

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu hal yang sangat penting untuk menjaga citra yang baik di lingkungan masyarakat adalah penampilan.¹ Tentu saja, penampilan menjadi suatu hal yang dijadikan sebagai prioritas bagi khalayak masyarakat, baik perempuan dan juga laki-laki. Hal yang salah satunya menjadi penting dalam penampilan adalah penampilan luar. Untuk menunjang kegiatan sehari-hari, setiap manusia terlebih lagi di fokuskan terhadap Wanita, penampilan merupakan suatu hal yang sangat amat diperhatikan. Penampilan yang dimaksudkan disini mengacu kepada penampilan secara fisik dari manusia itu sendiri.

Penampilan yang menarik, tentu saja dapat membuat daya tarik tersendiri bagi setiap manusia. Untuk membuat penampilan menarik, tentu saja semua orang harus pintar untuk membuat penampilannya menjadi baik. Penampilan bisa dinilai, salah satunya dari cara berpakaian atau dari *fashion* yang dipakai orang tersebut. Bagi wanita, tentu saja tidak cukup jika hanya memperhatikan dari segi *fashion*nya saja. Hal yang penting selain pakaian yang dipakai agar dapat tampil dengan sempurna adalah bagian dari wajah, dan salah satu cara agar wajahnya terlihat cantik dan menggemaskan adalah dengan menggunakan *make up*.

Menurut Korichi dan Pelle-de-Queral, *make up* adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mengubah penampilan alami seseorang dengan menggunakan bahan dan alat kosmetik.² Sedangkan menurut penjelasan dari Elianti dan Pinasti, *make up* merupakan sebuah teknik seni rias wajah yang menggunakan bahan dan alat kosmetik untuk memperbaiki bentuk asli wajah, menutupi ketidaksempurnaan, dan menciptakan wajah ideal.³ Dari pemaparan di atas dapat diambil kesimpulan

¹ <https://bakrie.ac.id/articles/449-4-alasan-kenapa-personal-grooming-penting-untuk-mahasiswa.html> diakses pada Senin 24 juni Pukul 22:18

² Rizka Anggia S dan Afnia Sandhaya R, 2021, *Pengaruh Ketergantungan Make up Terhadap Kepercayaan diri pada Remaja Putri*, (Jurnal: UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung), hlm. 158

³ Rizka Anggia S dan Afnia Sandhaya R, 2021, *Pengaruh Ketergantungan Make up Terhadap Kepercayaan diri pada Remaja Putri*, (Jurnal: UIN Sayyid Ali Rahmatullah

bahwa *make up* merupakan bahan yang digunakan agar wajah dapat terlihat lebih baik dari sebelumnya dan itu digunakan sebagai salah satu penunjang dari penampilan yang menarik atau bisa dikatakan sempurna.

Make up memang identik dengan wanita. Riasan mempunyai peran untuk menonjolkan bagian-bagian yang dianggap tidak menari. Namun, seiring dengan berkembangnya zaman, pengguna *make up* tidak hanya dipakai oleh kalangan Wanita, namun ada beberapa barang dari *make up* itu sendiri yang dipakai pria dengan tujuan yang sama, yakni untuk menutupi kekuarangan yang ada di wajahnya namun lebih natural dari Wanita. Tujuan lain dari *make up* pun, selain untuk memperindah bentuk wajah juga dapat membuat wajah menjadi lebih fresh. Pentingnya *make up* bagi setiap manusia yang memang selalu memperhatikan penampilan nomor satu.

Make up dijadikan salah satu hal yang digunakan sebagai penunjang untuk membuat penampilan menjadi menarik membuat *make up* menjadi suatu kebutuhan yang penting bagi kehidupan bersosialisai. Dengan *make up*, seseorang dapat menumbuhkan kepercayaan dirinya dalam tampil di depan umum. Itu sebabnya banyak orang membeli *make up*. Beragamnya produk kecantikan baik *skincare* maupun *makeup* semakin hari semakin bertambah untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen. Diantaranya selalu ada produk yang menarik secara visual sehingga menggugah rasa penasaran dan membuat konsumen ingin membelinya. Namun, tidak semua orang cocok memakai produk-produk yang diperjualbelikan saat ini. Dari alasan tersebut, tak jarang konsumen mengeluh terkait produk yang dibeli karena ukuran yang cukup besar dengan isi yang banyak, sehingga akan sayang apabila produk tersebut tidak cocok dikalangan para pembeli. Untuk mengatasi keluhan dari para konsumen, Beberapa perusahaan kosmetik legal menyiasati masalah ini dengan menawarkan sampel atau contoh produknya dalam ukuran kecil, namun biasanya dalam jumlah yang sangat terbatas dan tidak untuk dijual.

