ANALISIS *KHIYAR* TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI ALAT *MAKE-UP* DI *AERISH BEAUTE*

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata1
(S.1)



Disusun oleh:

Edelma Indah Cantika Romadhani

2102036148

PRODI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
WALISONGO SEMARANG
2025

PERSETUJUAN PEMBIMBING

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 7606405

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdra. Edelma Indah Cantika Romadhani

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Edelma Indah Cantika Romadhani

NIM : 2102036148

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Judul : **"Analisis *Khiyar* Terhadap Praktik Jual Beli Alat *Make-Up* Di *Aerish Beaute*"**

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian harap menjadikan maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 17 Juni 2025

Pembimbing I

Dr. H. Tolkah, M.A.
NIP. 196905071996031005

Pembimbing II

Lathif Hanafi, M.A.
NIP. 199410092019031007

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
Jalan Prof. Dr. H. Hamka, KM. 2 Kampus III Ngaliyan, Semarang
Telp/Fax (024)7601291, Semarang 50185

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Saudara	:	Edelma Indah Cantika Rosadhani
NIM	:	2102036140
Prodi	:	Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	:	**Analisis *Khiyar Terhadap Praktik Jual Beli Alat Make-up di Aerish Beauty***

Telah di-munaqosah-kan oleh Dewan Penguji Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus/baik/cukup pada tanggal 26 Juni 2025. Dan dapat diterima sebagai syarat ujian akhir dalam rangka menyelesaikan studi Program Strata 1 (S.1) Tahun Akademik 2024/2025.

Semarang, 14 Juli 2025

Ketua Sidang	Sekretaris Sidang
Dr. M. Harun, M.H	H. Latkif Hanafy Bilqi, S.E., M.A
NIP. 197508152008011017	NIP. 198910092019031007
Penguji Utama I	**Penguji Utama II**
Rustam Dahar Karnadi Apollo Harahap, SHI	Ulfiriyatus Sholihah, S.H.I., M.H
NIP. 196907221998031005	NIP. 199204092019032028
Pembimbing I	**Pembimbing II**
Dr. H. Tolkah, M.A.	H. Latkif Hanafy Bilqi, S.E., M.A
NIP. 196905071996031005	NIP. 198910092019031007

NOTA BIMBINGAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 7606405

NOTA PEMBIMBING

Hal : Permohonan Nilai Bimbingan Skripsi

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Edelma Indah Cantika Rosmadhani
NIM : 2102036148
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : **"Analisis *Khiyar* Terhadap Praktik Jual Beli Alat *Make-Up* Di *Aerish Beauty*"**

Maka nilai skripsinya adalah: 80 (Delapan puluh)

Catatan Pembimbing:

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 17 Juni 2025

Pembimbing I

Dr. H. Tolkah, M.A.
NIP. 196905071996031005

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 7606405

NOTA PEMBIMBING

Hal : Permohonan Nilai Bimbingan Skripsi

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Fidelma Indah Cantika Romadhani

NIM : 2102036148

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Judul : **"Analisis *Khiyar* Terhadap Praktik Jual Beli Alat *Make-Up* Di *Aerish Beaute*"**

Maka nilai bimbingan skripsinya adalah:

Catatan Pembimbing: 90 / 4,0

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 18 Juni 2025

Pembimbing II

Lathif Hanafie Rifqi, M.A.
NIP. 198910092019031007

MOTTO

"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.." (Q.S.4 [An-Nisa]: 29)[1]

[1] Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, 2019), 112.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tiada lembar yang paling indah dalam skripsi ini kecuali lembar persembahan. Penulis persembahkan skripsi ini untuk orang-orang terkasih dan tersayang.

Karya ini saya persembahkan sebagai tanda bukti sayang dan cinta yang tak terhingga kepada kedua orang tua tercinta. Pertama, untuk cinta pertama dan panutanku, Ayahandaku Amad Romadhon. Terima kasih untuk perhatian, cinta, kasih sayang, semangat, dan doa paling besar untuk anak gadismu ini. Terima kasih sudah mengantarkan saya berada di tempat ini.

Kedua, pintu surgaku, ibuku tersayang Suci Rahayuningsih, perempuan hebat yang telah melahirkan, merawat, dan mendidik anak-anaknya dengan tulus dan penuh keikhlasan. Terima kasih untuk doa dan dukungan ibu. Ayah ibu sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi, ayah ibu harus ada di setiap perjalanan dan pencapaian hidup saya.

Karya ini juga saya persembahkan kepada dua adik laki-lakiku tersayang, Adriano Gilang Ramadhan dan Raditya Fadhil Ramadhan yang selalu menyemangati dan menghibur saya setiap harinya.

DEKLARASI

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. demikian juga, skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 17 Juni 2025
Deklarator



Lukitra Indah Cantika Rosyadhani
2102036148

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987

A. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	b	Be
ت	Ta	t	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Żal	ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet

س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof

ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal tunggal atau monoftong bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	**Nama**	**Huruf Latin**	**Nama**
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

Vokal rangkap atau diftong bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan tanda huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Huruf Arab	**Nama**	**Huruf Latin**	**Nama**
يْـَ...	Fathah dan ya	ai	a dan u
وْـَ...	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba

C. *Ta'Marbutah*

Transliterasi untuk *ta'marbutah* ada dua, yaitu:

1. *Ta'marbutah* hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat f*athah, kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah "t".

2. *Ta' marbutah* mati

   Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat *sukun*, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الأَطْفَالِ *raudah al-atfāl/raudahtul atfāl*
- الْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَّرَةُ *al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah*

D. *Syaddah* (*Tasydid*)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh: نَزَّلَ nazzala

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال. Misalnya: الْقَلَمُ : al qalamu. Al ditulis huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

ABSTRAK

Jual beli alat *make-up* di *Aerish Beaute*, khususnya pada promosi diskon produk kolaborasi *Aerish Beaute* x Bubah Alfian 2.0 yang ramai di media sosial. Adanya perbedaan kualitas antara produk harga normal dan produk diskon, yang memunculkan dugaan adanya unsur *gharar* (ketidakpastian) dan *tadlis* (penipuan) dalam transaksi, sehingga memicu keluhan pembeli dan klarifikasi resmi dari pihak *Aerish Beaute* berupa opsi retur dan refund.

Pada penelitian ini terdapat dua permasalahan yaitu, tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap pelaksaan praktik jual beli alat *make-up* di *Aerish Beaute,* dan pelaksaan *khiyar* dalam praktik jual beli alat *make-up* di *Aerish Beaute*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini kualitatif deskriptif dengan pendekatan yuridis-normatif dan yuridis-empiris, dokumentasi, dan kajian pustaka. Teknik pengumpulan data berasal dari observasi dan dokumentasi, kemudian analisis data menggunakan analisis deskriptif-kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik jual beli Aerish Beaute yang menampilkan promosi diskon tanpa transparansi informasi kualitas produk mengandung unsur *gharar* dan *tadlis*, sehingga akad jual belinya dapat dikategorikan fasid (cacat). Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, transaksi tersebut dapat menjadi sah apabila dilakukan perbaikan akad melalui klarifikasi, pengembalian dana, atau penggantian produk sesuai kualitas yang dijanjikan serta pemberian *khiyar* kepada pembeli. Penelitian ini menegaskan pentingnya transparansi dan kejujuran dalam promosi serta perlunya edukasi pembeli mengenai hak-haknya dalam transaksi jual beli

Kata Kunci: Jual Beli, *Khiyar*, Alat *Make-UP*

ABSTRACT

Buying and selling make-up tools at *Aerish Beaute*, especially during the *Aerish Beaute x Bubah Alfian 2.0* collaboration product discount promotion that is popular on social media. There is a difference in quality between normal price products and discounted products, which raises suspicions of *gharar* (uncertainty) and *tadlis* (fraud) elements in the transaction, thus triggering consumer complaints and official clarification from *Aerish Beaute* in the form of return and refund options.

In this study, there are two problems, namely, a review of sharia economic law on the implementation of make-up tool buying and selling practices at *Aerish Beaute*, and the implementation of *khiyar* in the practice of making-up tool buying and selling practices at *Aerish Beaute*. The type of research used in this study is qualitative descriptive with a juridical-normative and juridical-empirical approach, documentation, and literature review. Data collection techniques come from observation and documentation, then data analysis uses descriptive-qualitative analysis.

The results of the study indicate that the *Aerish Beaute* buying and selling practice that displays discount promotions without transparency of product quality information contains elements of *gharar* and *tadlis*, so that the sale and purchase agreement can be categorized as fasid (defective). In the perspective of Islamic economic law, the transaction can be valid if improvements are made to the agreement through clarification, refunds, or replacement of products according to the promised quality and giving *khiyar* to consumers. This study emphasizes the importance of transparency and honesty in promotions and the need for consumer education regarding their rights in buying and selling transactions

Keywords: Buying and Selling, Khiyar, Make-UP Tools

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah wa syukurillah, senantiasa penulis ucapkan atas kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat kepada seluruh hamba-Nya, sehingga sampai saat ini kita masih mendapatkan ketetapan Iman dan Islam.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW pembawa rahmat bagi makhluk seluruh alam.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik dalam ide, kritik, saran, maupun dalam bentuk lainnya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebagai penghargaan atas peran sertanya dalam penyusunan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar tanpa halangan yang berarti.
2. Prof. Dr. Nizar, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Prof. Dr. H. Abdul Ghofur M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Dr. Amir Tajrid, M.Ag., selaku Kepala Jurusan Hukum Ekonomi Syariah.

5. Dr. H. Tolkah, M.A. dan Lathif Hanafir Rifqi, S.E., M.A., Selaku Pembimbing I dan II yang telah banyak membantu dengan meluangkan waktu dan tenaganya yang sangat berharga semata-mata demi mengarahkan dan membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Segenap Dosen Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis dan senantiasa mengarahkan serta memberi motivasi selama penulis melaksanakan kuliah sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini
7. Pemilik akun Tiktok @Ranupani dan @Piahhh yang telah memberikan izin dan bantuan dalam penelitian ini.
8. Kedua orang tua dan adik tersayang yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dukungan, dan nasihat selama penulis lahir hingga dapat menduduki bangku perguruan tinggi.
9. Sahabat penulis yang telah menemani selama masa studi perkuliahan, Aida Amalia Kumalasari, Elina Nilnal Muna, dan Tsabita Afanin Najla. yang selalu menemani penulis dari awal perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih atas segala motivasi, hiburan, dukungan, pengalaman, waktu, dan ilmu yang dijalani selama perkuliahan ini. Terima kasih selalu jadi garda terdepan di masa-masa sulit penulis. Terima kasih selalu mendengar keluh kesah penulis.
10. Sahabat penulis yang berada diluar kampus, Emanuella, Divanty, Tiara Agustin, Aisyah, Anne, Devana, Farah, Mazaya, Safira, Shafa, Galuh, Greycilda, Dinda, Dewy, Divanur, Tiaracin, Azizah.

Terimasih atas dukungan dan perhatian yang tidak pernah putus kepada penulis dari awal sampai akhir perkuliahan ini.

11. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Imam Musyafa. Terima kasih telah menjadi sosok rumah bagi penulis, telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, meluangkan tenaga, waktu, pikiran, maupun materi kepada penulis. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan kuliah penulis hingga sekarang.
12. Terakhir, untuk diri sendiri, Edelma Indah Cantika Romadhani atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam menjalankan perkuliahan dari awal hingga akhir. Terima kasih kepada diri sayang sendiri yang sudah kuat melewati lika-liku kehidupan hingga sekarang. Terima kasih pada hati yang masih tetap tegas dan ikhlas menjalani semuanya. Ke depannya, untuk raga yang tetap kuat, hati yang selalu tegar, mari bekerja sama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Semarang, 11 Juni 2025

Edelma Indah Cantika Romadhani
2102036148

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING i
LEMBAR PENGESAHAN ii
NOTA BIMBINGAN.....iii
MOTTO v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
DEKLARASI.....vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....viii
ABSTRAK xii
KATA PENGANTAR.....xiv
BAB I..... 1
PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang..... 1
B. Rumusan Masalah 3
C. Tujuan Penelitian 4
D. Manfaat Penelitian..... 4
E. Tinjauan Pustaka 5
F. Metode Penelitian..... 11
G. Sistematika Penulisan 18
BAB II 19
JUAL BELI DAN *KHIYAR* DALAM HUKUM EKONOMI SYARIAH 19

A. Jual Beli 19

B. *Khiyar* dalam Jual Beli 49

BAB III 59

PRAKTIK JUAL BELI ALAT *MAKE-UP* DAN KLARIFIKASI *AERISH BEAUTE* 59

A. PRAKTIK JUAL BELI ALAT *MAKE-UP* DI *AERISH BEAUTE* 59

B. KLARIFIKASI *AERISH BEAUTE* 68

BAB IV 74

TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN ANALISIS *KHIYAR* TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI ALAT *MAKE-UP* DI *AERISH BEUATE* 74

A. TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI ALAT *MAKE-UP* DI *AERISH BEAUTE* 74

B. ANALISIS *KHIYAR* PADA PRAKTIK JUAL BELI ALAT *MAKE-UP* DI *AERISH BEAUTE* 87

BAB V 96

A. KESIMPULAN 96

B. SARAN 97

DAFTAR PUSTAKA 98

LAMPIRAN 99

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 101

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jual beli merupakan suatu aktivitas yang penting dalam kehidupan sosial ekonomi umat manusia. Dalam Islam, kegiatan jual beli bukan hanya sekedar transaksi ekonomi saja melainkan sebagai sarana ibadah yang harus dilakukan sesuai prinsip syariah. Prinsip utama yang harus terpenuhi dalam kegiatan jual beli adalah adanya kejujuran, keterbukaan, dan kesepakatan sukarela antara penjual dan pembeli. Selain itu, akad jual beli harus bebas dari unsur *gharar* (ketidakjelasan) dan *tadlis* (penipuan) agar transaksi menjadi sah dan mendapatkan keberkahan dari Allah SWT. Hal ini ditegaskan dalam berbagai ayat Al-Qur'an dan hadis Nabi Muhammad SAW yang menekankan pentingnya keadilan dan kejujuran dalam muamalah.[2]

Industri kecantikan di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, hal ini didorong dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya merawat diri dan trend *make-up* untuk mempercantik diri. *Aerish Beaute*, merupakan salah satu *brand* lokal yang bergerak dibidang kecantikan memanfaatkan momentum ini dengan meluncurkan produk alat *make-up* berkualitas dan strategi pemasaran agresif melalui media sosial. Salah satu strategi yang *Aerish Beaute* gunakan adalah dengan melakukan promosi besar besaran pada salah satu produk miliknya yang

[2] Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islam wa Adillatuhu*, Jilid 5 (Jakarta: Gema Insani Press, 2016), 267.

berkolaborasi dengan salah satu MUA ternama yakni Bubah Alfian, yang berhasil menarik minat pembeli.

Para pembeli mulai me-*review* barang yang didiskon *Aerish Beaute*. Seperti yang diunggah oleh akun tiktok @silpiagani ia mengunggah foto barang yang ia beli yaitu alat *make-up Aerish Beaute* dan membandingkan barang yang dibeli dengan harga normal dan barang yang mereka beli dengan harga diskon. Dengan adanya perbedaan yang cukup signifikan diantara kedua barang tersebut yakni dari segi kualitas nya, barang dengan harga normal memiliki kualitas yang bagus sedangkan barang dengan harga diskon memiliki kualitas yang berbeda dengan barang yang memiliki harga normal.

Kondisi ini diduga mengindikasikan adanya potensi pelanggaran prinsip kejujuran dan keterbukaan yang diwajibkan dalam hukum Islam, khususnya terkait kejelasan dan keaslian barang yang diperjualbelikan. Menurut hukum Islam, apabila dalam jual beli yang mengandung unsur ketidakjelasan (*gharar*) atau penipuan (*tadlis*) dapat membatalkan akad dan merugikan salah satu pihak. Penjual wajib memberikan informasi yang benar dan lengkap mengenai kondisi barang, termasuk apabila terdapat perbedaan kualitas antara produk diskon dan produk reguler. Ketidakjujuran dalam hal ini tidak hanya merugikan pembeli, tetapi juga bertentangan dengan maqashid syariah yang bertujuan menjaga kemaslahatan dan keadilan dalam transaksi.[3]

[3] Dina Novita Sari, "Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Produk Kosmetik Tiruan di Aplikasi Shopee," Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2022, 45–48,

Aerish Beaute dalam menanggapi keluhan pembeli, kemudian mengeluarkan klarifikasi resmi dan membuka layanan retur serta *refund* diduga sebagai bentuk perbaikan akad yang cacat. Kebijakan ini memberikan *khiyar* kepada pembeli untuk memilih melanjutkan atau membatalkan transaksi apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

Fenomena ini menjadi menarik dikaji dalam hukum ekonomi syariah, khususnya terkait praktik jual beli modern yang semakin kompleks dan rentan terhadap ketidakjelasan informasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji praktik jual beli alat *make-up Aerish Beaute* pada promosi diskon dari perspektif hukum ekonomi syariah, sehingga dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan bisnis syariah yang beretika dan menjunjung tinggi prinsip keadilan serta transparan. Maka dalam hal ini penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut, tentang penelitian ini yang berjudul **"ANALISIS *KHIYAR* TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI ALAT *MAKE-UP* DI *AERISH BEAUTE*"**

B. Rumusan Masalah

Sebagaimana yang telah peniliti paparkan pada latar belakang sebelumnya, maka perlu rumusan masalah untuk membentuk keteraturan pembahasan dalam penelitian ini. Adapun rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik jual beli alat *make-up* di *Aerish Beaute*?

2. Bagaimana perspektif *khiyar* terhadap praktik jual beli alat *make-up* di *Aerish Beaute*?

C. Tujuan Penelitian

Melihat dari rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas maka peneliti memiliki tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis praktik jual beli alat *make-up* di *Aerish Beaute*.
2. Untuk menganalisis perpektif *khiyar* terhadap praktik jual beli alat *make-up* di *Aerish Beaute*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
   Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sebuah pengetahuan pemikiran terhadap para pembaca terkait dengan hukum ekonomi syariah tentang konsep kegiatan jual beli alat makeup di *ecomerce*.
2. Manfaat Praktis
   Hasil penelitian ini bagi penulis, dapat memperluas cakrawala pengetahuan tidak hanya secara teori tetapi juga praktik untuk peneliti terutama dibidang hukum ekonomi syariah, menjadi wujud penerapan ilmu yang selama ini di tuai di perguruan tinggi pada suatu gejala di masyarakat.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustakan digunakan untuk mengidentifikasi, merangkum dan menganalisis teori serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian yang akan penulis teliti, selain itu untuk mencegah adanya pengulangan atau plagiasi karya ilmiah yang sudah ada dan juga untuk mendukung pembahasan dalam penelitian ini. Berikut merupakan beberapa telaah pustaka yang berkaitan dengan judul penelitian ini:

1. Skripsi Nur Aisyah tahun 2024 berjudul *"Analisis gharar dalam akad transaksi semangka (Studi Kasus Di Desa Padang Loang Kabupaten Pinrang"* Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan bagaimana transaksi antara petani dan distributor semangka sering mengabaikan rukun dan syarat Islam. Perjanjian tidak tertulis menimbulkan ketidakpastian.[4] Dari hasil penelitian peneliti, Transaksi dilakukan tanpa kontrak tertulis, hanya berdasarkan kesepakatan lisan, hal tersebut menimbulkan ketidakjelasan atau gharar dan menyebabkan jual beli tersebut fasid. Perbedaan penelitian peneliti dengan milik Nur Aisyah yaitu terletak pada fokus objek, dan tempat. Objek penelitian Nur Aisyah adalah para penjual semangka, sedangkan milik peneliti adalah pembeli *Aerish Beaute*. Tempat penelitian Nur Aisyah adalah di Desa Padang Loang Kabupaten

[4] Nur Aisyah, "Analisis Gharar Dalam Akad Transaksi Semangka (studi Kasus Di Desa Padang Loang Kabupaten Pinrang)", Srispsi, (Universitas Institut Agama Islam Negeri Parepare,2024)

Pinrang, sedangkan Tempat penelitian peneliti berada di Media Sosial Tiktok. Persamaan penelitian milik Nur Aisyah dengan milik penelitili adalah sama-sama menggunakan tema gharar dalam praktik jual beli.

