

SKRIPSI

**PRAKTIK JUAL BELI KOSMETIK SISTEM *SHARE IN JAR* DI
TOKO GIGISHOP SKINCARE PINRANG PERSPEKTIF
*MAQASHID AL-SYARIAH***



OLEH

**RISDAYANTI
18.2200.003**

PAREPARE

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2023

**PRAKTIK JUAL BELI KOSMETIK SISTEM *SHARE IN JAR* DI
TOKO GIGISHOP SKINCARE PINRANG PERSPEKTIF
*MAQASHID AL-SYARIAH***



OLEH

**RISDAYANTI
18.2200.003**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.) pada
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2023

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Praktik Jual Beli Kosmetik Sistem *Share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang Perspektif *Maqashid Al-Syariah*

Nama Mahasiswa : Ridayanti

Nomor Induk Mahasiswa : 18.2200.003

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

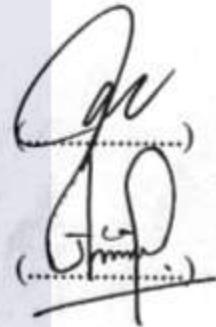
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Dekan FAKSHI IAIN Parepare Nomor 40 Tahun 2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Fikri, S.Ag., M.HI.
NIP : 197401102006041008

PembimbingPendamping : Dr. M. Ali Rusdi ,S.Th.I, M.HI
NIP : 19870418 201503 1 002



Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam



Dr. Rahmawati, M.Ag.
NIP. 19760901 200604 2 001

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Praktik Jual Beli Kosmetik Sistem *Share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang Perspektif *Maqashid Al-Syariah*

Nama Mahasiswa : Ridayanti

Nomor Induk Mahasiswa : 18.2200.003

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Dekan FAKSHI IAIN Parepare Nomor 40 Tahun 2022

Tanggal Kelulusan : 13 Februari 2023

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Fikri, S.Ag., M.HI.	(Ketua)	(.....)
Dr. M. Ali Rusdi, S.Th.I, M.HI.	(Sekretaris)	(.....)
Dr. Aris, S.Ag., M.HI	(Anggota)	(.....)
Dr. Rahmawati, M.Ag	(Anggota)	(.....)

Mengetahui:

Dr. Rahmawati, M.Ag.
Dekan,
Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam



Dr. Rahmawati, M.Ag.
NIP. 19760901 200604 2 001

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur atas kehadiran Allah swt. yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Praktik Jual Beli Kosmetik Sistem *Share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang Perspektif *Maqashid al-syariah*” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam (FAKSHI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi besar Baginda Rasulullah Muhammad saw.

Teristimewa penulis menghanturkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua tercinta Ayahanda Kahar dan Ibunda Kasma yang tiada putusnya selalu memotivasi, memberikan dukungan dan mendoakan sehingga penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari bapak Dr. Fikri, S.Ag., M.HI. selaku pembimbing utama dan bapak Dr. M. Ali Rusdi, S.Th.I, M.HI. selaku pembimbing pendamping yang senantiasa bersedia memberikan bantuan dan bimbingan serta meluangkan waktunya, penulis mengucapkan banyak terima kasih yang setulusnya untuk keduanya.

Selanjutnya, peneliti juga menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Hannani, M.Ag. selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola lembaga pendidikan di IAIN Parepare dan menyediakan fasilitas sehingga penulis dapat menyelesaikan studi sebagaimana yang telah di harapkan.

2. Dr. Rahmawati, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam beserta sekretaris, ketua prodi dan staf atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam.
3. Rustam Magun Pikahulan, M.H selaku ketua prodi Hukum Ekonomi Syariah atas masukan dan bimbingannya selama penulis di bangku perkuliahan hingga saat ini dan telah memberikan suasana pendidikan yang baik bagi seluruh mahasiswa prodi Hukum Ekonomi Syariah.
4. Bapak dan ibu dosen Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
5. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalin studi di IAIN Parepare terutama dalam penulisan skripsi ini.
6. Ade Pebriya selaku owner Gigishop Skincare Pinrang beserta seluruh informan di kota pinrang yang penulis tidak cantumkan namanya satu per satu terima kasih telah meluangkan waktunya untuk penulis dalam menggali informasi mengenai judul skripsi yang penulis susun.
7. Seluruh keluarga besar tersayang yang tidak bisa disebutkan satu per satu terima kasih banyak telah menyemangati, memberikan kasih sayang, doa, dukungan baik secara moral maupun finansial yang menjadi motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabatku tercinta dari SMK sampai sekarang yang selalu bersama meskipun beda kampus. Nurhikma Kusuma Jaya, S.AP yang selalu mendengarkan keluh kesahku dan selalu menyemangati.