Tahun 2016, muncul ide baru sebagai solusi bagi konsumen yang ingin membeli produk sample atau kemasan ekonomis untuk produk yang tidak menjual kemasan ekonomisnya.⁴ Konsep *share in jar* melibatkan pembagian (*share*) isi suatu produk ke dalam (*in*) beberapa wadah (*jar*) yang lebih kecil. Tujuannya agar seseorang dapat membeli dan mencoba suatu produk tanpa harus langsung membelinya dalam ukuran aslinya. Ini sangat mirip dengan konsep sampel, tetapi biasanya berisi lebih banyak daripada ukuran sampel dan memungkinkan konsumen menguji apakah suatu produk cocok untuk kulitnya dengan menggunakannya beberapa kali. Tentu saja, karena jumlahnya lebih sedikit dibandingkan kemasan aslinya, maka harga yang ditawarkan akan lebih rendah. Selain harganya yang terjangkau, kosmetik “*share in jar*” menjadi tren terkini masyarakat Indonesia dalam beberapa tahun terakhir, karena mudah didapat melalui media *online* seperti *E-commerce* dan media sosial, serta penjualannya pun semakin meningkat di media *online* pada era industri 4.0.

Kemasan *share in jar* mengharuskan produk dikeluarkan dari kemasannya dan dipindahkan ke kemasan lain, sudah pasti ada kontak dengan udara, dan kemungkinan produk terkena kotoran menjadi lebih besar. Selain itu, jika mengambil isi produk dengan jari, ada risiko lebih besar terkena bakteri.

Adanya profesi *beauty influencer*, tren *makeup* pun semakin beragam. Sosok tersebut bertanggung jawab untuk mendorong pengikutnya di media sosial untuk mencoba berbagai produk riasan dan *skincare* yang dia yakini akan memberikan hasil positif. Pada saat yang sama, munculnya *trend make up share in jar* yang dimaksudkan agar wanita dapat mencoba sebuah produk *make up* atau *skin care* tanpa harus membeli kemasan asli yang besar.

Adanya *trend make up* ini yang semakin tinggi dikalangan masyarakat, maka tinggi pula tingkat penjualan *make up* sampai keluarnya jual beli *make up* dengan kemasan *share in jar*. Dalam islam sendiri, kegiatan ekonomi merupakan kegiatan yang penting untuk menunjang kebutuhan sehari-hari. Salah satu kegiatan ekonomi islam yang dilakukan oleh masyarakat yang bahkan ada sejak zaman dahulu adalah

⁴ Intan Puspita Sari, 2020, *Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kosmetika Share in jar Yang Tidak Memiliki Izin Edar*, (Skripsi: Universitas Negeri Semarang), hlm. 1-2

perdagangan atau bisa disebut juga dengan jual beli. Jual beli ini tentu saja memiliki aturan-aturan yang mesti dilakukan dan dihindari yang terdapat dalam fiqh mu'amalah yakni hukum perikatan (akad).⁵ Adapun penjelasan dari Sayyid Sabiq mengatakan bahwa jual beli merupakan pertukaran harta dengan harta atas dasar saling merelakan atau memindahkan milik dengan ganti yang dibenarkan.⁶

Dasar hukum dari jual beli ini terdapat dalam al-quran, yakni QS. Al-Baqarah ayat 275:⁷

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ مَوْعِظَةً مِّن رَّبِّهِ فَاذْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَن جَاءَهُ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.”⁸

Selain dalam surat al-baqarah, penjelasan jual beli terdapat dalam surat lain, yakni QS. An-Nisaa ayat 29, yakni:⁹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka

⁵ Nafa Amnu Rahma dan Ahmad Hafidh, 2021, *Sistem Share in jar Penjualan Online Pada Via Shop_234 Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jurnal: IAIN Surakarta), hlm. 163

⁶ Abdul Rahman Ghazaly dkk, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Prenadamedia, 2010), hlm. 67.

⁷ Ahmad Sarwat. 2018. *Fiqh Jual-Beli*. Jakarta Selatan: Rumah Fiqh Publishing. 6

⁸ Departemen Agama Ri. Al-Quran Tajwid & Terjemah (Bandung: Cv Penerbit Diponegoro, 2018). 47

⁹ Akhmad Farroh Hasan. 2018. *Fiqh Muammalah dari Klasik hingga Kontemporer (Teori dan Praktek)*. Malang: UIN-Maliki Press. 32

sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”¹⁰

Kedua ayat di atas berisi terkait diperbolehkannya melakukan jual beli dalam islam, begitu pula dalam praktik jual beli itu diperbolehkan dengan mengikuti syarat yang salah satunya telah tercantum dalam surat an-nisaa yakni dengan adanya ridha antara kedua belah pihak. Sedangkan dasar hukum dari diperbolehkannya jual beli yang ada dalam hadits, yakni salah satunya diriwayatkan oleh sunan abu daud no. 3000 kitab jual beli, yakni:¹¹

حَدَّثَنَا أَبُو الْوَلِيدِ الطَّيَالِسِيُّ حَدَّثَنَا شُعْبَةُ عَنْ قَتَادَةَ عَنْ أَبِي الْخَلِيلِ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ الْحَارِثِ عَنْ حَكِيمِ بْنِ حَزَامٍ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ النَّبِيعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَفْتَرَقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَّتْ الْبِرْكَةُ مِنْ بَيْعِهِمَا قَالَ أَبُو دَاوُدَ وَكَذَلِكَ رَوَاهُ سَعِيدُ بْنُ أَبِي عَرُوبَةَ وَحَمَّادٌ وَأَمَّا هَمَّامٌ فَقَالَ حَتَّى يَفْتَرَقَا أَوْ يَخْتَارَا ثَلَاثَ مَرَارٍ

