

**PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI *SKINCARE SHARE*  
*IN JAR* YANG MENGABAIKAN HAK-HAK KONSUMEN PERSPEKTIF  
IBNU TAIMIYAH  
(Studi Kasus Pengguna *Skincare Share in Jar* di Aplikasi Shopee)**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**ANINDYKA SEKAR HUTAMI**  
**NIM: 24.15.3.074**



**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2021 M/ 1443 H**

**PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI *SKINCARESHARE*  
IN JAR YANG MENGABAIKAN HAK-HAK KONSUMEN PERSPEKTIF  
IBNU TAIMIYAH**

**(Studi Kasus Pengguna *Skincare Share in Jar* di Aplikasi Shopee)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Dalam Ilmu Syari'ah Pada  
Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah)

**OLEH:**

**ANINDYKA SEKAR HUTAMI**  
**NIM: 24.15.3.074**



**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2021 M/ 1443 H**

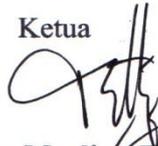
## PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli *Skincare Share in Jar* Yang Mengabaikan Hak-Hak Konsumen Perspektif Ibnu Taimiyah (Studi Kasus Pengguna *Skincare Share in Jar* di Aplikasi Shopee) telah dimunaqasyah kan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sumatera Utara, pada tanggal 23 Agustus 2021.

Skripsi telah diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (SH) pada Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah).

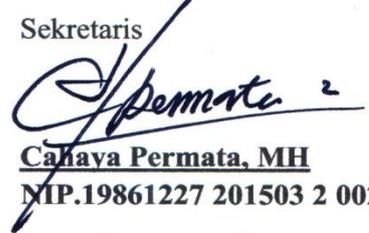
Medan, 23 Agustus 2021  
Panitia Sidang Munaqasyah  
Skripsi Fakultas Syari'ah  
Dan Hukum UIN-SU Medan

Ketua



**Dr. Tetty Marlina Tarigan, M.Kn**  
NIP.19770127 200710 2 002

Sekretaris



**Cahaya Permata, MH**  
NIP.19861227 201503 2 002



**Dra. Laila Rohani, M.Hum**  
NIP.19640916 198801 2 002

Anggota-Anggota



**Mar'ie Mahfudz Hrp, MH**  
NIP.19950321 201903 1 009



**Dr. Tetty Marlina Tarigan, M.Kn**  
NIP.19770127 200710 2 002



**Dr. Sahmiati Pulungan, M.Ag**  
NIP.19591015 199703 2 001

Mengetahui  
Dekan Fakultas Syari'ah dan  
Hukum UIN SU Medan

**Dr. H. Ardiansyah, Lc, M.Ag**  
NIP. 19760216 200212 1 002

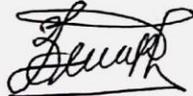
**PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI *SKINCARE*  
DENGAN SISTEM *SHARE IN JAR* PERSPEKTIF IBNU TAIMIYAH  
(Studi Kasus Pengguna Skincare Share in Jar di Aplikasi Shopee)**

Oleh:

ANINDYKA SEKAR HUTAMI  
NIM. 24.15.3.074

Menyetujui

PEMBIMBING I



Dra. Laila Rohani, M.Hum  
NIP. 19640916 198801 2 002

PEMBIMBING II



Mar'ie Mahfudz Harahap, MH  
NIP. 19950321 201903 1 009

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas Syariah dan Hukum



Tetty Marlina Tarigan, M.Kn  
NIP. 19770127 20071 02 002

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anindyka Sekar Hutami  
Nim : 24153074  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : **PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI *SKINCARE SHARE IN JAR* YANG MENGABAIKAN HAK-HAK KONSUMEN PERSPEKTIF IBNU TAIMIYAH (Studi Kasus Pengguna *Skincare Share in Jar* di Aplikasi Shopee)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul di atas adalah hasil karya saya, kecuali kutipan-kutipan di dalamnya yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 24 Juni 2021  
Yang Membuat Pernyataan

**Anindyka Sekar Hutami**  
**NIM 24.15.3.074**

## IKHTISAR

Skripsi ini berjudul “Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli *Skincare Share in Jar* Yang Mengabaikan Hak-Hak Konsumen Perspektif Ibnu Taimiyah (Studi Kasus Pengguna *Skincare Share in Jar* di Aplikasi Shopee)”. *Share in jar* adalah membagi isi sebuah produk ke dalam beberapa kemasan kecil. Sistem *share in jar* mengharuskan produk untuk dikeluarkan dari kemasan asal kemudian dipindahkan ke kemasan lain. Adapun permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana praktik jual beli *skincare share in jar* di aplikasi Shopee, bagaimana peran pemerintah melindungi konsumen dalam jual beli *skincare share in jar* tersebut, serta bagaimana pandangan Ibnu Taimiyah tentang perlindungan konsumen dalam jual beli *skincare share in jar* tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana praktik jual beli *skincare share in jar* di aplikasi Shopee, mengetahui bagaimana peran pemerintah dalam melindungi konsumen dalam jual beli *skincare share in jar*, serta mengetahui pandangan Ibnu Taimiyah mengenai perlindungan konsumen dalam jual beli *skincare share in jar*. Penelitian yang penulis lakukan merupakan penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk memperoleh data atau informasi sesuai dengan keadaan di lapangan. Metode pengolahan bahan hukum dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif, yang kemudian disimpulkan dengan menggunakan logika berfikir deduktif. Adapun hasil penelitian menunjukkan dalam praktik jual beli *skincare share in jar* di aplikasi shopee, penjual banyak yang tidak memberikan informasi seperti tanggal kadaluwarsa dan komposisi bahan terkait produk *skincare share in jar* yang di jual. Beberapa penjual bahkan menjual produk *skincare share in jar* palsu, yang ditandai dengan perbedaan taktur, aroma serta warna dari produk asli. Upaya yang dilakukan pemerintah untuk melindungi konsumen dalam jual beli *skincare share in jar* ini adalah dengan melakukan pengawasan. Pemerintah melalui BPOM juga mengeluarkan peraturan terkait kriteria produk *skincare* yang boleh beredar di pasaran. Selain itu, pemerintah juga mengeluarkan UU Perlindungan Konsumen yang mengatur tentang hak dan kewajiban bagi pelaku usaha dan konsumen. Pandangan Ibnu Taimiyah tentang perlindungan konsumen dalam jual beli *skincare share in jar* ini adalah larangan bagi pelaku usaha untuk menyembunyikan kecacatan pada produk yang di jual, serta mengharuskan bagi pelaku usaha untuk memberikan informasi secara jujur dan sesuai mengenai produk yang di jual. Maka dapat disimpulkan bahwa praktik jual beli *skincare share in jar* di aplikasi Shopee ini tidak sesuai pelaksanaannya dengan ketentuan dari Ibnu Taimiyah.

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum wr.wb.

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah *subhanahu wa ta'ala* karena limpahan rahmat dan inayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli *Skincare Share in Jar* Yang Mengabaikan Hak-Hak Konsumen Perspektif Ibnu Taimiyah (Studi Kasus Pengguna *Skincare Share in Jar* di Aplikasi Shopee).” Shalawat beriring salam senantiasa tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wassalam*, yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang seperti saat ini. Semoga kita diberikan syafaat Nya di hari akhir nanti.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu penulis baik secara materiil maupun immaterial. Oleh karena itu, sudah sepantasnya pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Syahrin Harahap, M.A, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara beserta para wakil rektor.
2. Bapak Dr. Ardiansyah, Lc, M.Ag, Bapak Dr. Sudirman Suparmin, Lc, M.Ag, Bapak Dr. Amar Adly, Lc, M.Ag, dan Bapak Dr. Arifuddin

MudaHarahap, M.Hum, selaku Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sumatera Utara.

3. Ibunda Tetty Marlina Tarigan, M.Kn, selaku Ketua Jurusan Muamalah dan Ibunda Cahaya Permata, M.H. selaku Sekretaris Jurusan Muamalah.
4. Ibunda Dra. Laila Rohani, M.Hum, selaku Pembimbing I dan Bapak Mar'ie Mahfudz Harahap, M.H. selaku Pembimbing II yang telah bersedia memberikan arahan serta bimbingan untuk kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen, Staf Akademik dan Administrasi di lingkungan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sumatera Utara.
6. Terkhusus kepada orang tua penulis Bapak Supardiyono dan Ibu Nur Aisyah yang sudah dengan sabar mendidik serta membesarkan penulis dari kecil hingga sekarang dan tidak lupa juga selalu memberikan doa serta dukungan kepada penulis sehingga akhirnya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk Aysha Almahyra, putri tercinta yang sudah menjadi penyemangat dan menjadi alasan bagi penulis untuk bisa menyelesaikan pendidikan ini.
8. Dan terima kasih kepada kedua adik kandung penulis Hafiz Aryo Ramadhani dan Dimas Fikri Haikal yang sudah memberikan dukungan serta pengertian yang besar kepada penulis selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada kawan-kawan seperjuangan yaitu Muamalah B Stambuk 2016 yang sudah menerima kehadiran saya dengan baik di kelas, terkhusus kepada sahabat-sahabat saya Syahrini Harahap, SH, Luthfiah Wahid, Dilla

Vhoenna Poyangbi yang sudah bersedia menjadi tempat berkeluh kesah bagi penulis dan juga selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis.

10. Terima kasih kepada seluruh narasumber dan pihak-pihak terkait yang sudah bersedia meluangkan waktu nya untuk membantu penulis hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, maka dengan senang hati dan dengan tangan terbuka penulis menerima kritik dan masukan yang membangun agar penulis lebih baik lagi dimasa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dari pihak-pihak yang sudah memberikan bantuan, doa dan dukungan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada umum nya.

Medan, Juni 2021  
Penulis

**ANINDYKA SEKAR HUTAMI**  
**NIM. 24.15.3.074**

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>IKHTISAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Landasan Teori .....	8
F. Kajian Pustaka .....	9
G. Hipotesis .....	11
H. Metode Penelitian .....	10
I. Sistematika Pembahasan .....	15
<b>BAB IILANDASAN TEORITIS</b> .....	<b>17</b>
A. Ruang Lingkup Jual Beli .....	17
B. Ruang Lingkup Konsumen .....	27
C. Ruang Lingkup <i>Skincare</i> .....	29
D. Sistem <i>Share In Jar</i> .....	31

<b>BAB III TINJAUAN UMUM.....</b>	<b>35</b>
A. Tinjauan Umum Tentang Aplikasi Shopee .....	35
B. Biografi Ibnu Taimiyah .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
A. Praktik Jual Beli Skincare dengan Sistem <i>Share in Jar</i> Di Aplikasi Shopee .....	49
B. Peran Pemerintah dalam Melindungi Konsumen Pada Jual Beli <i>Skincare Share in Jar</i> di Aplikasi Shopee .....	54
C. Pandangan Ibnu Taimiyah Tentang Perlindungan Terhadap Konsumen dalam Jual Beli <i>Skincare Share in Jar</i> di Aplikasi Shopee .....	81
D. Analisis Penulis.....	87
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>90</b>
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran .....	91

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Syariat Islam selalu mengajarkan kemuliaan dan menganjurkan bagi seluruh umatnya untuk melakukannya. Islam adalah agama yang sempurna yang mengatur segala aspek kehidupan manusia, baik yang menyangkut akidah, ibadah, akhlak, dan muamalah. Manusia adalah makhluk sosial yang saling memerlukan satu dengan lainnya untuk dapat bertahan hidup. Hubungan antar sesama manusia ini di dalam Islam disebut dengan Muamalah.

Muamalah berasal dari kata yang semakna dengan *mufa'alah* (saling berbuat), yang menggambarkan adanya suatu aktivitas manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.<sup>1</sup> Pengertian muamalah dalam arti luas yaitu aturan-aturan (hukum-hukum) Allah untuk mengatur manusia dalam kaitannya dengan urusan duniawi maupun kehidupan sosial.<sup>2</sup>

Salah satu bentuk kegiatan muamalah adalah jual beli. Secara etimologi jual beli adalah *al-ba'i* yang berarti menjual, mengganti, menukar, mengganti sesuatu dengan sesuatu yang lain.<sup>3</sup> Transaksi jual beli merupakan kegiatan manusia yang terus mengalami perkembangan dari masa ke masa. Pada masasekarang, transaksi jual beli dapat dilakukan secara online. Dimana penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung.

---

<sup>1</sup> Harun, *Fiqh Muamalah* (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017), h. 2

<sup>2</sup> Abdul Rahman Ghazali dkk., *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2010), h. 3

<sup>3</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syari'ah* (Jakarta: Kencana, 2012), h.101

Aturan tentang jual beli terdapat di dalam firman Allah *subhanahu wa ta'ala* QS. Al-Baqarah ayat 275:

... وَ أَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَ حَرَّمَ الرِّبَا

Artinya : ...“ Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”

Dalil pensyariaan tentang kebolehan jual beli juga terdapat di dalam Sunnah Rasulullah *shallallahu 'alaihi wassalam*, antara lain:

سُئِلَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟ فَقَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِبَيْدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Artinya: “ Rasulullah *shallallahu 'alaihi wassalam*, ditanya salah satu sahabat mengenai pekerjaan (profesi) apa yang paling baik? Rasulullah *shallallahu 'alaihi wassalam* menjawab: usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual beli yang diberkati.” (HR. Al-Bazzar dan Al-Hakim)<sup>1</sup>

Begitu pula dengan Hukum Positif Indonesia dalam transaksi jual beli, konsumen juga dilindungi haknya agar terhindar dari sesuatu yang merugikan seperti pada Pasal 4 huruf c Undang – Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi “Hak konsumen adalah Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa”.<sup>2</sup>

Saat ini penggunaan produk perawatan kulit dengan menggunakan produk tertentu (*skincare*)<sup>3</sup> semakin meluas, tidak kenal umur dan jenis kelamin yang

<sup>1</sup> Abdull Rahman Ghazalydkk., *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010), h. 69

<sup>2</sup> UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

<sup>3</sup> <https://www.biem.co>, diakses tanggal 09 Mei 2021, Pukul 23.10 Wib

diikuti dengan tingginya kebutuhan konsumen terhadap *skincare*, baik *skincare* lokal maupun import. Namun, seringkali *skincare* yang dijual di pasaran hanya tersedia dalam ukuran besar atau dalam kemasan yang tidak ekonomis dan tentunya dengan harga yang mahal .

Fenomena tersebut menginspirasi beberapa penjual *skincare* untuk menjual *skincare* dalam sistem *share in jar*. *Share in Jar* adalah membagi isi sebuah produk dari kemasan asal ke dalam beberapa bagian dengan ukuran kemasan yang lebih kecil. Sebagai contoh salah satu produk *skincare share in jar* adalah Serum *Somethinc*. *Somethinc* adalah produk lokal yang berasal dari Indonesia yang pertama kali dirilis pada tahun 2019. Salah satu produk *Somethinc* adalah *Niacinamide + Moisture Beet Serum* dan *Hyaluronic B5 Serum*. Untuk setiap kemasan 20 ml serum *Somethinc* dijual dengan harga Rp 115.000. Harga tersebut dinilai cukup mahal bagi kalangan pengguna baru *skincare* yang baru mencoba *skincare* untuk pertama kali. Pengguna tersebut khawatir setelah membeli *skincare* dalam kemasan asli ternyata efek yang ditimbulkan tidak sesuai dengan yang di harapkan. Seperti terjadinya iritasi pada kulit akibat menggunakan produk yang tidak cocok di kulit.

Disebabkan karena hal yang demikian, saat ini *skincare share in jar* banyak di cari para pengguna *skincare* khususnya bagi pengguna baru yang ingin mencoba *skincare* terlebih dahulu. Berbeda halnya dengan membeli *skincare fullpack* atau asli, *skincare* dengan sistem *share in jar* merupakan *skincare* di mana bukan seseorang itu sendiri yang membeli, membuka dan menyimpan *skincare* yang asli tapi pihak ketiga atau penjual *skincare share in jar*.

Di Aplikasi Shopee banyak ditemukan penjual *skincare share in jar* yang tidak mencantumkan penandaan lengkap seperti di kemasan asal. Konsumen pun akan lebih sulit mengetahui tanggal kadaluwarsa dari produk tersebut. *Skincare* yang dijual dengan sistem *share in jar* tidak dapat dijamin keamanan, mutu dan kualitasnya, karena *skincare* dipindahkan dari kemasan asalnya ke kemasan lain tanpa mengindahkan cara pembuatan *skincare* yang benar sesuai aturan BPOM. Seperti dalam salah satu toko *share in jar* di aplikasi Shopee, yaitu toko Poloroid\_Murah.id.Salsa selaku pemilik toko menginformasikan, toko ini menjual masker wajah merk AXIS-Y dalam bentuk *share in jar*.Masker wajah tersebut dikemas dengan ukuran 10 mililiter dan 20 mililiter. Menurut Salsa, selaku pemilik toko *share in jar* Poloroid\_Murah.id prosedur pengemasan yang dilakukan adalah mencuci wadah *share in jar* dengan sabun cair bayi, kemudian di lap menggunakan kapas yang telah dibasahi *alcohol*.Setelah itu masker yang berasal dari kemasan asli dipindahkan menggunakan spatula ke dalam wadah *share in jar* tersebut. Akan tetapi penjual tidak melakukan penakaran dengan menggunakan timbangansebelumnya, penjual hanya memasukkan masker ke dalam wadahnya secara langsung dikarenakan wadah yang digunakan sudah sesuai dengan beratnya, misal wadah 10 mililiter maka penjual langsung mengisi wadah tersebut sampai penuh. Salsa juga menambahkan bahwa di dalam kemasan *share in jar* yang dijualnya tidak ada dicantumkan tanggal *expired* yang sesuai dengan kemasan asli masker tersebut.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Salsa, Pemilik Toko Polaroid\_Murah.id, wawancara pribadi, pada tanggal 04 Desember 2020 pukul 17.51 WIB

Dalam Islam, jual beli yang mengandung unsur penipuan dan ketidakjelasan dilarang pelaksanaannya. Sebagaimana Firman Allah *subhanahu wa ta'ala* di dalam QS. An-Nisa' ayat 29:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ  
 ۝ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۝ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

Artinya: “wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesama mu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu .sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu.<sup>5</sup>

Selain firman Allah *subhanahu wa ta'ala* di atas, larangan jual beli yang mengandung unsur ketidakjelasan dan penipuan juga terdapat di dalam Hadis Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wassalam* yaitu:

حَدَّثَنَا أَبُو بَكْرِ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ وَحَمَّادُ بْنُ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مُمَيَّرٍ قَالَ حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ بَشْرٍ حَدَّثَنَا عُبَيْدُ اللَّهِ عَنْ

نَافِعٍ أَنَّ عَبْدَ اللَّهِ أَخْبَرَهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَى عَنِ الْمُرَابَنَةِ بَيْعِ تَمْرِ النَّخْلِ بِالتَّمْرِ

كَيْلًا وَبَيْعِ الْعِنَبِ بِالزَّرِيْبِ كَيْلًا وَبَيْعِ الزَّرْعِ بِالْحِنْطَةِ كَيْلًا وَحَدَّثَنَا أَبُو بَكْرٍ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ حَدَّثَنَا ابْنُ أَبِي

زَائِدَةَ عَنْ عُبَيْدِ اللَّهِ بِهَذَا الْإِسْنَادِ مِثْلَهُ

Artinya: Telah menceritakan kepada kami Abu Bakar bin Abi Syaibah dan Muhammad bin Abdullah bin Numair keduanya berkata; Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Bisyr telah menceritakan kepada kami 'Ubaidullah dari Nafi' bahwa Abdullah telah mengabarkan

<sup>5</sup>Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Diponegoro, 2000)

kepadanya bahwa Nabi *shallallahu 'alaihi wassalam* melarang jual beli dengan praktik Muzabanah, yaitu jual beli kurma basah dengan kurma kering dengan takaran tertentu, dan jual beli anggur basah dengan anggur kering dengan takaran tertentu serta jual beli gandum yang masih kasar dengan gandum yang halus dengan takaran tertentu. Dan telah menceritakan kepada kami Abu Bakar bin Abu Syaibah telah menceritakan kepada kami Ibnu Abu Za'idah dari 'Ubaidillah dengan isnad seperti ini. (HR. Muslim)

Dalam jual beli *skincare share in jar ini*, resiko yang paling merugikan adalah kemungkinan terjadinya pemalsuan *skincare* di mana *skincare* yang dijual secara *share in jar* bukan berasal dari *skincare* asli. Selain itu, pembeli juga tidak tahu bagaimana penjual mengemas ulang *skincare* tersebut, apakah proses yang dilakukan sudah steril atau tidak.