9. Ucapan terima kasih yang tulus untuk sahabatku Rezky dan Tria Sulastri yang setia dari awal perkuliahan hingga akhir berjuang bersama, penyemangat terbaik, pendengar segala keluhan dan selalu siap direpotkan dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Kakak-kakakku tercinta Mila, Reski, Jum dan Bambang yang selalu memberikan nasehat, saran dan telah menjadi support system terbaikku..
11. Civi-Ciwiku tercinta ifta, tri, kiki, unna, angra, kak ijas, ana, eni, kak rahmadani, ugi, rahmat yang selalu memberikan support dan selalu menyemangati dalam pengurusan skripsi ini.
12. Seluruh teman-teman seperjuangan Hukum Ekonomi Syariah Angkatan 2018 yang memberi warna tersendiri pada alur kehidupan penulis selama studi di IAIN Parepare.

Peneliti tak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Sebagai manusia biasa tentunya tidak luput dari kesalahan termasuk dalam penyelesaian skripsi ini, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan selanjutnya.

Parepare, 29 Juli 2023
Penulis.



Risdianti
NIM: 18.2200.003

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Risdianti
Nim : 18.2200.003
Tempat/Tanggal Lahir : Pinrang, 03 Desember 2000
Fakultas : Syariah Dan Ilmu Hukum Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Praktik Jual Beli Kosmetik Sistem *Share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang Perspektif *Maqashid Al-Syariah*

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karena batal demi hukum.

Parepare, 29 Juli 2023
Penulis


Risdianti
18.2200.003

ABSTRAK

Risdayanti, “Praktik Jual Beli Kosmetik Sistem Share in jar di Toko Gigishop Skincare Pinrang Perspektif Maqashid Al-Syariah” (Dibimbing oleh Fikri dan M. Ali Rusdi)

Penelitian skripsi ini membahas mengenai praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* perspektif *maqāshid al-syarī'ah*. Penelitian ini terdiri dari dua permasalahan, yaitu: (1). Bagaimana praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang, (2) Bagaimana perspektif *maqāshid al-syarī'ah* terhadap praktik jual beli kosmetik dengan sistem *share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang perspektif *maqāshid al-syarī'ah*.

Jenis penelitian pada penelitian ini menggunakan penelitian studi lapangan dengan data deskriptif kualitatif serta menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan melakukan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi, sedangkan teknik dalam menganalisis data yaitu melibatkan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1). Praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* di toko Gigishop Skincare Pinrang termasuk dalam salah satu transaksi jual beli mengandung ketidakjelasan (*gharar*) disebabkan objek yang diperjualbelikan oleh penjual dan pembeli tidak jelas mengenai informasi produk pada kemasan seperti tanggal kadaluwarsa, tanggal produksi, nomor BPOM dan cara penggunaan kosmetik. (2) Perspektif *maqāshid al-syarī'ah* terhadap transaksi jual beli kosmetik sistem *share in jar* di toko gigishop skincare pinrang berperan penting terhadap *maqāshid al-syarī'ah* yaitu perlindungan terhadap harta (*ḥifz al-māl*) yang memberikan kemaslahatan kepada konsumen terhadap harta dalam transaksi jual beli produk kosmetik serta mengurangi kerugian besar pada konsumen apabila produk yang dibeli tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan.

Kata Kunci: Jual beli, Kosmetik, *Share in jar*.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiv
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Tinjauan Penelitian Relevan	7
B. Tinjauan Teoretis	9
1. Teori jual beli	9
2. Teori perlindungan Konsumen.....	24
3. Teori <i>Maqashid al-syariah</i>	29
C. Kerangka Konseptual	37
D. Kerangka Pikir	39

III. METODE PENELITIAN.....	40
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	40
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
C. Fokus Penelitian	41
D. Jenis dan Sumber Data	41
E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data	42
F. Uji Keabsahan Data.....	44
G. Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Praktik Jual beli kosmetik dengan sistem <i>Share in jar</i> di Toko Gigishop Skincare Pinrang.....	47
B. Perspektif <i>Maqashid Al-Syariah</i> terhadap Praktik jual beli kosmetik dengan sistem <i>share in jar</i> di Toko Gigishop Skincare Pinrang	61
BAB V PENUTUP.....	72
A. Simpulan	72
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	I
LAMPIRAN	V