2. Skripsi Fadzila tahun 2021 berjudul *"Penerapan Khiyar Dalam Transaksi Jual Beli pakaian (Studi Di Pasar Tradisional Kota Fajar Kluat Utara Kabupaten Aceh Selatan)"* Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan *khiyar* pada transaksi jual beli pakaian di pasar Kota Fajar belum sesuai dengan konsep *khiyar* dalam fiqh muamalah. Ada permasalahan praktik *khiyar* syarat dan *khiyar* aib yang masih perlu diperbaiki agar sesuai dengan konsep *khiyar* yang sesungguhnya. Dari hasil penelitian peneliti bahwa mayoritas penjual pakaian sudah menerapkan *khiyar*, namun *khiyar* yang sering terjadi adalah *khiyar aib* dan *khiyar syarat.* Sedangkan kendala dalam menerapkan *khiyar* adalah kurangnya pemahaman tentang *khiyar* baik dari penjual maupun pembeli. Penyelesainnya yaitu pembeli ataupun penjual harus teliti dan berhati-hati terhadap barang yang akan ditransaksikan.[5] Perbedaan penelitian peneliti dengan milik Fadzila yaitu terletak pada fokus objek, dan tempat. Objek penelitian Fadzila adalah Penjual baju, sedangkan milik peneliti adalah

[5] Fadzila, "Penerapan *Khiyar* Dalam Transaksi Jual Beli Pakaian (Studi di Pasar Tradisional Kota Fajar, Kluet Utara, Kabupaten Aceh Selatan)," Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2021)

pembeli *Aerish Beaute*. Tempat penelitian Fadzila adalah pada di Pasar Tradisional Kota Fajar, Kluet Utara, Kabupaten Aceh Selatan, sedangkan Tempat penelitian peneliti berada di Media Sosial Tiktok. Persamaan penelitian milik Shanti Arianti dengan milik penelitili adalah sama-sama menggunakan tema *khiyar* dalam praktik jual beli.

3. Skripsi Alita Nur Jannah tahun 2018 berjudul *"Implementasi Hak Khiyar Dalam Jual Beli Terhadap Slogan Barang Yang Sudah Dibeli Dapat Dikembalikan (Studi Kasus Pada Toko Grosir Dan Eceran Binti Sholikah)."* Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan pada praktik pelaksanaan *khiyar* dalam jual beli terhadap slogan barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan di toko Grosir dan Eceran Binti Sholikah. Dari hasil penelitian ini bisa dapat disimpulkan bahwa praktik jual beli di toko Grosir dan Eceran Binti Sholikah belum menerapkan *khiyar* yang telah disyariatkan dalam Islam. Penelitian ini ditemukan bahwa, praktek *khiyar* dalam jual beli di Toko Binti Sholikah tidak sesuai dengan syarat sahnya jual beli karena pelaksanaanya dari jual beli tersebut terdapat unsur keterpaksaan dan unsur ketidakadilan.[6] Perbedaan penelitian peneliti dengan milik Alita Nur Jannah yaitu terletak pada fokus objek, dan tempat. Objek penelitian Alita Nur Jannah adalah Toko Grosir dan Eceran Binti

[6] Alita Nurjannah, *"Implementasi Hak Khiyar Dalam Jual Beli Terhadap Slogan Barang Yang Sudah Dibeli Dapat Dikembalikan (Studi Kasus Pada*

Sholikah, sedangkan milik peneliti adalah pembeli *Aerish Beaute*. Persamaan penelitian milik Muh. Taqdir Fahreza dengan milik penelitili adalah sama-sama menggunakan tema *khiyar* dalam praktik jual beli.

4. Skripsi Dino Sentosa tahun 2023 berjudul *"Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli Sayuran dari Distributor kepada Agen (Studi Kasus di Pasar Pekalongan, Lampung Timur)"* Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan pada tanggung jawab distributor dan kualitas produk yang dijual oleh distributor, dimana dari perjanjian awal antara distributor dengan agen tidak menjamin kualitas barang dan dapat merugikan salah satu pihak. Dengan ini distributor seharusnya memiliki tanggung jawab kepada agen jika barang yang ia jual memiliki kualitas yang buruk. Dari hasil penelitian peneliti, jual beli sayuran dengan sistem borongan yang dilakukan oleh distributor ke agen di Pasar Pekalongan terdapat unsur gharar (ketidakjelasan) pada sayuran yang diperjualbelikan berkaitan dengan kualitasnya. Praktik jual beli tersebut pada intinya melanggar prinsip iktikad baik dan kepastian hukum yang mengakibatkan akad jual beli tersebut menjadi fasid (terlarang sebab barang jualannya). Pertanggungjawaban yang diberikan oleh distributor terhadap kerusakan sayuran yang diterima oleh agen dalam jual beli tersebut dengan memberikan garansi atau *khiyar* syarat, berupa penggantian barang selama tiga hari setelah

diterima.[7] Perbedaan penelitian peneliti dengan milik Dino Sentosa yaitu terletak pada fokus objek, dan tempat. Objek penelitian Dino Sentosa adalah Jual Beli Sayuran dari Distributor kepada Agen, sedangkan milik peneliti adalah pembeli *Aerish Beaute*. Tempat penelitian Dino Sentosa adalah di Pasar Pekalongan, Lampung Timur, sedangkan Tempat penelitian peneliti berada di Media Sosial Tikttok. Persamaan penelitian milik Dino Sentosa dengan milik penelitili adalah sama-sama menggunakan tema gharar dalam praktik jual beli.

5. Jurnal yang ditulis oleh Dina Yufdina tahun 2023 berjudul *"Implementasi khiyar pada praktik jual beli online ditinjau dalam prespektif etika bisnis islam (studi kasus toko baju diga house banda aceh)"* Dari penelitian peneliti memfokuskan pada Etika bisnis Islam sangat penting diterapkan untuk mengatur kegiatan bisnis dan memberikan *khiyar* sebagai perlindungan bagi pembeli. Hasil dari penelitian bahwa prinsip etika bisnis Islam telah diterapkan dalam jual beli online, namun belum mencakup keseluruhan dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam, prinsip etika bisnis Islam yang diterapkan oleh toko Diga House adalah prinsip kejujuran, prinsip keadilan, prinsip tanggung jawab dan prinsip kesatuan. Adapun pada prinsip Kehendak Bebas belum diterapkan dalam jual beli

[7] Dino Sentosa, *"Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli Sayuran dari Distributor kepada Agen (Studi Kasus di Pasar Pekalongan, Lampung Timur)",* Skripsi, (Institut Agama Islam Negeri Metro, 2023)

online.[8] Perbedaan penelitian peneliti dengan milik Dina Yufdiana yaitu terletak pada fokus objek, dan tempat. Objek penelitian Dino Sentosa adalah Toko Baju Diga House Banda Aceh, sedangkan milik peneliti adalah pembeli *Aerish Beaute*. Persamaan penelitian milik Dino Sentosa dengan milik penelitili adalah sama-sama menggunakan tema *Khiyar* dalam praktik jual beli.

Dari beberapa telaah pustaka diatas, terdapat pembahasan tentang jual beli, akan tetapi belum ada yang nemeliti lebih rinci lagi tentang jual beli alat makeup dengan diskon yang di promosikan melalui media sosial, oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut tentang praktik jual beli alat *make-up* pada iklan diskon di aerish beute sebagai bahan penelitian. Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap agar pembeli atau seluruh masyarakat memiliki kesadaran yang penuh agar tidak merasa rugi atau merugikan orang lain dalam kegiatan jual beli.

[8] Dina Yufdina,*"Implementasi khiyar pada praktik jual beli online ditinjau dalam prespektif etika bisnis islam (studi kasus toko baju diga house banda aceh)",* Skripsi, (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2023)

F. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu pedoman cara seorang ilmuwan mempelajari dan memahami lingkungan yang ia pahami.[9] Metode penelitian merupakan langkah-langkah sistematis dalam menyusun ilmu pengetahuan.[10] Metode adalah suatu bagian yang penting untuk menentukan keberhasilan suatu penelitian, karena metode merupakan cara kerja untuk memahami objek yang menjadi tujuan dan sasaran penelitian[11]. Adapun yang menjadi metode dalam penyusunan skripsi ini adalah:

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

   Dalam penulisan skripsi ini menggunakan jenis penelitan kualitatif, dengan jenis penelitian ini akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari perilaku orang-orang yang diamati dalam penelitian ini yang diamati adalah praktik jual beli alat *make-up* di *Aerish Beaute* serta mengkaji praktik jual beli tersebut dari sudut pandang hukum ekonomi syariah.

   Dalam penelitian ini menggunakan dua pendekatan utama yaitu dengan pendekatan pendekatan yuridis-empiris. Pendekatan yuridis-empiris digunakan penulis untuk mengetahui bagaimana praktik jual beli yang dilakukan *Aerish Beaute* secara nyata di lapangan. Dengan

---

[9] Soerjono Soekamto, Pengantar Penelitian Hukum, (Jakarta: UI Press, 1986), hlm. 67

[10] Suryana, "Metodologi Penelitiaan (Model Prakatis Penelitiaan Kuantitatif dan Kualitatif", (Bandung:tp, 2010), 20

[11] Soerjono Soekanto, "Pengantar Penelitian Hukum" (Jakarta: UI Press, 1986), 5.

melakukan observasi dan dokumentasi peneliti akan mendapatkan data tentang proses transaksi jual beli, iklan diskon, serta klarifikasi penjual saat adanya kesalahan dalam penjualan dan juga tanggapan pembeli terhadap jual beli alat *make-up* yang dilakukan *Aerish Beaute*. Pendektan ini memiliki tujuan yakni memahami praktik hukum ekonomi syariah dalam kehidupan nyata.

2. Sumber Data

   Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder, yaitu sebagai berikut:[12]

   a. Data Primer

      Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber asli atau dengan tangan pertama. Dalam penelitian ini peneliti mengunakan data dari hasil observasi non partisipan dari kegiatan jual beli alat *make-up* yang dilakukan *Aerish Beaute*, dan tentang bagaimana *Aerish Beaute* melakukan klarifikasi serta penanganan retur kepada pembeli. *Screenshoot* postingan pembeli yang mengeluhkan tentang barang yang diterima juga menjadi sumber data primer dalam penelitian ini.

   b. Data Sekunder

      Data sekunder merupakan data yang peneliti peroleh secara tidak langsung dari sumber pertama. Dalam penelitian ini data sekunder yang peneliti dapat melalui pendapat para ahli,

[12] Dr. Muhaimin*, Metode Penelitian Hukum,* h. 124.

buku-buku, dan juga jurnal hukum. Data sekunder sendiri meliputi tiga bahan hukum,b yaitu:

1. Bahan hukum primer
   Bahan hukum primer yang digunakan bersumber pada Al-Quran dan Hadist, khususnya pada ayat-ayat dan hadis-hadis yang berkaitan dengan prinsip jual beli dalam Islam, termasuk larangan terhadap praktik *gharar, tadlis,* dan *khiyar.* Bahan primer tersebut digunakan untuk membandingkan realitas praktik jual beli *Aerish Beaute* yang terjadi di lapangan dengan norma hukum hukum ekonomi syariah.
2. Bahan hukum sekunder
   Fungsi dari bahan hukum sekunder adalah menjelaskan dan menganalisis hasil dari bahan hukum primer. Dalam penelitian ini, bahan hukum sekunder yaitu:
   a) Buku-buku literatur yang membahas teori jual beli, fiqh muamalah, perlindungan pembeli, dan teori ekonomi digital.
   b) Skripsi dan jurnal yang relevan, seperti penelitian terdahulu mengenai produk tanpa label, jual

beli produk kosmetik, dan perspektif hukum Islam terhadap barang yang tidak diketahui kandungannya.

c) Jurnal ilmiah dan artikel yang membahas praktik e-commerce, regulasi kosmetik, serta aspek legal dari produk white label.

Bahan hukum sekunder diatas digunakan sebagai landasan teoritis guna memperkuat analisis data lapangan, serta hasil penelitian dalam kerangka kajian akademik.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahapan yang sangat penting dalam penelitian. Metode pengumpulan data yang tepat akan menghasilkan data yang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, sementara metode yang salah akan menghasilkan sebaliknya. Oleh karena itu, tahap ini harus dilakukan dengan hati-hati dan sesuai dengan prosedur serta karakteristik penelitian kualitatif.[13] Dalam penelitian ini Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah

a. Observasi

Sutrisno Hadi menjelaskan bahwa observasi adalah sebuah proses yang kompleks, yang terdiri dari berbagai proses biologis dan psikologis. Di antara proses-

[13] Irsyana, Rosky Kawasaki, "*Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif,"* Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Sorong vol. 21, 2019, 2.

proses tersebut, dua yang paling penting adalah pengamatan dan memori atau ingatan. Dalam metode ini dilaksanakan dengan cara melakukan pengamatan pada objek penelitian, baik itu secara langsung maupun secara tidak langsung, untuk mendapatkan data yang dikumpulkan selama penelitian. Dalam melaksanakan observasi ada beberapa teknik yang menjadi pedoman dalam melaksanakan observasi, hal ini bertujuan agar menjadi aktual dan akurat. Berikut adalah beberapa teknik dalam observasi:[14]

1) Observasi Partisipan, dalam jenis observasi ini peneliti terjun langsung dalam kegiatan jual beli alat *make-up* di *Aerish Beaute* sebagai pembeli.
2) Observasi Non Partisipan, dalam jenis observai ini peneliti tidak terjun langsung tetapi hanya jadi pengamat kegiatan jual beli alat *make-up* di *Aerish Beaute*.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis observasi non partisipan karena Partisipan memungkinkan peneliti untuk mengamati tanpa harus terjun langsung ke dalam situasi tersebut.

b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi yang dilakukan penulis adalah dengan cara mengumpukan dokumen yang relevan, yakni dengan mengumpulkan *screenshoot*

[14] Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D (Bandung:Alfabeta, 2013), 145-146.

postingan pembeli yang mengeluh tentang perbedaan barang serta kebijakan klarifikasi dari pihak *Aerish Beaute*.

4. Analisis Data

   Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif-kualitatif, yaitu suatu metode analisis yang bertujuan untuk menggambarkan dan menafsirkan data secara sistematis berdasarkan fakta yang diperoleh dari lapangan, kemudian dikaitkan dengan teori dan konsep dalam hukum ekonomi syariah. Tahapan-tahapan untuk mengumpulkan data sebagai berikut:

   a. Reduksi Data

      Tahap pertama dalam analisis data adalah reduksi data, yaitu proses pemilihan, pemfokusan, dan transformasi data yang muncul dari catatan lapangan. Dalam tahap ini, peneliti mendapatkan informasi yang diperoleh dari hasil observasi tentang bagaimana praktik jual beli alat *make-up* di *Aerish Beaute* pada saat diskon dan dokumentasi para pembeli. Reduksi dilakukan untuk menemukan pola umum dan temuan penting terkait ketidaktauan pembeli terhadap kualitas produk yang perjual belikan *Aerish Beaute* dengan harga diskon.

   b. Penyajian Data

      Tahap berikutnya adalah penyajian data, data yang telah direduksi disusun dalam bentuk narasi deskriptif. Narasi ini disusun secara tematik berdasarkan fokus permasalahan,

seperti: (1) cara pelaku usaha mempromosikan barangnya pada saat diskon, (2)kualitas produk diskon yang diperjualbelikan, (3)respons dan pengalaman pembeli terhadap produk yang digunakan, (4)cara pelaku usaha memperbaiki kelalaiannya dalam jual beli. Penyajian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang runtut dan mudah dipahami mengenai bagaimana praktik jual beli ini berlangsung di lapangan.

c. Penarikan Simpulan dan Verifikasi

Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan, yang dilakukan dengan menginterpretasikan seluruh data yang telah disajikan untuk menjawab rumusan masalah. Kesimpulan disusun berdasarkan temuan lapangan yang dikaitkan dengan ketentuan prinsip-prinsip dalam hukum ekonomi syariah seperti kejujuran *(ṣidq),* transparansi, serta larangan *gharar* dan *tadlis*.

G. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika skripsi mencakup lima bab, antara lain sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan. Dalam bab ini menjelaskan tentang gambaran menyeluruh mengenai penelitian yang didalamnya mencakup beberapa aspek, seperti latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, metode penelitian yang digunakan dan juga sistematika penulisan

BAB II landasan teori. Merupakan bab yang berisi tentang teori yang akan dibahas dlalam penelitian ini, yakni teori jual beli, dan *khiyar*.

BAB III mengenai data dan hasil informasi yang peneliti dapatkan saat melakukan penelitian tentang jual beli alat *make-up* di *Aerish Beaute*.

BAB IV membahas tentang tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik jual beli alat *make-up* di *Aerish Beaute* dan kesesuaian *khiyar* pada jual beli tersebut.

BAB V di bab lima ini merupakan bab terakhir yang berisi penutup, kesimpulan, dan juga saran dari skripsi ini.

BAB II

JUAL BELI DAN *KHIYAR* DALAM HUKUM EKONOMI SYARIAH

A. Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli merupakan salah satu kegiatan yang paling fundamental dan dilakukan sehari hari untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Jual beli dalam bahasa memiliki arti menukar sesuatu dengan sesuatu, sedangkan dalam istilah hukum Islam kegiatan jual beli dikenal sebagai istilah *al-bay'.* Secara bahasa al-bay' merupakan mashdar dari kata ba'a, yaitu menjual. Albay' merupakan lawan kata al-syira, yaitu membeli, tetapi dapat juga bermakna al-syira.[15]

Islam memberikan kebebasan menentukan penetapan harga dalam aktivitas ekonomi yang mereka lakukan. Segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam aktivitas ekonomi atau jual beli diperbolehkan dalam Islam asalkan tidak merugikan salah satu pihak, tidak adanya unsur penipuan, dan kerusakan. Harga tersebut akan dianggap halal apabila kedua belah pihak menyetujuinya dan adanya keadilan antar keduanya.

Kegiatan jual beli dalam Islam juga merupakan kegiatan tolong menolong dengan landasan hukum yang kuat seperti Al Quran, Sunnah, dan ijma. Seperti firman allah seperti berikut:

[15] Nur Aisyah, "Analisis Gharar Dalam Akad Transaksi Semangka (studi Kasus Di Desa Padang Loang Kabupaten Pinrang)", Srispsi, (Universitas Institut Agama Islam Negeri Parepare,2024)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.." (Q.S.4 [An-Nisa]: 29)[16]

Jika dilihat dari ayat diatas, Allah melarang umatnya untuk emngambil harta orang lain dengan cara yang tidak benar, Allah memperbolehkan adanya kegiatan jual beli yang didasarkan dengan suka sama suka adanya kerelaan antara kedua belah pihak tanpa adanya paksaan dari pihak manapun, dan tidak boleh melanggar ketentuan syariat Islam termasuk riba, mencuri, menipu, berbuat curang.

Jual beli merupakan kegiatan menukar, dimana tidak hanya menukar harta dengan harta lainnya melainkan bisa saja dengan menukarkan harta yang dipunya dengan uang. Berikut merupakan beberapa pengerian jual beli menurut para ulama.

a. Ulama Hanafiyah

   Menurut Ulama Hanafiyah, Jual beli merupakan menukarkan harta yang dimiliki dengan harta lainnya dengan cara tertentu dengan nilai yang sama dan dengan cara yang bermanfaat.

[16] Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, 2019), 112.

b. Ulama Syafi'iyah

Menurut Ulama Syafi'iyah, Jual beli adalah adanya kontrak yang dilibatkan dalam penukaran harta yang diinginkan, dimana kegiatan jual beli ini memberikan manfaat khusus bagi pemilik barang dan masing-masing pihak menyerahkan hasilnya kepada pihak lain.

c. Ulama Malikiyah

Menurut Ulama Malikiyah, Jual beli merupakan peripindahan harta berupa dialihkannya kepimilikan harta.

Jika dilihat dari beberapa pengertian diatas, maka dapat disimpulkan jual beli merupakan suatu perjanjian yang timbul akibat adanya tukar menukan barang atau barang dengan uang, yang dilakukan dengan cara melepaskan hak milik

Para ulama Fiqh sepakat bahwa hukum jual beli adalah boleh atau mubah. Hal ini disebabkan karena manusia dan merupakan makhluk sosial yang membutuhkan orang lain untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan adanya jual beli manusia dapat melangsungkan hidupnya karena kebutuhannya terpenuhi.