“Telah menceritakan kepada kami Abu Al Walid Ath Thayalisi telah menceritakan kepada kami Syu'bah, dari Qatadah dari Abu Al Khalil dari Abdullah bin Al Harits dari Hakim bin Hizam bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Dua orang yang saling berjual beli memiliki khiyar (hak memilih) selama mereka belum berpisah. Apabila mereka jujur dan memberikan penjelasan (terus terang dalam muamalah mereka), maka mereka akan diberi berkah dalam jual beli mereka. Dan apabila mereka menyembunyikan kekurangan dan berdusta, maka berkah akan terhapus dari jual beli mereka." Abu Daud berkata; dan demikianlah hadits tersebut diriwayatkan oleh Sa'id bin Abu 'Arubah, dan Hammad. Adapun Hammam, ia berkata; hingga mereka berpisah, atau memilih tiga kali.” (HR. Abu Daud)¹²

Berdasarkan hadits diatas, pada dasarnya jual beli ini diperbolehkan selama tidak adanya unsur penipuan di dalamnya. Dan dalam praktik jual beli itu sendiri, para pelaku yang sedang melakukan transaksi diberikan hak memilih untuk melanjutkan

¹⁰ Departemen Agama Ri. Al-Quran Tajwid & Terjemah (Bandung: Cv Penerbit Diponegoro, 2018). 83

¹¹ Ahmad Sarwat. 2018. *Fiqih Jual-Beli*. Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing. 6-7

¹² <https://www.hadits.id/hadits/dawud/3000>

atau membatalkan transaksi tersebut selama para pelaku masih di tempat yang sama dan keduanya belum berpisah.

Seiring berjalannya waktu, jual beli ini mendapati perubahan diikuti dengan berzembangnya zaman dan majunya teknologi dari masa ke masa. Selain jual beli yang dilakukan langsung dengan mengunjungi toko, sekarang ada yang Namanya jual beli *online*. Jual beli *online* (*E-commerce*) adalah pembelian, penjualan, dan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik yang dilakukan secara elektronik, termasuk transfer dana, pertukaran dan pendataan.¹³ Saat berjualan *online*, konsumen tentu lebih memilih membeli barang dari jarak jauh, meski harganya mungkin berbeda dibandingkan membeli langsung di toko karena ada biaya tambahan seperti pengemasan, administrasi, dan biaya pengiriman. Meski harganya mungkin lebih mahal, namun masyarakat menikmati jual beli *online* ini. Keunggulan *E-commerce* adalah dapat diperluas ke seluruh dunia, dan dengan berkembangnya masyarakat menjadi terbiasa dengan keberadaan toko *online*.

Faktor-faktor yang mempengaruhi berkembangnya *e-commerce* atau jual beli *online* adalah:¹⁴

1. *E-commerce* menawarkan peluang untuk menjangkau lebih banyak pelanggan, dan informasi selalu terkini dan terus-menerus.
2. *E-commerce* mendorong kreativitas penjual dalam menyebarkan informasi yang dikirimkan secara rutin dengan cepat dan akurat.
3. *E-commerce* meningkatkan efisiensi waktu dan menyediakan informasi yang murah dan berguna.
4. *E-commerce* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang cepat, mudah, aman, dan akurat.

Jual beli *online* disebut juga jual beli salam dalam Islam. Jual beli salam dapat diartikan sebagai jual beli yang harga beli diserahkan disaat akad dibuat dan barang yang diserahkan di kemudian hari, dengan hanya memperhatikan standar, ukuran, jenis dan tempat penyerahan hanya kriteria, ukuran, jenis dan

¹³ Jonny Wong, *Internet Marketing For Beginer I*, (Jakarta: Kompas Gramedia, 2010), hlm. 23

¹⁴ Aan Handriani, 2020, *Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Transaksi Jual Beli Online*, (Jurnal: Universitas Pamulang), hlm. 128

tempat penyerahan. Tanggal pengiriman dan ketentuan lainnya dijelaskan pada saat akan dibuat. Jual beli salam diperbolehkan dalam fiqh muamalah tidak adanya unsur kecurangan. Para ulama mengeluarkan aturan jual beli salam yaitu Fatwa DSN-MUI No. 5 Tahun 2000 tentang jual beli salam.

Berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 5 Tahun 2000 tentang jual beli salam, berisi terkait hal-hal yang menjadi syarat dalam melakukan transaksi jual beli salam, salah satunya dalam ketentuan barang yang diperjualbelikan mesti jelas dalam spesifikasinya. Jika dalam jual beli tersebut tidak adanya kejelasan dalam spesifikasinya, maka dalam jual beli tersebut terdapat unsur gharar di dalamnya.