Berdasarkan penjelasan di atas, Ibnu Taimiyah di dalam kitab *al- Hisbah fi al-Islam* melarang transaksi jual beli yang didalamnya terkandung unsur penipuan dan memberikan informasi palsu terkait produk yang dijual kepada konsumen.

وَالْعَشَّ يَدْخُلُ فِي الْبَيْعِ بِكَيْفَانِ الْعُيُوبِ وَتَدْلِيسِ السَّلْعِ، مِثْلُ أَنْ يَكُونَ ظَاهِرُ الْمَبِيعِ خَيْرًا  
مِنْ بَاطِنِهِ كَلَّذِي مَرَّ عَلَيْهِ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَأَنْكَرَ عَلَيْهِ

Artinya : Dan yang termasuk di dalam jual beli dengan menyembunyikan cacat dan penipuan pada barang. Misalnya bahwa ada penjual menampakkan yang baik dari sisi yang tersembunyi seperti yang lalu Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wassalam* dan mengingkari atasnya.<sup>6</sup>

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli**

<sup>6</sup> Ibnu Taimiyah, *al-Hisbah fi al-Islam*, (Beirut: Maktabah 'Alamiyah), h.18

***Skincare Share in Jar* Yang Mengabaikan Hak-Hak Konsumen Perspektif Ibnu Taimiyah (Studi Kasus Pengguna *Skincare Share in Jar* di Aplikasi Shopee).**

**B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana praktik jual beli *skincare* dengan sistem *share in jar* di aplikasi Shopee?
2. Bagaimana peran pemerintah dalam perlindungan bagi konsumen dalam jual beli *skincare share in jar* ?
3. Bagaimana pandangan Ibnu Taimiyah tentang perlindungan terhadap konsumen dalam jual beli *skincare share in jar* di aplikasi Shopee?

**C. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas, maka ditetapkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui praktik jual beli *skincare* dengan sistem *share in jar* di aplikasi Shopee.
2. Untuk mengetahui peran pemerintah dalam melindungi konsumen terhadap jual beli *skincare share in jar*.
3. Untuk mengetahui pandangan Ibnu Taimiyah tentang perlindungan terhadap konsumen dalam jual beli *skincare share in jar* di aplikasi Shopee.

**D. Manfaat Penelitian**

1. Secara teoritis sebagai berikut:
  - a. Salah satu syarat untuk gelar sarjana hukum (S1) pada jurusan Muamalah Fakultas Syariah dan Hukum UIN SU Medan.

b. Bagi peneliti untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai perlindungan konsumen dalam jual beli *skincare* sistem *share in jar* di aplikasi Shopee.

2. Secara praktis sebagai berikut:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada masyarakat yang berkaitan dengan *skincare share in jar*, agar ketika membeli memperhatikan klausa baku yang ada pada *skincare share in jar* bukan hanya tertarik pada kemasan yang praktis namun tidak ada susunan komposisi dan tanggal kadaluwarsa.

#### **E. Landasan Teori**

Jual beli atau *al- ba'i* secara bahasa adalah menukar sesuatu dengan sesuatu. Defenisi jual beli menurut istilah adalah menukar barang dengan barang atau menukar barang dengan uang, dengan jalan melepaskan hak kepemilikan dari yang satu kepada yang lain atas dasar kerelaan.<sup>7</sup>

Jual beli dikatakan sah apabila terpenuhinya syarat dan rukun dalam jual beli. Rukun jual beli menurut Hanafiyah adalah ijab qabul yang menunjukkan pertukaran barang secara ridha baik secara perkataan maupun perbuatan. Adapun rukun jual beli menurut jumhur ulama ada empat yaitu: adanya dua orang yang berakad, adanya ijab dan qabul, adanya benda dan barang, nilai tukar pengganti barang (*tsaman*).<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup>Ahmad Sarwat, *Fiqh Jual Beli* (Jakarta: Rumah Fiqh Publishing, 2018), h.6

<sup>8</sup>*ibid*, h. 114-115

Dalam jual beli terdapat larangan yang harus di patuhi agar jual beli tersebut menjadi sah dan mabrur. Salah satu diantaranya adalah larang jual beli yang mengandung unsur penipuan di dalamnya.

Ibnu Taimiyah di dalam Kitab *al- Hisbah fi al-Islam* melarang transaksi jual beli yang didalamnya terkandung unsur penipuan dan memberikan informasi palsu terkait produk yang dijual kepada konsumen.

وَالْعَشَّاءُ يَدْخُلُ فِي الْبَيْعِ بِكَيْتْمَانِ الْعُيُوبِ وَتَدْلِيسِ السَّلْعِ، مِثْلُ أَنْ يَكُونَ ظَاهِرُ الْمَبِيعِ خَيْرًا  
مِنْ بَاطِنِهِ كَلَدَى مَرَعَلِيهِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَأَنْكَرَ عَلَيْهِ

Artinya : Dan yang termasuk di dalam jual beli dengan menyembunyikan cacat dan penipuan pada barang. Misalnya bahwa ada penjual menampakkan yang baik dari sisi yang tersembunyi seperti yang lalu Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wassalam dan mengingkari atasnya.<sup>9</sup>

Ibnu Taimiyah menganjurkan penjual berhak memperoleh keuntungan yang diterima secara umum tanpa merusak kepentingannya dan kepentingan pelanggannya.<sup>10</sup> Keuntungan yang adil adalah keuntungan normal yang secara umum diperoleh dari berbagai macam model perdagangan tanpa saling merugikan.

## F. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah deskripsi tentang literatur yang relevan dengan bidang atau topik tertentu yang memberikan tinjauan mengenai apa yang telah di bahas

<sup>9</sup> Ibnu Taimiyah, *Al-Hisbah fi al-Islam*, (Beirut: Maktabah 'Alamiyah), h.18

<sup>10</sup> *ibid*, h. 37

atau di bicarakan oleh peneliti atau penulis.<sup>11</sup> Untuk menghindari duplikasi serta menjamin keabsahan penelitian yang dilakukan maka diperlukan adanya kajian pustaka, antara lain:

1. Intan Puspita Sari (Skripsi Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang ), yang berjudul “Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kosmetika *Share in Jar* yang Tidak Memiliki Izin Edar”. Skripsi ini fokus membahas terkait dengan perlindungan konsumen terhadap produk kosmetika *share in jar* yang tidak memiliki izin edar.
2. Diah Ayu Retno Bidari (Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum IAIN Tulungagung), yang berjudul “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi *Share in Jar* dalam Pemasaran Kosmetik”. Skripsi ini membahas tentang kesesuaian antara strategi pemasaran kosmetik secara *share in jar* dengan etika bisnis Islam.
3. Almira Mey Theda (Journal of Legal Research Vol 2, No.3), yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Atas Merek *Skincare SKIN1004* Atas Penjualan Produk Kemasan *Share in Jar*”. Skripsi ini membahas bentuk perlindungan hukum bagi PT. *Skin 1004* Indonesia sebagai pemegang hak atas merek *skincare Skin1004* asal negara Korea terhadap penjualan produk kemasan (*share in jar*) merek *Skin1004* serta akibat hukum yang diterima penjual dari hasil penjualan produk kemasan (*share in jar*) terhadap merek *Skin1004*.

---

<sup>11</sup> Punaji Setyosari, *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan* (Jakarta: Kencana, 2013), h. 117

Dilihat dari penelitian yang sebelumnya, maka penelitian ini berbeda dari yang penelitian terdahulu. Objek, metode, lokasi dan kondisi yang ada pada penelitian terdahulu juga berbeda.

### **G. Hipotesis**

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis mempunyai hipotesis bahwa jual beli *skincare* dengan sistem *share in jar* di aplikasi Shopee tidak sesuai pelaksanaannya menurut pandangan Ibnu Taimiyah. Hal ini disebabkan di dalam pelaksanaannya mengandung unsur penipuan di dalamnya. Berupa penjual menjual *skincare* palsu yang bukan berasal dari kemasan asalnya. Penjual juga tidak memberikan informasi secara lengkap kepada konsumen mengenai produknya berupa komposisi bahan dan tanggal kadaluwarsa di kemasan *share in jar*. Hal ini tentunya menimbulkan sesuatu yang tidak menguntungkan (*mudharat*) bagi konsumen yang membeli *skincare share in jar*. Dengan demikian hukum menjual *skincare* dengan sistem *share in jar* perspektif Ibnu Taimiyah tidak sah karena suatu produk harus diketahui oleh pembeli, baik zat, bentuk, kadar, maupun sifat-sifatnya.

### **H. Metode Penelitian**

Untuk memudahkan pemahaman dalam melihat dan menggambarkan cara kerja penelitian skripsi ini penulis menggunakan langkah-langkah dalam metodologi penelitian sebagai berikut:

#### **1. Tipe Penelitian**

Tipe penelitian yang dilakukan adalah penelitian yuridis empiris dengan mempertimbangkan titik tolak analisis terhadap kenyataan yang ada dalam praktek di lapangan tentang jual beli *share in jar*. Karena tipe penelitian ini

adalah yuridis empiris maka metode yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*field research*) yang di gabungkan dengan metode penelitian pustaka (*library research*) digunakan untuk menggali kitab-kitab yang ditulis oleh Ibnu Taimiyah terkait perlindungan terhadap konsumen dalam jual beli yang mengandung unsur penipuan dan juga tidak memberikan informasi produk secara lengkap kepada konsumen.

## 2. Pendekatan Masalah

Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*).Dimana penulis menganalisis aturan dan regulasi yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam jual beli *skincare* dengan sistem *share in jar*.Penelitian ini juga menggunakan pendekatan konsep (*conceptual approach*) yang digunakan untuk memahami konsep-konsep perlindungan konsumen perspektif Ibnu Taimiyah.

Selain menggunakan kedua pendekatan di atas, dalam penelitian ini penulis juga menggunakan pendekatan kasus (*case approach*). Tujuan dari pendekatan kasus (*case approach*) ini adalah untuk mempelajari bagaimana penerapan norma-norma atau kaidah hukum dilakukan dalam praktik hukum.<sup>12</sup>

## 3. Sumber Bahan Hukum

### a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang bersifat autoritatif yang artinya mempunyai otoritas.Dalam hal ini bahan hukum primer terdiri

---

<sup>12</sup>Jonaedi Effendi dan Johnny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum*, (Depok: PrenadaMedia Group, 2016), h. 145

dari peraturan perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan peraturan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim.<sup>13</sup>

Dalam penelitian ini, bahan hukum primer yang digunakan adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, PP No. 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen serta Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah jenis data yang dapat dijadikan sebagai pendukung data pokok atau dapat memberikan informasi atau daya yang dapat memperkuat data pokok.<sup>14</sup> Adapun bahan hukum sekunder yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Kitab *al- Hisbah fi al-Islam* karangan Ibnu Taimiyah dan buku-buku lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang dapat memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder yaitu kamus hukum yang berhubungan dengan penelitian ini.

---

<sup>13</sup>Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), h. 67

<sup>14</sup> Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*(Jakarta: Raja Grafindo, 1998), h. 85

#### 4. Prosedur Pengumpulan Bahan Hukum

Kegiatan pengumpulan data dilakukan dengan teknik tertentu dan menggunakan alat tertentu yang disebut instrumen penelitian. Data yang diperoleh dari proses tersebut kemudian dihimpun, ditata, dan di analisis untuk menjadi informasi untuk menjelaskan suatu fenomena.<sup>15</sup> Dalam pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini maka penulis menggunakan metode berikut ini:

##### a. Observasi

Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi dengan cara membandingkan *skincare share in jar* dengan *skincare* dalam kemasan asli. Penulis membandingkan informasi di kemasan, tekstur, warna, serta aroma dari *skincare* dalam kemasan asli maupun *skincare share in jar*.

Dari observasi tersebut, penulis menyimpulkan bahwa kandungan *skincare share in jar* berbeda dengan *skincare* dalam kemasan asli, serta di kemasan *share in jar* tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa.

##### b. Wawancara

Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara dengan narasumber yaitu para pengguna *skincare share in jar* di aplikasi shopee.

---

<sup>15</sup> Mamik. *Metodologi Kualitatif*(Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), h. 73.

c. Studi Dokumen

Salah satu cara untuk memperoleh data dengan cara mengumpulkan foto-foto yang diperlukan dalam penelitian serta mengumpulkan buku-buku Ibnu Taimiyah.

5. Pengolahan dan Analisis Bahan Hukum

Pengolahan dan analisa bahan hukum merupakan proses pencarian dan perencanaan secara sistematis terhadap semua dokumen dan bahan lain yang telah dikumpulkan agar peneliti memahami apa yang akan ditemukan dan dapat menyajikannya pada orang lain dengan jelas.

Pengolahan bahan hukum yang digunakan peneliti adalah analisa kualitatif yaitu dengan menganalisis bahan hukum yang terkumpul, baik dari hasil observasi, wawancara, ataupun studi dokumen yang telah dikumpulkan. Setelah itu disimpulkan berdasarkan logika berpikir deduktif. Deduktif adalah cara berfikir yang di tangkap atau diambil dari pernyataan yang bersifat umum lalu ditarik kesimpulan yang bersifat khusus.

**I. Sistematika Pembahasan**

Untuk lebih memudahkan dalam penelitian skripsi ini, maka penulis membaginya kepada beberapa bab dan sub bab yang terdiri dari :

Bab pertama, merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kajian teori, hipotesis, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua, merupakan bab landasan teori tentang pengertian jual beli, dasar hukum jual beli , rukun dan syarat jual beli, dan bentuk jual beli yang dilarang,

pengertian *skincare*, jenis *skincare*, pengertian *share in jar*, dan kelebihan dan kekurangan *share in jar*.

Bab ketiga, merupakan tinjauan umum tentang aplikasi Shopee dan biografi Ibnu Taimiyah,

Bab keempat, membahas tentang praktik jual beli *skincare share in jar* di aplikasi Shopee, peran pemerintah dalam melindungi konsumen terhadap jual beli *skincare share in jar*, dan pandangan Ibnu Taimiyah dalam perlindungan terhadap konsumen dalam jual beli *skincare* dengan sistem *share in jar*, serta analisa penulis

Bab kelima, merupakan bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORITIS**

#### **A. Ruang Lingkup Jual Beli**

##### **1. Pengertian Jual Beli**

Jual beli atau perdagangan dalam istilah fiqh disebut *al-ba'i* yang menurut etimologi berarti menjual atau mengganti. Wahbah al-Zuhailly mengartikannya secara bahasa dengan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain.<sup>1</sup> Secara terminologi Sayyid Sabiq mendefinisikannya dengan jual beli adalah pertukaran harta dengan harta atas dasar saling merelakan atau memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan.<sup>2</sup>

Dalam definisi di atas terdapat kata harta, milik, dengan ganti dan dapat dibenarkan. Yang dimaksud harta dalam definisi di atas yaitu segala yang dimiliki dan bermanfaat, maka dikecualikan yang bukan milik dan tidak bermanfaat. Yang dimaksud milik agar dapat dibedakan dengan yang bukan milik, yang dimaksud dengan ganti agar dapat dibedakan dengan pemberian (*hibah*). Sedangkan yang dimaksud dapat dibenarkan agar dapat dibedakan dengan jual beli yang terlarang.

##### **2. Dasar Hukum Jual Beli**

Jual beli adalah aktifitas ekonomi yang hukumnya boleh berdasarkan Al-Qur'an dan Hadis Rasulullah *shallallahu 'alaihi wassalam*. Terdapat beberapa

---

<sup>1</sup>Wahbah az-Zuhailly, *al-Fiqh al-Islam wa Adillatuh* (Damaskus: Dar al-Fikr al-Mu'ashir, 2005), jilid V, cet. Ke-8, h. 3304

<sup>2</sup>Sayyid Sabiq, *Fiqh al-Sunnah* (Beirut: Dar al-Fikr, 1983), jilid III, cet. ke-4, h. 126

ayat Al-Qur'an dan Hadis Rasulullah *shallallahu 'alaihi wassalam* yang berbicara tentang jual beli, antara lain:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ

Artinya : Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhan mu. (QS. Al-Baqarah: 198)<sup>3</sup>

أَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya : Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba (QS. Al-Baqarah :275)<sup>4</sup>

Dasar hukum jual beli berdasarkan Hadis Rasulullah *shallallahu 'alaihi wassalam* antara lain:

سُئِلَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟ فَقَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَرْزُورٍ

Artinya : Rasulullah *shallallahu 'alaihi wassalam* ditanya salah seorang sahabat mengenai pekerjaan (profesi) apa yang paling baik. Rasulullah *shallallahu 'alaihi wassalam* menjawab: usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual beli yang diberkati. (HR. al-Bazzar dan al-Hakim)<sup>5</sup>

Berdasarkan Ijma' para ulama sepakat bahwa jual beli diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya, tanpa

---

<sup>3</sup> Al-Qur'an dan terjemahan Departemen Agama RI Al-Qur'an dan terjemahan CV Toha Putra, Semarang.