2. Dasar Hukum Jual Beli

a. Al-Quran

Transaksi jual beli merupakan kegiatan yang dibolehkan di Islam, seperti yang tertulis dalam ayat Al Quran pada surah Al Baqarah ayat 275 seperti berikut:

وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلْبَيْعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْ

Artinya: Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba." (Q.S. 2 [Al-Baqarah]:275).[17]

Jika dilihat dari ayat diatas, Allah menghalalkan jual beli namun mengharamkan riba karena kegiatan jual beli merupakan kegiatan yang menguntungkan kedua belah pihak dan tidak merugikan siapapun berbeda dengan riba yang hanya menguntungkan salah satu pihak namun pihak yang satunya merasa rugi akibat kegiatan tersebut

b. Hadist

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ – رضي الله عنه – أَنَّ اَلنَّبِيَّ – صلى الله عليه وسلم – سُئِلَ: أَيُّ اَلْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: – عَمَلُ اَلرَّجُلِ بِيَدِهِ, وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ – رَوَاهُ اَلْبَزَّارُ، وَصَحَّحَهُ اَلْحَاكِمُ.

Artinya: "Dari Rifa'ah bin Rafi' ra. Bahwasanya Nabi SAW ditanya: Pencaharian apakah yang paling baik? Beliau menjawab: ialah yang bekerja dengan tangannya sendiri dan tiap-tiap jual beli yang baik". (HR. Bazar No 3731 dan dinilai shahih oleh Hakim).[18]

Dari hadist di atas, Allah menghalalkan kegiatan jual beli dan mengharamkan kegiatan jual beli yang didalamnya ada transaksi yang kelebihan dalam pembayaran. Profesi pedagang

[17] Tim Penerjemah, Al-Qur'an dan Terjemahnya (Jakarta: Departemen Agama RI, 2019), 61.
[18] Al-Hafidh Ibnu Hajar Al-Asqalani,Bulughul Maram Buku Pertama. (Surabaya :Mutiara Ilmu,1995), 256.

merupakan profesi yang mulia dan baik asalkan para pedagang tidak melakukan transaksi yang diharamkan, contohnya adanya riba, penipuan, pemalsuan di kegiatan jual beli yang mereka lakukan.

c. Ijma

Ijma adalah hasil kesepakatan dari para mujtahid dari kalangan umat Islam pada suatu masa setelah Rasullulah SAW wafat. praktik jual beli dibolehkan karena pada dasarnya manusia tidak mampu memenuhi seluruh kebutuhannya secara mandiri, melainkan memerlukan bantuan dari pihak lain. Barang atau jasa yang diperlukan dari orang lain tersebut, harus ditukar dengan barang lain yang setara sebagai bentuk kompensasi. Merujuk pada isi kandungan Al-Qur'an dan hadis Nabi, para ulama menyimpulkan bahwa hukum asal jual beli adalah mubah (boleh) selama terpenuhi syarat dan rukunnya. Namun dalam kondisi tertentu, hukum jual beli dapat berubah menjadi wajib. Para ulama sepakat bahwa jual beli diperbolehkan karena manusia secara kodrati memerlukan kerja sama dan pertukaran untuk memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu, barang atau jasa yang diperoleh dari orang lain perlu dibayar atau ditukar dengan sesuatu yang sesuai dan sah menurut syariat. Kebutuhan manusia akan transaksi jual beli sangat mendesak, karena melalui jual beli, seseorang dapat memiliki barang milik orang lain secara sah tanpa melanggar prinsip-prinsip syariah. Praktik jual

beli yang telah berlangsung sejak masa Rasulullah SAW hingga sekarang menunjukkan bahwa umat Islam telah sepakat atas legalitas dan pensyariatan transaksi jual beli.

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Kegiatan jual beli dalam sehari hari tidak dapat dipisahkan dengan interaksi sosial dan ekonomi masyarakat. Islam sendiri telah mengatur tata cara jual beli agar terciptanya keadilan antara kedua belah pihak, adanya kejujuran yang di lakukan penjual maupun pembeli, dan keberkahan dalam setiap transaksi yang dilakukan. Salah satu aspek penting yang menjadi landasann sahnya kegiatan jual beli adalah terpenuhinya rukun dan syarat sesuai dengan syariat yang telah ditetapkan. Apabila syarat dan rukun tersebut tidak dipenuhi maka kegiatan jual beli tersebut tidak dianggap sah dimata agama.

Adanya rukun dan syarat jual beli memiliki tujuan agar setiap pihak yang berada di kegiatan jual beli ini menjalankan hak dan kewajibannya dengan adil dan sesuai dengan kesepakatan yang telah disetujui sebelumnya oleh kedua pihak. Dengan memahami pentingnya terpenuhinya rukun dan syarat jual beli diharapkan tidak ada ada kegiatan jual beli yang pada akhirnya akan merugikan salah satu pihak atau mengandung unsur yang dilarang dalam agama dan jauh dari kezhaliman, sehingga terciptanya kegiatan jual beli yang halal dan diberkahi.

Rukun secara bahasa adalah yang harus dipenuhi untuk sahnya suatu pekerjaan,

sedanghkan syarat adalah ketentuan (peraturan,petunujk) yang harus diindahkan dan dilakukan.[19] Sedangkan secara istilah rukun dengan sesuatu yang terbentuk, sesutu yang lain dari keberadaanya, mengigat eksisnya sesuatu itu dengan rukun (unsurnya) itu sendiri, bukan nkarena tegaknya. Kalau tidak demikian, maka subjek berarti menjadi unsur bagi pekerjaan, dan jasad menjadi rukun bagi sifat, yang di sifati (*al-maushuf*) menjadi unsur bagi sifat(yang disifati). [20] Sedangkan syarat merupakan sesuatu yang harus ada agar suatu hukum atau perbuatan sah, tetapi bukan bagian dari hakikat perbuatan itu sendiri.

Rukun jual beli merupakan sesuatu yang harus dipenuhi agar kegiatan jual beli yang sedang dilakukan dianggap sah dan sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Ada beberapa rukun dan syarat jual beli dalam Islam sebagai berikut:

a. Akad (Ijab qabul)

   Akad dalam bahasa merupakan ikatan yang ada diantara ujung suatu barang. Sedangkan menurut istilah ahli fiqh ijab qobul menurut cara yang disyariatkan sehingga tampak akibatnya.[21] Salah satu cara yang bisa dilakukan seseorang dalam pengadaan akad bisa dengan cara mengucapkan akad itu sendiri. Selain dengan cara tersebut para ulama

---

[19] Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002).

[20] Sya'idun. "*Transaksi Jual Beli Dalam Pandangan Hukum Islam*, Commodity : Vol,1, No.2, 2022". 17

[21] Sya'idun. "*Transaksi Jual Beli Dalam Pandangan Hukum Islam*, Commodity : Vol,1, No.2, 2022". 18

mengatakan ada beberapa cara yang bisa dilakukan agar terlaksanakannya suatu akad sebagai berikut:

a) Dengan cara menulis akad yang akan di sepakati, kedua belah pihak yang akan melakukan transaksi bisa menulis akad yang akan di sepakati biasanya cara ini dilakukan ketika jarak antara keduanya jauh.
b) Dengan cara isyarat, apabila salah satu pihak tidak bisa mengucapkan atau menuliskan akad yang akan di sepakati akad bisa dilaksanakan dengan cara isyarat.
c) Dengan cara saling memberu (ta'ahi), yang dimaksud cara ini adalah apabila ada satu pihak pertama yang memberikan barangnya kepada pihak ke dua, lalu dengan inisiatif sendiri pihak kedua memberikan suatu imbalan kepada pihak pertama tanpa adanya ketentuan besar imbalan atas barang yang diberikan.
d) Dengan cara lisan al-hal, Dengan cara lisan al-hal, apabila seseorang meninggalakna barangbarang dihadapan orang lain kemudian orang itu pergi dan orang yang ditinggali barang-barang itu berdiri saja hal tersebut telah ada akad ida' (titipan) antara orang yang meletakkan barang titipan dengan jalan adalah al-hal.[22]

[22] Sya'idun. "*Transaksi Jual Beli Dalam Pandangan Hukum Islam*, Commodity : Vol,1, No.2, 2022". 19

Maka dari itu, akad merupakan suatu ikatan antara kedua belah pihak yang (penjual dan pembeli). Kegiatan jual beli tidak bisa dikatakan sah apabila belum terwujudnya ijab qabul diantara keduanya karena ijab qabul merupakan simbol kerelaan atau keridhaan. Ijab qabul sendiri bisa dilakukan dengan cara ucapan lisan atau bisa dalam bentuk perbuatan saling memberi (barang dengan uang atau barang dengan barang). Apabila salah satu pihak bisu atau tidak bisa mengucapkan akad maka ijab qabul bisa dilakukan dengan cara tertulis.

b. Orang yang Berakad (Subjek)

Salah satu rukun jual beli yang harus ada adalah adanya penjual dan pembeli atau bisa disebut dengan subjek. Subjek merupakan unsur yang mengikat perjanjian jual beli karena tanpa adanya penjual dan pembeli yang berakad dengan kerelaan dan kesadaran penuh, maka transaksi tidak dapat dianggap sah menurut syariat Islam. adapun beberapa syarat untuk subjek tersebut adalah:

a) Beragama Islam

Beragama islam menjadi salah satu syarat bagi orang yang akan melakukan kegiatan jual beli, dan bagi pembeli disyaratkan dalam benda benda tertentu. Contohnya, penjual dilarang menjual hamba sahaya (budak) karena tidak menutup kemungkinan bahwa pembeli tersebut akan merendahkan abid beragama

Islam. Allah melarang seorang mukmin membuka jalan kepada seorang kafir untuk merendahkan seorang mukmin seperti yang tertulis dalam surah An-Nisa ayat 141 sebagai berikut:

وَلَنْ يَّجْعَلَ اللّٰهُ لِلْكٰفِرِيْنَ عَلَى الْمُؤْمِنِيْنَ سَبِيْلًا

Artinya : "Allah tidak akan memberi jalan kepada orang-orang kafir untuk mengalahkan orang-orang mukmin." (Q.S. 4 [An-Nisa]:141).[23]

b) Berakal

Yang dimaksud berakal disini adalah baik penjual atau pembeli bisa atau dinilai dapat membedakan mana hal yang baik dan hal yang buruk bagi dirinya sendiri. Maka, orang yang gila atau bodoh apabila melakukan kegiatan jual beli dinilai jual beli yang mereka lakukan tidak akan sah. Seperti firman Allah pada surah An-Nisa ayat 5 sebagai berikut:

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَآءَ اَمْوَالَكُمُ الَّتِيْ جَعَلَ اللّٰهُ لَكُمْ قِيٰمًا وَّارْزُقُوْهُمْ فِيْهَا وَاكْسُوْهُمْ وَقُوْلُوْا لَهُمْ قَوْلًا مَّعْرُوْفًا

Artinya: "Janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya harta (mereka yang ada dalam kekuasaan)-mu yang Allah jadikan sebagai pokok kehidupanmu. Berilah mereka belanja dan pakaian dari (hasil harta) itu dan ucapkanlah kepada mereka

[23] Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, 2019), 136.

perkataan yang baik." (Q.S. 4 [An-Nisa]:5).[24]

c) Baligh
Dalam hukum Islam seseorang yang sudah baligh dinilai sebagai orang dewasa. Apabila seorang laki-laki sudah mengalami mimpi basah atau berumur 15 tahun dan seorang perempuan sudah mengalami menstruasi atau datang bulan maka orang tersebut dinilai sudah baligh.

d) Dengan Kehendak Sendiri
Orang yang melakukan kegiatan jual beli baik penjual atau pembeli tidak ada paksaan dari pihak manapun untuk melakukan kegiatan ini, artinya adanya kerelaan antar kedua belah pihak untuk melakukan kegiatan jual beli ini.

e) Keduanya Tidak Mubazir
Kedua belah yang terlobat (penjual dan pembeli) bukan termasuk manusia yang boros.

c. Ma'kud 'alaih (Objek)

Ma'kud 'alaih merupakan adanya barang yang menjadi objek jual beli atau yang menjadi sebab terjadinya perjanjian jual beli.[25] Barang yang diperjual belikan juga harus memenuhi syarat syarat yang sesuai dengan syariat agar sah diperjual belikan, beberapa syaratnya seperti berikut:

---

[24] Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, 2019), 105.

[25] Chairuman Pasaribu dan Suwardi K Lubis, *Hukum Perjanjian dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika,1996), hlm. 37.

a) Bersih barangnya, yang dimaksud bersih barangnya adalah barang yang diperjual belikan berada dalam keadaan yang suci dan bebas dari najis atau tidak termasuk dalam barang barang yang diharamkan.
b) Barang yang diakadkan ada ditangan
   Barang yang diperjual belikan harus berada dalam tangan atau kuasa penjual atau sudah jelas bentuk barang yang diperjual belikan, hal ini menghindari adanya kerusakan pada barang dan barang tersebut tidak dapat diserahkan kepada pembeli sesuai dengan akad yang sudah disepakati.
c) Milik orang yang melakukan akad
   Dalam akad jual beli, pihak yang berhak melakukan transaksi atas suatu barang haruslah pemilik sah barang tersebut, atau seseorang yang telah memperoleh izin atau kuasa dari pemilik sah. Jual beli yang dilakukan oleh pihak yang tidak memiliki hak kepemilikan atau tanpa izin dari pemilik yang sah dianggap tidak sah dan batal.
d) Dapat dimanfaatkan
   Barang yang diperjual belikan harus memiliki manfaat agar kegiatan jual beli yang dilakukan sah dan tidak boleh memperjualbelikan barang yang tidak berguna.

e) Mengetahui
Bentuk, sifat, harga, dan zat barang yang diperjual belikan harus jelas, supaya menghindari kekecewaan diantara kedua belah pihak.

f) Mempu menyerahkan
Ini berarti barang yang diperjualbelikan harus bisa diserahkan secara nyata. Jika barang tidak bisa diserahkan, hal ini berpotensi menimbulkan penipuan atau menyebabkan salah satu pihak merasa dirugikan.

Objek yang disebutkan diatas bisa berupa barang atau uang, dan sifat benda tersebut adalah berharga atau dapat dinilai, artinya objek tersebut memiliki kegunaan menurut syara'. Memperjualkan barang haram seperti: alkohol, babi, dan benda terlarang lainnya merupakan jual beli yang rusak atau fasid.

d. Nilai Tukar Pengganti Barang
Nilai tukar sebagai pengganti barang adalah sesuatu yang harus memenuhi tiga kriteria, yaitu mampu menyimpan nilai (store of value), dapat digunakan sebagai ukuran atau penilaian terhadap suatu barang (unit of account), serta dapat berfungsi sebagai alat untuk melakukan pertukaran (medium of exchange).

4. Prinsip-Prinsip Jual Beli
   Berikut merupakan prinsip-prinsip jual beli dalam hukum Islam:
   a. Prinsip Ketuhanan (Tauhid)
      Prinsip ini menekankan bahwa pentingnya kesadaran pada setiap manusia bahwa segala sesuatu yang ia miliki didunia sejatinya hanya merupakan titipan dari Allah SWT, dan segala aktivitas manusia berada pada pengawasan-Nya termasuk dalam kegiatan jual beli. Maka dari ini kegiatan jual beli dalam Islam tidak hanya memiliki tujuan mencari keuntungan sama akan tetapi juga sebagai sarana meraih pahala dan persiapan menuju kehidupan akhirat.
   b. Prinsip Kerelaan (Suka sama suka)
      Ijab dan *qabul* yang dilakukan secara sukarela merupakan tanda prinsip ini dalam kegiatan jual beli. Apabila kedua belah pihak sudah saling rela melakukan *ijab* dan *qabul* tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.
   c. Prinsip Kemaslahatan atau Kemanfaatan
      Pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan jual beli ini harus mendapatkan manfaat ketika melakukan kegiatan jual beli. Manfaat tersebut bisa didapatkan dari barang atau objek yang diperjual belikan.
   d. Prinsip Keadilan
      Prinsip keadilan dapat dilihat apabila kedua belah pihak yang terlibat dalam kegiatan jual beli saling menghormati hak masing-masing dan tidak merugikan salah satu pihak ataupun keduanya.

e. Prinsip Kebebasan
Pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan jual beli diperbolehkan memilih atau mengambil tindakan asalkan tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Diberikannya hak kesempatan kepada pembeli dalam memilih atau dalam fiqh muamalah disebut dengan *khiyar*.

f. Prinsip Kejujuran
Penyampaian informasi yang sesuai, apa adanya tanpa melebih lebihkan atau mengurangi informasi yang ada, serta menyeluruh tentang barang atau jasa yang ditawarkan merupakan interpretasi dari prinsip kejujuran ini.

g. Prinsip Sahih
Sebuah kegiatan jual beli dikategorikan sah apabila seluruh rukun dan syarat yang ditetapkan dalam hukum Islam telah dipenuhi secara tepat dan benar.

h. Prinsip Etika atau Akhlak
Prinsip ini merupakan pencerminan terhadap karakter yang dimiliki oleh para nabi dan rasul ketika mereka melakukan kegiatan jual beli, yaitu *sidiq* atau jujur, *amanah* atau dapat dipercaya, *tabligh* atau menyampaikan kebenaran, dan *fatanah* atau cerdas dan bijak.

5. Macam-Macam Jual Beli

Jual beli merupakan aktivitas yang muamalah yang sangat penting untuk keberlanjutan manusia, karena dengan adanya kegiatan jual beli segala kebutuhan manusia dalam sehari hari akan terpenuhi. Dalam Islam, kegiatan jual beli juga

dipandang sebagai ibadah yang harus dilakukan sesuai dengan syariat bukan hanya kegiatan ekonomi semata. Ada beberapa macam-macam kegiatan jual beli dalam Islam, diantaranya sebagai berikut:

a. Ditinjau dari sisi benda yang dijadikan objek, ada 3 jenis yakni:
    1) Jual beli yang kelihatan, yaitu merupakan jual beli yang pada saat akad dilakukan barang yang jual belikan sudah ada didepan penjual dan pembeli.
    2) Jual beli yang hanya menyebutkan sifat benda, biasanya terjadi pada jual beli salam (pesanan) dimana penjual membuatkan barang yang diminta pembeli setelah adanya kesepakatan dan barang akan di serahkan sesuai dengan waktu yang telah di sepakati dengan pembayaran di awal.
    3) Jual beli yang tidak ada, dan tidak bisa dilihat, dalam Islam jual beli ini dilarang karena belum jelasnya objek yang diperjualbelikan dan dikhawatirkan bahwa barang tersebut adalah barang hasil curian.

b. Dari segi objeknya dibedakan menjadi 4 yakni:
    1) *Bai' al-muqayadhah*, jual beli ini dilakukan dengan sistem barter atau membeli suatu barang dengan menjadikan barang lain sebagai bayarannya.
    2) *Bai' al-sharf*, merupakan kegiatan menjualbelikan alat jual beli dengan alat

jual beli lainnya yang berlaku secara umum.

