *skincare* yang berpotensi menyesatkan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ketentuan penjualan produk *skincare* di Indonesia, menganalisis penggunaan strategi *overclaim* dalam penjualan produk pada toko *@Skinflair. Official* di aplikasi TikTok, serta mengkaji implikasinya terhadap keabsahan akad jual beli menurut Hukum Ekonomi Syariah.

Kerangka berpikir penelitian ini didasarkan pada konsep pemasaran digital, teori *overclaim*, prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah, serta ketentuan hukum positif dan fatwa DSN-MUI terkait transaksi elektronik dan perlindungan konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analitis. Jenis penelitian ini bersifat yuridis empiris yang menggabungkan kajian normatif terhadap peraturan perundang-undangan dengan data lapangan. Sumber data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh melalui wawancara kepada konsumen, serta data sekunder yang diperoleh dari sumber lain seperti buku, jurnal, artikel, serta literatur lain yang relevan dengan dengan Hukum Ekonomi Syarah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Ketentuan penjualan produk *skincare* di Indonesia telah diatur dalam berbagai peraturan, namun promosi produk *Skinflair* masih belum sepenuhnya sesuai dengan ketentuan mengenai penyampaian informasi yang benar dan tidak menyesatkan. 2) Penggunaan strategi *overclaim* pada toko *@Skinflair.Official* di TikTok ditandai dengan klaim manfaat yang berlebihan sehingga berpotensi memengaruhi keputusan pembelian konsumen; dan 3) Dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah, praktik tersebut mengandung unsur *tadlis* dan *gharar* sehingga tidak sejalan dengan prinsip kejujuran dan transparansi. Dalam kondisi ini, akad umumnya tetap terjadi, tetapi Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan cacat syariah karena kerelaan (*ridha*) konsumen dapat terbentuk berdasarkan informasi yang tidak sepenuhnya sesuai dengan keadaan sebenarnya. Oleh karena itu, praktik tersebut tidak sejalan dengan prinsip kejujuran dan transparansi dalam Hukum Ekonomi Syariah.

**Kata Kunci: Jual Beli, *Overclaim*, *Skincare*, *TikTok Shop*, Hukum Ekonomi Syariah**