<sup>4</sup>*ibid*

<sup>5</sup>Abdul Rahman Ghazali, dkk, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: PrenadaMedia Group, 2010), h.

bantuan orang lain. Namun demikian, bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkannya itu harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai.<sup>6</sup>

### 3. Rukun Jual Beli

Dalam menetapkan rukun jual beli, di antara para ulama terjadi perbedaan pendapat. Menurut ulama Hanafiyah, rukun jual beli adalah ijab dan qabul yang menunjukkan pertukaran barang secara ridha, baik dengan ucapan maupun perbuatan. Adapun rukun jual beli menurut jumhur ulama ada empat, yaitu:

- a. Penjual (*Ba'i*)
- b. Pembeli (*Mustari'*)
- c. Ijab dan Qabul (*Sighat*)
- d. Benda atau barang (*Ma'qud 'alaih*)<sup>7</sup>

### 4. Syarat Jual Beli

Para ulama menetapkan sejumlah syarat yang berkaitan dengan *aqid*, *sighat*, dan *ma'qud 'alaih*. Persyaratan tersebut adalah:

#### a. Syarat Aqid (Penjual dan Pembeli)

Para ulama fiqh sepakat bahwa orang yang melakukan akad jual beli itu harus memenuhi syarat, yaitu :

- 1) Berakal sehat, oleh sebab itu seorang penjual dan pembeli harus memiliki akal yang sehat agar dapat melakukan transaksi jual beli dengan keadaan sadar. Jual beli yang dilakukan anak kecil yang belum berakal dan orang gila, hukumnya tidak sah.

---

<sup>6</sup>Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*(Bandung: CV.Pustaka Setia,2020), h. 75

<sup>7</sup>*ibid*

- 2) Atas dasar suka sama suka, yaitu kehendak sendiri dan tidak dipaksa pihak manapun.
- 3) Yang melakukan akad itu adalah orang yang berbeda, maksudnya seorang tidak dapat bertindak dalam waktu yang bersamaan sebagai penjual sekaligus sebagai pembeli.

b. Syarat yang terkait dalam ijab qabul

- 1) Orang yang mengucapkannya telah baligh dan berakal.
- 2) Qabul sesuai dengan ijab. Apabila antara ijab dan qabul tidak sesuai maka jual beli tidak sah.
- 3) Ijab dan qabul dilakukan dalam satu majelis. Maksudnya kedua belah pihak yang melakukan jual beli hadir dan membicarakan topik yang sama.<sup>8</sup>

c. Syarat-syarat barang yang diperjualbelikan

Syarat-syarat yang terkait dengan barang yang diperjual belikan sebagai berikut:

- 1) Suci, dalam Islam tidak sah melakukan transaksi jual beli barang najis, seperti bangkai, babi, anjing, dan sebagainya.
- 2) Barang yang diperjualbelikan merupakan milik sendiri atau diberi kuasa orang lain yang memilikinya.
- 3) Barang yang diperjualbelikan ada manfaatnya. Contoh barang yang tidak bermanfaat adalah lalat, nyamuk, dan sebagainya. Barang-barang seperti ini tidak sah diperjualbelikan. Akan tetapi, jika dikemudian hari

---

<sup>8</sup>Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), h. 9

barang ini bermanfaat akibat perkembangan teknologi atau yang lainnya, maka barang-barang itu sah diperjualbelikan.

- 4) Barang yang diperjualbelikan jelas dan dapat dikuasai.
- 5) Barang yang diperjualbelikan dapat diketahui kadarnya, jenisnya, sifat, dan harganya.
- 6) Boleh diserahkan saat akad berlangsung<sup>9</sup>

d. Syarat-syarat nilai tukar (harga barang)

Nilai tukar barang yang dijual (untuk zaman sekarang adalah uang) tukar ini para ulama fiqh membedakan *al-tsaman* dengan *al-si'r*. Menurut mereka, *al-tsaman* adalah harga pasar yang berlaku di tengah-tengah masyarakat secara aktual, sedangkan *al-si'r* adalah modal barang yang seharusnya diterima para pedagang sebelum dijual ke konsumen (pemakai).

Dengan demikian, harga barang itu ada dua, yaitu harga antar pedagang dan harga antar pedagang dan konsumen (harga dipasar). Syarat-syarat nilai tukar (harga barang) yaitu :

- 1) Harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya.
- 2) Boleh diserahkan pada waktu akad, sekalipun secara hukum seperti pembayaran dengan cek dan kartu kredit. Apabila harga barang itu dibayar kemudian (berutang) maka pembayarannya harus jelas.
- 3) Apabila jual beli itu dilakukan dengan saling mempertukarkan barang maka barang yang dijadikan nilai tukar bukan barang yang

---

<sup>9</sup>MS. Wawan Djunaedi, *Fiqih*(Jakarta: Listafariska Putra, 2008), h. 98

diharamkan oleh syara', seperti babi, dan *khamar*, karena kedua jenis benda ini tidak bernilai menurut syara'.<sup>10</sup>

## 5. Prinsip Jual Beli

Prinsip-prinsip jual beli diantaranya ialah:

### a. Prinsip Keadilan

Berdasarkan pendapat Islam adil merupakan aturan paling utama dalam semua aspek perekonomian. Salah satu ciri keadilan ialah tidak memaksa manusia membeli barang dengan harga tertentu, jangan ada monopoli, jangan ada permainan harga, serta jangan ada penguasa orang yang bermodal kuat terhadap orang kecil yang lemah.

### b. Suka Sama Suka

Prinsip ini merupakan kelanjutan dari asas pemerataan, asas ini mengakui bahwa setiap dasar muamalah antar pribadi atau antar pihak harus berdasarkan kerelaan masing-masing, kerelaan disini dapat berarti kerelaan mengerjakan suatu dasar muamalat, maupun kerelaan dalam menerima atau memberikan harta yang dijadikan objek dalam dasar muamalat lainnya.<sup>11</sup>

### c. Bersikap Benar, Amanah, dan Jujur

#### 1) Bersikap Benar

Benar ialah merupakan ciri utama orang mukmin, bahkan ciri pada Nabi. Tanpa kebenaran, agama tidak akan tegak dan tidak akan stabil. Musibah

---

<sup>10</sup>Ghufroon Ihsan, *Fiqh Muamalat* ( Jakarta:Prenada Media Grup, 2008), h. 35

<sup>11</sup>Akhmad Faroh Hasan, *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer* (Malang: UIN Maliki Malang Press, 2018), h. 34.

terbesar di dalam pasar saat ini ialah meluasnya tindakan dusta dan bathil, misalnya berdusta dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga, oleh sebab itu salah satu karakter pedagang yang penting dan diridhai oleh Allah ialah kebenaran. Karena kebenaran membawa berkah bagi penjual maupun pembeli, andai keduanya bersikap benar dan mau menjelaskan kelemahan barang yang diperdagangkan maka dua-duanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun andai keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong, maka andai mereka mendapat laba, hilanglah berkah jual beli itu.

## 2) Bersikap Amanah

Maksud amanah ialah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak meminimalisir hak orang lain, baik berupa harga atau upah. Penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya.

## 3) Bersikap Jujur

Disamping benar dan amanah, seorang pedagang harus berlaku jujur, dilandasi supaya orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan menjelaskan cacat barang dagangnya yang dia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli. Salah satu sifat curang ialah melipatkan gandakan harga terhadap orang yang

tidak mengetahui harga pasaran. Pedagang mengelabui pembeli dengan memutuskan harga di atas harga pasaran.<sup>12</sup>

#### 6. Bentuk Jual Beli yang Dilarang

Jual beli yang dilarang terbagi dua: Pertama, jual beli yang dilarang dan hukumnya tidak sah (batal), yaitu jual beli yang tidak memenuhi syarat dan rukunnya. Kedua, jual beli yang hukumnya sah tetapi dilarang, yaitu jual beli yang telah memenuhi syarat dan rukunnya, tetapi ada beberapa faktor yang menghalangi kebolehan proses jual beli.

a. Jual beli terlarang karena tidak memenuhi syarat dan rukun. Bentuk jual beli yang termasuk dalam kategori ini sebagai berikut:

1) Jual beli barang yang zatnya haram, najis, atau tidak boleh diperjualbelikan.

Barang yang najis atau haram dimakan haram juga untuk diperjualbelikan, seperti babi, bangkai dan *khamar*.

2) Jual beli bersyarat

Jual beli yang ijab kabulnya dikaitkan dengan syarat-syarat tertentu yang tidak ada kaitannya dengan jual beli atau ada unsur-unsur yang merugikan dilarang oleh agama.

3) Jual beli yang menimbulkan kemudharatan

Segala sesuatu yang dapat menimbulkan kemudharatan, kemaksiatan, bahkan kemusyrikan dilarang untuk diperjualbelikan seperti jual beli patung, salib, dan buku-buku bacaan porno.

4) Jual beli *muhaqalah*

---

<sup>12</sup>*ibid*

Yaitu menjual tanam-tanaman yang masih di sawah atau ladang.

5) Jual beli *mukhadharah*

Yaitu menjual buah-buahan yang masih hijau

6) Jual beli yang belum jelas (*gharar*)

Sesuatu yang bersifat spekulasi atau samar-samar haram untuk diperjualbelikan, karena dapat merugikan salah satu pihak baik penjual maupun pembeli. Yang dimaksud dengan samar-samar adalah tidak jelas, baik barangnya, harganya, kadarnya, masa pembayarannya, maupun ketidakjelasan yang lainnya.<sup>13</sup>

Menurut Ibn Jazi Al-Maliki, *gharar* yang dilarang ada 10 (sepuluh) macam, yaitu:

- a) Tidak dapat diserahkan, seperti menjual anak hewan yang masih dalam kandungan induknya
- b) Tidak diketahui harga dan barang
- c) Tidak diketahui sifat barang atau harga
- d) Tidak diketahui ukuran barang dan harga
- e) Tidak diketahui masa yang akan datang, seperti “saya jual kepadamu, jika jaed datang”.
- f) Menghargakan dua kali pada satu barang
- g) Menjual barang yang diharapkan selamat
- h) Jual beli *husha'*, misalnya pembeli memegang tongkat, jika tongkat jatuh wajib membeli

---

<sup>13</sup>Abdul Rahman Ghazali dkk, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: PrenadaMedia Group, 2010), h. 80

- i) Jual beli *munabadzah*, yaitu jual beli dengan cara lempar melempari, seperti seseorang melempar bajunya, kemudian yang lain pun melempar bajunya, maka jadilah jual beli
- j) Jual beli *mulasamah*, yaitu apabila mengusap baju atau kain, maka wajib membelinya.<sup>14</sup>

b. Jual beli terlarang karena ada faktor lain yang merugikan pihak terkait

- 1) Jual beli dari orang yang masih dalam tawar menawar

Apabila ada dua orang masih tawar-menawar atas sesuatu barang, maka terlarang bagi orang lain membeli barang itu, sebelum penawar pertama diputuskan.

- 2) Jual beli dengan menghadang dagangan di luar kota/pasar.

Maksudnya adalah menguasai barang sebelum sampai ke pasar agar dapat membelinya dengan harga murah, sehingga ia kemudian menjual di pasar dengan harga yang juga lebih murah.

- 3) Menimbun barang (*ihthikar*)

Membeli barang dengan memborong untuk ditimbun, kemudian akan dijual ketika harga naik karena kelangkaan barang tersebut.

- 4) Jual beli barang rampasan atau curian

Jika si pembeli telah tahu bahwa barang itu barang curian/rampasan, maka keduanya telah bekerja sama dalam perbuatan dosa.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup>Rachmat Syafe'i, *Fiqih Muamalah*(Bandung: Pustaka Setia, 2020), h. 98

<sup>15</sup>Abdul Rahman Ghazali dkk, *Fiqh Muamalat*(Jakarta: PrenadaMedia Group, 2010), h.

## **B. Ruang Lingkup Konsumen**

### 1. Pengertian Konsumen

Menurut Pasal 1 ayat 2 UU Perlindungan Konsumen, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>16</sup>

### 2. Jenis-Jenis Konsumen

#### a. Konsumen Perseorangan

Yaitu konsumen yang membeli atau memakai suatu produk baik barang atau jasa untuk keperluan diri mereka sendiri

#### b. Konsumen Organisasi

Yaitu konsumen yang membeli atau memakai suatu produk baik barang maupun jasa untuk keperluan operasional dari organisasi tersebut.

### 3. Hak-Hak Konsumen

Berdasarkan Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, hak-hak konsumen sebagai berikut:

- a) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang/jasa
- b) Hak untuk memilih dan mendapatkan barang/jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan
- c) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa

---

<sup>16</sup>Pasal 1 ayat 2 UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

- d) Hak untuk di dengar pendapat dan keluhannya atas barang/jasa yang digunakan
- e) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
- f) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen
- g) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- h) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian, jika barang/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya
- i) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya<sup>17</sup>

#### 4. Kewajiban Konsumen

Dalam Pasal 5 UU Perlindungan Konsumen, dinyatakan bahwa kewajiban konsumen sebagai berikut:

- a) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan
- b) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa
- c) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati
- d) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup>Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan* (Jakarta:Visimedia, 2008), h.23

### C. Ruang Lingkup *Skincare*

#### 1. Pengertian *Skincare*

*Skincare* adalah serangkaian kegiatan perawatan kulit yang mendukung kesehatan dan kecantikan kulit. Produk perawatan kulit atau *skincare* yang umum digunakan adalah pembersih wajah, pelembap, hingga tabir surya.

#### 2. Jenis *Skincare*

Rangkaian produk *skincare* yang biasa digunakan adalah sebagai berikut:

##### a. Sabun Pembersih Wajah

Salah satu dari sekian macam *skincare* yang paling penting adalah sabun pembersih wajah. Sabun pembersih wajah sesuai jenis kulitnya terbagi menjadi sabun cuci muka berbasis air dan minyak. Sabun cuci muka berbasis air cocok digunakan oleh pemilik kulit berminyak dan kulit berjerawat. Sedangkan sabun cuci muka berbasis minyak cocok digunakan untuk kulit kering.

##### b. Toner Wajah

Fungsi toner wajah adalah membantu mengangkat sisa-sisa kotoran dan minyak yang masih menempel setelah anda membersihkan wajah. Toner juga dapat membantu mengembalikan pH kulit yang hilang saat tahapan mencuci muka. Di samping itu, toner dapat

---

<sup>18</sup>Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2004), h.47

membantu mempersiapkan kulit sebelum menggunakan produk *skincare* lainnya.<sup>19</sup>

c. Pelembap

Penggunaan pelembap atau *moisturizer* merupakan bagian dari macam-macam *skincare* yang perlu digunakan. Pelembap bertujuan untuk melembapkan kulit serta menghaluskannya. Selain itu, pelembap juga berperan untuk menjaga struktur alami kulit, menyeimbangkan pH kulit, melindungi kulit dari kerusakan paparan radikal bebas, dan membantu sel-sel kulit agar dapat bekerja lebih maksimal.

d. *Sunscreen* atau tabir surya

Paparan sinar matahari berlebih dapat menyebabkan kerusakan kulit, bahkan meningkatkan resiko kanker kulit. Paparan sinar matahari inilah yang sedikit demi sedikit dapat menyebabkan timbulnya kerutan dan bintik-bintik hitam di wajah. Maka dari itu, penggunaan *sunscreen* atau tabir surya sangatlah penting bagi kulit.

e. Serum Wajah

Serum wajah adalah cairan bertekstur ringan yang mengandung konsentrasi zat aktif lebih tinggi. Serum diyakini lebih efektif meresap ke dalam kulit dibandingkan pelembap atau krim wajah.

f. Essence

---

<sup>19</sup><https://www.sehatq.com/artikel/arti-skincare-serta-manfaat-dan-macam-macamnya-sudah-tahu>, diakses tanggal 01 April 2021 pukul 21.00 wib

Essence adalah cairan berbahan dasar air dengan konsentrat bahan aktif tinggi yang bertujuan untuk melembapkan kulit dan membantu produk *skincare* selanjutnya agar dapat meresap lebih baik ke dalam kulit. Perbedaannya dengan serum, *essence* biasanya memiliki tekstur yang lebih cair.

g. Eye cream atau krim mata

Penggunaan krim mata mungkin diperlukan, terutama bagi yang memiliki masalah mata panda, kantung mata, serta kerutan di area mata.<sup>20</sup>

#### D. Sistem *Share in Jar*

##### 1. Pengertian *Share in Jar*

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

Kemasan *share in jar* biasanya berupa jar kecil atau disebut juga pot. Ukuran kemasan tergantung banyaknya produk yang dikemas ulang, bisa pot 5gram, 10gram, atau 20gram. Selain jar, bisa juga berupa botol, *tube*, atau bahkan kemasan asli produk tapi dengan isi yang sedikit. Biasanya menyesuaikan dengan bentuk produk, semisal produk cair akan dikemas menggunakan botol kaca mini dengan pipet (terutama produk *skincare* berupa serum).

---

<sup>20</sup>*ibid*

Mengacu pada Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 2 Tahun 2020 Tentang Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetika Pasal 1 ayat 3 yang memuat pengertian Produksi adalah kegiatan atau proses menghasilkan, menyiapkan, mengolah, membentuk, mengemas, dan/atau mengubah bentuk, pengawasan mutu dan pemastian mutu sediaan kosmetika.<sup>21</sup>Maka kegiatan jual beli *skincare* dengan sistem *share in jar* termasuk ke dalam kegiatan produksi.

## 2. Kelebihan *Share in Jar*

### a. Harga yang Relatif Lebih Murah

Tentu saja produk *share in jar* lebih murah, karena produk sudah dipindahkan ke wadah yang lebih kecil, harga pun pasti menjadi lebih murah.

### b. Lebih Praktis

Dengan wadah yang kecil, *share in jar* sangat praktis di bawa kemana pun pergi.

### c. Bisa Mencoba sebelum Membeli

*Skincare* umumnya berharga cukup mahal dan ada kemungkinan kulit Anda tidak cocok dengan produk tersebut. Bila tidak ada *sample* atau *trial kit* yang bisa dicoba, produk *share in jar* bisa jadi opsi untuk mencobanya sebelum membeli ukuran aslinya.

## 3. Kerugian *Share in Jar*

### a. Tingkat Kebersihan yang Tidak Terjamin

---

<sup>21</sup>Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 2 Tahun 2020 Tentang Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetika

Di pabrik aslinya, proses produksi dan pengemasan produk kosmetik Anda telah mengikuti standar tertentu yang terjamin kualitas dan kebersihan. Sementara untuk skala yang lebih kecil seperti para penjual produk *reseller share in jar*, kita tak pernah tahu tingkat kebersihan saat pengemasan ulang, mulai dari alat-alat yang digunakan, kondisi ruangan, tangan pengemas, kemasan baru yang dipakai, hingga proses penyimpanannya.

b. Produk Terpapar Udara

Beberapa produk *skincare* akan bereaksi, bahkan mudah rusak saat terpapar udara. Kandungan Vitamin C misalnya, dikenal tidak stabil dan mudah berubah saat terkena udara. Saat dilakukan pemindahan dan pengemasan ulang, produk Anda akan terpapar udara, mungkin terkontaminasi, dan bisa jadi mengalami reaksi/perubahan senyawa. Maka, bukan tidak mungkin khasiatnya ikut berubah saat diaplikasikan.

c. Resiko Produk Palsu

Karena tidak melihat langsung proses pengemasan ulang, selalu ada risiko produk yang dibeli tersebut bukanlah produk original. Bahkan produsen pun tidak menyarankan menerima produk saat segelnya rusak, apalagi saat membeli produk yang sudah tidak di dalam kemasan aslinya. Bila tidak yakin dengan reputasi penjual, selalu ada risiko produk *share in jar* yang dibeli merupakan produk *share in jar* palsu atau produk asli yang telah dicampur produk lain alias dimodifikasi.

d. Masa Kadaluwarsa yang Tidak Diketahui

Saat membeli produk asli, pengguna bisa melihat tanggal produksi/ tanggal kadaluwarsa dan saran masa pakai produk setelah dibuka. Berbeda dengan produk *share in jar*, di mana bukan pengguna sendiri yang membeli, membuka, dan menyimpan produk tersebut.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup><https://womantalk.com/beauty/articles/plus-minus-membeli-produk-kosmetik-share-in-jar-AMJB1>, diakses tanggal 02 April Pukul 01.00 wib

## **BAB III**

### **TINJAUAN UMUM**

#### **A. Tinjauan Umum Tentang Aplikasi Shopee**

Di Indonesia, ada perusahaan yang melakukan segala aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik (*e-commerce*) yang menerapkan bentuk *consumer to consumer* (C2C) yaitu suatu aktivitas jual beli produk atau jasa yang menyediakan website atau aplikasi online yang memfasilitasi proses jual beli dari berbagai toko (*Marketplace*) dan Mall online bagi konsumen untuk melakukan transaksi penjualan dan pembelian secara online.