3) *Bai' al-muthlaq*, jual beli barang atau jasa yang dibayarkan dengan uang.
4) *Bai' as-salam*, merupakan jual beli dalam pesanan dimana pembeli melakukan pembayaran dimuka lalu barang akan dibuat oleh penjual dan diserahkan kepeda pembeli sesuai dengan kualitas, spesifikasi, dan waktu yang sudah disepakati.

c. Jual beli yang dilarang dalam Islam

Islam memperbolehkan kegiatan jual beli asalkan sesuai dengan ketentuan syariat. Ada beberapa transaksi jual beli yang dilarang dalam Islam karena dalam kegiatan tersebut ditemukan adanya unsur *gharar* (penipuan) atau salah satu pihak ada yang dirugikan dan menjadi *illat* dalam pelarangan akad tersebut. berikut ini merupakan transaksi yang dilaranh dalam Islam

1. Transaksi Dilarang Karena Sebab Ahliah

   Transaksi dianggap sah apabila dilakukan oleh sesorang yang mempunyai *ahliah* hal ini sudah disepakati oleh para Ulama fiqh madzhab. Yang dimaksud dengan orang yang mempunyai *ahliah* adalah orang yang sehat jasmani dan pikiran, yang sudah dewasa atau baligh, berakal, dan memiliki kecakapan. Sehingga transaksi yang dilakukan dapat dikatakan sah dan tidak ditemukan hal yang samar. Untuk lebih jelasnya akan sebagai berikut:

a. Transaksi orang yang gila
   Transaksi jual beli yang dilakukan oleh orang yang dalam keadaan gangguan jiwa atau gila maka tidak sah, karena transaksi yang dilakukan tidak mengandung unsur ahliah. Orang yang sedang terganggu kondisi kejiwaannya atau gila tidak bisa mengerti tentang apa yang sedang dia lakukan dan transaksi ini akan berdampak buruk atau membahayakan bagi dirinya sendiri atau orang lain.
b. Transaksi anak kecil
   Transaksi jual beli yang dilakukan anak kecil ini masi menjadi topik yang diperdebatkan oleh para Ulama karena transaksi yang dilakukannya dapat membahayakan dirinya sendirinya sendiri. Transaksi ini tidak dianggap sah karena anak kecil belum baligh atau belum dewasa sehingga dianggap belum mempunyai ahliah dalam transaksi. Transaksi jual beli yang dianggap anak kecil bisa dianggap sah apabila walinya memberi izin atau menyetujuinya.
c. Transaksi orang yang tidak bisa melihat
   Transaksi jual beli yang dilakukan orang buta atau tidak bisa melihat dapat dianggap sah apabila penjual menjelaskan spesifikasi barang yang dijual secara jelas dan rinci begitu juga dengan sifat barang tersebut.
d. Transaksi orang yang dipaksa

Transakasi yang dilakukan oleh orang yang dalam kondisi terpaksa masih diperdebatkan oleh ulama. Pendapat ulama Hanafi, hukum transaksi jual beli bagi orang yang dalam keadaan terdesak, diumpamakan seperti orang yang tidak mempunyai izin, karena itu statusnya mauquf. Artinya transaksi dilakukan apabila tidak dalam kondisi terdesak lagi. Sedangkan pendapat ulama Maliki, tatap berlaku *khiyar*, ulama Syafi'I dan Hambali, menjelaskan bahwa transaksi jual-beli orang yang sedang terdesak tidak dianggap sah, karena tidak ada ridha.[26]

e. Transaksi orang kondisi dilarang

Apabila transkasi yang dilakukan oleh seseorang yang dalam kondisi bangkrut atau pailit bisa dikategorikan orang yang muflis dan kondisi ini dilarang dalam bertransaksi karena dalam kondisi itu seseorang dalam kondisi keuangan yang buruk. Selain dalam keadaan tersebut, orang yang sedang dalam keadaan sakit, tidak memiliki ilmu dalam jual beli, orang yang suka menghamburkan harta dan orang yang tidak berakan juga tidak bisa melakukan transaksi jual beli atau akan dianggap sebagai transaksi yang tidak sah karena ucapan yang mereka katakatan

[26] Raja Ritongga, Dkk "*Analisis Fiqh Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Yang Dilarang",* Izdihar: Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 3, No. 1, 2023. 33

tidak bisa menjadi pegangan dalam transaksi tersebut.

f. Transaksi *fudhul*

Transaksi *fudhul* merupakan transaksi yang dilakukan penjual dengan menjual barang yang bukan miliknya atau milik orang lain tanpa sepengetahuan orang tersebut. transaksi ini tidak dianggap sah karena penjual tidak memiliki hak atas barang yang dijualnya dan tidak ada alaih dari penjual.

g. Transaksi *malja'*

Transaksi *malja'* merupakan transaksi yang dilakukan seseorang secara terpaksa atau adanya tekanan dari pihak lain, dan tidak ada unsur kesukarelaan dalam melakukan transaksi ini.

2. Transaksi dilarang karena melanggar prinsip tidak menzhalimi dan tidak di dzhalimi

Salah satu prinsip utama dalam transaksi muamalah menurut ajaran Islam adalah larangan melakukan praktik yang menzhalimi atau merugikan pihak lain. Islam menegaskan bahwa setiap transaksi harus dilandasi asas keadilan, saling ridha, dan tidak boleh ada pihak yang tertindas maupun menindas. Pelanggaran terhadap prinsip ini menjadi alasan kuat mengapa sejumlah bentuk transaksi dilarang dalam syariat, guna memastikan tidak ada kerugian atau ketidakadilan yang dialami oleh salah satu pihak dalam akad yang dilakukan. Transaksi

harus dilakukan secara transparan tanpa adanya unsur *gharar* didalamnya. Berikut merupakan penjabaran dari transaksi yang melanggar prinsip tidak di dzhalimi dan mendzhalimi:

i. *Gharar*

Menurut bahasa *gharar* memiliki arti al-khida atau penipuan, al-khathr atau pertaruhan, dan al-jahalah atau ketidakjelasan, yaitu suatu tindakan yang yang di dalamnya terdapat unsur pertaruhan. Dengan demikian, jual beli *gharar* adalah semua jual beli yang mengandung ketidakjelasan karena tidak dapat dipastikan jumlah dan ukurannya.[27] G*harar* dapat diartikan secara sederhana merupakan suatu ketidakpastian yang ada di dalam transaksi jual beli atau adanya sesuatu yang ingin disembunyikan oleh salah satu pihak dan akan menimbulkan rasa ketidakadilan dan merugikan salah satu pihak.

ii. *Ihtikar*

Ihtikar merupakan kegiatan penimbunan barang yang dilakukan oleh penjual agar barang tersebut langka dipasaran, dengan adanya kelangkaan suatu barang maka adanya ketidakseimbangan antara permintaan dari

---

[27] Ghufran A. Mas‟adi, Fiqh Muamalh Kontekstual, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), h. 133.

pembeli dan barang yang tersedia dari sini penjual yang sudah menimbun barang akan memanfaatkan moment itu dengan menjual barang dengan harga yang tinggi.

iii. *Najasy*

Najasy dalam jual beli merupakan suatu tindakan upaya manipulasi yang dilakukan penjual dengan cara memberikan informasi palsu atau menipu pembeli bahwa barang yang ia jual sedang banyak diminati maka dengan itu ia bisa menaikan harga dan merugikan pembeli.

iv. Riba

Riba merupakan tambahan yang diperoleh dari suatu pekerjaan yang tidak halal dan dapat menimbulkan kerugian bagi pihak pembeli maupun penjual dalam suatu transaksi. Sementara itu, menurut beberapa ahli, riba diartikan sebagai kelebihan jumlah yang diberikan oleh pemberi pinjaman kepada penerima pinjaman di luar jumlah pokok yang dipinjamkan.

v. *Maysir*

Maysir yang dimaksud dalam kegiatan jual beli adalah melakukan kegiatan jual beli dengan adanya taruhan didalamnya untuk mendapatkan barang yang diinginkan.

6. *Gharar* dan *tadlis* dalam jual beli
   a. *Gharar* dalam jual beli

   Menurut bahasa *Gharar* merupakan tipuan, keraguan, atau suatu tindakan yang memiliki tujuan merugikan orang lain. Adanya ketidakpastian mengenai objek akad, besar kecilnya jumlah maupun menyerahkan objek akad adalah unsur unsur yang mengandung penipuan. Pengertian *gharar* menurut para ulama fikih adalah Imam Al-Qarafi mengemukakan gharar adalah suatu akad yang tidak diketahui dengan tegas, apakah efek akad terlaksana atau tidak, seperti melakukan jual beli ikan yang masih dalam air (tambak). *Gharar* merupakan jual beli yang mengandung tipuan yang akan merugikan salah satu pihak yang disebabkan karena barang yang diperjualbelikan belum jelas adanya, tidak dapat dipastikan jumlahnya, atau tidak dapat diserah-terimakan.

   - Ketentuan Hukum jual beli *Gharar*

   Menurut syariat Islam jual beli gharar hukumnya adalah dilarang, apabila melakukan transaksi atau memberikan syarat dalam akad yang ada unsur *gharar*nya maka tidak sah. Seperti yang tertulis dalam surah Al Baqarah ayat 188 sebagai berikut:

وَلَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوْا بِهَآ اِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوْا فَرِيْقًا مِّنْ اَمْوَالِ النَّاسِ بِالْاِثْمِ وَاَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ ﴿١٨٨﴾

Artinya: “ Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu

dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui." (Q.S.2 [Al-Baqarah]: 188).[28]

Dari ayat diatas bisa dilihat bahwa kita sebagai umat Islam tidak boleh memakan harta yang didapatkan dengan cara yang batil contohnya dengan cara korupsi, merampok, atau menipu.

- Tingkatan jual beli *Gharar*

  Setiap kegiatan yang berkaitan dengan muamalah atau interaksi sosial membutuhkan aturan yang tegas agar pelaksanaannya terhindar dari kecurangan yang dapat merugikan pihak lain. Kehadiran unsur *gharar* dalam suatu transaksi dapat menjadikannya tidak sah (fasid). Ada beberapa tingkatan gharar sebagai berikut:

  1) *Gharar* berat

  Abu al-Walid al Baji menjelaskan batasan (dhabit) gharar berat tersebut, yaitu: "*Gharar* berat itu adalah yang sering terjadi pada akad hingga menjadi sifat akad tersebut." Atau singkatnya, gharar berat adalah gharar yang bisa dihindarkan dan menimbulkan perselisihan antara para pelaku akad. *Gharar* jenis ini berbeda-beda, sesuai dengan kondisi dan tempat. Oleh karena itu, standar *gharar* ini dikembalikan kepada urf .

[28] Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, 2019), 38.

2) *Gharar* ringan

Gharar ringan adalah *gharar* yang tidak bisa dihindarkan dalam setiap akad dan dimaklumi menurut urf tujjar (tradisi bisnis) sehingga pelaku akad tidak dirugikan dengan gharar tersebut. Seperti membeli rumah tanpa melihat pondasinya, menjual buah-buahan yang ada dalam tanah, menjual sesuatu yang hanya bisa diketahui jika dipecahkan atau dirobek. *Gharar* ringan ini dibolehkan menurut Islam sebagai rukhsah (keringanan) dan dispensasi khususnya bagi pelaku bisnis. Karena *gharar* itu tidak bisa dihindarkan dan sebaliknya sulit sekali melakukan bisnis tanpa *gharar* ringan tersebut.

Jika dilihar dari penjelasan diatas maka, dapat disimpulkan bahwa kriteria dan tingkatan dalam jual beli yang mengandung unsur *gharar* berpengaruh terhadap keabsahan akad. Transaksi dapat dianggap tidak sah (fasid) apabila memenuhi dua unsur utama: pertama, *gharar* terjadi dalam akad mu'awadhah (pertukaran harta); kedua, *gharar* tersebut tergolong berat. *Gharar* berat adalah ketidakjelasan yang sering muncul dalam akad hingga menjadi karakteristik dari akad tersebut. Sementara itu, *gharar* ringan adalah ketidakjelasan yang tidak dapat dihindari dalam praktik jual beli, dan sudah dimaklumi dalam tradisi bisnis ('urf tujjar), sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi para pihak yang berakad.

- Faktor yang mempengaruhi jual beli *Gharar*

  Dalam praktik muamalah, terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab terjadinya unsur gharar dalam akad jual beli. *Gharar* merupakan ketidakjelasan atau ketidakpastian yang dilarang dalam Islam karena berpotensi menimbulkan sengketa, penipuan, dan ketidakadilan. Para ulama menjelaskan bahwa larangan gharar bertujuan untuk menjaga kejelasan dan transparansi dalam transaksi. Berikut ini adalah beberapa faktor utama yang memicu terjadinya jual beli gharar:

  1. Faktor kuantitas

     Kuantitas barang yang diperjualbelikan harus dijelaskan secara rinci dalam akad. Ketidakjelasan mengenai jumlah atau volume barang dapat menyebabkan gharar, karena menimbulkan ketidaktahuan bagi salah satu pihak. Misalnya, menjual buah yang masih di pohon tanpa mengetahui berapa banyak yang akan dipanen.
  2. Faktor Kualitas

     Ketidakjelasan pada kualitas atau spesifikasi barang, seperti jenis, ukuran, warna, atau kondisi barang, juga termasuk gharar. Apabila barang tidak dijelaskan dengan baik, maka salah satu pihak berpotensi tertipu atau dirugikan.
  3. Faktor Harga

     Dalam akad jual beli, harga merupakan unsur pokok yang harus disebutkan secara

pasti. Jika harga dibiarkan tidak jelas atau ditunda penentuannya hingga setelah akad, maka hal itu termasuk *gharar* karena salah satu pihak tidak mengetahui apa yang akan ia dapatkan sebagai imbalan.

4. Faktor Penyerahan Harga
   Ketidakjelasan dalam waktu penyerahan barang atau pembayaran juga termasuk dalam kategori *gharar*. Misalnya, menjual barang dengan janji akan dikirimkan "nanti" tanpa menentukan waktu secara pasti. Hal ini membuka peluang munculnya sengketa di kemudian hari.

b. *Tadlis* dalam jual beli

Tadlis dalam bahasa memiliki arti yaitu menutupi kecacatan. Dalam kegiatan jual beli tadlis merupakan suatu hal yang tidak diketahui salah satu pihak, dalam jual beli prinsip kerelaan atau keridhaan merupakan prinsip dasar yang harus ada, dimana kedua belah pihak yang terlibat harus mengetahui informasi yang sama agar tidak ada pihak yang dirugikan dan tadlis merupakan sesuatu yang mengandung penipuan.

- Dasar hukum larangan *tadlis*

Adapun dasar hukum yang telah tegas melarang adanya tadlis dalam jual beli sebagai berikut:

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَاَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ ﴿٤٢﴾

Artinya: "janganlah kamu campuradukkan kebenaran dengan kebatilan dan (jangan pula)

kamu sembunyikan kebenaran, sedangkan kamu mengetahuinya." (Q.S. 2 [Al-Baqarah]: 42).[29]

Dari ayat diatas bisa dilihat bahwa Allah SWT melarang umatnya menyembunyikan kebenaran, kegiatan jual beli yang dilakukan harus transparan dan tidak memamipulasi informasi agar tidak ada pihak yang dirugikan.

- Macam-macam *tadlis*

1. *Tadlis* dalam kuantitas
   Terjadi apabila penjual mengurangi besar takaran yang seharusnya dan pembeli tidak diberitahu.
2. *Tadlis* dalam kualitas
   Penjual menutupi kekurangan atau kecacatan kualitas pada barang, atau mencampur barang yang bagus dengan barang yang rusak dan tidak memberitahu si pembeli.
3. *Tadlis* dalam harga (Ghabn)
   Penjual memberi harga dagangannya lebih rendah atau lebih tinggi dari harga pasar kepada pembeli karena ketidaktahuan pembeli.
4. *Tadlis* dalam waktu penyerahan
   Penjual sadar bahwa dia tidak dapat memenuhi tenggat waktu penyerahan barang sesuai dengan perjanjian, namun dia tetap menutupi kenyataan tersebut dan memberikan janji palsu untuk menyerahkan barang pada waktu yang tidak mungkin dipenuhi.

---

[29] Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, 2019), 9.

7. Diskon dalam jual beli Islam
   1) Pengertian Diskon

      Diskon merupakan pengurangan dari harga daftar yang diberikan oleh penjual kepada pembeli yang juga mengorbankan fungsi pemasaran atau menyediakan fungsi tersebut untuk dirinya sendiri. Potongan harga dapat menjadi alat yang bermanfaat dalam perencanaan strategi pemasaran".[30] Diskon juga disebut dengan istilah khasm. Diskon dalam jual beli Islam terdapat pada akad muwadla'ah atau Al-Wadli'ah. Akad muwadla'ah merupakan bagian dari prinsip jual beli dari segi perbandingan harga jual dan harga beli. Bay' al-muwadla'ah adalah jual beli dimana penjual melakukan penjualan dengan harga yang lebih rendah dari pada harga pasar atau dengan potongan (diskon). Penjualan semacam ini biasanya hanya dilakukan untuk barang-barang yang nilai bukunya sudah sangat rendah.[31]

      Pemberian diskon oleh penjual bukan dilakukan secara sembarangan, melainkan telah melalui proses perencanaan dan pertimbangan yang cermat. Penjual harus memperhitungkan secara bijaksana agar program diskon yang dijalankan tidak justru menimbulkan kerugian finansial bagi usaha yang dijalankan. Diskon bukan semata-mata bentuk pengurangan harga, melainkan merupakan salah satu strategi promosi

[30] Erry Fitrya, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem diskon,* (Malang: Ntp Press, 2005),h. 89

[31] Radit Aditiya, "Jual Beli dalam Hukum Diskon". (Yogyakarta: Universitas Gajahmada) Vol.2, No. 13/2011. H.3

yang bertujuan untuk menarik minat pembeli dan pada akhirnya meningkatkan volume penjualan.

Oleh karena itu, dalam merancang program diskon, penjual perlu mempertimbangkan berbagai aspek penting, seperti segmentasi pasar, jenis produk yang akan didiskon, waktu pelaksanaan, serta media promosi yang digunakan. Semua elemen ini harus dikemas secara menarik agar mampu menciptakan ketertarikan di kalangan pembeli. Ketertarikan ini sangat penting karena berkaitan langsung dengan keputusan pembelian yang diambil oleh calon pembeli.

Keberhasilan suatu program diskon sangat dipengaruhi oleh kemampuan penjual dalam memahami perilaku pembeli. Mengetahui apa yang diinginkan pembeli, bagaimana mereka merespons harga, dan sejauh mana sensitivitas mereka terhadap penawaran khusus, akan membantu penjual dalam merancang strategi yang lebih tepat sasaran. Pemahaman ini menjadi modal utama agar diskon tidak hanya bersifat sesaat, tetapi juga dapat membangun loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Seorang penjual yang telah memahami kecenderungan dan pola pikir pembeli dalam merespons potongan harga memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan penjual lainnya. Dengan kemampuan tersebut, penjual tidak hanya mampu menarik pembeli, tetapi juga bisa mempertahankan mereka dalam jangka waktu yang lebih lama. Dalam situasi persaingan bisnis yang ketat, kepekaan terhadap reaksi pembeli

terhadap harga atau diskon menjadi nilai lebih yang dapat memperkuat posisi penjual di pasar.

B. *Khiyar* dalam Jual Beli

Jual beli merupakan salah satu bentuk kegiatan budaya yang telah ada sejak zaman dahulu sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan melalui proses pertukaran barang atau jasa. Dalam pelaksanaan jual beli tersebut, terjadi perpindahan hak milik secara mutlak dari penjual kepada pembeli yang diwujudkan melalui suatu akad atau perjanjian transaksi yang sah. Oleh karena itu, keabsahan suatu jual beli sangat bergantung pada pelaksanaan akad yang sesuai dengan ketentuan hukum dan syariat yang berlaku. Jual beli tidak dapat dianggap sah kecuali dilakukan oleh individu yang memiliki kewenangan penuh (tasharruf) untuk membelanjakan hartanya secara mutlak, bukan oleh pihak yang dilarang untuk melakukan pengeluaran atas harta tersebut. Selain itu, proses jual beli harus dilengkapi dengan ijab dan qabul sebagai tanda persetujuan kedua belah pihak secara eksplisit dan formal. Dengan demikian, jual beli bukan hanya sekadar transaksi ekonomi, melainkan juga merupakan suatu bentuk perikatan hukum yang mengikat dan harus dilakukan dengan memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan agar dapat menghasilkan kepemilikan yang sah dan terlindungi secara hukum.

Salah satu factor yang menjadi dasar jual beli adalah kejujurun dun kebenarcin Kejujuran dan kebenaran merupakan nilai yang terpenting sehubungan dengan hal tersebut, penipuan, sikap rnengeksploitasi orang lain yang tidak bersalah dan orang yang jahil atau membuat pernyataan palsu

merupakan perbuatan yang dilarang. Iklan palsu dan sikap penipuan para penjual merupakan contoh yang tidak baik. Setiap orang tidak sama kepandaiannya, kealiannya, keinginannya, kesenangannya, kebenciannya dan sebagainya. Maka oleh karena itu setiap manusia memerlukan hubungan dan pergaulan antara satu dengan yang lainnya, agarmereka mencapai kebutuhannya. Disini terletak proses berfikir bebas untuk memilih dengan khlas. Dengan demikian, dalam jual beli Islam kita kenal dengan "khiyar".