Jenis jual beli yang mengandung unsur gharar adalah Jual beli majhul. Jual beli majhul merupakan jual beli barang yang tidak diketahui secara pasti kualitas, jenis, spesifikasi, dan kuantitasnya. Misalnya saja menjual handphone tanpa menjelaskan jenisnya, atau menjual sepeda motor tanpa menjelaskan merknya. Jual beli ini dilarang karena mengandung gharar (tidak jelas, tidak pasti barang apa yang ingin dibeli). Jual beli majhul yang dilarang adalah jual beli yang dapat menimbulkan pertentangan (*munaza'ah*) antara pembeli dan penjual. Hukum jual belinya menjadi fasid. Apabila derajat majhulnya rendah dan tidak menimbulkan konflik, maka jual beli itu sah (tidak fasid), karena ketidaktahuan ini tidak menghalangi penyerahan dan penerimaan barang. Dengan demikian, tentu jual beli tercapai. Ulama Hanafiyah menyatakan bahwa takaran unsur majhul itu diserahkan sepenuhnya kepada “urf yang berlaku untuk pedagang. Kemajhulan dapat dikaitkan tidak hanya dengan barang yang dibeli, tetapi juga dengan harga dan nilai tukar. Misalnya nilai tukar tersebut palsu dan penjual tidak mengetahui bahwa nilai tersebut mengandung unsur-unsur palsu.

Sebagaimana halnya dengan jual beli yang memerlukan rukun sebagai komponen pokok dan syarat sebagai komponen substansial, maka jual beli dapat batal demi hukum tanpa adanya kedua unsur tersebut¹⁵ Rukun dan syarat jual beli menurut jumhur ulama adalah sebagai berikut:

¹⁵ Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Depok: Rajawali Pers, 2019), hlm. 25.

1. Pihak yang bertransaksi yakni pihak penjual dan pembeli. Dalam melakukan suatu transaksi, masing-masing pihak harus berakal, *mumayiz* dan pihak yang melakukan transaksi harus melakukannya atas kemauannya sendiri dan tidak boleh berada di bawah paksaan pihak lain.
2. *Shigat (Ijab dan Qabul)*, dalam pelaksanaannya ijab kabul harus jelas maksudnya, antara ijab dan kabul harus sesuai dan tidak diselingi kata-kata lain dan bersambung.
3. *Ma'qud 'Alaih* (barang yang dijual), barang tersebut tidak boleh mengandung najis yang dilarang oleh Allah SWT, mempunyai manfaat yang diharamkan menurut syariat, telah dimiliki penjual, dapat diserahkan pada pembeli, spesifikasi dan harga barang jelas.

Berdasarkan syarat jual beli di atas, tentu saja penjual tidak boleh melakukan tindak penipuan terhadap konsumennya. Namun seringkali ada saja penjual yang tidak bisa dipercaya dalam menangani transaksi penjualan. Ada beberapa penjual yang menipu pembeli dengan produknya. Begitu pula dengan jual beli online yang terjadi saat ini. Bentuk Penipuan online ini sebenarnya lebih umum terjadi pada penjual yang tidak dapat dipercaya, seperti barang yang di beli tidak sesuai deskripsi, barang yang diterima cacat, barang tidak sampai dalam jangka waktu yang telah ditentukan, atau barang tidak benar-benar sampai ke pembeli, bahkan ada penjual yang menukar barang yang asli dengan barang mainan.

Berdasarkan penjelasan terhadap praktik jual beli di atas, maka sebagai penguatan atas penelitian tersebut perlu ditindak lanjuti dengan mengangkat judul **“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Jual Beli *Make Up Kemasan Share in jar* Di Aplikasi Shopee”**.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Dalam era digital saat ini, teknologi telah membawa perubahan besar dalam aspek ekonomi, terutama dalam jual beli *online* melalui *e-commerce*. Meskipun memberikan kemudahan dalam interaksi antara penjual dan pembeli, tetapi juga menimbulkan masalah seperti ketidaksesuaian barang dengan deskripsi, barang cacat, dan keterlambatan pengiriman. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji

praktik jual beli *make up* kemasan *share in jar* secara *online* dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka pertanyaan penelitian ini terdiri dari:

1. Bagaimana mekanisme praktik jual beli *make up* kemasan *share in jar* di aplikasi shopee?
2. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik jual beli *make up* kemasan *share in jar* di aplikasi shopee?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan terkait rumusan masalah di atas, maka tujuan dari adanya penelitian ini, yakni:

1. Untuk mengetahui mekanisme praktik jual beli *make up* kemasan *share in jar* di aplikasi shopee.
2. Untuk mengetahui tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik jual beli *make up* kemasan *share in jar* di aplikasi shopee.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan ini terdapat dua manfaat, yakni:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan serta meningkatkan wawasan dalam bidang teknologi yang berkembang saat ini yang berhubungan dengan praktik jual beli *make up* dalam kemasan *share in jar* yang ditinjau dari pandangan hukum ekonomi syariah. Khususnya bagi para pihak yang melakukan jual beli produk kemasan *share in jar* agar lebih memahami praktek jual beli yang baik dan benar sesuai dengan hukum ekonomi syariah.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan khususnya bagi masyarakat umum dalam memahami tata cara jual beli *make up* kemasan *share in jar*. Dan juga untuk memastikan

bahwa pelaku usaha mampu memenuhi kewajibannya sesuai dengan peraturan yang ada dan sesuai syariat islam.

E. Penelitian Terdahulu

Penulis melakukan tinjauan awal literatur yang relevan dengan masalah yang akan diteliti sebelum memulai penelitian.