Pengguna dapat menampilkan barang dagangannya di situs C2C agar pengguna lainnya dapat melihat dan tertarik untuk membeli. Contoh bisnis C2C di Indonesia adalah Shopee, Elevenia, Tokopedia, Bukalapak. Shopee adalah salah satu aplikasi yang bergerak dalam bidang jual beli ini pertama kali berdiri di Indonesia pada Juni 2015. Shopee tersebar di beberapa Negara di kawasan Asia Tenggara yaitu Singapura, Malaysia, Vietnam, Filipina dan Thailand. Perusahaan Shopee yaitu anak dari Perusahaan Garena yang bertempat di Singapura.

Mengusung visi "Menjadi *C2C Mobile Marketplace* Nomor 1 di Asia Tenggara", Shopee yang berada di bawah naungan CEO, Chris Feng, pria lulusan terbaik dari Universitas Nasional Singapura yang memungkinkan para penggunanya membeli atau menjual barang melalui aplikasi yang tersedia di platform iOS dan Android. Melihat peluang besar bahwa Indonesia adalah Negara yang banyak menggunakan handphone sebagai media komunikasi, sehingga ini

menjadikan Shopee mudah mengembangkan perusahaan *e-commerce* di Indonesia.

Shopee hadir di Indonesia untuk membawa pengalaman berbelanja baru. Shopee memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta membekali konsumen dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik yang terintegrasi. Saat ini, angka unduhan Shopee telah mencapai seratus juta unduhan di *Google play store*

Shopee menjual beragam barang kebutuhan seperti *fashion*, otomotif, alat elektronik, aksesoris dan banyak barang lainnya. Shopee tidak hanya melayani para pembeli yang datang pada lapak aplikasinya tetapi mereka juga memfasilitasi para penjual yang ingin membuka toko di Shopee. Shopee memfasilitasi para penjual dalam memasarkan produknya, Shopee juga menyediakan proses pembayaran yang aman dengan berbagai sistem pembayaran melalui *Cash on Delivery* (COD), transfer bank, indomaret, kredivo hingga kartu kredit. Selain itu juga tersedia dompet elektronik, Shopee Pay yang dapat menyimpan seluruh dana baik dari pembelian maupun penjualan. Shopee Indonesia juga bekerja sama dengan jasa logistik di Indonesia seperti JNE, J&T Express, PT. Pos Indonesia, ID Express, SiCepat Halu, Anteraja untuk membantu proses pengiriman barang.

Beberapa keunggulan Shopee menurut Chris Feng, CEO Shopee di acara peluncuran Shopee di Jakarta adalah:

1. Memiliki tampilan yang sederhana dan dapat dengan mudah digunakan walaupun oleh pengguna baru.

2. Menjual barang dengan cukup cepat, dapat dilakukan hanya dalam waktu 30 detik.
3. Menawarkan fitur *chatting* dengan penjual sehingga dengan mudah bisa langsung bertransaksi atau tawar menawar. Fitur ini sangat memudahkan pengguna aplikasi Shopee mengingat di aplikasi atau situs *e-commerce* lainnya konsumen harus menyimpan nomor telepon terlebih dahulu untuk berhubungan langsung. Fitur *chatting* pada aplikasi Shopee juga berbeda karena selain bisa mengirim pesan tetapi juga bisa mengirim tautan seperti foto.
4. Memiliki fitur tawar yang memungkinkan konsumen untuk menawar harga yang sudah ditetapkan oleh penjual.
5. Memiliki fitur berbagi yang lengkap sehingga dengan mudah menyebarkan info ke berbagai media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, Line, Pinterest, Whatsapp, Buzz, hingga Beertalk.
6. Shopee mengintegrasikan fitur media sosial mencakup fungsi *hashtag*, yang memungkinkan pengguna mencari barang atau produk yang sedang populer atau untuk mengikuti tren produk terbaru dengan mudah.<sup>1</sup>

Tampilan aplikasi Shopee memang sudah sangat mudah dipahami, bagi pengguna yang masih awam dalam menggunakan Shopee pun pastilah sudah mengetahui bagaimana cara menggunakannya. Karena tampilan dalam aplikasi Shopee sudah disusun sedemikian rupa agar memudahkan pelanggan untuk

---

<sup>1</sup><https://www.liputan6.com>, diakses tanggal 31 Mei 2021 Pukul 21.10 WIB

memahami cara kerja dari aplikasi Shopee. Untuk berbelanja di aplikasi Shopee terdapat beberapa langkah sebagai berikut:

a. Cari Barang

Langkah yang pertama yaitu buka aplikasi Shopee, lalu pengguna bisa mencari barang yang di butuhkan dengan cara menetik nama barang pada kolom pencarian yang ada di pojok kiri atas. Setelah itu, pengguna bisa menekan tombol enter dan tunggu beberapa saat hingga muncul gambar barang-barang yang sedang dicari. Klik salah satu gambar barang dan pengguna bisa melihat spesifikasi dan deskripsi produk.

b. Untuk membeli barang yang di inginkan, pengguna bisa menekan tombol “Beli Sekarang” untuk langsung membeli produk tersebut. lalu pengguna bisa memilih warna, ukuran, atau tipe dari barang yang akan dibeli. Barang tersebut akan dihantarkan pada keranjang belanjaan pengguna, dan setelah itu pengguna bisa mengaktifkan voucher gratis ongkos kirim yang dimiliki, setelah itu klik “*Check Out*”.

Setelah mengklik *check out*, pengguna bisa melengkapi data-data yang dibutuhkan untuk pengiriman barang pesanan, seperti nama lengkap, alamat, tujuan barang dikirim, memilih cara pembayaran yang diinginkan, dan juga memberikan pesan pada penjual tentang barang yang akan di beli. setelah semua data lengkap, pengguna bisa mengklik *check out*, lalu pengguna akan mendapatkan beberapa digit nomor dan huruf yang dapat digunakan untuk membayar pesanan.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup><https://advancedbiofuelssummit.com>, diakses tanggal 31 Mei 2021 Pukul 20.51 WIB

Aplikasi Shopee juga sudah memuat peraturan-peraturan terkait dengan kriteria produk yang dapat dijual di dalam aplikasi Shopee, dengan tujuan untuk mencapai kepuasan pengguna dalam berbelanja melalui aplikasi Shopee serta mencegah timbulnya kerugian yang dapat terjadi bagi para pengguna aplikasi Shopee. Peraturan-peraturan tersebut terdiri dari:

1) Produk yang Dilarang

Penjual memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa semua produk di toko telah sesuai dengan undang-undang serta kebijakan produk yang dilarang di Shopee. Penjual bertanggung jawab untuk memeriksa sebelum mendaftarkan produk. Beberapa kategori produk yang dilarang untuk dijual di Shopee termasuk layanan jasa, obat-obatan terlarang, obat resep/farmasi, obat/suplemen dengan klaim palsu atau menipu, senjata api/tajam, produk tembakau, dan satwa liar.

2) Daftar Barang yang Dilarang

a) Peraturan Pabean Indonesia

Barang terlarang terdiri dari: minuman beralkohol, bahan peledak dan kembang api, senjata tajam, limbah beracun/berbahaya, barang bekas, barang antik, peralatan militer.

b) Jasa Kirim SLS

Barang terlarang terdiri dari: produk dewasa, produk palsu dan melanggar, produk yang mudah terbakar dan meledak, binatang hidup, bulu binatang dan hewan yang di awetkan

c) Jasa Kirim LWE

Barang terlarang terdiri dari: aerosol, produk palsu dan melanggar, produk terkait baterai murni, binatang hidup dan yang sudah di awetkan.<sup>3</sup>

## **B. Biografi Ibnu Taimiyah**

Nama lengkap Ibnu Taimiyah adalah Taqiy ad-Din Abu al-Abbas Ahmad bin Syihab ad-Din Abi al-Mahasin Abdul Halim bin Abi al-Barakat Abdus Salam bin Abdullah bin Abi al-Qasim Muhammad bin al-Khadlar bin Ali bin Abdullah bin Taimiyah al-Harrany ad-Dimasyqy. Ibnu Taimiyah dilahirkan di Harran, Syria pada hari Senin 10 Rabiul Awal 661 H (1263 M).<sup>4</sup>

Ibnu Taimiyah dari keluarga ulama Syiria yang setia pada ajaran agama puritan dan amat terikat dengan madzhab Hambali. Sang kakek Abdus-Salam, adalah seorang ulama dan pengkaji (pemuka) agama terkemuka di Baghdad, ibukota kekhalifahan Abbasiyah, dan kediaman yang disinggahinya pada tahun-tahun akhir kehidupannya. Tradisi serupa diteruskan oleh putranya, Abdul Halim (ayah Ibnu Taimiyah), yang menjadi kepala sekolah ilmu hadits terkemuka di Damaskus, perbatasan dengan Haran yang menjadi basis perpindahan keluarganya setelah bangsa Mongol menjajah negeri itu. Bangsa Mongol menerjang kearah barat dan Iraq, setelah mengakhiri kekhalifahan Abbasiyah, sementara Syi'ah berada di bawah pemerintahan bangsa Mameluk yang berpusat di Kairo.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup><https://seller.shopee.co.id>, diakses tanggal 07 Juni 2021, Pukul 12.38 WIB

<sup>4</sup>Ariyadi, *Jual Beli Online Ibnu Taimiyah*(Yogyakarta: Diandra Kreatif, 2018), h. 49

<sup>5</sup> Khalid Ibrahim Jindan, *Teori Politik Islam : Telaah Kritis Ibnu Taimiyyah tentang Pemerintahan Islam*(Jakarta:Risalah Gusti,1995),h.24

Ibnu Taimiyah tumbuh dalam lingkungan keluarga yang berpendidikan tinggi. Ia mulai belajar agama ketika ia masih kecil, berkat kecerdasan dan kejeniusannya Ibnu Taimiyah yang masih berusia muda sudah dapat menghafal Al-Qur'an dan telah mampu menamatkan sejumlah mata pelajaran seperti tafsir, hadits, fiqh, matematika dan filsafat, serta berhasil menjadi yang terbaik diantara teman-teman seperguruannya.<sup>6</sup>

Ibnu Taimiyah belajar teologi Islam dan hukum Islam dari ayahnya sendiri. Disamping itu ia juga belajar dari ulama-ulama hadits yang terkenal. Guru Ibnu Taimiyah berjumlah kurang lebih 200 orang, diantaranya adalah Syamsuddin al-Maqdisi, Ahmad bin Abu bin al-Khair, Ibnu Abi al-Yusr dan al-Kamal bin Abdul Majd bin Asakir.<sup>7</sup>

Sebagai ilmuwan, Ibnu Taimiyah mendapat reputasi yang sangat luar biasa dikalangan ulama ketika itu, ia dikenal sebagai orang yang berwawasan luas, pendukung kebebasan berpikir, tajam perasaan, teguh pendirian dan pemberani serta menguasai berbagai disiplin keilmuan yang dibutuhkan ketika itu. Ia bukan hanya menguasai studi Al-Qur'an, Hadits dan Bahasa Arab, tetapi ia juga mendalami Ekonomi, Matematika, Sejarah Kebudayaan, Kesustraan Arab, Mantiq, Filsafat dan berbagai analisa persoalan yang muncul pada saat itu. Kedalaman ilmu Ibnu Taimiyah memperoleh penghargaan dari pemerintah pada saat itu dengan menawarinya jabatan kepala kantor pengadilan. Namun, karena

---

<sup>6</sup>Adiwarman Azwar Karim,*Sejarah pemikiran Ekonomi Islam*(Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada,2006), h. 351

<sup>7</sup>*ibid*

hati nuraninya tidak mampu memenuhi berbagai batasan yang ditentukan penguasa, ia pun menolak tawaran tersebut.<sup>8</sup>

Ibnu Taimiyah pernah belajar kepada banyak ulama, baik berjumpa dan hadir di majelis ulama-ulama besar di Damaskus secara langsung, maupun melalui telaah otodidak dan gurunya lebih dari dua ratus orang, diantaranya sebagai berikut:

1. Zainuddin Ahmad bin Abdu Ad-da`im Al-Maqdisi
2. Muhammad bin Ismail bin Utsman bin Muzhaffar bin Hibatullah Ibnu  
‘Asakir Ad-Dimasyqi
3. Abdurrahman bin Sulaiman bin Sa`id bin Sulaiman Al-Baghdadi
4. Muhammad bin Ali Ash-Shabuni
5. Kamaluddin bin Abdul Azis bin Abdul Mun`im bin Al-Khidhr bin Syibl
6. Saifuddin Yahya bin Abdurrahman bin Najm bin Abdul Wahhab Al-  
Hanbali
7. Al-Mu`ammil bin Muhammad Al-baalisi Ad-Dimasyqi
8. Yahya bin Abi Manshur Ash-Shairafi
9. Ahmad bin Abu Al-Khair Salamah bin Ibrahim Ad-Dimasyqi Al- Hanbali
10. Bakar bin Umar bin Yunus Al-Mizzi Al-Hanafi
11. Abdurrahim bin Abdul Malik bin Yusuf bin Qudamah Al-Maqdisi
12. Al-Muslim bin Muhammad bin Al-Muslim bin Muslim bin Al-Khalaf Al-  
Qisi
13. Al-Qasim bin Abu Bakar bin Al-Qasim bin Ghunaimah Al-Irbili
14. Ibrahim bin Ismail bin Ibrahim Ad-Darji Al-Qurasyi Al-Hanafi

---

<sup>8</sup>Munawir Sjadzali, *Islam dan Tata Negara : ajaran, sejarah dan pemikiran* (Jakarta : UI Press,1990), h. 79

15. Al-Miqdad bin Abu Al-Qasim Hibatullah Al-Qiisi.
16. Abdul Halim bin Abdus Salam bin Taimiyah
17. Muhammad bin Abu Bakar Al-‘Amiri Ad-Dimasyqi
18. Ismail bin Abu Abdillah Al-‘Asqalaani
19. Taqiyuddin Ismail bin Ibrahim bin Abu Al-Yusr At-Tannukhi
20. Syamsuddin Abdullah bin Muhammad bin Atha` Al-Hanafi.<sup>9</sup>

Sebagai ulama yang terkenal sebagai sosok yang berfikir kritis dan tajam, Ibnu Taimiyah memiliki banyak murid yang sangat banyak. Apalagi pada masa kehidupannya, kondisi umat Islam berada pada masa yang dikenal dengan nama “Jumud” ditambah lagi dengan adanya perang fisik dan fikiran antara kekhalifahan Islam dengan non-Muslim, maupun perang pemikiran (*Ghazwatul Fikri*) antara aliran dan faham dalam Islam. Murid Ibnu Taimiyyah yang termashur diantaranya sebagai berikut:

- a. Syarafuddin Abu Muhammad Al-Manja bin Utsman bin Asad bin Al- Manja At-Tanukhi Ad-Dimasyqi
- b. Jamaluddin Abu Al-Hajjaj Yusuf bin Az-Zakki Abdurrahman Bin Yusuf bin Ai Al-Mizzi
- c. Syamsuddin Abu Abdillah Muhammad bin Ahmad bin Abdil Hadi
- d. Syamsuddin Abdillah Muhammad bin Ahmad bin Utsman bin Qaimaz bin Abdillah Ad-Dimasyqi Adz-Dzahabi<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup>Syaikh Ahmad Farid, *Biografi Ulama Salaf, Terj Masturi Irham dan Assmu’i Taman* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2006), Cet. ke-1, h. 807-808

<sup>10</sup>*ibid*

Karya-karya Ibnu Taimiyah meliputi berbagai bidang keilmuan, seperti tafsir, hadits, ilmu hadits, ushul fiqh, tasawuf, mantiq, filsafat, politik, pemerintahan dan tauhid. Karya-karya Ibnu Taimiyyah antara lain: Kitab Muqaddimah fi 'Ilm al-Tafir, Kitab fi Ushul Fiqh, Kitab Al-Tawasul wa al-Wasilah, Kitab Al-Ra'du 'Ala al-Nashara, Kitab Al-Raddu 'Ala al Mantiqiyin, Kitab Al-Hasbah fi al-Islam, Kitab Al Siyasah al-Syar'iyyah fi Ishlah al-Ra'yi wa al-Ru'yah.

Ibnu Taimiyah wafat di dalam penjara Qal'ah Dimasyq disaksikan oleh salah seorang murid nya yaitu Ibnu Qayyim. Ia berada di penjara ini selama dua tahun tiga bulan dan beberapa hari, mengalami sakit dua puluh hari lebih. Ia wafat pada tanggal 20 Dzulhijjah tahun 728 Hijriah dan di kuburkan pada waktu Ashar di samping kuburan saudaranya yaitu Syaikh Jamal al-Islam Syarafuddin.

Selain membahas bidang tasawuf, hadis, dan tafsir, Ibnu Taimiyah juga membahas tentang ekonomi. Pemikiran-pemikiran ekonomi Ibnu Taimiyah dituangkan di dalam beberapa kitab yaitu al- Hisbah fi al-Islam dan kitab Majmu' Fatawa. Di dalam kitab al-Hisbah fi al-Islam, Ibnu Taimiyah membahas tentang kewajiban bagi pedagang untuk memberikan informasi yang benar mengenai barang yang diperdagangkan.

Dalam suatu hubungan transaksi ekonomi, produsen (pelaku usaha) dan konsumen merupakan suatu bagian yang penting. Sebelum membeli suatu produk, konsumen tentu nya memperhatikan informasi yang tercantum di dalam suatu produk. Kelengkapan informasi seperti komposisi bahan, tanggal kadaluwarsa, kehalalan suatu produk mempunyai daya tarik sendiri bagi konsumen untuk membeli produk tersebut.