Khiyar dalam bahasa memiliki arti menyeleksi, memilih, atau memilah sedangkan secara umum khiyar merupakan proses menentukan pilihan paling baik diantara dua atau lebih opsi yang dijadikan pedoman dalam mengambil keputusan. Para ulama menjelaskan bahwa *khiyar* dalam kegiatan jual beli adalah suatu hak yang dimiliki para pihak untuk melanjutkan atau membatalkan akad yang sedang mereka lakukan dengan tujuan mendapatkan hasil yang terbaik dari dua pilihan atau opsi. *Khiyar* memiliki tujuan yakni untuk memastikan adanya kebebasan berpikir dan menentukan sikap, baik bagi pembeli maupun penjual, atau siapa pun yang memiliki hak *khiyar*. Berdasarkan pendapat istilah kalangan ulama fikih yakni menggali yang baik dari dua urusan baik berupa meneruskan akad atau membatalkannya.[32]

Khiyar bertujuan untuk memberikan kebebasan memilih bagi pembeli dan penjual, atau bagi pihak yang memiliki hak *khiyar*. Namun, sistem *khiyar* ini kadang menimbulkan rasa penyesalan pada

[32] *Abdul Aziz Muhammad Azzam*, *Fiqh Muamalah Sistem Transaksi,.....*hlm. 25.

salah satu pihak. Misalnya, penjual yang ingin barangnya cepat terjual tentu tidak senang jika barang tersebut dikembalikan setelah transaksi, sementara pembeli yang sangat menginginkan barang juga akan merasa kecewa jika uangnya harus dikembalikan setelah akad jual beli dan tidak mendapatkan barang yang diinginkan. Sebab itu, untuk memutuskan syahnya terdapat *khiyar* harus terdapat ikrar dari diantara kedua pihak atau salah satu pihak yang diterima oleh pihak lainnya atau kedua pihaknya, kalau kedua belah pihak menghendakinya.[33]

Khiyar dapat dilarang dalam beberapa kondisi, seperti jika digunakan untuk mendukung perbuatan maksiat, mengandung unsur penipuan, atau terjadi pemaksaan. Berdasarkan definisi di atas, *khiyar* adalah hak untuk memilih melanjutkan atau membatalkan transaksi jual beli, baik karena ditemukan cacat pada barang, adanya perjanjian khusus dalam akad, atau alasan lain yang dibenarkan. Tujuan utama adanya *khiyar* adalah menciptakan kebaikan dan rasa saling rela di antara kedua belah pihak, sehingga tidak ada penyesalan setelah akad selesai karena keputusan diambil secara sadar dan sukarela.

- Dasar Hukum

  Dasar hukum *khiyar* diantaranya firman allat SWT pada surat An-nisa ayat 29 sebagai berikut:

  يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

[33] Sudarsono, *Pokok-pokok Hukum Islam*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1992), hlm. 408

Artinya: *"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."* (Q.S. 4 [An-Nisa]: 29). [34]

Dari ayat diatas bisa disimpulkan bahwa dalam melakukan kegiatan jual beli harus didasarkan dengan keridhaan antara kedua belah pihak, jika salah satu pihak merasa tidak ridha dan merasa dirugikan makan kegiatan jual beli tersebut haram.

Sabda Nabi Muhammad SAW

اَلْبَيِّعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا، فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَذَبَا وَكَتَمَا مُحِقَ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا

Artinya : *"Dua orang yang mengerjakan jual beli boleh mengerjakan khiyar selama belum berpisah. Jika keduanya benar dan jelas maka keduanya diberkahi dalam jual beli mereka.Jika mereka menyembunyikan dan berdusta, maka akan dimusnahkanlah keberkahan jual beli mereka".* (HR.Bukhori Muslim).[35]

- Syarat Hak *Khiyar*

Berdasarkan berbagai permasalahan yang sering muncul dalam praktik jual beli,

---

[34] Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, 2019), 112.

[35] Akhmad Farroh Hasan "*Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontenporer (Teori dan Praktek), (*UIN-Maliki Malang Press,2018), 40-41

syari'at Islam memberikan ruang bagi para pelaku transaksi untuk bersikap hati-hati terhadap dirinya sendiri serta mempertimbangkan kondisi barang yang diperjualbelikan secara jujur dan transparan. Hal ini bertujuan agar di masa mendatang tidak timbul rasa penyesalan akibat ketidaksesuaian atau kerugian. Untuk itu, syari'at menetapkan batasan-batasan berupa syarat-syarat tertentu yang menjamin keabsahan akad jual beli, sekaligus memberikan kesempatan bagi pihak-pihak yang terlibat untuk membatalkan atau mengurungkan akad apabila terdapat alasan yang jelas dan sah. Melihat kompleksitas permasalahan tersebut, Asy-Syad'iyah menyatakan bahwa khiyar (pilihan untuk membatalkan akad) dalam jual beli hanya dianggap sah apabila memenuhi dua hal pokok, yaitu:

1. Penjual dan pembeli harus mencapai kesepakatan secara khusus mengenai hal-hal tertentu yang akan di jelaskan lebih lanjut.
2. Barang yang diperjualbelikan sebaiknya memiliki cacat atau kekurangan yang memungkinkan barang tersebut dapat diekambalikan oleh pembeli.

- Jenis-Jenis Hak *Khiyar*

  Khiyar merupakan hak penting dalam hukum jual beli Islam, memberikan pilihan kepada pihak-pihak yang terlibat untuk melanjutkan atau membatalkan

transaksi. Ulama fikih mengklasifikasikan *khiyar* ke dalam beberapa jenis berdasarkan kondisi dan situasi transaksi, memastikan keadilan dan fleksibilitas dalam pelaksanaannya sebagai berikut:

a. *Khiyar Majelis*

Khiyar majelis merupakan hak yang dimiliki kedua belah pihak untuk melanjutkan atau membatalkan akad selama kedua belah pihak tersebut masih ada di tempat atau majelis yang sama. Hal ini berarti ketika kedua belah pihak masih berada pada satu tempat dilakukannya transaksi, maka mereka boleh menggunakan akad *khiyar* ketika salah satu pihak merasa ditipu atau karena barang yang telah dibeli mengalami cacat[36] dan kegiatan jual beli dianggah apabila kedunya meninggalkan tempat transaksi.

Khiyar majelis harus memenuhi beberapa syarat seperti berikut:

1. Akad yang terjadi merupakan akad *mu'awadha* yang berarti saling memberikan imbalan, dalam hal ini yang dimaksud adalah penjual dan pembeli.
2. Akad jual beli ini bisa menjadi batal atau tidak sah, jika barang tersebut rusak atau cacat.[37]

b. *Khiyar Syart*

---

[36] Nurjanah dkk, "Eksistensi Hak Khiyar Pada Jual Beli Sebagai Perlindungan Konsumen Dalam Islam", Al-Kharaj, Vol.3, No.1, 8.

[37] Rozalinda., *Fikih Ekonomi Syariah Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 119.

Khiyar syart merupakan hak memilih yang dimiliki penjual dan pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan akad jual beli selama masih dalam kurun waktu yang telah disepakati. Semua ulama fiqh telah sependapat bahwa *khiyar syart* ini dimubahkan dengan tujuan untuk menjamin hak-hak penjual dan pembeli dari segi penipuan yang bisa terjadi.[38]Misalnya: ada pembeli mengucapkan kepada si penjual "Saya hendak membeli tanah ini, dengan syarat saya mempunyai batas waktu *khiyar* selama 1 bulan."

c. *Khiyar 'Aib*

Khiyar'aib adalah suatu hak pembatalan jual beli dan pengembalian barangyang diakibatkan penemuan adanya cacat/rusak dalam suatu barang yang diperjualbelikan, baik aib itu ada pada waktu transaksi atau baru terlihat setelah proses transaksi namun belum melaksanakan serah terima barang tersebut.[39] Jika pada saat akad berlangsung penjual dan pembeli sudah mengetahui bahwa adanya cacat pada objek jual beli makan jual beli tersebut sah dan tidak ada *khiyar* setelahnya karena pembeli dianggap menerima adanya cacat pada objek yang ia beli. Meskipun pembeli awalnya tidak menyadari adanya cacat pada barang dan baru

[38] Oni Sahroni and Hasanuddin., *Fikih Muamalah Dinamika Teori Akad dan Implementasinya dalam Ekonomi Syariah* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016), 89.

[39] Fatihul Khoir. "Al-Khiyar Dalam Proses Jual Beli Sistem Online", Ekosiana: Jurnal Ekonomi Syariah, Vol.9, No.2, 2022. 5.

mengetahuinya setelah kontrak disepakati, kontrak tersebut tetap dianggap sah. Selanjutnya, pembeli memiliki hak untuk memilih apakah akan mengembalikan barang tersebut atau menuntut kompensasi sesuai dengan cacat yang ditemukan.

Menurut para ahli fiqh ada beberapa syarat dalam berlakunya *khiyar 'aib* setelah diketahuinya cacat pada objek jual beli sebagai berikut:

a) Cacat tersebut dapat diketahui baik sebelum maupun setelah akad terjadi, selama barang belum diterima oleh pembeli, atau cacat tersebut merupakan cacat yang sudah ada sejak lama pada barang tersebut.
b) Pembeli tidak tau bahwa barang yang ia beli dalam kondisi cacat pada saat akad berlangsung.
c) Pada saat akad berlangsung, penjual tidak memberi syarat bahwa apabila ada kecacatan pada barang tidak bisa dikembalikan.
d) Cacat pada barang tidak akan hilang kecuali akad dibatalkan terlebih dahulu.

d. *Khiyar at-Ta'yin*

Khiyar at-Ta'yin adalah dua pelaku akad sepakat untuk untuk menunda penentuan barang dagangan yang wajib ditentukan sampai waktu tertentu dimana hak penentuannya diberikan kepada salah satu dari

keduanya.[40] *Khiyar at-Ta'yin* diperbolehkan ketika jenis barang yang menjadi objek akad belum ditentukan secara jelas. Dengan demikian, *khiyar at-ta'yin* berfungsi untuk mencegah terjadinya akad atas barang yang belum jelas spesifikasinya. Ulama mazdhab Hanafi yang membolehkan *khiyar* at-Ta'yin mengemukakan ada tiga syarat untuk sahnya *khiyar* ini yaitu:

a. Pilihan diberikan pada barang yang sejenis namun memiliki perbedaan dalam kualitas dan karakteristiknya.

b. Barang tersebut memiliki perbedaan dalam sifat dan aspek lainnya.

c. Menurut para ulama madzhab, batas waktu untuk menggunakan *khiyar* ta'yin hanya berlaku pada transaksi yang melibatkan pemindahan hak milik secara materiil dan mengikat kedua belah pihak, seperti dalam jual beli.

e. *Khiyar ar-Ru'yah*

Khiyar ar-Ru'yah merupakan hak pilih yang dimiliki pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan kegiatan jual beli terhadap suatu objek yang belum ia lihat sama sekali saat akad berlangsung. Hal ini terjadi apabila objek yang diperjual belikan tidak ada dilokasi berlangsungnya akad atau penjual hanya menunjukan contoh objek yang ia jual maka

[40] Neni Hardiati dkk. *"Klasifikasi Bentuk-Bentuk Khiyar Jual Beli Perpektif Ulama Dalam Perekonomian Islam"*, Banjarese:Journal Of International Multidisciplinary Research, Vol.2, No.5, 2024. 8

pembeli tidak tau apakah objek yang ia beli dalam kondisi baik atau tidak.

BAB III

PRAKTIK JUAL BELI ALAT *MAKE-UP* DAN KLARIFIKASI *AERISH BEAUTE*

A. PRAKTIK JUAL BELI ALAT *MAKE-UP* DI *AERISH BEAUTE*

Kecantikan tidak hanya dijadikan simbol estetika semata melainkan sekarang kecantikan juga dijadikan identitas seseorang, beberapa orang juga mengekspresikan dirinya sendiri melalui riasan wajah. Sebagian orang menjadikan kecantikan sebagai sarana bisnis mereka dengan memanfaatkan bakat yang ia punya, ia bisa menjadikannya pekerjaan yaitu perias wajah. Dalam merias wajah dibutuhkan alat dan produk yang memadai untuk mendukung riasan tersebut.

Make-up sudah digunakan beribu tahun yang lalu di bebrbagai peradaban, seperti Mesir, Yunani, hingga Tiongkok Kuno. Dari masa ke masa bahan dan teknik yang digunakanpun semakin bekembang begitu juga dengan alat *make-up* yang berkembang mulai dari segi kegunaan dan kualitasnya. Alat *make-up* merupakan sesuatu yang penting dalam dunia kecantikan karena selain teknik yang dimiliki seseorang alat *make-up* juga menunjang keberhasilan suatu tata rias, efesiensi waktu pada saat menggunakan dan juga kenyamanan bagi pengguna alat *make-up*. Semakin berkembangnya teknologi dan tren kecantikan turut mendorong inovasi alat *make-up*, dari yang sederhana hingga multifungsi dan digital.

Zaman semakin berkembang, alat *make-up* yang dulunya hanya digunakan oleh para profesional dibidang tata rias kini masyarakat umum seperti mahasiswa, pekerja kantoran, pelajar selebriti hingga konten kreator turut

menggunakan alat *make-up* untuk membantu mereka saat mempercantik diri dengan merias. Karena semakin banyak orang yang menggunakan alat *make-up* maka permintaan penjualan terhadap alat *make-up* pun semakin tinggi mulai dari alat *make-up* yang memiliki fungsi yang banyak atau fungsional, kualitas yang bagus dari alat *make-up* tersebut dan juga kenyamaan saat alat make-up itu digunakan. Tingkat kehigienisan alat *make-up* juga turut diperhatikan oleh masyarakat yang memakainya karena mengingat meningkatnya perhatian terhadap kesehatan kulit dan isu keberlanjutan *(sustainability).*

Di tengah pertumbuhan industri kecantikan global yang didominasi oleh merek-merek besar dari luar negeri, muncul berbagai brand lokal yang merupakan produk hasil karya anak bangsa mulai mendapat perhatian karena mereka memiliki kualitas dan inovasi yang bagus dan mampu bersaing dengan merek besar yang ada di luar negeri. Salah satu brand lokal yang berkembang di bidang alat *make-up* adalah *Aerish Beaute*. Brand ini hadir untuk menciptakan alat-alat *make-up* berkualitas tinggi yang cocok untuk kebutuhan masyarakat Indonesia, baik dari segi fungsi maupun nilai estetika.

Aeris Beaute adalah brand lokal Indonesia yang bergerak di bidang beauty tools (alat-alat makeup) dan didirikan pada tahun 2018 oleh Patricia Davina bersama rekannya Teresa Tanubrata, yang merupakan teman masa kecil Patricia. Nama "Aeris" berarti "bumi yang penuh dengan bunga", sedangkan "Beauté" berasal dari bahasa Perancis yang berarti "keindahan". Nama ini mencerminkan filosofi brand yang ingin menginspirasi pertumbuhan, keindahan, dan pembaruan layaknya bunga yang mekar.

Sejak berdirinya, *Aeris Beaute* telah berkembang pesat dari tim kecil menjadi lebih dari 60 orang dengan kehadiran online yang kuat, memiliki lebih dari 400.000 pengikut di media sosial, serta meraih berbagai penghargaan di industri kecantikan Indonesia. Brand ini dikenal sebagai pionir dalam kategori beauty tools di Indonesia, dengan produk yang mengedepankan kualitas tinggi, inovasi, dan keberlanjutan lingkungan.

Produk *Aeris Beaute* meliputi berbagai macam kuas makeup, beauty sponge, alat pembersih kuas, alat skincare elektronik, dan aksesoris kecantikan lainnya. Semua produk dirancang dengan bahan-bahan vegan dan *cruelty-free*, yang berarti tidak menggunakan bahan hewani dan tidak melakukan uji coba pada hewan. Contohnya adalah rangkaian produk *cleanser* seperti *Blendie Bar, Color Switcher,* dan *Instant Brush Cleanser* yang menggunakan bahan alami dan ramah lingkungan.

Selain fokus pada kualitas dan keberlanjutan, *Aeris Beaute* juga menonjolkan desain produk yang elegan dan modern. Logo *Aeris Beaute* menggambarkan kemurnian dan feminitas, dengan huruf "A" yang dirancang dengan lekukan menyerupai aliran udara yang memberikan kesan gerak dan keanggunan. Produk terbaru mereka, seperti *The Signature Baby Brushes*, hadir dengan bulu vegan yang halus dan desain *compact* yang cocok untuk *travelling* dan *touch-up*, tersedia dalam warna pink dan hitam.

Aeris Beaute juga aktif melakukan kolaborasi dengan tokoh dan brand ternama, seperti makeup artist Bubah Alfian dan selebriti Maudy Ayunda. Kolaborasi ini menghasilkan produk-produk inovatif dan populer, seperti Aeris X Bubah 2.0, yang merupakan rangkaian kuas makeup berkualitas profesional yang nyaman digunakan

dan menghasilkan tampilan flawless layaknya dirias oleh MUA profesional.

Pada tahun 2024, *Aeris Beaute* melakukan rebranding dengan mengusung konsep "Flower-Powered Beauty", yang menegaskan filosofi mereka tentang keindahan dan pertumbuhan yang terinspirasi dari bunga. Produk *make-up* pertama mereka, *Cloud Softlight HD Setting Powder* dengan kandungan RedSnow® Flower dari Jepang, menghadirkan manfaat skincare sekaligus hasil makeup yang tahan lama dan *flawless* tanpa *white cast*. Produk ini juga memiliki aroma floral yang menenangkan, menjadikan rutinitas kecantikan sebagai momen relaksasi.

Aeris Beaute juga aktif dalam program *corporate social responsibility* (CSR) yang fokus pada keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan masyarakat, terutama anak-anak dan wanita. *Brand* ini terus berinovasi dan berkomitmen untuk memberikan produk berkualitas tinggi dengan harga terjangkau, sehingga dapat dinikmati oleh berbagai kalangan masyarakat Indonesia.

Aerish Beaute nenawarkan berbagai produk alat *make-up* seperti kuas (brush set), spons (beauty blender), cermin LED portabel, penjepit bulu mata, hingga spatula stainless. Setiap produknya didesain dengan memperhatikan ergonomis, kenyamanan pengguna, serta estetika modern yang sesuai dengan gaya hidup milenial dan Gen Z. Selain itu, *Aerish Beaute* juga menonjolkan komitmennya terhadap penggunaan bahan yang aman dan ramah lingkungan. Hal ini menjadikan *Aerish Beaute* sebagai contoh brand lokal yang adaptif terhadap perkembangan tren dan kebutuhan pembeli modern.

Salah satu pencapaian besar *Aeris Beaute* adalah kolaborasinya dengan *make-up* artist ternama Indonesia, Bubah Alfian, dalam menciptakan koleksi kuas *make-up*

profesional. Kolaborasi ini dikenal sebagai Aeris x Bubah Alfian, yang kini sudah memasuki versi 2.0.

Kolaborasi ini sukses besar di pasaran dan menjadi contoh sinergi antara merek lokal dengan pelaku industri profesional, serta menunjukkan bahwa produk lokal bisa bersaing secara kualitas dan desain dengan merek internasional.

Praktik jual beli alat make-up *Aerish Beaute* ini juga dilakukan dengan cara online atau *e-commerce*, penjualan ini bisa dijumpai pada beberapa platform seperti: Shopee, dan Tiktokshop. Karena banyaknya pesaing bisnis, para penjual mulai memikirkan berbagai cara untuk mempromosikan barang jualannya salah satunya dengan sistem diskon yang akan menarik pembeli lebih banyak lagi. Dalam praktik jual beli produk hasil kolaborasi antara *Aerish Beaute* dan Bubah Alfian, strategi pemasaran yang digunakan sangat menonjolkan promosi berbentuk diskon. Diskon ini disampaikan melalui berbagai media digital seperti TiktokShop dan website resmi *Aerish Beaute*.

Promosi ini ditampilkan dalam bentuk visual yang menarik dan narasi yang persuasif, seringkali dengan dukungan langsung dari figur publik seperti Bubah Alfian. Bentuk diskon yang diberikan senantiasa disertai dengan informasi harga sebelum dan sesudah potongan, keterangan spesifikasi produk, dan syarat ketentuan yang berlaku. Selain itu bentuk diskon juga dilakukan pada saat live jualan, beberapa influencer melakukan live tiktok untuk mempromosikan barang tersebut dan pada saat live itu berlangsung barang yang di promosikan akan di diskon.

Dalam praktik jual beli, Aerish Beaute mengandalkan platform digital seperti Shopee dan TikTok Shop yang sangat efektif menjangkau konsumen muda dan dinamis. Strategi pemasaran yang agresif, termasuk promosi diskon

besar dan kolaborasi dengan influencer serta makeup artist ternama, menjadi daya tarik utama yang berhasil meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar.

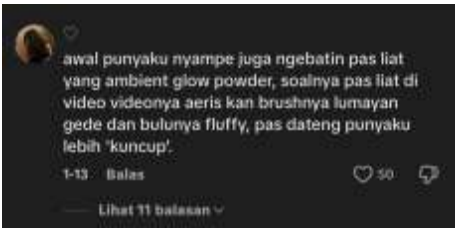
Namun, strategi diskon ini juga menimbulkan tantangan besar, terutama dalam menjaga konsistensi kualitas produk. Keluhan konsumen yang muncul di media sosial terkait perbedaan kualitas produk antara batch reguler dan diskon menunjukkan pentingnya transparansi dan komunikasi yang jelas dalam jual beli modern. Ketidakjelasan informasi ini tidak hanya menimbulkan kekecewaan, tetapi juga berpotensi menurunkan kepercayaan konsumen terhadap brand. Selain aspek kualitas, faktor higienitas dan keamanan produk menjadi perhatian utama konsumen. Mengingat alat make-up bersentuhan langsung dengan kulit, penggunaan bahan vegan dan *cruelty-free* serta komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan menjadi nilai tambah yang diapresiasi oleh konsumen modern yang semakin sadar akan isu kesehatan dan etika. Setelah sukses menarik pembeli dengan sistem diskonnya mulai muncul ulasan kosumen tentang barang yang mereka beli di *Aerish Beaute* pada saat berlangsungnya diskon. Akan tetapi, bukan ulasan baik terhadap barang yang mereka beli melainkan perbandingan barang yang mereka terima dan rasa kecewa karena diduga barang yang mereka beli pada saat diskon berbeda kualitasnya dengan barang yang dibeli dengan harga normal.