Diantaranya:

1. Skripsi yang ditulis oleh Sannia Faisal Balweel (UIN Sunan Gunung Djati Bandung) yang ditulis tahun 2022, yang melakukan penelitian tentang Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Produk Kosmetik Ilegal Melalui Marketplace Menurut Hukum Ekonomi Syari'ah. Dalam penelitian ini, Penulis memberikan penjelasan tentang inisiatif perlindungan konsumen di pasar, alasan di balik hukum ekonomi syariah, dan pembelian dan penjualan kosmetik ilegal. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pembelian dan penjualan barang secara online setara dengan jual beli salam, bahwa ada beberapa perlindungan hukum bagi konsumen dalam bentuk kebijakan pengembalian barang dan pengembalian uang, dan bahwa pembelian dan penjualan kosmetik ilegal secara online jelas bertentangan dengan hukum dan tidak diizinkan dalam Islam.¹⁶

Fokus penelitian sebelumnya adalah melindungi konsumen dari penjualan dan pembelian kosmetik terlarang; Studi ini berbeda dari yang sebelumnya dalam hal ini. Sementara itu, penelitian ini berfokus pada bagaimana *makeup* kemasan *share-in-jar* dibeli dan dijual dalam kaitannya dengan hukum ekonomi syariah.

2. Skripsi yang ditulis oleh Ismiatul Qomariyah Syamu (UIN Maulana Malik Ibrahim Malang) yang ditulis pada tahun 2017, dengan judul Jaminan Originalitas Produk Skincare Kemasan Share in jar Di Online Shop Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Masalah penelitian ini berpusat pada bagaimana konsumen memandang *skincare* yang dikemas dalam wadah kecil

¹⁶ Sannia Faisal Balweel, "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Produk Kosmetik Ilegal Melalui Marketplace Menurut Hukum Ekonomi Syari'ah", 2022, (Skripsi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).

ketika mereka membeli dan menjualnya secara *online*, serta bagaimana kurangnya jaminan orisinalitas produk dalam kemasan *share-in-jar* mempengaruhi akses konsumen ke perlindungan hukum. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen tidak memiliki kekhawatiran terhadap orisinalitas suatu produk atau perlindungannya berdasarkan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menurut tanggapan kuesioner yang diberikan kepada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2017 Hukum Ekonomi Syariah.¹⁷

Penelitian ini berbeda dari yang sebelumnya karena objek penelitian dan metode pengumpulan data berbeda. Peneliti sebelumnya menggunakan *skincare* sebagai objek penelitian dan mengumpulkan data melalui kuesioner, sedangkan penelitian ini menggunakan *makeup* sebagai objek penelitian dan memperoleh data melalui wawancara subjek.

3. Skripsi yang ditulis oleh Dita Dwi Lestari (IAIN Purwokerto) yang ditulis pada tahun 2020, dengan judul penelitian Pandangan Hukum Islam Atas Penjualan Kosmetik Dengan Sistem *Share in jar* Di Toko Kosmetik Cantiqcute Purwokerto. Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana hukum Islam memandang kosmetik yang diperdagangkan di toko kosmetik Cantiqcute Purwokerto dan bagaimana praktik jual beli menggunakan sistem *share-in-jar*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa praktik jual beli ini dilakukan secara offline di toko kosmetik dengan membeli barang yang sudah dikemas dalam wadah kecil sehingga pelanggan tidak perlu menunggu produk. Selain itu, jual beli diizinkan oleh hukum Islam karena mereka mematuhi pedoman dan norma-norma perdagangan Islam; Namun, karena produk selalu dikemas dalam wadah baru dan tanpa mencantumkan tanggal kadaluarsanya, maka jual beli ini dilarang dalam hal manfaat dan mudhorot.¹⁸

¹⁷ Ismiatul Qomariyah Syamu, "*Jaminan Originalitas Produk Skincare Kemasan Share in jar Di Online Shop Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen*", 2017 (Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)

¹⁸ Dita Dwi Lestari, "*Pandangan Hukum Islam Atas Penjualan Kosmetik Dengan Sistem Share in jar Di Toko Kosmetik Cantiqcute Purwokerto*", 2020 (Skripsi, IAIN Purwokerto)

Penelitian yang akan dipelajari berbeda dari penelitian sebelumnya karena berfokus pada lokasi; penelitian sebelumnya meneliti penerapan hukum Islam terhadap praktik jual beli barang dalam kemasan kecil melalui toko offline, sedangkan penelitian ini menggunakan toko online dan meneliti penerapan hukum ekonomi syariah.