Kemajuan teknologi dan informasi mempengaruhi segala bentuk transaksi, salah satunya adalah jual beli. Saat ini, jual beli dapat dilakukan secara online melalui sejumlah aplikasi belanja online yang menawarkan kemudahan dalam transaksi jual beli. Akan tetapi, dibalik kemudahan yang ditawarkan dalam jual beli online tersebut, pelaku usaha memiliki kesempatan untuk memberikan informasi palsu terkait produk yang di jual demi mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Ibnu Taimiyah dalam kitabnya yaitu *al-Hisbah fi al-Islam*, salah satu kecurangan dalam jual beli (perdagangan) adalah dengan cara memanipulasi dan menyembunyikan cacat barang dagangannya seperti dengan menampakkan yang baik disisi yang dapat dilihat dan menyembunyikan yang rusak disisi yang tidak terlihat.<sup>11</sup>

Ibnu Taimiyah juga mengungkapkan beberapa kontrak/transaksi yang illegal dalam Islam, yaitu:

وَيَدُ خُلٍّ فِي الْمُنْكَرَاتِ مَا نَهَى اللَّهُ عَنْهُ وَرَسُولُهُ مِنَ الْعُقُودِ الْمُحَرَّمَةِ مِثْلُ عُقُودِ الرِّبَا وَالْمَيْسِرِ  
وَمِثْلِ بَيْعِ الْعَرَرِ وَكِحْبَلِ الْحَبْلَةِ وَالْمَلَامَسَةِ وَالْمُنَابَذَةِ وَرِبَا النَّسِيئَةِ الْفَضْلِ . وَكَذَلِكَ التَّجَشُّسُ وَهُوَ أَنْ  
يُرِيدَ فِي السَّلْعَةِ مَنْ لَا يُرِيدُ شِرَاءَهَا . وَتَصْرِيحُ الدَّابَّةِ اللَّبُونِ وَسَائِرِ أَنْوَاعِ التَّدْلِيْسِ وَكَذَلِكَ الْمُعَا

<sup>11</sup>Ibnu Taimiyah, *al-Hisbah Fi al-Islam*, (Beirut: Maktabah 'Alamiyah), h. 18

مَالَاتِ الرَّبَوِيَّةِ سِوَاءَ كَانَتْ ثَنَاءً أَوْ ثَلَاثِيَّةً إِذَا كَانَ الْمَقْصُودُ بِهَا جَمِيعُهَا أَخَذَ دَرًا هِمٌّ بِدَرًا هِمٌّ

أَكْثَرُ مِنْهَا إِلَى أَجَلٍ<sup>12</sup>

Artinya: Dan yang termasuk di dalam kemungkaran apa-apa yang telah dilarang Allah atasnya dan Rasulnya dari yang diharamkan, misalnya utang piutang dengan riba dan judi (*maisir*), kontrak/transaksi yang mengandung unsur ketidakjelasan (*aqd al-gharar*) seperti menjual unta yang belum lahir, jual beli *mulamasah* (dengan sentuhan), jual beli *munabadza* (dengan lemparan), jual beli dengan *nasi'ah* (dengan menunda waktu pelaksanaan), dan *riba fadl* (menambah jumlah penukar). Demikian pula dengan praktek jual beli *an-najsy*, yaitu jual beli dengan cara 'memaksa' pembeli untuk segeramenyepakati harga yang ditawarkan penjual, jika tidak, maka harganya akan segera dinaikkan.

Sebagaimana ungkapan diatas dapat dilihat bahwa suatu hal yang dilarang dalam dunia bisnis adalah *al-gharar*. *Al-gharar* adalah usaha membawa atau menggiring seseorang dengan cara yang tidak benar untuk menerima suatu hal yang tidak memberikan keuntungan dengan disertai rayuan bahwa hal itu menguntungkannya yang seandainya ia mengetahui hakikat ajakan tersebut ia tidak mau menerimanya. Transaksi *al-gharar* terbagi 3 (tiga), yaitu :

1. Jual beli terhadap sesuatu yang belum ada;
2. Jual beli terhadap sesuatu yang sulit diserahkan;
3. Jual beli terhadap suatu barang yang tidak tertentu dari zat ataupun jenis dan sifat-sifatnya<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup>*ibid*, h.19

<sup>13</sup>*ibid*, h. 25

Terkait dengan jual beli yang mengandung *gharar*, Ibnu Taimiyah *Rahimahullah* menyatakan dalam *Kitab Majmu' Fatawa* yaitu sebagai berikut:

الْعَرَرُ هُوَ الْمَحْهُوْلُ الْعَاقِبَةُ

Artinya: *Al-gharar* adalah transaksi yang tidak diketahui akibat akhirnya.<sup>14</sup>

Ibnu Taimiyah memiliki pandangan tentang seorang pedagang yang dilarang menyembunyikan cacat pada barang dagangan nya, dengan tujuan memperoleh keuntungan yang sebesar-besar nya. Hal ini tercantum di dalam kitab *al-Hisbah fi al-Islam*.

وَالْعَشَّ يَدْخُلُ فِي الْبُيُوعِ بِكَيْتْمَانِ الْعُيُوبِ وَتَدْلِيسِ السَّلْعِ، مِثْلُ أَنْ يَكُونَ ظَاهِرُ الْمَيْعِ خَيْرًا

مِنْ بَاطِنِهِ كَلَدَى مَرَعَلِيهِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَأَنْكَرَ عَلَيْهِ

Artinya: Dan yang termasuk di dalam jual beli dengan menyembunyikan cacat dan penipuan pada barang. Misalnya bahwa ada penjual menampakkan yang baik dari sisi yang tersembunyi seperti yang lalu Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wassalam* dan mengingkari atasnya.<sup>15</sup>

Ibnu Taimiyah menganjurkan penjual berhak memperoleh keuntungan yang diterima secara umum (*al-rih al-ma'ruf*) tanpa merusak kepentingannya dan kepentingan pelanggannya.<sup>16</sup> Penjual dilarang memperdagangkan produk yang tidak memenuhi kualitas guna menjamin keselamatan konsumen serta

<sup>14</sup>Ibnu Taimiyah, *Majmu' Fatawa*, juz 29 h. 22

<sup>15</sup>Ibnu Taimiyah, *al-Hisbah fi al-Islam*, (Beirut: Maktabah 'Alamiyah), h. 18

<sup>16</sup>*ibid*, h. 37

menghindarkan konsumen dari kerugian yang akan diderita. Dan dalam hal produksi dan pengemasan produk, penjual harus memberikan informasi yang benar dan sesuai tentang produk yang di jual tanpa menyembunyikan kecacatannya.

وَيَدْ خُلِّ فِي الصِّنَا عَاتٍ مِثْلَالِذِينَ يَصْنَعُونَ الْمَطْعُومَاتِمْنَ الْخُبْزِ وَأَطْبَخِ وَالْعَدَسِ وَالشَّوَاءِ

وَعَيْرُذَلِكَ أَوْ يَصْنَعُونَ الْمَلْبُوسَاتِ كَالنِّسَاءِ جِيْنِ وَالْحَيَاطِينَ وَنَحْوَهُمْ أَوْ يَصْنَعُونَ عَيْرُذَلِكَ مِثَالصِّنَا عَاتٍ

فَيَجِبُ نَهْيُهُمْ عَنِ الْعَشْوِ الْخِيَانَةِ وَالْكِتْمَانِ

Artinya: Dan yang termasuk di dalam perbuatannya seperti pembuatan makanan seperti roti, merebus kacang, dan menanggung daging dan lain dari pada itu atau pembuatan pakaian/baju seperti menenun, menjahit dan lain sebagainya atau permbuatan dari itu. Dari pembuatannya maka diwajibkan seperti yang diinginkan dan seorang yang menipu dan berkhianat dan yang menyembunyikan kecacatan tersebut.<sup>17</sup>

Dengan demikian pelaku usaha harus benar-benar jujur dalam menginformasikan dan memproduksi barang dan/jasa yang akan dipasarkan kepada konsumen, terutama standar atau kualitas mutu produk yang akan diedarkan agar hak-hak konsumen dapat terpenuhi. Apa yang diinformasikan sama dengan apa yang ada terlihat pada produk tersebut.

---

<sup>17</sup> *ibid*, h. 18

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Praktik Jual Beli *Skincare* dengan Sistem *Share in Jar* di Aplikasi Shopee**

Dengan adanya kemajuan teknologi saat ini, memberikan pengaruh yang sangat besar dalam transaksi jual beli. Salah satu dampaknya adalah hadirnya berbagai jenis *market place* yang menawarkan kemudahan dan kenyamanan dalam transaksi jual beli tanpa harus bertemu langsung antara penjual dan pembeli. Contohnya adalah aplikasi Shopee, yang hadir pertama kali pada bulan Juni tahun 2015 dan berkantor pusat di Singapura. Shopee memiliki berbagai kategori produk yang di jual seperti elektronik, *fashion*, anak dan bayi, kesehatan dan perawatan, perlengkapan olahraga bahkan perlengkapan rumah.

Produk *skincare share in jar* adalah salah satu contoh produk yang dijual oleh Shopee. *Share in jar* adalah membagi isi sebuah produk dari kemasan asli kedalam wadah yang lebih kecil. Saat ini, *share in jar* banyak diminati oleh kalangan pengguna *skincare* pemula. Adanya kesempatan ini, membuat penjual *skincare* berlomba-lomba untuk menjual *share in jar* di aplikasi Shopee dengan menawarkan harga yang murah serta menjanjikan bahwa produk *share in jar* yang di jual adalah produk yang berasal dari kemasan asli.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis di aplikasi Shopee, penjual *skincare share in jar* banyak yang tidak mencantumkan informasi mengenai produk *skincare* yang di jual di beranda akun Shoopenya. Seperti pada Toko SharingBeauty dan Toko Aboutgirlco, penjual hanya mencantumkan jumlah stok produk yang tersedia, umur simpan, serta lokasi pengiriman produk. Penjual tidak

mencantumkan nama produk yang dijual, tanggal kadaluwarsa produk, dan tidak menjelaskan bagaimana proses pemindahan *skincare* dari kemasan asal kedalam kemasan *share in jar*. Oleh karena itu, banyak konsumen yang kecewa ketika menerima produk *share in jar* yang yang diberikan oleh penjual.

Hasil wawancara dengan Ibu Asri Wijaya dan Ibu Arsyabilla selaku pengguna *share in jar*, ibu Asri Wijaya yang sudah menggunakan *skincare share in jar* selama 2 bulan mengatakan ketika membeli produk *share in jar* merek Zamron Day Cream and Night Cream ukuran 5 gram dengan harga Rp 38.000 dan produk Zamron Perfect Serum ukuran 5 mililiter dengan harga Rp 28.000, ternyata kedua produk tersebut adalah produk *share in jar* palsu, yang bukan berasal dari kemasan asalnya. Hal ini disebabkan, ketika beliau menggunakan kedua produk tersebut tekstur dari kedua produk tersebut berbeda dengan yang berasal dari kemasan asli. Tekstur produk *share in jar* tersebut lebih cair dibandingkan dengan produk asal. Beliau juga mengatakan bahwa aroma dari produk zamron *share in jar* tersebut berbeda dengan kemasan asli pada produk zamron *share in jar* aromanya lebih harum menyengat, sedangkan di produk zamron kemasan asli tidak ada campuran parfum sehingga aromanya tidak menyengat.<sup>1</sup>

Pengalaman serupa juga di alami oleh Ibu Arsyabila saat membeli produk *share in jar* di aplikasi Shopee. Ketika beliau membeli produk COSRX Snail *share in jar*, ia mendapatkan produk yang palsu. Alasan beliau mengatakan produk tersebut palsu adalah ketika digunakan, produk tersebut mengeluarkan busa yang banyak seperti sabun cuci muka pada umumnya. Padahal produk COSRX Snail adalah

---

<sup>1</sup>Ibu Asri Wijaya, Pengguna *Share in Jar*, wawancara pribadi, Tanggal 22 Desember 2020, Pukul 13.42

serum yang secara langsung diserap oleh permukaan kulit dan tidak menimbulkan rasa lengket di kulit, sehingga seharusnya produk tersebut tidak mengeluarkan busa yang banyak ketika digunakan.<sup>2</sup>

Dari pengalaman konsumen di atas, dapat disimpulkan bahwa penjual *skincare share in jar* di aplikasi Shopee sudah menambahkan zat-zat tertentu yang tidak diketahui oleh konsumen, sehingga terdapat perbedaan dari segi tekstur, aroma, serta warna yang berbeda dari kemasan asli. Dengan mendapatkan produk *share in jar palsu*, tentunya konsumen merasa sangat dirugikan. Dan hal yang paling dikhawatirkan oleh konsumen adalah efek berbahaya yang dapat ditimbulkan dari menggunakan *skincare share in jar* palsu tersebut.

Selain adanya produk palsu, di dalam jual beli *skincare share in jar* juga banyak ditemukan penjual yang mengabaikan dalam hal memberikan informasi mengenai produk *skincare* yang dijual, seperti tanggal kadaluwarsa serta komposisi bahan. Berdasarkan wawancara penulis dengan pengguna *skincare share in jar* di aplikasi Shopee, penulis memperoleh informasi dari Ibu Anggraini Novita, beliau sudah menggunakan *skincare share in jar* sejak setahun yang lalu. Menurut pengalaman beliau, beliau pernah mendapatkan produk *Somethinc Niacinamides share in jar* yang tidak mencantumkan label nama produk dan juga tanggal kadaluwarsa. Setelah digunakan, produk tersebut juga tidak mempunyai

---

<sup>2</sup>Ibu Arsyabila, Pengguna *Share in Jar*, wawancara pribadi, Tanggal 23 Desember 2020, Pukul 19.16

pengaruh apapun pada kulit beliau. Oleh karena itu, beliau jadi merasa khawatir dengan keaslian produk tersebut.<sup>3</sup>

Salah satu hal penting diperhatikan dalam jual beli *skincare share in jar* ini adalah proses pengemasan produk *skincare* dari kemasan asal yang kemudian dipindahkan ke dalam kemasan *share in jar*. Pembeli *skincare share in jar* di aplikasi Shopee tidak mengetahui bagaimana proses tersebut berlangsung, apakah proses pengemasan yang dilakukan penjual sudah higienis atau belum, bagaimana alat yang digunakan penjual dalam proses pengemasan hingga bagaimana cara penyimpanan produk *skincare share in jar* yang telah dikemas. Beberapa kandungan *skincare* sangat rentan terhadap udara. Partikelnya bisa berubah dan mempengaruhi kualitas, serta efektivitasnya ketika diaplikasikan pada kulit. Resiko ini tentu tak bisa dihindari dalam proses mengemas ulang *skincare share in jar*.<sup>4</sup>

Melalui wawancara yang dilakukan oleh penulis terhadap Ibu Salsa, selaku pemilik Toko @Poloroid\_murah.id yang menjual masker wajah *share in jar* dengan merek AXIS-Ydi aplikasi Shopee. Proses pengemasan yang dilakukan oleh Ibu Salsa adalah pertama dengan mensterilkan wadah kemasan *share in jar* dengan cara mencuci wadah menggunakan sabun cair bayi, kemudian di lap menggunakan kapas yang sudah dibasahi dengan alcohol. Setelah wadah di lap, masker dipindahkan dari kemasan asal ke kemasan *share in jar* menggunakan spatula masker. Ibu salsa mengisi wadah *share in jar* hingga penuh tanpa

---

<sup>3</sup>Ibu Anggaraini Novita, Pengguna *Share in Jar*, wawancara pribadi, Tanggal 20 Desember 2020, Pukul 06.46

<sup>4</sup><https://www.fimela.com>, diakses Tanggal 23 April 2021 Pukul: 10.10 Wib

menggunakan alat takar seperti timbangan. Setelah proses pengemasan selesai, Ibu Salsa tidak melengkapi produk nya dengan mencantumkan tanggal kadaluwarsa di kemasan nya.<sup>5</sup> Hal ini bisa merugikan bagi konsumen, karena konsumen memperoleh informasi yang tidak lengkap mengenai produk yang akan ia beli.

Selain tanggal kadaluwarsa dan komposisi bahan, hal penting lainnya yang harus diperhatikan oleh penjual *skincare share in jar* adalah, kebersihan dan keamanan wadah kemasan *share in jar*. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Ibu Estu selaku pengguna *skincare share in jar*, beliau mengatakan ketika membeli produk *skincare share in jar*, ia mendapatkan kemasan yang rusak seperti botol bekas pakai, bukan kemasan yang baru. Hal ini dikarenakan, di botol kemasan nya sudah ada tanggal kadaluwarsa yang ditutup dengan tanggal kadaluwarsa yang baru di botol kemasan tersebut.<sup>6</sup>

Penulis juga menemukan sebuah penilaian dari konsumen *share in jar* di salah satu toko *share in jar* di aplikasi Shopee, konsumen yang bernama Ibu Vinka Rizqi mengatakan, setelah 2 kali pemakaian produk *share in jar*, beliau baru sadar di dalam botol nya ada seekor semut yang mengambang di dalam botol kemasan *share in jar* tersebut. Tentunya, kebersihan penjual dalam mengemas produk *share in jar* menjadi diragukan oleh konsumen tersebut.

Banyak nya peminat *share in jar* saat ini, di manfaatkan oleh beberapa penjual *skincare share in jar* untuk memperoleh untung yang sebanyak-banyak nya.

---

<sup>5</sup> Ibu Salsa, Pemilik Toko *Share in Jar* @Poloroid\_murah.id, wawancara pribadi, Tanggal 04 Desember 2020 Pukul 21.41 Wib

<sup>6</sup> Ibu Estu, Pengguna *Share in Jar*, wawancara pribadi, Tanggal 25 Desember 2020, Pukul 20.06 Wib

Berbagai cara dilakukan oleh penjual, seperti mencampur *skincare share in jar* dengan bahan lainnya bahkan sampai menjual produk *skincare share in jar* palsu. Hal ini tentunya, merugikan bagi konsumen khususnya bagi pengguna *skincare* pemula yang masih belum bisa membedakan antara *skincare share in jar* asli atau *skincare share in jar* palsu.

Selain menjual produk palsu, banyak penjual yang lalai untuk memberikan informasi terkait produk *skincare* yang ia jual seperti nama produk, tanggal kadaluwarsa, serta komposisi bahan. Keterbukaan mengenai proses pengemasan produk dari kemasan asal ke dalam kemasan *share in jar* juga dibutuhkan oleh konsumen, untuk menghindari keraguan bagi konsumen apakah terjadi kontaminasi antara zat yang terkandung di dalam *skincare* dengan paparan udara serta bakteri yang mungkin saja terjadi selama proses pengemasan berlangsung.

Penjual *skincare share in jar* diharapkan dapat memperhatikan hal-hal tersebut, dengan tujuan untuk mencegah hilangnya hak-hak konsumen serta mencegah kerugian yang akan di derita oleh konsumen.

## **B. Peran Pemerintah Dalam Melindungi Konsumen Terhadap Jual Beli *Skincare Share in Jar* di Aplikasi Shopee**

Pemerintah Indonesia berupaya melindungi hak-hak konsumen dalam setiap transaksi yang dilakukan untuk mencegah timbulnya kerugian yang mungkin akan di derita oleh konsumen. Sebagai otoritas yang mampu menegakkan seluruh aturan dan melindungi seluruh kepentingan setiap warga negara, Pemerintah Indonesia melalui lembaga-lembaga pemerintahan berupaya membuat undang-undang, atau peraturan terkait dengan perlindungan konsumen.