Seperti unggahan salah satu pembeli pada akun tiktok @Ranupani pada tanggal 15 januari 2025 yang mendapatkan 40.6 ribu like dan dilihat sebanyak 759 ribu sebagai berikut:



Gambar 1.1
(Sumber Tiktok @Ranupani)

Dalam unggahan tersebut pemilik akun @Ranupani mengunggah perbandingan dua barang yang ia punya. Barang pertama merupakan produk *Aerish Beaute* yang ia beli dengan harga normal dan barang kedua merupakan produk *Aerish Beaute* yang ia beli pada saat diskon. Pada unggahannya ia membandingkan kualitas produk *Aerish Beaute* yang diduga memiliki beberapa perbedaan signifikan dalam segi kualitas ketebalan bulu pada brush dan juga bahan *pouchnya.* Pada kolom komentar unggahan tersebut juga ada beberapa pembeli yang mengakui juga merasa kecewa terhadap banyak yang barang yang diterimanya dengan pembelian pada saat diskon. seperti komentar akun @♡ sebagai berikut:



Gambar 1.2

(Sumber Tiktok @♡)

Pada komentar tersebut pemilik akun menyebutkan adanya perbedaan antara barang yang ia terima dengan video yang di unggah oleh *Aerish Beaute*, bahwa barang yang diunggah oleh *Aerish Beaute* lebih gede dan bulunya *fluffy* sedangkan barang yang ia terima lebih kuncup.

Hal serupa juga diunggah oleh akun tiktok @Piahh dengan *caption "siapa yang ga kalap liat brush harga 400rb an jadi 200rb an aja? Aku langsung checkout tanpa pikir. Pas dateng kualitasnya jauh poll, tapi kalo dilihat harga diskonnya wajar ajasih. Tapi kenapa ga konfirm kalo barang beda dari normal?? Sekarang mereka klarif kalo mereka lagi coba upgrade terus? Jujur kecewa"* sebagai berikut:



Gambar 1.3
(Sumber Tiktok @Piahh)

Pemilik akun @Piahh juga mengekspresikan bentuk kekecewaanya terhadap barang yang ia terima melalui postingan tiktoknya dan melakukan perbandingan kedua produk yang ia punya. Ditemukannya perbedaan volume dan tebal tipisnya bulu diantara kedua produk tersebut. Pemilik akun juga menyebutkan bahwa pada saat promosi diskon *Aerish Beaute* tidak menyebutkan akan adanya perbedaan kualiah pada barang.

Ketidaksesuaian ini diduga mengindikasikan adanya unsur ketidakjelasan (gharar) penipuan (tadlis), karena informasi tentang kondisi barang tidak dijelaskan secara transparan kepada pembeli. Pembeli tidak mendapatkan kejelasan apakah produk yang mereka beli dengan diskon merupakan barang dengan kualitas yang sama seperti yang ditampilkan pada saat promosi diskon.

Hal ini diduga melanggar prinsip transparansi dan kejelasan informasi yang menjadi syarat sahnya jual beli dalam Islam. Selain itu, praktik semacam ini juga diduga mendekati tadlis atau penipuan, karena terdapat penyembunyian fakta terhadap kualitas sebenarnya dari produk diskon tersebut.

Hal yang menjadi perhatian utama penulis dalam praktik ini adalah Kondisi ini bisa jadi berpengaruh terhadap keabsahan akad jual beli, sebab jika pembeli membeli barang dalam kondisi tidak mengetahui secara jelas apa yang mereka dapatkan, maka kerelaan mereka dalam bertransaksi menjadi cacat. Dalam Islam, kerelaan merupakan prinsip utama yang menjadikan sebuah transaksi dianggap sah. Jika akad terjadi karena salah paham atau karena informasi yang tidak jujur, maka akad tersebut tidak memenuhi syarat sah jual beli secara syariah.

B. KLARIFIKASI *AERISH BEAUTE*

Dalam setiap aktivitas bisnis, terutama yang bergerak di bidang kecantikan dan penjualan produk *make-up*, menjaga kepercayaan pembeli merupakan hal yang sangat penting. Kepercayaan ini dibangun melalui komitmen terhadap kualitas produk, transparansi informasi, serta pelayanan yang responsif terhadap keluhan dan masukan pelanggan. *Aerish Beaute*, sebagai salah satu brand yang cukup dikenal di kalangan pecinta *make-up* tanah air, tentu tidak lepas dari tantangan untuk terus menjaga dan meningkatkan kepercayaan tersebut.

Pada awal tahun 2025, *Aerish Beaute* menghadapi ujian besar terkait produk kolaborasi mereka, yaitu Aeris x Bubah Alfian 2.0. Produk ini, yang awalnya disambut antusias oleh pembeli, terutama karena adanya promo

menarik, justru menuai banyak keluhan setelah diterima oleh para pembeli. Keluhan yang paling banyak disampaikan berkaitan dengan adanya perbedaan kualitas brush set dan pouch antara batch sebelumnya pada saat harga normal dengan batch yang dikirim pada Januari 2025 dengan harga diskon. Banyak pembeli, termasuk influencer yang menjadi pelanggan setia, merasa kecewa karena produk yang diterima tidak sesuai dengan ekspektasi maupun promosi yang telah disampaikan.

Menyadari adanya gelombang ketidakpuasan dan potensi kerugian pembeli, *Aerish Beaute* menunjukkan sikap terbuka dan bertanggung jawab. Melalui surat terbuka yang ditujukan kepada komunitas *Aerish Beaute* dan diupload pada akun resmi tiktoknya @aerish.beaute pada tanggal 15 januari 2025, pihak manajemen menyampaikan permintaan maaf secara resmi atas kekurangan dalam quality control yang menyebabkan terjadinya inkonsistensi kualitas brush dan pouch. Tidak hanya itu, *Aerish Beaute* juga mengakui adanya kesalahan dalam komunikasi terkait pembaruan desain dan kualitas produk, khususnya pada bagian complexion dan powder brush.



Gambar 1.3

(Sumber Tiktok @aerish.beaute)



Gambar 1.4
(Sumber Tiktok @aerish.beaute)

Klarifikasi yang dilakukan *Aerish Beaute* melalui surat terbuka dan media sosial merupakan langkah strategis yang sangat tepat dalam konteks manajemen krisis. Dalam era digital saat ini, konsumen sangat menghargai keterbukaan dan kejujuran dari pelaku usaha. Dengan mengakui kesalahan secara terbuka, *Aerish Beaute* menunjukkan integritas dan komitmen yang tinggi terhadap prinsip bisnis yang beretika. Klarifikasi yang dilakukan *Aerish Beaute* melalui surat terbuka dan media sosial merupakan langkah strategis yang sangat tepat dalam konteks manajemen krisis. Dalam era digital saat ini, konsumen sangat menghargai keterbukaan dan kejujuran dari pelaku usaha. Dengan mengakui kesalahan secara terbuka, *Aerish Beaute* menunjukkan integritas dan komitmen yang tinggi terhadap prinsip bisnis yang beretika. Lebih jauh, komunikasi yang jujur dan terbuka juga berfungsi sebagai sarana edukasi bagi konsumen agar memahami kompleksitas proses produksi dan distribusi produk kosmetik. Hal ini penting untuk mengurangi kesalahpahaman dan membangun kesadaran bahwa perubahan desain atau kualitas produk kadang diperlukan

sebagai bagian dari inovasi atau penyesuaian pasar, namun harus disertai dengan informasi yang jelas.

Evaluasi Sistem Quality Control sebagai Langkah Perbaikan. Permasalahan yang muncul pada batch Januari 2025 menyoroti pentingnya pengawasan ketat terhadap seluruh rantai pasok, mulai dari supplier bahan baku hingga proses produksi akhir. *Aerish Beaute* mengakui bahwa lemahnya perjanjian quality control dengan supplier menjadi salah satu penyebab utama inkonsistensi produk. Hal ini menjadi pelajaran berharga bahwa kontrol mutu tidak boleh hanya menjadi formalitas, melainkan harus diimplementasikan secara nyata dan konsisten. Langkah evaluasi menyeluruh yang akan dilakukan *Aerish Beaute*, baik secara internal maupun eksternal, menunjukkan keseriusan brand dalam memperbaiki sistem manajemen mutu. Evaluasi eksternal, misalnya dengan melibatkan auditor independen atau lembaga sertifikasi, dapat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan konsumen terhadap produk *Aerish Beaute*. Komitmen terhadap Prinsip Kejujuran dan Keadilan dalam Bisnis. Dampak Positif Klarifikasi terhadap Hubungan Brand dan Konsumen Klarifikasi terbuka dan kebijakan proaktif yang diambil *Aerish Beaute* berpotensi memperkuat hubungan jangka panjang dengan konsumen. Konsumen yang merasa didengar dan diperlakukan adil cenderung tetap loyal meskipun pernah mengalami ketidakpuasan. Hal ini juga dapat meningkatkan citra brand sebagai pelaku usaha yang bertanggung jawab dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. Selain itu, sikap terbuka *Aerish Beaute* dapat menjadi contoh bagi pelaku usaha lain dalam industri kosmetik maupun e-commerce secara umum, bahwa transparansi dan akuntabilitas adalah kunci keberhasilan bisnis yang berkelanjutan. Tantangan dan Peluang dalam Menjaga Kepercayaan Konsumen. Meskipun langkah klarifikasi dan perbaikan sudah

diambil, Aerish Beaute tetap menghadapi tantangan dalam mengembalikan kepercayaan konsumen sepenuhnya. Persepsi negatif yang terbentuk akibat isu kualitas produk sulit dihapus dalam waktu singkat dan membutuhkan konsistensi dalam menjaga mutu produk serta komunikasi yang terus-menerus. Namun, tantangan ini juga membuka peluang bagi *Aerish Beaute* untuk melakukan inovasi lebih lanjut dalam produk dan layanan, serta memperkuat sistem manajemen mutu dan pelayanan pelanggan. Dengan pendekatan yang tepat, *Aerish Beaute* dapat mengubah krisis menjadi momentum untuk tumbuh dan berkembang lebih baik lagi. Jika Anda ingin, saya dapat membantu menambahkan bagian kajian hukum syariah terkait tanggung jawab penjual dan hak pembeli dalam konteks kasus ini, atau mengembangkan bagian solusi dan rekomendasi strategis *Aerish Beaute* ke depan. Silakan informasikan kebutuhan Anda.

Permintaan maaf ini bukan sekadar formalitas, melainkan bentuk komitmen *Aerish Beaute* untuk terus memperbaiki diri dan memastikan kejadian serupa tidak terulang di masa mendatang. Dalam klarifikasinya, *Aerish Beaute* menjelaskan bahwa permasalahan ini terjadi karena kurangnya pengawasan terhadap supplier dan lemahnya perjanjian quality control pada batch pengiriman Januari 2025. Sebagai langkah konkret, Aerish menyatakan akan melakukan evaluasi menyeluruh, baik secara internal maupun eksternal, guna memperkuat sistem quality control mereka.

Selain itu, *Aerish Beaute* juga menyadari pentingnya komunikasi yang jujur dan transparan kepada pembeli. Mereka mengakui bahwa kesalahan tidak hanya terjadi pada aspek produksi, tetapi juga pada kurangnya informasi yang diberikan kepada pelanggan mengenai perubahan desain dan kualitas produk. *Aerish Beaute* berkomitmen untuk selalu memberikan informasi yang

akurat dan terbuka di setiap promosi, baik saat ada promo maupun tidak, agar pembeli dapat mengambil keputusan pembelian secara sadar dan tidak merasa dirugikan.

Sebagai bentuk tanggung jawab dan upaya memperbaiki hubungan dengan pembeli, *Aerish Beaute* menawarkan dua opsi solusi, yaitu *return & refund* (pengembalian barang dan pengembalian dana) serta *keep & get a replacement* (menyimpan produk yang sudah dibeli dan mendapatkan produk pengganti versi pertama). Langkah ini diambil untuk memastikan hak-hak pembeli tetap terlindungi dan sebagai wujud nyata komitmen Aerish dalam menjalankan prinsip keadilan dan kejujuran dalam bisnis.

Melalui klarifikasi terbuka dan kebijakan yang proaktif ini, *Aerish Beaute* tidak hanya berusaha memperbaiki kesalahan yang telah terjadi, tetapi juga membangun kembali kepercayaan pembeli.

BAB IV

TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN ANALISIS *KHIYAR* TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI ALAT *MAKE-UP* DI *AERISH BEUATE*

A. TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI ALAT *MAKE-UP* DI *AERISH BEAUTE*

Perkembangan zaman yang ditandai dengan pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa transformasi besar dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam industri kecantikan. Dalam era digital seperti sekarang ini, pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk menciptakan produk yang inovatif, tetapi juga mampu memasarkan produknya secara efektif dan efisien. Hal ini disebabkan oleh perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin bergantung pada platform digital serta meningkatnya ekspektasi terhadap kualitas dan pelayanan. Industri kecantikan pun menjadi salah satu sektor yang mengalami percepatan pertumbuhan secara signifikan karena adanya integrasi antara teknologi, estetika, dan kebutuhan gaya hidup masyarakat modern.

Strategi pemasaran menjadi elemen penting dalam meningkatkan daya saing suatu brand di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Salah satu strategi yang banyak diterapkan adalah pemberian potongan harga atau diskon, yang bertujuan untuk menarik minat konsumen serta menciptakan persepsi harga yang lebih terjangkau. Strategi ini biasanya

dikombinasikan dengan promosi langsung di platform e-commerce, serta melalui kolaborasi dengan figur publik atau *influencer* yang memiliki pengaruh besar di media sosial. Kolaborasi ini dikenal sebagai *influencer marketing*, yaitu teknik pemasaran modern yang mengandalkan kekuatan komunikasi dari tokoh yang dipercaya dan diikuti oleh audiens dalam jumlah besar. Praktik ini terbukti mampu meningkatkan daya jangkau dan konversi penjualan secara signifikan.

Strategi pemasaran yang digunakan di Indonesia menggunakan berbasis kolaborasi telah menjadi fenomena yang sangat umum dan bahkan menjadi bagian integral dalam praktik pemasaran kontemporer, khususnya di era ekonomi digital saat ini. Model kolaborasi antara brand dan figur publik tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan eksposur merek, tetapi juga berfungsi sebagai strategi untuk membentuk kepercayaan dan kredibilitas terhadap produk yang ditawarkan. Brand lokal seperti *Aerish Beaute* menjadi salah satu contoh nyata dari implementasi strategi ini. Dengan menggandeng *make-up artist* ternama Bubah Alfian, *Aerish Beaute* berupaya memperkuat posisinya di pasar dengan membangun kedekatan emosional antara produk yang dijual dan konsumen yang menjadi pengikut loyal dari sang figur publik.

Kolaborasi semacam ini tidak hanya memberikan nilai tambah dalam hal promosi, namun juga membangun persepsi kualitas terhadap produk, yang secara psikologis dapat meningkatkan keinginan beli konsumen. Produk yang dijual dalam kemasan kolaboratif biasanya diberi label khusus atau dikemas secara eksklusif untuk menciptakan kesan premium, meskipun dijual dengan harga diskon. Strategi tersebut

merupakan pendekatan yang efektif dalam memadukan antara nilai fungsional dan nilai simbolik dari produk. Namun demikian, pendekatan ini menyimpan risiko apabila tidak dibarengi dengan transparansi informasi mengenai spesifikasi produk, kualitas, dan keaslian yang sebenarnya.

Konteks pemasaran yang beretika dan sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah, kejujuran (*shidq*), keterbukaan informasi (*tabyin*), serta tanggung jawab terhadap hak-hak konsumen merupakan prinsip utama yang harus dipegang teguh. Islam menekankan pentingnya keadilan dalam transaksi dan melarang segala bentuk praktik yang dapat menimbulkan penipuan (*tadlis*) atau ketidakjelasan (*gharar*), termasuk dalam promosi yang tidak mencerminkan keadaan barang yang sebenarnya. Oleh karena itu, dalam praktik pemasaran yang dilakukan oleh Aerish Beaute, penting untuk memastikan bahwa strategi kolaborasi dengan tokoh publik tidak hanya digunakan sebagai alat pemasaran yang menarik, tetapi juga tetap menjunjung tinggi nilai-nilai transparansi dan kejujuran terhadap konsumen.

Aerish Beaute, kolaborasi dengan Bubah Alfian memang berhasil menarik antusiasme publik secara luas. Namun sayangnya, antusiasme tersebut berubah menjadi kekecewaan ketika sebagian konsumen merasa bahwa produk yang diterima tidak sesuai dengan ekspektasi, terutama dalam hal kualitas. Ini menunjukkan adanya kesenjangan antara persepsi yang dibentuk melalui materi promosi dan realitas produk yang diterima oleh konsumen. Ketidaksesuaian ini berpotensi menimbulkan permasalahan hukum dalam transaksi jual beli karena konsumen merasa

dirugikan akibat informasi yang tidak lengkap atau tidak akurat mengenai barang yang ditawarkan.

Jika strategi kolaboratif tidak diiringi dengan kontrol mutu dan pengawasan informasi yang ketat, maka tidak hanya akan mencederai kepercayaan konsumen, tetapi juga dapat berdampak pada keabsahan transaksi menurut hukum syariah. Oleh karena itu, integritas dan tanggung jawab moral dalam menyampaikan informasi produk menjadi syarat penting dalam menciptakan transaksi yang sah dan berkah. Brand seperti Aerish Beaute harus menyadari bahwa keberlanjutan usaha bukan hanya ditentukan oleh kemampuan menarik pasar, tetapi juga oleh kesanggupan untuk menjaga etika bisnis dan kepercayaan konsumen secara jangka panjang.

Aerish Beaute, sebagai salah satu brand lokal yang berkembang pesat di industri kecantikan Indonesia, menunjukkan inovasi dalam strategi pemasarannya untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat posisi brand di tengah persaingan yang ketat. Dalam upayanya menarik perhatian konsumen, Aerish Beaute secara aktif menerapkan berbagai pendekatan pemasaran digital yang relevan dengan perkembangan tren konsumen masa kini. Salah satu strategi yang menonjol adalah peluncuran program diskon kolaboratif bersama *make-up artist* (MUA) ternama, Bubah Alfian, yang memiliki pengaruh besar di media sosial dan dunia kecantikan nasional.

Kolaborasi ini menjadi sorotan publik karena menghadirkan kombinasi antara kekuatan branding figur publik dan penawaran ekonomis yang sangat menarik, yaitu potongan harga dalam jumlah signifikan. Strategi ini tidak hanya membentuk buzz di

berbagai platform digital, terutama TikTok dan Instagram, tetapi juga menciptakan lonjakan permintaan dari kalangan konsumen yang tertarik dengan nilai eksklusif produk hasil kolaborasi tersebut. Konsumen melihat bahwa produk *Aerish Beaute* edisi kolaboratif dengan Bubah Alfian memiliki nilai simbolik tersendiri karena melekat dengan citra dan reputasi profesional MUA tersebut.

Program diskon ini dikemas dalam bentuk kampanye promosi yang sangat agresif dan terarah, mulai dari pembuatan konten video, pemanfaatan testimoni influencer, hingga penggunaan media sosial sebagai kanal utama distribusi informasi. Strategi ini terbukti efektif menarik perhatian pembeli dari berbagai kalangan, termasuk generasi muda yang sangat responsif terhadap promosi visual dan endorsement oleh tokoh publik. Produk yang sebelumnya belum dikenal luas, melalui kerja sama ini menjadi viral dan mengalami peningkatan signifikan dari sisi penjualan.

Namun demikian, di balik keberhasilan kampanye diskon kolaboratif ini, penting untuk memperhatikan bahwa strategi semacam ini harus dijalankan secara transparan dan jujur. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, kegiatan promosi harus memperhatikan kejelasan informasi tentang produk, kesesuaian antara apa yang ditawarkan dengan apa yang akan diterima oleh konsumen, serta menghindari segala bentuk penipuan (tadlis) atau ketidakjelasan (gharar). Jika tidak diimbangi dengan akurasi informasi dan kontrol mutu produk yang ketat, maka strategi diskon besar seperti ini berpotensi menimbulkan kekecewaan dan bahkan gugatan dari

konsumen yang merasa dirugikan akibat tidak sesuai antara harapan dan kenyataan produk yang diterima.