4. Skripsi yang ditulis oleh Diah Ayu Retno Bidari (IAIN Tulungagung) yang ditulis pada tahun 2020 dengan judul penelitian Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi *Share in jar* Dalam Pemasaran Kosmetik (Studi Kasus Produk Nature Republic Aloe Vera di Khoyiir Store Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara strategi *share in jar* dalam pemasaran dengan volume penjualan produk kosmetik Nature Republic Aloe Vera di Toko Khoyiir di Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung. Secara khusus, penelitian ini akan memeriksa hubungan itu berdasarkan etika bisnis Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam strategi *share in jar*, penjual membeli produk asli dan kemudian membaginya menjadi kemasan yang lebih kecil yang lebih mudah dibawa dengan harga yang lebih murah. Penjual kosmetik menggunakan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan *e-commerce* seperti Shopee untuk meningkatkan penjualan produk mereka. Dalam kasus Toko Khoyiir di Tulungagung, produk yang dijual dalam kondisi baik, tetapi setelah dikemas dalam wadah baru, tidak jelas spesifikasi produk dan proses sterilisasi yang digunakan dalam pengemasannya. Karena kosmetik *share in jar* dikhawatirkan melebihi batas kadaluarsa dan kesterilisasi dalam pengemasan, jual belinya tidak diperbolehkan.¹⁹

Studi sebelumnya berfokus pada strategi volume penjualan dan menggunakan Nature Republic Aloevera, sedangkan penelitian ini berfokus pada perspektif hukum ekonomi syariah dengan menggunakan *make up* sebagai objeknya.

¹⁹ Diah Ayu Retno Bidari, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi *Share in jar* Dalam Pemasaran Kosmetik (Studi Kasus Produk Nature Republic Aloe Vera di Khoyiir Store Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung)", 2020 (Skripsi, IAIN Tulungagung)

5. Artikel yang ditulis oleh Edi Wahjuni, Firman Floranta Adonara dan Etik Kurniawati (Universitas Jember) pada tahun 2023 dengan judul Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penggunaan Produk Kosmetik Dengan Sistem *Share in jar*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, pertama-tama, konsumen yang mengalami kerugian mendapatkan perlindungan eksternal, seperti yang diatur dalam Pasal 196 dan 197 Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan. Kedua, berdasarkan Pasal 45 UUPK, konsumen yang mengalami kerugian dapat melakukan penyelesaian dalam dua cara, yaitu melalui jalur pengadilan (litigasi) dan jalur luar pengadilan (non litigasi).²⁰

Fokus penelitian ini hanya pada tinjauan hukum ekonomi syariah, sedangkan penelitian sebelumnya berkonsentrasi pada UUPK.

6. Artikel yang ditulis Afief El Ashfahany, Tegar Abi Aufan, Muliadi (Universitas Muhamadiyah Surakarta) pada tahun 2022 dengan judul *Analysis of Share in jar Practice, Positive Law VS Islamic Law Perspective*. Penelitian menunjukkan bahwa praktik *share in jar* berbahaya bagi konsumen dan pemilik merk karena melanggar UUPK, tidak memenuhi syarat CPKB, dan memiliki unsur *gharar* yang menyebabkan mudharat yang lebih besar. Oleh karena itu, praktik ini harus dihindari.²¹

Perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah bahwasanya penelitian terdahulu berfokus terhadap UUPK sedangkan penelitian ini hanya berfokus terhadap tinjauan hukum ekonomi syariah.

Hasil pemaparan diatas menunjukkan bahwa judul skripsi yang diajukan tidak sama dengan karya ilmiah sebelumnya. Penulis akan mengkaji praktik jual beli make up dengan kemasan *share in jar* yang dilakukan secara online melalui aplikasi Shopee dari sudut pandang hukum ekonomi syariah.

²⁰ Edi Wahjuni, Firman Floranta Adonara dan Etik Kurniawati, 2023, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penggunaan Produk Kosmetik Dengan Sistem Share In Jar*, Jember: Jurnal rechtens Vol 12 No. 2.

²¹ Afief El Ashfahany, Tegar Abi Aufan, Muliadi, 2022, *Analysis of Share in Jar Practice, Positive Law VS Islamic Law Perspective*, Surakarta: Jurnal ICIEIFIL

F. Kerangka Berpikir

Muamalah menurut Bahasa berasal dari kata *معاملة - يعامل - عامل* dengan timbangan (*wazan*) *مفاعل - مفاعلة* yang berarti berinteraksi dalam jual beli atau hal lainnya.²² Namun menurut definisi Prof. Ali Fikri, muamalah merupakan ilmu yang mengatur pertukaran harta dengan harta dan manfaat diantara manusia dengan cara pertukaran dan komitmen (mengikat sesuatu).²³ Sedangkan menurut madzhab Syafi’I, muamalah adalah bagian dari fikih mengenai masalah duniawi selain perkawinan dan hukuman, yaitu hukum yang mengatur hubungan manusia dengan manusia dan lingkungannya dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup.²⁴

Berdasarkan pengertian muamalah secara istilah, Ibnu Abidin membagi muamalah menjadi 5 bagian, yaitu:²⁵

1. *Mu’awadah Maliyah* (transaksi keuangan)
2. *Munakahat* (hukum pernikahan)
3. *Mukhasamat* (pertikaian)
4. *Amanat*
5. *Tirkah* (warisan)

Alasan dilakukannya pembagian dari muamalah adalah karena topik pembahasan pada masing-masing bidang sangat berbeda dan penelitian pada suatu bidang tidak sesuai dengan bidang lainnya.