### 1. Peran Pencegahan (*Preventif*)

Upaya pencegahan yang dilakukan pemerintah dengan tujuan melindungi hak-hak konsumen dalam jual beli *skincare share in jar* adalah:

#### a. Membentuk Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)

Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah dalam melindungi konsumen untuk menjamin mutu atau kualitas dari produk *skincare share in jar* yang beredar di pasaran ini adalah dengan membentuk Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). BPOM adalah lembaga pemerintahan di Indonesia yang bertugas melakukan regulasi, standarisasi dan sertifikasi produk makanan dan obat yang mencakup keseluruhan aspek pembuatan, penjualan, penggunaan dan keamanan makanan, dan obat-obatan, kosmetik dan produk lainnya. Berdasarkan Pasal 3 pada Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan, BPOM mempunyai fungsi utama, salah satunya adalah pelaksanaan kebijakan nasional di bidang pengawasan obat dan makanan, pelaksanaan pengawasan sebelum beredar dan pengawasan selama beredar, pelaksanaan penindakan terhadap pelanggaran ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang pengawasan Obat dan Makanan.

Sistem pengawasan Obat dan Makanan yang diselenggarakan oleh BPOM merupakan suatu proses yang komprehensif, mencakup pengawasan *pre-market* dan *post-market*.<sup>7</sup> Sistem itu terdiri dari: pertama, standarisasi yang merupakan fungsi penyusunan standar, regulasi, dan kebijakan terkait dengan pengawasan Obat dan Makanan. Standarisasi dilakukan terpusat, dimaksudkan untuk

---

<sup>7</sup> BPOM-RI, *Report To The Nation*, edisi Mei-Juni, 2015, h.8

menghindari perbedaan standar yang mungkin terjadi akibat setiap provinsi membuat standar tersendiri. Kedua, penilaian (*pre-market evaluation*) yang merupakan evaluasi produk sebelum memperoleh nomor izin edar dan akhirnya dapat diproduksi dan diedarkan kepada konsumen. Penilaian dilakukan terpusat, dimaksudkan agar produk yang memiliki izin edar berlaku secara nasional. Ketiga, pengawasan setelah beredar (*post-market control*) untuk melihat konsistensi mutu produk, keamanan dan informasi produk yang dilakukan dengan melakukan sampling produk Obat dan Makanan yang beredar, serta pemeriksaan sarana produksi dan distribusi Obat dan Makanan, serta pemantauan pengawasan label/penandaan dan iklan.<sup>8</sup>

Pengawasan obat dan makanan merupakan tindakan yang dilakukan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dalam pelaksanaan kegiatan untuk meminimalisir kesalahan atau penyimpangan obat dan makanan. Dengan begitu dapat diketahui apakah pelaksanaan kegiatan tersebut sudah sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan sebelumnya atau justru menyimpang dari ketentuan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) tersebut.

Terkait dengan *skincare share in jar*, mengacu pada Pasal 1 ayat 3 Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 2 Tahun 2020 Tentang Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetika yang memuat pengertian Produksi adalah kegiatan atau proses menghasilkan, menyiapkan, mengolah, membentuk, mengemas, dan/atau mengubah bentuk, pengawasan mutu dan pemastian mutu

---

<sup>8</sup>BPOM-RI, *Report To The Nation* , edisi November-Desember, 2017, h. 18.

sediaan kosmetika.<sup>9</sup> Sesuai dengan pengertian di atas, maka praktek jual beli *skincare share in jar* termasuk kedalam kegiatan produksi. Oleh karena itu, setiap kegiatan produksi harus menerapkan Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik (CPKB). Pedoman CPKB meliputi: sistem manajemen mutu, personalia, bangunan dan fasilitas, peralatan, sanitasi dan *higiene*, produksi, pengawasan mutu, dokumentasi, audit internal, penyimpanan, kontrak produksi dan pengujian, penanganan keluhan dan penarikan produk.<sup>10</sup>

Dengan demikian, pengolahan *skincare share in jar* harus sesuai dengan cara pengolahan kosmetika yang baik. Seperti dalam hal sanitasi dan *higiene*, sanitasi dan *higiene* hendaknya dilaksanakan untuk mencegah terjadinya kontaminasi terhadap produk yang diolah. Penjual *share in jar* wajib menghindari bersentuhan langsung dengan bahan atau produk yang diproses untuk mencegah terjadinya kontaminasi. Personil harus mengenakan pakaian kerja, tutup kepala sertamenggunakan alat pelindung sesuai dengan tugasnya sertaperalatan atau perlengkapan harus dijaga dalam keadaan bersih.<sup>11</sup>

Hal lain yang harus di perhatikan oleh penjual *skincare share in jar* adalah penandaan pada kemasan. Berdasarkan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 30 Tahun 2020 Tentang Persyaratan Teknis Penandaan Kosmetika, penandaan adalah setiap informasi mengenai kosmetika yang

---

<sup>9</sup>Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 2 Tahun 2020 Tentang Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetika

<sup>10</sup>Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 25 Tahun 2019 Tentang Pedoman Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik

<sup>11</sup>Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.3870 Tentang Pedoman Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik

berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada kosmetika dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan, serta yang dicetak langsung pada produk.<sup>12</sup> Dalam Pasal 2 Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 30 Tahun 2020 Tentang Persyaratan Teknis Penandaan Kosmetika disebutkan bahwa penandaan harus memenuhi kriteria, yaitu lengkap dengan mencantumkan semua informasi yang dipersyaratkan, obyektif dengan memberikan informasi sesuai dengan kenyataan yang ada dan tidak boleh menyimpang dari sifat keamanan dan kemanfaatan kosmetika, tidak menyesatkan dengan memberikan informasi yang jujur, akurat, dapat dipertanggung jawabkan, dan tidak boleh memanfaatkan kekhawatiran masyarakat akan suatu masalah kesehatan dan tidak menyatakan seolah-olah sebagai obat atau bertujuan untuk mencegah suatu penyakit.<sup>13</sup>

Informasi pada penandaan sebagaimana dimaksud paling sedikit berupa keterangan mengenai:

1. Nama kosmetika
2. Kemanfaatan/kegunaan
3. Cara penggunaan
4. Komposisi
5. Negara produsen
6. Nama dan alamat lengkap Pemilik Nomor Notifikasi
7. Nomor batch
8. Ukuran, isi, atau berat bersih

---

<sup>12</sup>Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 30 Tahun 2020 Tentang Persyaratan Teknis Penandaan Kosmetika

<sup>13</sup>Pasal 2 Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 30 Tahun 2020 Tentang Persyaratan Teknis Penandaan Kosmetika

9. Tanggal kadaluwarsa
10. Nomor notifikasi
11. 2D Barcode
12. Peringatan dan/atau perhatian.<sup>14</sup>

Disebabkan *share in jar* termasuk kedalam kategori produksimengacu pada Pasal 1 ayat 3 Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 2 Tahun 2020 Tentang Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetika, oleh karena itu setiap produk *share in jar* yang beredar di pasaran harus mendapatkan izin dari BPOM.

Peraturan Kepala Badan POM Republik Indonesia Nomor HK.03.1.23.04.11.03724 Tahun 2011 Tentang Pengawasan Pemasukan Kosmetika Perka BPOM No HK.03.1.23.04.11.03724 tentang pengawasan pemasukan kosmetika mengatakan bahwa pemasukan kosmetika harus memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan dan mendapat persetujuan dari Kepala Badan POM. Pelanggaran terhadap perbuatan pelaku usaha itu dapat dijatuhi sanksi administratif. Sanksi administratif menurut Pasal 9 ayat (1) dapat berupa:

- a. peringatan tertulis
- b. larangan mengedarkan kosmetika
- c. penarikan kosmetika dari peredaran
- d. pemusnahan kosmetika atau
- e. penghentian sementara produksi, pemasukan, dan/atau peredaran kosmetika<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup>Pasal 5 Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 30 Tahun 2020 Tentang Persyaratan Teknis Penandaan Kosmetika

b. Menerbitkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Peran pemerintah dalam melindungi konsumen selanjutnya adalah dengan mengeluarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Berawal dari keprihatinan akan banyaknya kasus yang merugikan kepentingan konsumen serta didukung oleh ketidakberdayaan konsumen, maka kehadiran produk perundang-undangan untuk melindungi konsumen sangat diperlukan. Pemerintah, DPR, dan sejumlah lembaga yang memberikan perhatian kepada perlindungan konsumen kemudian berupaya untuk merumuskan produk hukum yang memberikan perlindungan yang memadai kepada konsumen di Indonesia. Pada akhirnya lahirlah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang disahkan pada tanggal 20 April 1999 dan mulai berlaku sejak 20 April 2000.<sup>16</sup>

Perlindungan Konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen untuk menghindarkan konsumen dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. Sejalan dengan pengertian di atas, maka dalam Pasal 1 ayat 1 UU Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen<sup>17</sup>

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa yang berawal dari tahap kegiatan untuk

---

<sup>15</sup>Sri Arlina, “*Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Kosmetik (pemutih wajah) yang Mengandung Zat Berbahaya Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun*”, *UIR Law Review*, Volume 02, Nomor 01( April 2018): h. 325

<sup>16</sup>Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* ( Jakarta: PrenadaMedia Group, 2013), h. 36.

<sup>17</sup>Pasal 1 angka 1 UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999

mendapatkan barang dan jasa hingga akibat-akibat dari pemakaian barang atau jasa tersebut. Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati serta perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.<sup>18</sup>

Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Hal tersebut telah tercantumkan dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Adapun penjelasan dari asas-asas perlindungan konsumen sebagai berikut:

1. Manfaat, artinya barang dan/atau jasa yang diperdagangkan memiliki manfaat bagi konsumen atau orang yang mengkonsumsi produk tersebut
2. Keadilan, artinya memberikan kesempatan kepada konsumen dan produsen untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibanya secara adil.<sup>19</sup> Selain itu, juga dimaksudkan agar produk yang diperdagangkan kepada semua konsumen harus sama dan tidak ada pembeda antara konsumen yang satu dengan yang lainnya. Termasuk dalam hal pemberian informasi produk dan juga harga produk serta kualitas.

---

<sup>18</sup>Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen* (Depok: PrenadaMedia Group, 2018), h. 6

<sup>19</sup>Ahmadi Miru dan Sutarman Yudo, *Hukum Perlindungan Konsumen*(Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), h. 25

3. Keseimbangan, artinya antara kualitas produk dengan harga suatu produk harus sesuai. Apabila harga suatu produk tinggi, maka kualitas produk juga harus bagus, tetapi apabila kualitas dalam produk standard maka harga yang di tetapkan untuk produk tersebut juga tidak terlalu tinggi. Asas ini tidak hanya ditujukan untuk pelaku usaha saja, melainkan juga untuk konsumen juga. Karena untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha.
4. Keamanan dan Keselamatan, artinya produk yang telah dikonsumsi oleh konsumen harus aman dan pelaku usaha yang memperdagangkan serta memproduksi suatu produk juga harus menjamin keselamatannya.
5. Kepastian Hukum, artinya ketika terjadi sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen harus ada penyelesaian sengketa secara hukum yang berlaku. Asas ini juga bertujuan untuk pelaku usaha maupun konsumen agar menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum<sup>20</sup>

Selain asas diatas, dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga memuat tentang tujuan dari perlindungan konsumen. Tujuan yang di maksud tersebut terdapat dalam Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, antara lain:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan jasa

---

<sup>20</sup>*ibid*, h. 26

- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen<sup>21</sup>

Untuk memberi kepastian hukum sebagai bagian dari tujuan hukum perlindungan konsumen, maka diperlukan penjabaran dan penjelasan mengenai hak dan kewajiban dari masing-masing pihak yang terlibat. Adanya hak dan kewajiban tersebut dimaksudkan untuk menciptakan kenyamanan dalam berusaha dan untuk menciptakan pola hubungan yang seimbang antara produsen dan konsumen. Berikut ini adalah hak dan kewajiban pelaku usaha:

1. Hak Pelaku Usaha

Hak pelaku usaha berdasarkan Pasal 6 UU Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan

---

<sup>21</sup>*ibid*, h. 33

- 2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang tidak beritikad baik
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen
- 4) Hak untuk merehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang/jasa yang diperdagangkan
- 5) Hak-hak yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya<sup>22</sup>

## 2. Kewajiban Pelaku Usaha

Kewajiban pelaku usaha berdasarkan Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa serta member penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- 4) Menjamin mutu barang/jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku
- 5) Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang/jasa tertentu serta member jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup>Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*(Jakarta:Visimedia, 2008), h. 35

### 3. Perbuatan yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha

Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

- 1) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan
- 2) Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau neto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut
- 3) Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya
- 4) Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut
- 5) Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut
- 6) Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut
- 7) Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu pemanfaatan/penggunaan yang paling baik atas barang tertentu
- 8) Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label

- 9) Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau neto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat samping, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat
- 10) Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.<sup>24</sup>

Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang yang dimaksud. Pelaku usaha juga dilarang untuk memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.<sup>25</sup>

Disamping adanya hak dan kewajiban yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha, ada juga tanggung jawab yang harus dipikulnya. Tanggung jawab tersebut dikenal dengan istilah *product liability* (tanggung gugat produk). *Product liability* adalah tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan hukum yang menghasilkan produk (*producer, manufacture*) atau orang maupun badan hukum yang menjual atau mendistribusikan produk tersebut.<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup>*ibid*

<sup>25</sup>Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: PrenadaMedia Group, 2013), h.53.

<sup>26</sup>Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen* (Bogor, Ghalia Indonesia, 2008) h. 65

Berdasarkan Pasal 19 ayat 1 UU Perlindungan Konsumen, Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, atau kerugian yang diderita konsumen akibat mengonsumsi barang/jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.<sup>27</sup>

Di dalam Pasal 19 ayat 2, ganti rugi bisa berupa pengembalian uang, penggantian barang/jasa yang sejenis atau setara nilainya, perawatan kesehatan, dan pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu tujuh hari setelah tanggal transaksi.<sup>28</sup>

Sebagai pemakai barang/jasa, konsumen memiliki sejumlah hak dan kewajiban. Konsumen merupakan salah satu pihak dalam hubungan transaksi ekonomi yang hak-haknya sering diabaikan oleh sebagian pelaku usaha. Menurut Pasal 1 ayat 2 UU Perlindungan Konsumen, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>29</sup>

Pengetahuan tentang hak-hak konsumen sangat penting agar orang bisa bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri. Berdasarkan Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, hak-hak konsumen sebagai berikut:

- 1 Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang/jasa

---

<sup>27</sup>Pasal 19 ayat 1 UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

<sup>28</sup>Pasal 19 ayat 2 UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

<sup>29</sup>Pasal 1 ayat 2 UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

- 2 Hak untuk memilih dan mendapatkan barang/jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan
- 3 Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa
- 4 Hak untuk di dengar pendapat dan keluhannya atas barang/jasa yang digunakan
- 5 Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
- 6 Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen
- 7 Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- 8 Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian, jika barang/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya
- 9 Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya<sup>30</sup>

Hak-hak dasar konsumen tersebut sebenarnya bersumber dari hak-hak dasar umum yang diakui secara internasional. Hak-hak dasar umum tersebut pertama kali dikemukakan oleh John F. Kennedy, Presiden Amerika Serikat, pada tanggal 15 Maret 1962 melalui “ *A special Message for the Protection of Consumer Interest*” atau yang lebih dikenal dengan istilah Deklarasi Hak Konsumen.

---

<sup>30</sup>Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan* (Jakarta:Visimedia, 2008), h.23.

Deklarasi tersebut menghasilkan empat hak dasar konsumen, yang meliputi hak-hak sebagai berikut:<sup>31</sup>

1) Hak untuk Memperoleh Keamanan (*the Right to be Secured*)

Setiap konsumen berhak mendapatkan perlindungan atas barang/jasa yang dikonsumsi. Artinya, produk tersebut memenuhi standar kesehatan, gizi, dan sanitasi serta tidak mengandung bahan yang membahayakan bagi jiwa manusia.

2) Hak untuk Memperoleh Informasi (*the Right to be Informed*)

Setiap konsumen berhak mendapatkan informasi yang jelas dan komprehensif tentang suatu produk barang/jasa yang dibeli/dikonsumsi. Akses informasi tersebut sangat penting untuk mengetahui ciri dan dampak negatif dari suatu produk, seperti efek samping dari mengonsumsi produk tersebut.

3) Hak untuk Memilih (*the Right to Choose*)

Setiap konsumen berhak memilih produk barang/jasa dengan harga yang wajar. Konsumen tidak boleh dalam kondisi tertekan atau paksaan untuk memilih suatu produk tersebut yang mungkin bisa merugikan hak-haknya.

4) Hak untuk Didengarkan (*the Right to be Heard*)

Konsumen harus mendapatkan haknya bahwa kebutuhan dan klaimnya bisa didengarkan, baik oleh pelaku usaha maupun oleh lembaga perlindungan konsumen.

---

<sup>31</sup>*ibid*, h. 24

Namun, sebagai konsumen kita juga memiliki sejumlah kewajiban yang harus diperhatikan. Dalam Pasal 5 UU Perlindungan Konsumen, dinyatakan bahwa kewajiban konsumen sebagai berikut:

- e) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan
- f) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa
- g) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati
- h) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut<sup>32</sup>

Salah satu aspek yang perlu diperhatikan ketika memperdagangkan suatu produk adalah pelabelan atau labelisasi. Labelisasi adalah proses penyertaan label yang dirancang untuk melindungi konsumen melalui informasi yang akurat mengenai jumlah, kualitas, dan isi produk.<sup>33</sup> Labelisasi dibutuhkan agar konsumen dapat membandingkan dengan produk lainnya yang bersaing. Dengan demikian, label harus mendeskripsikan dengan jelas setiap bahan asal yang terkandung dalam produk, cara pengolahan, alat bantu pengolahan, serta bahan-bahan pendukung lainnya. Tujuan labelisasi adalah sebagai informasi untuk membantu konsumen mengidentifikasi produk yang paling sesuai dengan pilihan mereka.<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup>Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2004), h. 47.

<sup>33</sup>*ibid*, h. 114

<sup>34</sup>*ibid*, h. 115

Dalam menjual suatu produk, pelaku usaha diwajibkan untuk memberikan informasi secara jujur dan benar terkait dengan produk yang dijual. Hal ini sesuai dengan Pasal 7 ayat 2 UU Perlindungan konsumen yang mengatakan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.<sup>35</sup> Di dalam kemasan produk, sedikitnya memuat informasi seperti nama produk, ukuran, berat/isi bersih, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, serta tanggal kadaluwarsa. Pelaku usaha dilarang menjual atau memperdagangkan barang yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan perundang-undangan.

## 2. Peran Represif

Pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen dikenakan sanksi. Pada dasarnya, hubungan antara konsumen dan pelaku usaha adalah hubungan hukum keperdataan, tapi UU Perlindungan Konsumen juga mengenakan sanksi pidana bagi pelanggar hak-hak konsumen. Berikut ini adalah sanksi-sanksi yang bisa dikenakan:

### a. Sanksi Pidana Pokok

---

<sup>35</sup>Pasal 7 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

- 1) Penjara 5 tahun atau denda Rp 2.000.000.000 (dua milyar rupiah) untuk pelanggaran pada pasal 8,9,10,13 ayat 2, pasal 15, pasal 17 ayat 1 huruf a,b,c, dan e dan pasal 18.