Kegiatan promosi diskon kolaboratif yang dijalankan oleh *Aerish Beaute* pada awalnya berlangsung dengan lancar dan mendapat sambutan positif dari masyarakat, khususnya kalangan pecinta produk kecantikan. Antusiasme pembeli meningkat seiring dengan kampanye digital yang masif, serta dukungan dari figur publik Bubah Alfian yang turut memperkuat citra eksklusif dari produk yang ditawarkan. Namun demikian, situasi berubah ketika muncul kritik dan keluhan dari sejumlah konsumen melalui platform media sosial, khususnya TikTok, yang merupakan salah satu media utama penyebaran promosi tersebut.

Salah satu kritik ini berasal dari unggahan dua akun TikTok, yakni @Ranupani dan @Piahhh, yang secara terbuka menyampaikan kekecewaan mereka terhadap produk *Aerish Beaute* edisi kolaborasi dengan Bubah Alfian yang mereka beli pada masa diskon. Dalam unggahan video yang viral tersebut, keduanya membagikan pengalaman pribadi mereka dengan membandingkan produk yang dibeli saat diskon dengan produk yang sama yang dibeli dengan harga normal. Mereka menunjukkan secara visual bahwa terdapat perbedaan yang cukup mencolok dari segi kualitas antara kedua produk tersebut.

Perbandingan yang dilakukan tidak hanya bersifat subjektif, tetapi juga melibatkan pengamatan langsung terhadap tekstur, kemasan, aroma, dan daya tahan produk. Berdasarkan pengakuan mereka, produk yang dibeli saat tidak diskon memiliki kualitas yang jauh lebih baik, seperti tekstur yang lebih halus, warna

yang lebih stabil, dan kemasan yang tampak lebih rapi dan premium. Sementara itu, produk diskon dinilai memiliki beberapa kekurangan, seperti isi produk yang tidak penuh, tekstur yang kurang halus, hingga ketahanan warna yang rendah. Perbedaan ini menimbulkan kesan bahwa barang yang dijual dalam periode diskon merupakan produk dengan kualitas yang lebih rendah atau tidak memenuhi standar sebagaimana mestinya.

Kekecewaan para konsumen tersebut akhirnya menyebar luas di kalangan warganet, menimbulkan pertanyaan mengenai integritas dan transparansi dari pihak Aerish Beaute dalam memberikan informasi kepada konsumennya. Banyak pengguna media sosial yang kemudian menyatakan kekhawatiran serupa, serta menilai bahwa promosi diskon yang dilakukan tidak sepenuhnya jujur atau tidak menyampaikan spesifikasi produk secara lengkap. Hal ini memunculkan dugaan adanya praktik pemasaran yang tidak etis karena tidak menjelaskan bahwa terdapat perbedaan kualitas produk antara barang yang dijual dengan harga normal dan barang yang dijual saat diskon.

Dalam konteks hukum ekonomi syariah, ketidaksesuaian antara informasi yang disampaikan dalam promosi dengan realitas produk yang diterima konsumen dapat mengindikasikan adanya unsur *tadlis* (penipuan) dan *gharar* (ketidakjelasan). Ketika konsumen tidak mendapatkan informasi yang utuh dan jelas mengenai kondisi barang, serta merasa tertipu setelah menerima produk yang tidak sesuai dengan ekspektasi, maka hal ini berpotensi menjadikan transaksi tersebut cacat secara hukum syariah. Oleh karena itu, kejadian ini tidak hanya berdampak pada

reputasi brand, tetapi juga menimbulkan konsekuensi hukum dan moral dalam transaksi jual beli menurut prinsip muamalah Islam.

Para pembeli merasa tertipu dan kecewa dengan sistem diskon yang dilakukan *Aerish Beaute* karena tidak menjelaskan secara jujur dan terbuka akibatnya ada ketidakjelasan akan barang yang akan diterima pembeli apakah barang yang mereka jual dengan harga diskon memiliki kualitas yang berbeda dengan barang yang mereka jual dengan harga normal.

Jual beli dalam Islam merupakan bagian dari aktivitas muamalah yang bersifat sangat fundamental, karena menyangkut hubungan sosial dan ekonomi antar individu dalam kehidupan sehari-hari. Aktivitas ini tidak hanya dipandang sebagai proses pertukaran barang dan jasa, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah yang memiliki dimensi spiritual. Oleh karena itu, Islam memberikan perhatian yang sangat besar terhadap pelaksanaan akad jual beli, dengan menetapkan seperangkat aturan yang bertujuan untuk mewujudkan keadilan, kejujuran, dan keberkahan dalam transaksi. Prinsip ini berpijak pada semangat syariah yang menekankan keterpenuhan hak dan kewajiban para pihak secara seimbang, serta menjauhkan segala bentuk praktik yang dapat menimbulkan ketidakadilan, penipuan, atau eksploitasi.

Salah satu prinsip utama dalam jual beli menurut hukum Islam adalah adanya unsur kerelaan (*tarāḍin*) dari kedua belah pihak yang bertransaksi, sebagaimana disebutkan dalam firman Allah Swt. dalam Surah An-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.." (Q.S.4 [An-Nisa]:29)[41]

Ayat ini secara tegas menunjukkan bahwa keabsahan suatu transaksi harus dilandasi oleh unsur saling rela dan tidak boleh ada unsur paksaan atau manipulasi informasi yang merugikan salah satu pihak.

Selain itu, kejelasan objek akad (*ma'qud 'alayh*) merupakan syarat esensial yang harus terpenuhi agar transaksi dianggap sah. Objek yang diperjualbelikan harus diketahui secara jelas sifat, jumlah, jenis, dan kualitasnya oleh kedua belah pihak. Ketidaktahuan atau ketidakjelasan terhadap objek akad berpotensi menimbulkan sengketa di kemudian hari, yang dalam istilah fiqh disebut sebagai *gharar*. Gharar merujuk pada ketidakpastian atau ambiguitas dalam transaksi yang dapat membuka ruang bagi penipuan atau ketidakadilan. Oleh karena itu, gharar merupakan salah satu hal yang dilarang keras dalam jual beli menurut syariah Islam.

Disamping *gharar*, Islam juga melarang praktik *tadlis*, yaitu tindakan menutupi cacat barang atau menyembunyikan informasi penting mengenai

[41] Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, 2019), 112.

produk yang dapat mempengaruhi keputusan pembeli. Tadlis seringkali dilakukan dengan cara memberikan informasi yang menyesatkan atau menyamarkan kondisi asli barang, sehingga merugikan pihak pembeli.

Selain aspek-aspek tersebut, akad jual beli juga harus memenuhi syarat dan rukun secara lengkap, yakni adanya penjual dan pembeli (*'aqidain*), ijab dan qabul (pernyataan kesepakatan), serta objek transaksi yang halal, bermanfaat, dan dapat diserahterimakan. Apabila salah satu dari syarat ini tidak terpenuhi atau cacat, maka akad jual beli tersebut dapat menjadi tidak sah (*bāṭil*) atau rusak (*fāsid*) tergantung pada tingkat kerusakannya.

Penipuan (Tadlis) pada objek akad adalah suatu upaya untuk menyembunyikan cacat pada objek akad dan menjelaskan dengan gambaran yang tidak sesuai dengan kenyataannya untuk menyesatkan pihak yang berakad dan merugikan salah satu pihak yang berakad tersebut.[42] Dalam praktik promosi diskon yang dilakukan oleh *Aerish Beaute*, terdapat indikasi adanya ketidaksesuaian antara informasi yang disampaikan kepada konsumen dengan realitas produk yang mereka terima. *Aerish Beaute*, dalam hal ini, dianggap telah melakukan *penipuan informasi* (*tadlis al-ma'lumat*) dengan cara menyembunyikan fakta penting bahwa kualitas barang yang dijual saat diskon berbeda secara signifikan dengan kualitas barang yang dijual pada harga normal. Hal ini menimbulkan persoalan serius dalam perspektif hukum ekonomi syariah, karena setiap bentuk transaksi dalam Islam wajib dilakukan

[42] Prilia Kurnia Ningsih, *Fiqh Muamalah* (Depok: Rajawali Pers, 2021), 84.

dengan prinsip transparansi (*tabyin*) dan keterbukaan informasi guna menjaga keadilan antara kedua belah pihak. Ketika pihak penjual tidak memberikan informasi yang jujur dan lengkap mengenai kondisi barang seperti adanya perbedaan kualitas antara produk normal dan produk diskon maka hal ini masuk ke dalam kategori *tadlis*, yakni suatu bentuk penipuan yang dilakukan dengan menyamarkan keadaan sebenarnya dari objek jual beli. Dalam kasus ini, Aerish Beaute tidak mencantumkan secara eksplisit bahwa barang yang dijual dalam masa diskon merupakan produk dengan kualitas berbeda, baik dari segi formula, kemasan, maupun performa produk. Alih-alih memberikan penjelasan tambahan, pihak penjual justru menggunakan materi promosi dan pamflet yang identik dengan promosi produk harga normal. Hal ini menimbulkan persepsi keliru di kalangan konsumen bahwa produk diskon memiliki kualitas yang sama, padahal kenyataannya berbeda. Dalam konteks ini, *Aerish Beaute* telah menghilangkan hak konsumen untuk membuat keputusan yang tepat berdasarkan informasi yang jujur. Dengan tidak adanya kejelasan mengenai kualitas produk diskon, maka hal tersebut mengandung unsur *gharar*, yaitu ketidakjelasan yang menyebabkan ketidakpastian dalam transaksi. Gharar merupakan salah satu larangan dalam transaksi Islam, karena dapat menimbulkan kerugian pada salah satu pihak, dalam hal ini konsumen.

Ketika konsumen menyangka bahwa produk yang dibeli dalam promosi memiliki kualitas yang identik dengan produk normal, maka mereka telah membuat keputusan berdasarkan informasi yang

keliru. Dalam hukum Islam, transaksi yang mengandung unsur *gharar* dan *tadlis* seperti ini berpotensi untuk dikategorikan sebagai akad *fasid* (rusak), karena tidak terpenuhinya syarat kejelasan dan kejujuran dalam jual beli. Oleh karena itu, perbuatan menyembunyikan informasi penting terkait kualitas barang bukan hanya sekadar pelanggaran etika bisnis, tetapi juga merupakan bentuk pelanggaran terhadap prinsip syariah dalam muamalah.

Gharar adalah semua jual beli yang mengandung ketidakjelasan karena tidak dapat dipastikan jumlah dan ukurannya.[43] Dalam praktik jual beli yang dilakukan oleh *Aerish Beaute*, ditemukan adanya indikasi kuat mengenai keberadaan unsur *gharar* (ketidakjelasan) yang berkaitan langsung dengan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen selama masa promosi diskon. Unsur gharar ini muncul sebagai akibat dari tidak transparannya pihak penjual dalam memberikan informasi yang seharusnya diketahui oleh pembeli, khususnya mengenai perbedaan kualitas antara produk diskon dan produk harga normal. Ketika informasi penting tersebut disembunyikan atau tidak dijelaskan secara memadai dalam media promosi, maka konsumen tidak memiliki pengetahuan yang cukup untuk membuat keputusan transaksi secara sadar dan utuh. Hal inilah yang kemudian menjadikan transaksi tersebut mengandung unsur gharar secara nyata. Dalam konteks *Aerish Beaute*, promosi yang dilakukan tidak menyebutkan bahwa produk diskon merupakan varian

[43] Ghufran A. Mas‟adi, Fiqh Muamalh Kontekstual, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), h. 133.

yang berbeda atau tidak identik kualitasnya dengan produk reguler. Bahkan, materi promosi yang digunakan cenderung menyamakan visual dan deskripsi produk antara yang diskon dan yang tidak. Dengan demikian, konsumen secara otomatis berasumsi bahwa tidak ada perbedaan signifikan di antara keduanya. Ketika barang sampai di tangan konsumen dan ditemukan adanya perbedaan yang mencolok dalam hal kualitas seperti tekstur, isi produk, ketahanan warna, atau kemasan maka hal tersebut membuktikan bahwa informasi yang diberikan sebelumnya tidak mencerminkan keadaan sebenarnya dari objek jual beli.

Ketidakjelasan inilah yang menciptakan *gharar*, karena objek akad menjadi tidak pasti atau tidak sepenuhnya diketahui oleh pembeli pada saat akad berlangsung. Padahal, dalam hukum jual beli menurut syariat, objek akad harus bersifat *ma'lūm* (jelas dan diketahui secara pasti). Jika tidak, maka akan timbul potensi perselisihan dan kerugian sepihak. Oleh karena itu, praktik seperti ini berisiko menjadikan akad tidak sah atau *fasid*, karena tidak terpenuhinya prinsip transparansi dan kejelasan dalam objek transaksi. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, setiap transaksi yang mengandung *gharar* dapat membahayakan kestabilan ekonomi dan kepercayaan masyarakat terhadap aktivitas perdagangan. Keberadaan *gharar* menunjukkan adanya ketimpangan informasi (asymmetric information) yang bertentangan dengan asas keadilan yang menjadi pilar utama muamalah. Maka dari itu, pihak penjual memiliki tanggung jawab moral dan syar'i untuk menyampaikan informasi produk secara utuh dan benar, agar tidak

menyesatkan pihak pembeli yang akhirnya merasa tertipu atau dirugikan setelah transaksi terjadi.

Pada kegiatan jual beli yang dilakukan *Aerish Beaute* ditemukannya unsur *gharar* (ketidakjelasan) dan *tadlis* (penipuan) yang mengakibatkan akad yang dilakukan menjadi cacat atau fasid dan menganggap kegiatan jual beli tersebut tidak sah karena mengakibatkan kerugikan pada pihak pembeli yang membeli barang tersebut.

B. ANALISIS *KHIYAR* PADA PRAKTIK JUAL BELI ALAT *MAKE-UP* DI *AERISH BEAUTE*

Akad merupakan elemen sentral dalam setiap transaksi muamalah, termasuk jual beli. Akad tidak hanya sekadar kesepakatan lisan atau tulisan antara dua pihak, melainkan suatu ikatan hukum (*'aqd*) yang memiliki kekuatan mengikat secara syar'i dan menimbulkan akibat hukum bagi para pihak yang terlibat. Akad dalam jual beli terjadi melalui pertemuan antara *ijab* (pernyataan penawaran dari salah satu pihak) dan *qabul* (pernyataan penerimaan dari pihak lainnya) yang dilaksanakan secara sadar dan sukarela. Keberadaan akad merupakan bentuk aktualisasi prinsip kebebasan berkontrak dalam Islam, tetapi tetap dalam koridor syariat yang menjamin keadilan, kejujuran, dan keterbukaan antara penjual dan pembeli.

Sahnya suatu akad jual beli dalam hukum Islam ditentukan oleh terpenuhinya rukun dan syarat yang telah ditetapkan. Menurut para ulama fiqh, rukun akad meliputi: adanya pihak-pihak yang berakad (*al-'aqidān*), adanya pernyataan ijab dan qabul, serta adanya objek transaksi (*ma'qud 'alayh*) yang jelas. Sedangkan syarat sah meliputi kerelaan kedua belah

pihak (*an-taradlin*), kemampuan untuk melakukan transaksi, kejelasan barang yang diperjualbelikan, dan tidak mengandung unsur yang diharamkan seperti *riba*, *maysir*, *gharar*, atau *tadlis*. Apabila salah satu dari unsur atau syarat tersebut tidak terpenuhi secara sempurna, maka akad yang dilakukan tidak dapat dianggap sah secara mutlak. Dalam praktiknya, tidak semua akad berlangsung dalam kondisi ideal. Terdapat banyak kasus di mana akad mengalami cacat hukum karena adanya ketidaksesuaian antara informasi, kondisi barang, atau niat para pihak. Salah satu penyebab umum cacatnya akad adalah keberadaan unsur *gharar* (ketidakjelasan) dan *tadlis* (penipuan). Gharar dalam akad jual beli dapat berupa ketidakjelasan mengenai kualitas barang, waktu penyerahan, atau harga. Sementara itu, tadlis terjadi ketika salah satu pihak dengan sengaja menyembunyikan cacat barang atau menyampaikan informasi yang menyesatkan demi mendapatkan keuntungan pribadi. Dengan demikian, penting bagi setiap pelaku usaha untuk memahami betul konsekuensi hukum dari setiap akad yang dijalankan. Dalam sistem ekonomi syariah, keabsahan akad bukan hanya diukur dari aspek legal formal, tetapi juga dari sejauh mana akad tersebut mencerminkan prinsip keadilan, kejujuran, dan keterbukaan. Praktik jual beli yang mengandung unsur gharar dan tadlis, seperti dalam kasus Aerish Beaute saat memasarkan produk kolaborasi dengan harga diskon tanpa menjelaskan perbedaan kualitas, merupakan contoh nyata dari akad yang cacat secara syariat dan perlu diperbaiki agar tidak melanggar ketentuan hukum Islam.

Pada kegiatan jual beli yang dilakukan *Aerish Beaute* ditemukannya unsur *gharar* dan *tadlis* yang mengakibatkan akad yang dilakukan menjadi cacat atau fasid dan menganggap kegiatan jual beli tersebut tidak sah karena mengakibatkan kerugikan pada pihak pembeli yang membeli barang tersebut.

Pada tanggal 15 Januari 2025, setelah munculnya berbagai keluhan dari konsumen yang tersebar luas melalui media sosial, khususnya platform TikTok, akun resmi *Aerish Beaute* akhirnya mengunggah pernyataan klarifikasi sebagai bentuk tanggung jawab atas persoalan yang terjadi. Klarifikasi ini muncul sebagai respons atas meningkatnya ketidakpuasan publik, yang dipicu oleh konten viral dari beberapa pengguna media sosial yang menyatakan kekecewaannya terhadap kualitas produk diskon hasil kolaborasi Aerish Beaute dengan make-up artist Bubah Alfian 2.0 (shade grey). Produk yang dipasarkan melalui kampanye diskon tersebut dinilai memiliki kualitas yang tidak sebanding dengan produk reguler yang dijual pada harga normal. Hal ini menimbulkan rasa kecewa, bahkan rasa dirugikan, di kalangan konsumen, karena mereka merasa tidak memperoleh informasi yang jujur dan utuh sebelum melakukan transaksi pembelian. Dalam pernyataan resminya, *Aerish Beaute* mengakui telah terjadi kelalaian dalam pengawasan dan kontrol mutu internal, terutama pada lini produk yang dipasarkan dalam kerja sama dengan Bubah Alfian. Pihak manajemen menyatakan penyesalan yang mendalam atas insiden tersebut dan menyampaikan permohonan maaf secara terbuka kepada seluruh konsumen yang merasa dirugikan. Tidak hanya itu, Aerish Beaute juga berkomitmen

untuk melakukan evaluasi dan perbaikan menyeluruh terhadap sistem quality control mereka, termasuk memperketat pengawasan terhadap proses produksi dan distribusi produk sebelum sampai ke tangan konsumen.

Langkah klarifikasi ini, jika dilihat dari perspektif hukum ekonomi syariah, merupakan bentuk *taubat muamalah* yang mencerminkan kesadaran pelaku usaha untuk bertanggung jawab terhadap kelalaian yang berpotensi merugikan pihak lain. Dalam Islam, pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk mengejar keuntungan (*ribh*), tetapi juga diwajibkan menjaga nilai kejujuran (*shidq*), tanggung jawab (*mas'uliyyah*), dan amanah dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Ketika terjadi kesalahan, maka langkah pertama yang harus diambil adalah mengakui kesalahan tersebut, disusul dengan perbaikan yang nyata, serta mengganti kerugian jika diperlukan. Dengan adanya klarifikasi ini, *Aerish Beaute* telah berusaha mengembalikan kepercayaan publik dan memperbaiki hubungan baik dengan konsumennya. Dalam konteks muamalah, tindakan ini juga dapat dilihat sebagai bentuk *ishlah*, yakni usaha memperbaiki kerusakan atau ketidakseimbangan yang terjadi dalam hubungan sosial-ekonomi, demi menciptakan keadilan dan keberkahan dalam transaksi. Namun demikian, permintaan maaf semata tidak cukup apabila tidak disertai dengan perubahan sistemik yang menjamin kejadian serupa tidak akan terulang di masa mendatang. Oleh karena itu, penguatan sistem transparansi informasi produk, edukasi konsumen, serta peningkatan akuntabilitas internal menjadi langkah krusial yang harus dilakukan oleh Aerish

Beaute sebagai bentuk pertanggungjawaban etik dan syar'i.

Langkah selanjutnya yang *Aerish Beaute* ambil adalah memberi pilihan atau *khiyar* kepada pembeli dengan 2 cara yakni:

1. *Return* dan *refund* / Retur dan pengembalian dana, disini pembeli bisa mengembalikan barang yang sudah dibelinya kepada *Aerish Beaute* dan pembeli sekaligus juga kan mendapatkan kembali dana atau uang yang sudah ia keluarkan untuk membeli barang tersebut.
2. *Keep and get replacement* / Menyimpan produk yang sudah dibeli dan akan mendapatkan produk baru, disini pembeli bisa menyimpan produk yang sudah ia beli dan pihak *Aerish Beaute* akan tetap mengirim produk baru kepada kosumen.

Langkah yang diambil oleh *Aerish Beaute* dalam menanggapi keluhan konsumen merupakan bentuk konkret dari upaya *ishlah al-'aqd* (perbaikan akad) yang dilakukan setelah terjadinya ketidaksesuaian antara harapan konsumen dan realitas barang yang diterima. Dalam konteks fiqh muamalah, apabila suatu akad jual beli dinilai cacat secara hukum karena mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan) atau *tadlis* (penipuan informasi), maka akad tersebut menjadi *fasid* atau tidak sempurna. Namun demikian, fiqh Islam memberikan ruang untuk memperbaiki akad tersebut agar dapat mencapai status sah (shahih), salah satunya melalui mekanisme pemberian hak *khiyar* kepada pihak pembeli.

Aerish Beaute menunjukkan tanggung jawabnya sebagai pelaku usaha dengan memberikan dua opsi solusi kepada konsumen, yang masing-masing

mengandung nilai perbaikan terhadap akad awal yang telah cacat. Opsi pertama adalah *return and refund*, yaitu pembeli diberi hak untuk mengembalikan produk yang telah diterima dan selanjutnya menerima pengembalian dana secara penuh dari pihak penjual. Opsi ini merupakan wujud nyata dari hak *khiyar aib*, yaitu hak untuk membatalkan akad jika ditemukan cacat pada barang setelah transaksi berlangsung. Hak ini dilandasi oleh prinsip bahwa tidak sah suatu akad jika mengandung unsur penipuan atau cacat tersembunyi yang tidak dijelaskan oleh penjual sebelumnya. Dalam hal ini, pembatalan akad dibolehkan dan bahkan dianjurkan demi menjaga keadilan serta menghindari kerugian sepihak. Opsi kedua yang ditawarkan adalah *keep and get replacement*, yaitu pembeli tetap menyimpan produk pertama meskipun terdapat cacat, dan pihak Aerish Beaute berjanji akan mengirimkan produk pengganti yang sesuai dengan standar kualitas yang dijanjikan sebelumnya. Solusi ini mengandung semangat *musyawarah* dan *ishlah*, serta memperlihatkan itikad baik dari pihak penjual dalam memenuhi hak-hak konsumen. Dari perspektif hukum syariah, opsi ini juga dibenarkan karena memberikan kesempatan kepada penjual untuk memperbaiki kesalahan dan memenuhi akad secara utuh, tanpa harus membatalkan seluruh proses jual beli.

Pemberian hak *khiyar* ini mencerminkan prinsip-prinsip utama dalam hukum ekonomi syariah, yaitu keadilan (*'adalah*), kerelaan (*tarāḍin*), keterbukaan (*syafāfiyah*), serta penghindaran dari unsur yang membahayakan (*ḍarar*) salah satu pihak. Dengan memberikan hak *khiyar* kepada konsumen,

Aerish Beaute pada dasarnya sedang mengupayakan pembaruan akad yang rusak menuju akad yang sah dan sesuai prinsip syariah. Langkah ini juga dapat dilihat sebagai bentuk *itikad hasanah* (itikad baik) dalam transaksi, yang sangat dianjurkan dalam etika bisnis Islam. Hal ini tidak hanya bermanfaat bagi perlindungan hak konsumen, tetapi juga bagi reputasi jangka panjang perusahaan itu sendiri. Langkah penyelesaian yang diambil oleh *Aerish Beaute* sejatinya menunjukkan keselarasan dengan prinsip-prinsip utama dalam hukum ekonomi syariah yang menekankan pada nilai kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*'adālah*), tanggung jawab (*mas'ūliyyah*), serta keterbukaan informasi dalam transaksi. Dalam konteks ini, tindakan pihak *Aerish Beaute* yang secara terbuka mengakui kekeliruan, meminta maaf kepada konsumen yang dirugikan, dan menyatakan kesediaan untuk memberikan kompensasi berupa pengembalian uang atau penggantian produk, menunjukkan adanya kesadaran etis sekaligus syar'i dalam menjalankan aktivitas muamalah. Pengakuan atas kesalahan bukan hanya bentuk tanggung jawab sosial, tetapi juga merupakan implementasi dari nilai *taubat muamalah*, di mana pelaku usaha memperbaiki kesalahan yang telah terjadi dalam akad yang semula cacat karena adanya unsur *gharar* (ketidakjelasan) dan *tadlis* (penipuan informasi).

Penerapan mekanisme *khiyar* oleh Aerish Beaute menjadi titik balik penting dalam perbaikan hubungan hukum antara penjual dan pembeli. Dengan memberikan hak *khiyar*, yaitu hak bagi konsumen untuk memilih antara melanjutkan atau membatalkan akad, pihak *Aerish Beaute* memberikan ruang keadilan

kepada pembeli atas kerugian yang timbul akibat ketidakjelasan kualitas produk. Hal ini mengacu pada kaidah fikih *"al-ghurm bi al-ghunm"* (risiko harus sebanding dengan keuntungan), di mana pihak yang menanggung keuntungan juga harus siap menanggung akibat dari kelalaian atau kesalahan dalam transaksi. Melalui khiyar, pembeli memiliki otoritas penuh untuk menentukan keberlanjutan akad, sehingga tidak ada paksaan dalam transaksi dan tercipta keridhaan di kedua belah pihak.

Langkah tersebut juga berdampak positif bagi citra dan integritas *Aerish Beaute* sebagai pelaku usaha yang mengedepankan etika bisnis Islami. Sikap kooperatif perusahaan dalam menyelesaikan konflik secara damai dan adil mencegah terjadinya eskalasi sengketa yang lebih besar serta menjaga hubungan jangka panjang dengan konsumen. Kepercayaan konsumen merupakan salah satu pilar penting dalam kelangsungan bisnis, dan dalam konteks ekonomi syariah, membangun kepercayaan harus dilandasi dengan prinsip *amanah*, *transparansi*, dan *keadilan*. Dengan diterapkannya mekanisme khiyar ini dan adanya sikap terbuka dari pihak penjual, maka transaksi jual beli yang awalnya dinilai fasid karena mengandung unsur *gharar* dan *tadlis*, dapat diperbaiki hingga mencapai status sah (*ṣaḥīḥ*) dalam pandangan hukum Islam. Hal ini sejalan dengan prinsip *taṣḥīḥ al-'uqūd al-fāsidah* (perbaikan terhadap akad yang rusak) yang diakui dalam fikih muamalah. Dengan kata lain, ketika hak-hak konsumen dihormati, kejujuran ditegakkan, dan informasi disampaikan secara jujur dan terbuka, maka praktik jual beli tersebut dapat kembali kepada rel hukum syariah yang benar. Oleh

karena itu, praktik jual beli produk *make-up Aerish Beaute* yang sebelumnya bermasalah kini dapat dinilai sah secara syar'i, dengan catatan bahwa penyelesaian sengketa dilakukan secara adil, kerugian telah dikompensasi, dan kejelasan informasi produk telah dijadikan standar baru dalam proses pemasaran selanjutnya. Hal ini menegaskan bahwa keberlangsungan aktivitas ekonomi dalam perspektif Islam tidak hanya bergantung pada keuntungan semata, tetapi juga pada nilai-nilai moral dan spiritual yang melandasinya.

BAB V
PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari pembahasan dan analisis pada bab bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan akhir terntang praktik jual beli alat *make-up Aerish Beaute* sebagai berikut:

1) Praktik jual beli alat make-up di *Aerish Beaute* pada awalnya mengandung unsur gharar dan tadlis karena ketidakjelasan kualitas produk antara produk harga normal dan produk diskon yang tidak diinformasikan secara transparan kepada pembeli dan dilakukan secara sengaja sehingga pembeli yang membeli tidak tahu bagaimana kondisi kualitas produk yang akan ia terima. Hal ini menyebabkan pembeli merasa dirugikan dan menimbulkan ketidakadilan dalam transaksi. Dalam hukum ekonomi syariah, jual beli yang mengandung gharar dan tadlis adalah tidak sah (fasid) karena bertentangan dengan prinsip kejujuran, dan keadilan yang menjadi syarat sahnya akad jual beli.
2) Analisis *khiyar* setelah adanya perbaikan akad yang dilakukan *Aerish Beaute* setelah melakukan klarifikasi sebagai bentuk permintaan maaf dan memberikan hak *khiyar* kepada pembeli untuk melanjutkan akad atau membatalkannya. Dengan 2 opsi pilihan yang disediakan *Aerish Beaute* sebagai bentuk perbaikan akad untuk menghilangkan unsur *gharar* dan *tadlis* yang ada pada awal kegiatan jual ini berlangsung. Dengan diberikannya hak khiyar ini maka kegiatan jual beli alat make-up *Aerish Beaute* menjadi sah dimata

hukum dan halal karena kedua belah pihak terpenuhi haknya dalam jual beli dan adanya keridhaan antara kedunya.

B. SARAN

saran disampaikan dengan harapan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi pengembangan praktik dan kajian lebih lanjut di bidang yang sama, sebagai berikut:

1. Bagi pelaku usaha (*Aerish Beaute*) untuk Menyediakan informasi yang jelas dan lengkap mengenai produk, terutama jika ada perbedaan kualitas antara produk normal dan produk diskon. Menghindari praktik promosi yang menyesatkan dan memastikan materi iklan sesuai dengan kondisi produk sebenarnya. Memberikan hak pengembalian produk (*khiyar*) kepada pembeli jika produk tidak sesuai dengan deskripsi. Meningkatkan edukasi internal mengenai prinsip-prinsip muamalah Islam dalam berbisnis.
2. Bagi pembeli untuk memperhatikan dan menuntut kejelasan informasi sebelum melakukan pembelian, terutama pada produk yang dijual dengan harga diskon. Menggunakan *khiyar* jika produk yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Meningkatkan kesadaran akan hak-hak pembeli berdasarkan prinsip hukum Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Agustini Metode Penelitian Kualitatif. Editor_Buku referensi_Fiqh Muamalah. METODE PENELITIAN KUANTITATIF. dan Pendekatan, Substansi. t.t.

HUKUM EKONOMI SYARI'AH.

ekonomi syariah (Buku).

Fikih Ekonomi Syariah (Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan Syariah).

Hafni Sahir, Syafrida. t.t. Metodologi Penelitian.

Stisnu, Tim Dosen, Tangerang Modul, Matakuliah Hukum, dan Ekonomi Syariah. 2018. PSP Nusantara Press, 2018 STISNU NUSANTARA TANGERANG.

Jurnal

Agustini Metode Penelitian Kualitatif. t.t.

Ajir, Deddi. 2022. *Fikih Perbandingan Tentang Syarat dan Rukun Jual Beli serta Relevansinya dengan Jual Beli Modern*. Vol. 1. https://jurnal.steiarrisalah.ac.id/index.php/stei.

BARANG YANG SUDAH BELI TIDAK DAPAT DIKEMBALIKAN Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar SE, Slogan DI, dan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. t.t. *IMPLEMENTASI HAK KHIYAR DALAM JUAL BELI TERHADAP*.

BISNIS JUAL BELI ONLINE (ONLINE SHOP) DALAM HUKUM ISLAM DAN HUKUM NEGARA Tira Nur Fitria STIE-AAS Surakarta. t.t.

Cash, Jual Beli, Dan Kredit Pada, Penyelenggaraan Acara, Hajatan Ditinjau, Dari Perspektif, Hukum Islam, Hengki Firnando, Nara Purnama Wari, Institut Al-Ma'arif, dan Way Kanan. t.t. "FALAH: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah."

Idun, Sya '. t.t. *TRANSAKSI JUAL BELI DALAM PANDANGAN HUKUM ISLAM*.

Izazi, Muhamad, Nurjaman-Dena Ayu, Camelia Sofwan, dan Al-Rasyid-Doli Witro. t.t. *Jual Beli Online dan Penentuan Hukum yang Terjadi di dalamnya*. https://ejournal.stiesnu-.

Kamal Hijaz, M., Prinsip-Prinsip Hukum, Ekonomi Islam, M. Kamal, Hijaz Fakultas, Ypiup Makassar, Jl Andi Tonro, dan Makassar Emai. t.t. *PRINSIP-PRINSIP HUKUM EKONOMI ISLAM*.

Khatimah, Husnul, Akhmad Alim, Stiba Ar Raayah, dan Universitas Ibn Khaldun Bogor. t.t.-a. "Konsep Jual Beli dalam Islam dan Implementasinya pada Marketplace." doi:10.29040/jiei.v10i1.12352.

Khatimah, Husnul, Akhmad Alim, Stiba Ar Raayah, dan Universitas Ibn Khaldun Bogor. t.t.-b. "Konsep Jual Beli dalam Islam dan Implementasinya pada Marketplace." doi:10.29040/jiei.v10i1.12352.

Khatimah, Husnul, Akhmad Alim, Stiba Ar Raayah, dan Universitas Ibn Khaldun Bogor. t.t.-c. "Konsep Jual Beli

dalam Islam dan Implementasinya pada Marketplace." doi:10.29040/jiei.v10i1.12352.

Khoir, Fatihul, Universitas Bhayangkara Surabaya Jl Ahmad Yani No, Kata Kunci, Jual beli, dan Sistem Online. t.t. "EKOSIANA: Jurnal Ekonomi Syari'ah Al-Khiyar Dalam Proses Jual Beli Sistem Online." http://http://ejournal.stainim.ac.id/index.php/ekosiana.

Manajemen Bisnis Syariah, Prodi, dan Stei Hamfara. t.t. *EDISI PUBLIKASI RIWAYAT ARTIKEL JUAL BELI MENURUT ISLAM 1Namirah Nazwa Kinanty, 2Salsabilla*.

Mauliddin, Arif Iman, Cucu Kania Sari, Al-Falah Stai, dan Bandung Cicalengka. 2022. *HADIST TENTANG JUAL BELI YANG DILARANG*. Vol. 1.

Munandar, Aris, dan Ahmad Hasan Ridwan. t.t. *KEADILAN SEBAGAI PRINSIP DALAM EKONOMI SYARIAH SERTA APLIKASINYA PADA MUDHARABAH*. Vol. 7.

PE NE RAPAN KH IYAR DAL AM J UAL BE LI. t.t.

PEMBERIAN DISKON DALAM PELAKSANAAN JUAL BELI DI PASAR CENDRAWASIH KOTA METRO PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH. t.t.

Pengampu, Dosen, Fiqih Muamalah, Helmi Basri, Ma Jual Beli, dan Yang Dilarang. 2014. *Tugas Makalah*.

Pengertian, A., Jual Beli, dan Dasar Hukum. t.t. *BAB II JUAL BELI DALAM ISLAM*.

Rahayu, Sri Ulfa, Sahrudin Sahrudin, dan Sandrina Malakiano Ritonga. 2023. "Analisis Jual Beli dalam Perspektif

Islam." *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4(2):1171–79. doi:10.47467/elmujtama.v4i2.4841.

Ritonga, Raja, Putri Anisah Nasution, Rukiah Nst, Rina Riski, Maya Borotan, dan Arobiah Nasution. t.t. *Raja Ritonga, et.al Analisis Fiqh Islam Terhadap .... Izdihar: Jurnal Ekonomi Syariah ANALISIS FIQH ISLAM TERHADAP TRANSAKSI JUAL BELI YANG DILARANG*.

Salim, Munir. t.t. *JUAL BELI SECARA ONLINE MENURUT PANDANGAN HUKUM ISLAM*. Vol. 6.

Sari Npm, Daina, Ekonomi Syariah Fakultas, Ekonomi dan Bisnis Islam, Studi Kasus Pada Pedagang Ikan Asin Di Pasar Gayabaru, dan Kecamatan Seputih Surabaya Kabupaten Lampung Tengah. t.t. *SKRIPSI FAKTOR-FAKTOR YANG MENYEBABKAN TERJADINYA JUAL BELI GHARAR DALAM EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Pedagang Ikan Asin Di Pasar Gayabaru 1 Kecamatan Seputih Surabaya Kabupaten Lampung Tengah)*.

Sentosa NPM, Dino. t.t. *SKRIPSI TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP JUAL BELI SAYURAN DARI DISTRIBUTOR KEPADA AGEN (Studi Kasus di Pasar Pekalongan, Lampung Timur) Oleh*.

Shobirin, Oleh :. t.t. *JUAL BELI DALAM PANDANGAN ISLAM*.

Sulthonuddin, Bung Hijaj, dan Enceng Iip Syaripudin. 2023. "Aspek Sosiologis Dalam hukum Jual Beli." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)* 1(2):295–309. doi:10.37968/jhesy.v1i2.368.

Syariah, Studi Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Dan Bisnis, dan Iain Parepare. 2024a. *ANALISIS GHARAR DALAM AKAD TRANSAKSI SEMANGKA (STUDI KASUS DI DESA PADANG LOANG KABUPATEN PINRANG)*.

Syariah, Studi Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Dan Bisnis, dan Iain Parepare. 2024b. *ANALISIS GHARAR DALAM AKAD TRANSAKSI SEMANGKA (STUDI KASUS DI DESA PADANG LOANG KABUPATEN PINRANG)*.

Ulum, Misbahul. 2020. "Prinsip-Prinsip Jual Beli Online dalam Islam dan Penerapannya pada e-Commerce Islam di Indonesia." *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis* 17(1). doi:10.34001/jdeb.v17i1.1115.

Wilayah, Kopertais, dan Iii D. Yogyakarta. 2022. "Mukaddimah: Jurnal Studi Islam LARANGAN JUAL BELI GHARAR: Kajian Hadist Ekonomi Tematis Bisnis Di Era Digital." 7(1).

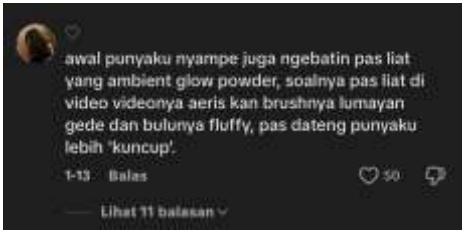
Yufdina, Dina. t.t. *SKRIPSI IMPLEMENTASI KHIYAR PADA PRAKTIK JUAL BELI ONLINE DITINJAU DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi pada Toko Baju Diga House Banda Aceh) PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH 2023 M/1444 H Disusun Oleh*.

LAMPIRAN





Lampiran 1 : Unggahan keluhan pembeli pada akun tiktok @ranupani dan @piahh



Lampiran 2 : komen keluhan pembeli akun tiktok @♡


AERIS

Dear Aeris Community,


AERIS

T&C RETURN & REFUND OR KEEP & GET A REPLACEMENT

Lampiran 3 : Isi Klarifikasi *Aerish Beaute*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama	: Edelma Indah Cantika Romadhani
Tempat, Tanggal Lahir	: Semarang, 29 Agustus 2002
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Status	: Belum Kawin
Alamat	: Cluster Aurora Garden Blok 3B No. 9, BSB Village Semarang
Nomor *Handphone*	: 085700927018
E-mail	: edelmaicr29@gmail.com

B. Data Pendidikan

1. Pendidikan Formal
   a. 2008-2014 SDN Ngadirgo 03
   b. 2014-2017 SMPN 18 Semarang
   c. 2017-2020 SMAN 6 Semarang
   d. 2021- Sekarang UIN Walisongo Semarang

C. Pengalaman Organisasi

1. Himpunan Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Walisongo Semarang
2. Forum Kajian Hukum Mahasiswa UIN Walisongo Semarang
3. Senat Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Uin Walisongo Semarang

D. Pengalaman Magang
   1. Magang di Pengadilan Agama Semarang
   2. Magang di Pengadilan Agama Purwodadi
   3. Magang di Pengadilan Negeri Purwodadi
   4. Magang di Kantor Hukum Obaja Budiman dan Rekan (Advokat, Kurator, dan Pengurus)

Semarang, 11 Juni 2025

Edelma Indah Cantika Romadhani
2102036148