Sumber hukum yang membahas terkait fikih muamalah ini tercantum dalam Qs. Al-Baqarah ayat 188:²⁶

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخِلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ
وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

²² Rahmat Hidayat, Lc., M.H.I., 2022, *Fikih Muamalah: Teori Dan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah*, Medan: CV. Tungga Esti, Hal. 3

²³ Rahmat Hidayat, Lc., M.H.I., 2022, *Fikih Muamalah: Teori Dan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah*, Medan: CV. Tungga Esti, Hal. 6

²⁴ Hariman Surya Siregar dan Koko Khoerudin, 2019, *Fikih Muamalah: Teori Dan Implementasi*, Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, Hal. 5

²⁵ Rahmat Hidayat, Lc., M.H.I., 2022, *Fikih Muamalah: Teori Dan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah*, Medan: CV. Tungga Esti, Hal. 7

²⁶ Departemen Agama Ri. Al-Quran Tajwid & Terjemah (Bandung: Cv Penerbit Diponegoro, 2018). 29

“Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.”

Sedangkan dalam qawaid fiqih terkait muamalah adalah sebagai berikut:²⁷

الصل في المعاملات الباحة ال أن يدل دلي على تحريمها

“Pada pokoknya semua muamalah boleh dilakukan, terkecuali ada dalil yang menunjukkan atas keharamannya.”

Setiap umat Islam berhak melakukan kegiatan ekonomi secara bebas, asalkan ia mematuhi kaidah fiqih di atas. Sepanjang bukan merupakan bentuk kegiatan yang dilarang atau mengandung unsur-unsur yang dilarang.

Menurut Ali Fikri dalam kitab *al-Mu'amalah al-Maddiyah wa al-Adabiyah* menjelaskan bahwa ruang lingkup muamalah terbagi menjadi 2 bagian, yaitu:²⁸

1. Al-Mu'āmalah al-Māddīyah adalah muamalah yang mengkaji objek transaksi. Hal inilah yang menyebabkan sebagian ulama berpendapat bahwa al-Mu'āmalah al-Māddīyah adalah muamalah yang bersifat kebendaan karena salah satu unsur muamalah adalah benda, baik benda halal, haram dan syubhat. Begitu juga sifat-sifat lain dari benda tersebut sehingga dapat mempengaruhi keabsahan sebuah transaksi. Maksud dari aturan ini, bahwa dalam memenuhi kebutuhan yang sifatnya kebendaan, seperti jual-beli (*al-bai'*), tidak hanya sekedar untuk mendapatkan keuntungan (*profit*) saja, tetapi aturan mainnya juga harus sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan syara'.
2. Al-Mu'āmalah al-Adabīyah adalah muamalah yang ditinjau dari aspek adab dan tata aturan transaksi. Kejujuran, amanah, kejelasan, dan tidak adanya paksaan merupakan alat yang mempunyai pengaruh besar terhadap keberhasilan dan efektivitas transaksi. Hal ini dapat digolongkan menjadi hak dan kewajiban para pihak yang bertransaksi.

²⁷ Fathurrahman Azhari, 2015, *Qawaid Fiqhiyyah Muamalah*, Banjarmasin: LPKU, Hal. 135

²⁸ Rahmat Hidayat, Lc., M.H.I., 2022, *Fikih Muamalah: Teori Dan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah*, Medan: CV. Tungga Esti. hal. 8

Pada pembahasan ini berfokus kepada *al-Mu'amalah al-Madiyah*, karena dalam pembahasannya meliputi:²⁹

1. Jual beli (*al-bay' al-tijarah*)
2. Syirkah (perkongsian)
3. Mudarabah (kerjasama)
4. Rahn (gadai)
5. Kafalah dan dhaman (jaminan dan tanggungan)
6. Utang Piutang
7. Hiwalah (pemindahan utang)
8. Sewa Menyewa (ijarah)
9. Upah
10. Syuf'ah (gugatan)
11. Qiradh (memberi modal)
12. Ji'alah (sayembara)
13. Ariyah (pinjam meminjam)
14. Wadi'ah (titipan)
15. Musyaraqah
16. Muzara'ah dan mukhbarah
17. Riba
18. Beberapa permasalahan kontemporer (asuransi, bank, dan lain-lain)
19. Ihyaulmawat
20. Wakalah

Berdasarkan penjelasan mengenai *muamalah al-madiyah* ini, akan berfokus terhadap jual beli atau yang disebut dengan *al-bay' al-tijarah*. Jual beli artinya menukarkan sesuatu dengan sesuatu, yaitu menukarkan uang dengan barang. Jual beli menurut Bahasa berasal dari kata *ba'i* yang berarti tukar menukar.³⁰ Adapun pengertian jual beli secara *terminology* adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang memiliki nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak,

²⁹ Hariman Surya Siregar dan Koko Khoerudin, 2019, *Fikih Muamalah: Teori Dan Implementasi*, Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, Hal. 11

³⁰ Hariman Surya Siregar dan Koko Khoerudin, 2019, *Fikih Muamalah: Teori Dan Implementasi*, Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, hal. 111

yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau peraturan yang telah dibenarkan *syara'* dan disepakati.³¹

Jual beli dilihat dari aspek hukum, maka hukumnya adalah mubah kecuali jual beli yang dilarang oleh *syara'*. Adapun dasar hukum dari jual beli ini tercantum dalam al-quran, yakni Qs. Al-Baqarah ayat 275:³²

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا
إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلَ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا
سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”

Pada dasarnya jual beli diperbolehkan dalam islam dengan mengikuti ketentuan yang telah diatur oleh Allah Swt. Salah satu syarat sah nya jual beli tersebut adalah dengan tidak adanya unsur gharar didalamnya. Gharar merupakan bentuk keraguan, tipuan, atau Tindakan yang bertujuan untuk merugikan orang lain.