Adapun penjabaran dari pasal-pasal di atas adalah sebagai berikut:

a) Pasal 8

Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

1. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan
2. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau neto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut
3. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya
4. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut
5. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut

6. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut
7. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu pemanfaatan/penggunaan yang paling baik atas barang tertentu
8. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label
9. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau neto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat.

b) Pasal 9

1. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:
  - a. barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
  - b. barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;

- c. barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu;
  - d. barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
  - e. barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
  - f. barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
  - g. menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
2. Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan.
  3. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.
- c) Pasal 10

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

- a. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;

c. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;

d. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;

e. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

d) Pasal 13 ayat 2

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.

e) Pasal 15

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.

f) Pasal 17 ayat 1 huruf a,b,c

Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:

a. mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;

b. mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;

c. memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;

## g) Pasal 18

1. Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:
  - a. menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha;
  - b. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;
  - c. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen;
  - d. menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
  - e. mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;
  - f. memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa;
  - g. menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau

pengubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya;

h. menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran

2. Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.

3. Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum.

2) Penjara 2 tahun atau denda Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) untuk pelanggaran pada pasal 11,12,13 ayat 1, pasal 14, 16, dan 17 ayat 1 huruf d dan f.

Adapun penjabaran dari pasal-pasal tersebut adalah:

a) Pasal 11

Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan:

- a. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu;
- b. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;
- c. tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain;
- d. tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain;
- e. tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain;
- f. menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

b) Pasal 12

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakan sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.

c) Pasal 13 ayat 1

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan

pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.

d) Pasal 14

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang masuk:

- a. tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;
- b. mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa;
- c. memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan;
- d. mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

e) Pasal 16

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk:

- a. tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan;
- b. tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

f) Pasal 17 ayat 1 huruf d dan f

d. tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa;

f. melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.

b. Sanksi Administratif

Sebagaimana diatur dalam Pasal 60 UU Perlindungan Konsumen, BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) berhak menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat 2 dan 3, Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26, berupa denda uang maksimum Rp 200.000.000 (dua ratus juta rupiah)

Keterlibatan pemerintah dalam melindungi konsumen terlihat dengan dikeluarkannya Undang-Undang yang khusus yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur tentang pelaku usaha, konsumen dan memuat peran pemerintah dalam hal pembinaan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen. Peran pemerintah sebagai pengawas penyelenggaraan perlindungan konsumen semakin dipertegas oleh Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.

Pengawasan oleh pemerintah dilakukan terhadap pelaku usaha yang tidak memenuhi standar mutu produksi barang/jasa. Pengawasan yang dilakukan pemerintah dilakukan dalam proses produksi, penawaran, promosi, pengiklanandan penjualan barang dan/jasa. Hasil pengawasan tersebut kemudian disebarluaskan kepada masyarakat.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup>PP No. 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen Pasal 8 ayat (1,2, dan 3)

Pemerintah dapat menjatuhkan sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Sanksi yang diberikan berupa sanksi administratif, hingga sanksi pidana. Pemerintah juga menjamin untuk melindungi konsumen dari kemungkinan kerugian yang dapat di derita oleh konsumen, sesuai dengan Pasal 8 ayat 1 huruf a Undang-Undang Perlindungan Konsumen, disebutkan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan tidak sesuai dengan standar atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan perundang-undangan.

### **C. Pandangan Ibnu Taimiyah tentang Perlindungan Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli *Skincare Share in Jar* di Aplikasi *Shopee***

Salah satu prinsip dalam jual beli adalah saling ridha antara kedua belah pihak antara penjual dan pembeli. Oleh karena itu, tidak sah jual beli jika terjadi pemaksaan, pencurian, ketidakjelasan (*gharar*) atau segala bentuk penyelewengan dari kedua belah pihak. Hal ini sesuai dengan firman Allah *ta'ala* di dalam Al-Qur'an surat an-Nisaa' ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ

وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesama dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu.

Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepada mu.<sup>37</sup>

Dalam melakukan suatu akad, terkadang akad tersebut diliputi beberapa cacat yang dapat menghilangkan kerelaan, atau menjadikan akad tersebut berdiri di atas pondasi moral yang tidak benar, maka pada saat itu pihak yang dirugikan memiliki hak untuk membatalkan atau menggugurkan akad, atau bahkan dapat menjadikan akad tersebut tidak sah.

Cacat pada akad dalam fikih Islam adalah hal-hal yang merusak terjadinya akad karena tidak terpenuhinya unsur sukarela antara pihak-pihak yang bersangkutan. Hal-hal yang dipandang merusak terjadinya akad adalah tidak terpenuhinya syarat dan rukun akad terjadinya paksaan, kekeliruan, penipuan atau pemalsuan, dan tipu muslihat

Rasulullah melarang jual beli yang menurut jenisnya halal, sampai penjual mengetahui harganya, yaitu harga yang wajar dan si pembeli mengetahui barangnya. Karena dalam jual beli harus ada kerelaan di dalamnya, sedangkan kerelaan timbul dari pengetahuan, maka barang siapa yang tidak mengetahui bahwa ia tertipu dan ia rela memang tidak apa-apa, jika tidak rela tentu dia akan marah. Untuk inilah *syara'* menetapkan preferensi bagi orang yang belum tahu tentang adanya sesuatu kecacatan barang atau memanipulasinya, karena substansi jual beli adalah ,sehat dan hendaknya apa yang tampak diluar sama dengan isinya.

Dalam transaksi perdagangan atau jual beli terdapat jenis transaksi yang tidak dibenarkan dalam Islam untuk dilakukan, salah satu nya adalah transaksi jual beli

---

<sup>37</sup>*Mushaf Marwah*, Bandung: Penerbit Jabal

yang mengandung unsur ketidakjelasan (*gharar*) di dalam nya. *Gharar* adalah sesuatu dimana terdapat informasi yang tidak lengkap karena adanya ketidakpastian dari salah satu pihak yang bertransaksi. *Gharar* dapat juga terbagi dalam empat hal, yaitu:

1. Kuantitas
2. Kualitas
3. Harga
4. Waktu Penyerahan<sup>38</sup>

Dalam keempat bentuk *gharar* di atas, keadaan sama-sama rela yang dicapai bersifat sementara, yaitu sementara keadaan masih tidak jelas bagi kedua belah pihak. Di kemudian hari, ketika keadaan telah jelas, salah satu pihak (penjual atau pembeli) akan merasa terzalimi, walaupun pada awalnya tidak demikian.<sup>39</sup>

Terkait dengan jual beli yang mengandung *gharar*, Ibnu Taimiyah *Rahimahullah* menyatakan dalam *Kitab Majmu' Fatawa* yaitu sebagai berikut:

الْعَرَرُ هُوَ الْمَجْهُولُ الْعَاقِبَةِ

Artinya: *Al-gharar* adalah transaksi yang tidak diketahui akibat akhirnya.<sup>40</sup>

Alasan pelarangan jual beli *gharar* menurut Syaikhul Islam Ibnu Taimiyah selain karena memakan harta orang lain dengan cara yang bathil, juga merupakan

---

<sup>38</sup>Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana, 2012), h.29

<sup>39</sup>Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan* (Jakarta: RajaGrafindo, 2004), h. 34

<sup>40</sup>Ibnu Taimiyah, *Majmu' Fatawa*, juz 29 h. 22

transaksi yang mengandung unsur judi, seperti menjual burung di udara, buah-buahan yang belum tampak buahnya, dan jual beli *al-hashah*.<sup>41</sup>

Jual beli yang mendatangkan penipuan, menurut Ibn Taimiyah adalah permusuhan dan kebencian. Di samping itu, mereka sudah mengkonsumsi harta orang secara bathil yang termasuk dalam suatu tindakan kezaliman. Oleh karena itu, Ibnu Taimiyah melarang melakukan jual beli yang mengandung *gharar* atau penipuan, hal ini sesuai dengan Hadis Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wassalam*, yaitu:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ: نَهَى رَسُولُ اللَّهِ عَنْ بَيْعِ الْحِصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْعَرْرِ

Artinya: :Dari Abu Hurairah ra. Berkata: Rasulullah *shallallahu 'alaihi wassalam*.

Melarang melakukan jual beli cara undian (melempar batu), dan jual beli dengan cara penipuan (*al-gharar*). HR. Muslim<sup>42</sup>

Di dalam *Kitab Majmu' Fatawa*, Ibnu Taimiyah membagi transaksi *gharar* ke dalam tiga bagian, yaitu:

وَأَمَّا الْعَرْرُ، فَإِنَّهُ ثَلَاثَةٌ أَنْوَاعٍ : أَمَّا الْمَعْدُمُ وَأَمَّا الْمَعْجُوزُ عَنْ تَسْلِيمِهِ وَأَمَّا الْمَجْحُولُ الْمُطْلَقُ أَوْ

الْمُعَيَّنُ الْمَجْحُولُ جِنْسُهُ أَوْ قَدْرُهُ

Artinya: Transaksi *gharar* itu ada tiga macam, yaitu pertama jual beli terhadap sesuatu yang belum ada, kedua jual beli terhadap sesuatu yang

<sup>41</sup> Ikhsan Bayanuloh, *Marketing Syariah*, (Yogyakarta:Deepublish, 2019), h. 115

<sup>42</sup> Muhammad Al-Hajjah Al-Qusyairi Al-Naisabury, *Shahih Muslim*, Juz IX, h. 133

sulit diserahkan, dan ketiga jual beli terhadap sesuatu barang yang tidak tertentu dari zat atau pun jenisnya.<sup>43</sup>

Dalam hukum Islam dijelaskan bahwa dalam melakukan transaksi jual beli atau perdagangan maka informasi pada pembeli tidak hanya berhubungan dengan kuantitas harga suatu barang, namun yang lebih penting adalah kualitas mutu suatu barang/produk yang menjamin keselamatan dan kesehatan bagi konsumen. Seorang pedagang dilarang menyembunyikan cacat pada barang dagangannya, dengan tujuan memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya.

وَالْعَشَّ يَدْخُلُ فِي الْبُيُوعِ بِكَيْتَمَانِ الْعُيُوبِ وَتَدْلِيسِ السَّلْعِ، مِثْلُ أَنْ يَكُونَ ظَاهِرُ الْمَيْعِ خَيْرًا

مِنْ بَاطِنِهِ كَلَدَى مَرَّعَلَيْهِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَأَنْكَرَ عَلَيْهِ

Artinya : Dan yang termasuk di dalam jual beli dengan menyembunyikan cacat dan penipuan pada barang. Misalnya bahwa ada penjual menampakkan yang baik dari sisi yang tersembunyi seperti yang lalu Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wassalam dan mengingkari atasnya.<sup>44</sup>

Ibnu Taimiyah menganjurkan penjual berhak memperoleh keuntungan yang diterima secara umum (*al-rihb al-ma'ruf*) tanpa merusak kepentingannya dan kepentingan pelanggannya.<sup>45</sup>

Penjual dilarang memperdagangkan produk yang tidak memenuhi kualitas guna menjamin keselamatan konsumen serta menghindarkan konsumen dari

<sup>43</sup>Ibnu Taimiyah, *Majmu' Fatwa Ibn Taimiyah*, h. 25

<sup>44</sup>Ibnu Taimiyah, *al-Hisbah fi al-Islam*, (Beirut: Maktabah 'Alamiyah), h. 18

<sup>45</sup>*ibid*, h. 37

kerugian yang akan diderita. Dan dalam hal produksi dan pengemasan produk, penjual harus memberikan informasi yang benar dan sesuai tentang produk yang di jual tanpa menyembunyikan kecacatannya.

وَيَدُّ خُلُفًا فِي الصِّنَا عَاتٍ مِثْلُ الَّذِينَ يَصْنَعُونَ الْمَطْعُمَاتِ مِنَ الْخُبْزِ وَاطْبَخِ وَالْعَدَسِ وَالشَّوَاءِ وَغَيْرِ

ذَلِكَ أَوْ يَصْنَعُونَ الْمَلْبُوسَاتِ كَالنِّسَاءِ جَيْنَ وَالْحَيَاتِينَ وَنَحْوَهُمْ أَوْ يَصْنَعُونَ غَيْرَ ذَلِكَ مِنَ الصِّنَا عَاتٍ فَيَجِبُ

نَهْيُهُمُ عَنِ الْغَشِّ وَالْحِيَانَةِ وَالْكِفْمَانِ

Artinya: Dan yang termasuk di dalam perbuatannya seperti pembuatan makanan seperti roti, merebus kacang, dan menanggung daging dan lain dari pada itu atau pembuatan pakaian/baju seperti menenun, menjahit dan lain sebagainya atau permbuatan dari itu. Dari perbuatannya maka diwajibkan seperti yang diinginkan dan seorang yang menipu dan berkhianat dan yang menyembunyikan kecacatan tersebut.<sup>46</sup>

Berdasarkan pemaparan di atas, Ibnu Taimiyah sudah menggambarkan bagaimana perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi jual beli. Sesuai dengan kitab-kitab yang ditulis oleh Ibnu Taimiyah, penjual atau pelaku usaha diwajibkan memberikan informasi yang benar dan sesuai mengenai produk yang dijual tanpa menutupi adanya kecacatan dalam produk tersebut. Hal ini bertentangan dengan praktik yang terjadi di lapangan mengenai jual beli *skincare* dengan sistem *share in jar*.

<sup>46</sup>*ibid*, h.18

#### D. Analisis Penulis

Pada dasarnya hukum setiap kegiatan muamalah adalah boleh hingga ada dalil yang mengharamkannya. Di antara bentuk kegiatan muamalah adalah jual beli. Suatu transaksi dalam jual beli dianggap sah apabila telah terpenuhinya syarat dan rukun dalam jual beli. Salah satunya adalah kerelaan atau saling ridha antara kedua belah pihak (penjual dan pembeli).

Di dalam transaksi jual beli, terdapat perbuatan-perbuatan yang dilarang untuk dilakukan karena akan menyebabkan hilangnya keberkahan dalam jual beli tersebut. Salah satu bentuk perbuatan yang dilarang itu adalah penipuan dan ketidakjelasan (*gharar*), baik *gharar* pada barang maupun pada harganya. Islam melarang melakukan perbuatan *gharar*, karena perbuatan *gharar* dalam jual beli itu termasuk dalam perbuatan memakan harta sesama secara bathil.

Larangan terhadap transaksi tersebut telah ditetapkan di dalam al-Qur'an yaitu QS. An-Nisa ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا

تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesama dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu.

Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepada mu.<sup>47</sup>

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan terkait dengan praktik jual beli *skincare* dengan sistem *share in jar* di aplikasi Shopee, dimana penulis menemukan masih banyak nya penjual *skincare share in jar* yang mengabaikan kewajiban nya untuk memberikan informasi yang benar dan lengkap mengenai produk yang dijual. Pada produk *skincare share in jar*, informasi yang harus dicantumkan oleh penjual di dalam kemasannya adalah nama produk, tanggal kadaluwarsa, dan komposisi bahan. Selain hal demikian, penulis juga menemukan adanya penjual yang menjual produk *skincare share in jar* palsu, yang sudah dicampur dengan beberapa bahan tambahan sehingga mengalami perubahan warna, tekstur dan aroma nya.

Di dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen juga mengatur tentang hak dan kewajiban bagi pelaku usaha dan konsumen. Salah satu kewajiban bagi pelaku usaha adalah memberikan informasi yang benar dan sesuai mengenai produk yang dijual. Pelaku usaha juga dilarang memproduksi dan mengedarkan produk yang tidak terjamin kualitasnya.

Hal ini sejalan dengan pandangan Ibnu Taimiyah di dalam kitab nya yaitu *al-Hisbah fi al-Islam*, yaitu:

وَالْعَشَّ يَدْخُلُ فِي الْبَيْعِ بِكَيْتْمَانِ الْعُيُوبِ وَتَدْلِيسِ السَّلْعِ، مِثْلُ أَنْ يَكُونَ ظَاهِرُ الْمَبِيعِ خَيْرًا

---

<sup>47</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Diponegoro, 2000), h.65

مِنْ بَاطِنِهِ كَلَّدِي مَرَّعَلَيْهِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَأَنْكَرَ عَلَيْهِ

Artinya : Dan yang termasuk di dalam jual beli dengan menyembunyikan cacat dan penipuan pada barang. Misalnya bahwa ada penjual menampakkan yang baik dari sisi yang tersembunyi seperti yang lalu Nabi Muhammad *Shallallahu 'alaihi wassalam* dan mengingkari atasnya.<sup>48</sup>

Berdasarkan pandangan Ibnu Taimiyah di atas, penulis mempunyai analisa bahwa praktik jual beli *skincare* dengan sistem *share in jar* di aplikasi shopee tidak sesuai dengan pernyataan Ibnu Taimiyah di dalam Kitab *al-Hisbah fi al-Islam*. Hal ini disebabkan di dalam pelaksanaannya mengandung unsur penipuan. Berupa penjual menjual *skincare share in jar* palsu yang bukan berasal dari kemasan asalnya. Penjual juga tidak memberikan informasi secara lengkap kepada konsumen mengenai produknya berupa komposisi bahan dan tanggal kadaluwarsa di kemasan *share in jar*. Dengan demikian hukum menjual *skincare* dengan sistem *share in jar* perspektif Ibnu Taimiyah tidak sah karena suatu produk harus di ketahui oleh pembeli, baik zat, bentuk kadar, maupun sifat-sifatnya.

---

<sup>48</sup>Ibnu Taimiyah, *al-Hisbah fi al-Islam*, (Beirut: Maktabah 'Alamiyah), h. 18

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan terkait dengan perlindungan konsumen dalam jual beli *skincare* dengan sistem *share in jar* di aplikasi Shopee menurut Ibnu Taimiyah, dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Dalam praktik jual beli *skincare share in jar* di aplikasi Shopee, banyak penjual *skincare share in jar* di aplikasi Shopee, menjual produk *skincare share in jar* yang dijual memiliki tekstur, aroma serta warna yang berbeda dengan *skincare* yang berasal dari kemasan asal. Selain menjual produk palsu, penjual *skincare share in jar* juga tidak memberikan informasi yang jelas dan benar terkait dengan produk yang di jual, seperti tanggal kadaluwarsa serta komposisi bahan. Produk *skincare share in jar* yang di jual melalui aplikasi Shopee juga tidak dapat dijamin kebersihan serta keamanan produknya. Proses pengemasan yang tidak benar, akan menimbulkan kontaminasi antara zat yang terkandung di dalam *skincare* dengan paparan udara maupun bakteri.
2. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam melindungi konsumen dari kerugian yang dapat terjadi dalam transaksi jual beli *skincare* dengan sistem *share in jar* ini adalah dengan melakukan pengawasan terkait produk *skincare* yang beredar di pasaran. Melalui BPOM sebagai lembaga yang ditunjuk dalam hal pengawasan terkait produk *skincare* yang beredar di

pasaran, BPOM mengeluarkan sejumlah peraturan terkait dengan *skincare share in jar*. Selain itu, upaya yang dilakukan pemerintah adalah dengan menerbitkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. UU Perlindungan Konsumen tersebut mengatur tentang hak dan kewajiban bagi pelaku usaha dan konsumen, juga memuat tentang cara-cara mempertahankan serta menjalankan kewajiban tersebut.

3. Dalam praktik yang terjadi terkait dengan jual beli *skincare share in jar* di aplikasi Shopee, dapat disimpulkan bahwa jual beli *skincare share in jar* tersebut mengandung unsur penipuan serta ketidakjelasan (*gharar*) di dalamnya, dan tidak sesuai pelaksanaannya dengan pandangan Ibnu Taimiyah.

## **B. Saran**

Dari kesimpulan di atas, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada pelaku usaha yang menjual produk *skincare share in jar* di aplikasi shopee, hendaknya memberikan informasi yang benar dan jujur mengenai produk yang di jual. Pelaku usaha juga sebaiknya menghindari perbuatan dengan menjual *skincare share in jar* palsu demi memperoleh keuntungan yang besar.
2. Kepada pengguna *skincare share in jar* di aplikasi Shopee, sebaiknya lebih selektif dalam membeli produk *skincare share in jar* dengan memperhatikan ulasan-ulasan dari pembeli sebelumnya. Serta memperhatikan penilaian terhadap toko *share in jar* yang berasal dari pengguna sebelumnya.

3. Kepada pemerintah, sebagai otoritas yang mempunyai wewenang terkait jual beli *skincare* dengan sistem *share in jar* di aplikasi Shopee, hendaknya lebih tegas dalam bertindak apabila terdapat pelanggaran-pelanggaran yang terjadi di dalam jual beli *skincare share in jar* tersebut. Pengawasan terkait produk *skincare share in jar* yang beredar di pasaran tanpa informasi yang benar, hendaknya perlu ditingkatkan lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Ariyadi, 2018. *Jual Beli Online Ibnu Taimiyah*. Yogyakarta: Diandra Kreatif
- Bayanuloh, Ikhsan. 2019. *Marketing Syariah*. Yogyakarta: Deepublish
- Djunaedi, MS Wawan. 2008. *Fiqh*. Jakarta: Listafariska Putra
- Farid, Syaikh Ahmad. 2006. *Biografi Ulama Salaf*. Diterjemahkan oleh Masturi Irham dan Assmu'i Taman. Cet. ke-1. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar
- Ghazali, Abdul Rahman dkk. 2010. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana Prenada Media
- Handoko, Duwi. 2019. *Hukum Penyelesaian Sengketa Konsumen*. Pekanbaru: Hawa dan Ahwa
- Harahap, Isnaini dkk. 2015. *Hadis-Hadis Ekonomi*. Jakarta: Kencana
- Haroen, Nasrun. 2007. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama
- Harun. 2017. *Fiqh Muamalah*. Surakarta: Muhammadiyah University Press
- Hasan, Akhmad Faroh. 2018. *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer*. Malang: UIN Maliki Malang Press
- Ihsan, Ghufron. 2008. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Prenada Media Group
- Jindan, Khalid Ibrahim. 1995. *Teori Politik Islam : Telaah Kritis Ibnu Taimiyyah tentang Pemerintahan Islam*. Jakarta: Risalah Gusti
- Karim, Adiwarmanto Azwar. 2006. *Sejarah pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Karim, Adiwarmanto A. 2004. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: RajaGrafindo
- Mamik. 2015. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher
- Mardani. 2012. *Fiqh Ekonomi Syari'ah*. Jakarta: Kencana
- Miru, Ahmadi. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Al-Naisabury, Muhammad Al-Hajjah Al-Qusyairi. *Shahih Muslim Juz IX*

- Rosmawati. 2018. *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: PrenadaMedia Group
- Sabiq, Sayyid.1983. *Fiqh al-Sunnah* . jilid III. Cet. ke-4. Beirut: Dar al-Fikr
- Sarwat, Ahmad.2018. *Fiqh Jual Beli*. Jakarta: Rumah Fiqh Publishing
- Setyosari, Punaji. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Jakarta: Kencana
- Sjadzali, Munawir.1990. *Islam dan Tata Negara : ajaran, sejarah dan pemikiran*. Jakarta : UI Press
- Suryabrata, Sumardi. 1998. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo
- Susanto, Happy. 2008. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Visimedia
- Sutedi, Adrian.2008. *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*. Bogor, Ghalia Indonesia
- Syafe’I, Rahmat. 2020. *Fiqh Muamalah*. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Taimiyah, Ibnu. *Al-Hisbah Fi Al- Islam*. Beirut: Maktabah ‘Alamiyah
- Taimiyah, Ibnu. *Majmu’ Fatwa Ibn Taimiyah*
- Az-Zuhaily, Wahbah. 2005. *Al-Fiqh al-Islam wa Adillatuh*. jilid V. Cet. ke-8, Damaskus: Dar al-Fikr al-Mu’ashir
- Zulham.2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*.Jakarta: PrenadaMedia Group

### **Perundang-Undangan**

- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- PP No. 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen
- Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 2 Tahun 2020 Tentang Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetika
- Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 25 Tahun 2019 Tentang Pedoman Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik
- Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 30 Tahun 2020 Tentang Persyaratan Teknis Penandaan Kosmetika
- Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.3870 Tentang Pedoman Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik

**Jurnal:**

Arlina, Sri. *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Kosmetik (pemutih wajah) yang Mengandung Zat Berbahaya Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun*”, *UIR Law Review*, Volume 02, Nomor 01( April 2018):325

BPOM-RI, *Report To The Nation* , edisi Mei-Juni, 2015,

BPOM-RI. *Report To The Nation* , edisi November-Desember, 2017

**Website**

<https://www.sehatq.com/artikel/arti-skincare-serta-manfaat-dan-macam-macamnya-sudah-tahu>,

<https://womantalk.com/beauty/articles/plus-minus-membeli-produk-kosmetik-share-in-jar-AMJB1>

<https://www.pom.go.id/new/view/direct/function>

<https://www.fimela.com>

<https://www.liputan6.com>

<https://advancedbiofuelssummit.com>

<https://seller.shopee.co.id>

## LAMPIRAN

### Daftar Pertanyaan Wawancara dengan Pengguna *Skincare Share in Jar*

1. Sudah berapa lama saudara menggunakan produk *skincare share in jar*?
2. Apakah selama menggunakan *skincare share in jar* pernah mendapat produk yang palsu?
3. Bagaimana cara saudara mengetahui produk *share in jar* tersebut palsu?
4. Apakah ada efek yang ditimbulkan setelah menggunakan *skincare share in jar* palsu?
5. Selain mendapat produk palsu, apakah saudara pernah mendapatkan produk *share in jar* yang tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa?
6. Apakah saudara pernah merasa ragu saat mendapat produk *share in jar* yang tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa?
7. Apakah saudara tahu bagaimana proses pemindahan *skincare* dari kemasan asal ke kemasan *share in jar*?
8. Apakah saudara pernah mendapat kemasan *share in jar* yang rusak atau seperti kemasan bekas pakai?

### **Daftar Pertanyaan Wawancara dengan Penjual *Skincare Share in Jar***

1. Apa produk *skincare* yang saudara jual di aplikasi shopee?
2. Sudah berapa lama saudara berjualan *skincare share in jar* tersebut?
3. Bagaimana sistem saudara dalam menjual *skincare share in jar* tersebut, apakah dengan sistem *pre-order* atau *ready stock*?
4. Bagaimana proses pengemasan *skincare share in jar* yang saudara jual di aplikasi shopee?
5. Apakah saudara mencantumkan tanggal kadaluwarsa di kemasan *skincare share in jar* yang saudara jual?
6. Apakah saudara menggunakan alat takar seperti timbangan, dalam pengemasan *skincare share in jar* tersebut?

## LAMPIRAN (DOKUMENTASI)

### Bentuk *Skincare Share in Jar* yang Tidak Mencantumkan Tanggal Kadaluwarsa



### Produk *Skincare Share in Jar* yang Menggunakan Wadah Bekas/Rusak

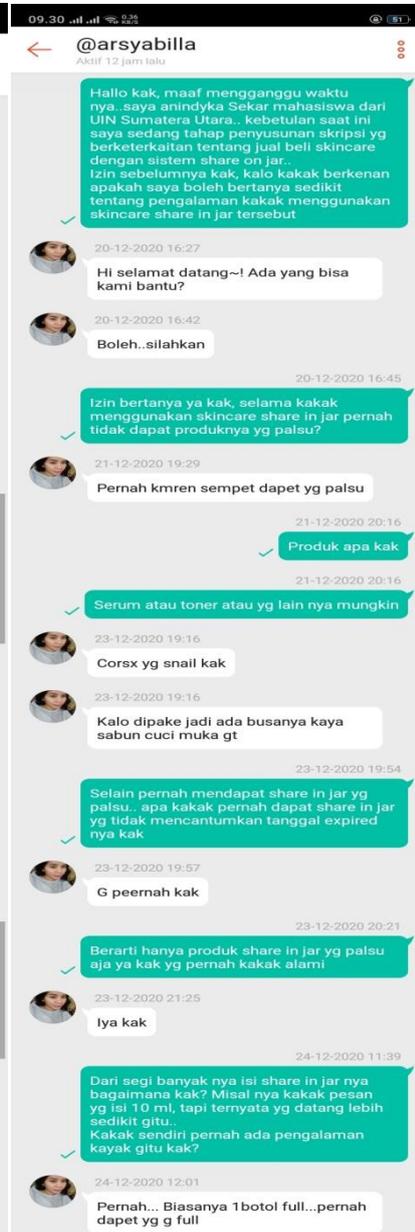


### Produk *Skincare Share in Jar* yang Di dalam Produk nya Terdapat Serangga



**Wawancara dengan Ibu Kartika,  
Selaku Pengguna Skincare Arsyabila, Selaku pengguna  
Share in Jardi Aplikasi Shopee**

**Wawancara dengan Ibu  
Selaku pengguna  
Skincare Share in Jar**



## Wawancara dengan Ibu Estu,

Selaku Pengguna *Skincare* Pemilik Toko *Share in Jar* *Share in Jar*  
@Poloroid\_murah.id

## Wawancara dengan Ibu Salsa,

**Chat with @estu8047:**

Hallo kak, maaf mengganggu waktunya...saya anindya Sekar mahasiswa dari UIN Sumatera Utara.. kebetulan saat ini saya sedang tahap penyusunan skripsi yg berkaitan tentang jual beli skincare dengan sistem share on jar.  
Izin sebelumnya kak, kalo kakak berkenan apakah saya boleh bertanya sedikit tentang pengalaman kakak menggunakan skincare share in jar tersebut

Okkk

Izin bertanya ya kak, selama kakak menggunakan skincare share in jar pernah tidak dapat produk yg palsu

Hai kak, apa saya boleh lanjut bertanya nya sama kakak?

Maaf mengganggu kak

Kayaknya belum pernah dapet yg palsu deh

sejauh ini sih

Oo begitu ya kak

Maaf kak sebelumnya, saya sempat ada baca review dari kakak tentang wadah share on jar nya yg seperti wadah bekas karna terlihat kotor

Apakah betul kak, kakak pernah mengalami seperti itu?

iya wadahnya doang yg jelek si

Mohon untuk tidak melakukan transaksi di luar Shopee untuk menghindari terjadinya penipuan. Laporkan apabila chat dirasa mengganggu. Pelajari Lebih Lanjut | Laporkan Pengguna

klo isinya aku gatau palsu/asli soalnya ak jg blm pernah coba yg fulljar

Oo begitu ya kak..

Kalo wadah yg jelek itu seperti apa ya kak yg kakak dapat

Apakah penyok, atau kotor gitu kak

ya wadah bekas gitu, soalnya ada expired date nya dibotol itu

**Chat with @poloroid\_murah.id:**

Saya fakultas syari'ah kak, jurusan muamalah

Jadi boleh kak saya tanyak kakak tentang share in jar ini?

Ohh iya kak baik

Sebelumnya, hal yg mau ditanyakan itu seputar apa ya kak? Share in jar saja atau gmna?

Kakak kan menjual produk share on jar kan kak? Yg kk jual itu dalam bentuk apa ya kak, serum, masker, toner atau produk lain kak?

Saya jual masker kak

Maaf kak, kalo boleh tau pengemasan dari botol asli ke wadah share in jar nya kayak gmna ya kak

Saya sterilin dulu kak wadahnya, dicuci pakai sabun cair bayi kemudian dilap pakai kapas dibasahi alkohol

Baru di lap ke wadahnya

Terus maskernya dipindahin pakai spatula masker

Mohon untuk tidak melakukan transaksi di luar Shopee untuk menghindari terjadinya penipuan. Laporkan apabila chat dirasa mengganggu. Pelajari Lebih Lanjut | Laporkan Pengguna

Dalam hal penakaran berat maskernya, kakak pakai apa kak

Baru setelah maskernya dikemas, di bagian luar wadahnya ada dibuat nggak kak kayak tanggal expired mungkin kak

Ga pake ditimbang, karna wadahnya itu udah sesuai dengan beratnya, wadah 10gr maka saya masukin penuh aja

Mohon untuk tidak melakukan transaksi di luar Shopee untuk menghindari terjadinya penipuan. Laporkan apabila chat dirasa mengganggu. Pelajari Lebih Lanjut | Laporkan Pengguna

Ga ada kak

Oo begitu ya kak

## Wawancara dengan Ibu Angraini

## Wawancara dengan Ibu Asri Wijaya

### Pengguna Skincare Share in Jar

09:33 @anggraininovivita  
Aktif 21 hari lalu

Maaf ini kak, saya izin bertanya lagi..

20-12-2020 06:47

Selama kakak menggunakan share in jar, pernah nggak dapat produk yg palsu

20-12-2020 06:47

Atau mungkin di kemasan nya tidak ada tanggal expired nya gitu kak

20-12-2020 15:32

Puji Tuhan ga pernah kak Ori semua

20-12-2020 15:33

Tapi klo kemasannya yg kurang ada Ga ada label produk dan tanggal expirednya Itu sempet dapet sih

20-12-2020 15:34

Ada perasaan ragu atau khawatir gitu gak kak, pas dapat yg gak ada tgl expirednya..

20-12-2020 15:35

Tapi pernah kak aku pesen 1 serum udh botolnya ga ada label produknya tgl expirednya ga ada Terus aku pakai produknya kyk ga ada pengaruhnya gitu Sempet baca" penilaiannya ada yg bilang teksturnya ga sama kyk yg asli Jadi ragu mbak aku kyknya palsu

Tapi aku ga cuma beli 1 produk aja di toko itu Aku beli 2 produk Yg satunya asli tapi mbak dia pakai botol asli nya dan ngaruh ke aku

20-12-2020 15:36

Ragu sih mbak soalnya ga meyakinkan gitu

20-12-2020 15:36

Kalo boleh tau produk apa ya kak?

20-12-2020 15:37

Niacinamide dari something kak

20-12-2020 15:49

Kalo dari segi pengemasan produknya, bagaimana pengalaman kakak? Maksud saya gini kak, share in jar ini kan dipindah dari kemasan fullpack ke kemasan botol yg lebih kecil. Tentunya sebagai konsumen kita berharap kemasan itu udah di sterilisasi dulu sebelumnya.. Jadi, dari pengalaman kakak sendiri pernah enggak ketemu produk share on jar yg kurang bagus dari segi kualitas kemasannya kak

20-12-2020 15:51

Untuk kualitas kemasan rata" yang aku dpt bagus kak Ya paling yg aku ragu kemasannya kirang baik yg ga ada label produk sm expirednya itu sih kak

20-12-2020 15:55

Kalo dari segi berat isi produknya gimana kak? Misalnya kakak pesen yg 10 ml, ternyata yg datang kok sedikit.. Pengalaman yg kayak gitu pernah kak?

20-12-2020 15:57

Klo segi berat aku ga pernah kak dpt pengalaman gitu Soal e tiap mau beli produk apapun aku selalu cek penilaiannya Klo ada yg bilang produknya kurang baik, kemasannya dan isi tidak sama Pasti aku ga pesen kak Jadi selalu dpt yg sesuai sih Malah sempet dpt yg isinya sedikit lbh bnyk dari yg aku pesen :D

09:29 @asrwjy21  
Aktif 1 hari lalu

08-12-2020 13:11

Hallo kak, maaf mengganggu waktu nya.. Saya anidyka Sekar mahasiswa dari UIN Sumatera Utara.. saya kebetulan saat ini sedang dalam proses penyusunan skripsi yang berkaitan dengan jual beli skincare share in jar..

Kalo kakak berkenan, saya boleh nggak untuk bertanya sedikit mengenai pengalaman kakak menggunakan skincare share in jar tersebut..

Terima kasih sebelumnya saya ucapkan

12-12-2020 13:15

boleh

12-12-2020 14:17

Saya izin bertanya ya kak, selama kakak menggunakan skincare share in jar, pernah atau tidak kakak dapat share in jar yg palsu?

22-12-2020 13:42

Maaf mengganggu kak

22-12-2020 18:23

pernah, kmm bgt dapet

22-12-2020 19:56

Produk apa ya kak

22-12-2020 22:12



22-12-2020 23:13

Kakak sendiri tau produk itu palsu dilihat dari segi mana nya ya kak

23-12-2020 17:49

dr isinya, bau nya sama kaya viva milk toner :(

23-12-2020 17:49

tekstur

23-12-2020 17:49

juga

23-12-2020 18:08

Jadi kak, produk yg kakak pesen kan ada 2 item itu kan kak kalo gak salah.. apa kedua nya juga produk palsu kak

24-12-2020 20:11

Halo kak

24-12-2020 20:16

Iya palsu 2 2 nya,

24-12-2020 20:31

Selain produk palsu, selama kakak pernah pakai share in jar pernah tidak dapat produk yg tidak mencantumkan tanggal expirednya kak?

25-12-2020 09:12

ngga pernah

25-12-2020 10:55

Kalo boleh tau, kakak sudah berapa lama pakai share in jar kak?

25-12-2020 11:54

kurleb 2bulan

25-12-2020 14:01

Oo begitu ya kak.. Maaf kak kalo boleh tau, ini dengan kakak siapa ya kak? Untuk keperluan identitas narasumber di skripsi saya kak

25-12-2020 14:40

nama sy asri

## **RIWAYAT HIDUP**

Nama lengkap penulis ialah, Anindyka Sekar Hutami. Dilahirkan di Kota Medan pada tanggal 08 Juli 1997, putri dari pasangan Supardiyono dan Nur Aisyah. Penulis adalah anak pertama dari tiga bersaudara, penulis memiliki dua orang adik laki-laki yang bernama Hafiz Aryo Ramadhani dan Dimas Fikri Haikal.

Penulis menyelesaikan pendidikan tingkat SD di MIS Amal Shaleh Medan tamat pada tahun 2009, setelah itu melanjutkan sekolah di SMP Negeri 1 Medan tamat pada tahun 2012, kemudian melanjutkan sekolah di SMA Dharma Pancasila Medan tamat pada tahun 2015. Setelah itu, penulis melanjutkan kuliah di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) pada tahun 2015, dengan memilih jurusan Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah), Fakultas Syariah dan Hukum.