Larangan terhadap transaksi gharar didasarkan kepada larangan Allah Swt atas pengambilan harta atau hak milik orang lain dengan cara yang tidak dibenarkan (bathil). Menurut Ibnu Taimiyah di dalam gharar terdapat unsur memakan harta orang lain dengan cara bathil.³³ Dalam hal ini Ibnu Taimiyah menyandarkan pada firman Allah Swt, yaitu:³⁴

³¹ Akhamad Farroh Hasan, 2018, *Fiqh Muamalah dari Klasik hingga Kontemporer*, Malang: UIN Maliki Press, Hal. 30

³²Departemen Agama Ri. Al-Quran Tajwid & Terjemah (Bandung: Cv Penerbit Diponegoro, 2018). 47

³³ Nadzratuzzaman hosen, 2009, *Analisis Bentuk Gharar dalam Transaksi Ekonomi*, Jakarta: Jurnal Al-Iqtishad Vol 1 No 1, 55.

³⁴ Departemen Agama Ri. Al-Quran Tajwid & Terjemah (Bandung: Cv Penerbit Diponegoro, 2018). 29

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ
وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

"Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui."

Rasulullah Saw. juga telah melarang jual beli gharar berdasarkan pada hadis berikut:

حَدَّثَنَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ مَسْلَمَةَ حَدَّثَنَا مَالِكٌ عَنْ نَافِعٍ عَنِ ابْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ نَهَى النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ النَّجْشِ

"Telah menceritakan kepada kami 'Abdullah bin Maslamah telah menceritakan kepada kami Malik dari Nafi' dari Ibnu 'Umar radliallahu 'anhuma berkata; Nabi shallallahu 'alaihi wasallam melarang dari menambahkan harga barang dagangan yang mengandung unsur penipuan terhadap orang lain." (HR. Bukhari)³⁵

Semakin berkembangnya zaman dan juga kemajuan teknologi, jual beli saat ini telah mengalami perubahan yang memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli. Jual beli ini disebut dengan jual beli *online*, dimana penjual dan pembeli tidak harus bertemu di satu tempat untuk melakukan transaksi. Jual beli *online* juga merupakan praktek jual beli model baru yang belum ditemukan pada masa Rasulullah SAW, sahabat, *tabi'in*, dan *tabi'ut tabi'in*.

Dalam pembagian jual beli, jual beli *online* dapat dikategorikan kedalam jual beli tidak tunai.³⁶ Pada prakteknya dalam sistem jual beli *online*, ketika terjadi kesepakatan antara kedua belah pihak, penjual dan pembeli, biasanya penjual meminta untuk dilakukan pembayaran, setelah itu barulah barang yang dipesan akan dikirimkan. Jual beli *online* ini dilakukan pada sebuah *E-commerce*. *Electronic commerce* atau *E-commerce* ini merupakan proses pembelian, penjualan,

³⁵ Evan Hamzah Muchtar, *Muamalah Terlarang: Maysir Dan Gharar*, Vol. 18, Jurnal Asy-Syukriyyah, Oktober 2017, hlm. 86

³⁶ Holilur Rohman, 2020, *Hukum Jual Beli Online (Pendekatarn Fiqh Muamalah, Kaidah Fiqh, Usul Fiqh, Maqasid al-syariah, Hasil Bahsul Masa'il, dan Fatwa DSN-MUI)*, Madura: CV. Duta Media, Hal. 17

mentransfer atau bertukar produk, jasa atau informasi melalui jaringan komputer melalui Internet.³⁷

Salah satu *E-commerce* yang ada saat ini salah satunya adalah shopee. Shopee merupakan situs elektronik komersial yang berpusat di Singapura yang dimiliki oleh Sea Limited yang didirikan pada tahun 2015 oleh Christ Feng dan Forrest Li.³⁸ Shopee ini pada bisnisnya menggunakan B2C (*Business to Customer*), yakni penjualan produk atau jasa secara langsung dari bisnis ke konsumen akhir atau *end user*.

Salah satu *trend* yang terjadi dikalangan pebisnis saat ini, yakni penjualan produk dengan menggunakan kemasan *share in jar*. *Share in jar* merupakan istilah untuk menyebut produk yang dibagi-bagi (*share*) ke dalam (*in*) wadah (*jar*) yang lebih kecil. Keuntungan para konsumen dari adanya *share in jar* ini salah satunya adalah harga yang dijual oleh penjual ini lebih murah dibandingkan dengan harga asli dari produk tersebut.



³⁷ Mahir Pradana, 2015, *Klasifikasi Bisnis E-commerce Di Indonesia*, Universitas Telkom, Jurnal MODUS Vol. 27 (2), Hal. 165

³⁸ Gatot Suhendra dan Iwan Krisnadi, tth, *Kekuatan Shopee Sbagai E-commerce Terpopuler Di Indonesia Saat Ini*, Jakarta: Universitas Mercu Buana, hal. 1

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir