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Pikir	39
4.1	Data Wawancara	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Wawancara
Lampiran 2	Keterangan Wawancara
Lampiran 3	Surat Permohonan Izin Penelitian Dari Kampus
Lampiran 4	Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Pemerintah
Lampiran 5	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian dari pemerintah
Lampiran 6	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian dari Toko Gigishop <i>Skincare</i> Pinrang
Lampiran 7	Dokumentasi
Lampiran 8	Biografi Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Transliterasi

1. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya kedalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	T	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	shad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas

غ	gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Q
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	wau	W	We
هـ	ha	H	Ha
ء	hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

2. Vokal

Vocal bahasa Arab, seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri atas vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong. Vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>Fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>Dammah</i>	U	U

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
آ	<i>fathahdanyá'</i>	A	a dan i
أ	<i>fathahdan wau</i>	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *haulā*

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
آ ا	<i>fathahdanalif dan yá'</i>	Ā	a dan garis di atas
إ	<i>kasrahdanyá'</i>	Î	i dan garis di atas
أ	<i>Dammahdanwau</i>	Û	u dan garis di atas

Contoh :

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamûtu*

4. Tā' Marbutah

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

1. *tā'* *marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t].
2. *tāmarbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tāmarbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-*serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tāmarbūtah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (*h*).

Contoh :

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ	:	<i>raudah al-jannah</i> atau <i>raudatuljannah</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	:	<i>al-madīnah al-fādilah</i> atau <i>al-madīnatulfādilah</i>
الْحِكْمَةُ	:	<i>al-hikmah</i>

5. *Syaddah* (*Tasydid*)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid*(ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan) yang diberi tandas *syaddah*.

Contoh :

رَبَّنَا	:	<i>rabbānā</i>
نَجِينَا	:	<i>najjainā</i>
الْحَقُّ	:	<i>al-haqq</i>
نُعَمُّ	:	<i>nu'ima</i>
عُدُوُّ	:	<i>'aduwwun</i>

Jika huruf ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah*(ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi (î).

عَلِيٌّ	:	'Ali (bukan 'Aliyyata atau 'Aly)
---------	---	----------------------------------

عَرَبِيٌّ :Arabi (bukan ‘Arabiyyatau ‘Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik Ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh :

الشَّمْسُ	:	<i>al-syamsu</i> (bukanasy-syamsu)
الزَّلْزَلَةُ	:	<i>al-zalزالah</i> (bukanaz-zalزالah)
الْفَلْسَفَةُ	:	<i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	:	<i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh :

تَأْمُرُونَ	:	<i>ta’muruna</i>
النَّوْعُ	:	<i>al-nau’</i>
شَيْءٌ	:	<i>syai’un</i>
أُمِرْتُ	:	<i>umirtu</i>

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dilakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat

yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian kosa kata Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh :

Fīzilāl al-qur'an

Al-Sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafzālā bi khusus al-sabab

9. Lafz al-jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jar* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudafilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh :

دِينُ اللَّهِ : *dīnullah*

بِاللَّهِ : *billah*

Adapun *ta' marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh :

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fīrahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf capital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenal ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal namadiri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata

sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wamā Muhammadunillārasūl

Inna awwalabaitinwudi'alinnasilalladhī bi Bakkatamubārakan

Syahruramadan al-ladhīunzilafih al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Al-Gazali

Al-Munqizmin al-Dalal

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar Pustaka atau daftar referensi. Contoh :

Abu al-Wafid Muhammad ibn Rusyd, ditulismenjadi: IbnuRusyd, Abu al-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abu al-Walid Muhammad Ibnu)

Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi: Abu Zaid, Nasr Hamid (bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah :

swt.	:	<i>subhānahūwata'āla</i>
saw.	:	<i>shallallāhu 'alaihiwasallam</i>
a.s.	:	<i>'alaihi al-sallām</i>
H	:	Hijrah
M	:	Masehi
SM	:	Sebelum Masehi

- l. : Lahir tahun (untuk tahun yang masih hidup saja)
 w. : Wafattahun
 QS/.....: 4 : QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat 4
 HR : Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referens perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ص=صفحه
 بدون مكان = دم
 صلى الله عليه وسلم = صلعم
 طبعة = ط
 بدون ناشر = دن
 إلى آخرها/آخره = الخ
 جزء = ج

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata "editor" berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : "Dan lain-lain" atau "dan kawan-kawan" (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. ("dan kawan-kawan") yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama pengarangnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau

ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab
No. : biasanya digunakan kata juz.
Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah
berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Syariat Islam hadir untuk mengajarkan kemuliaan serta menganjurkan kepada seluruh pemeluknya, agama Islam datang dengan tujuan menyempurnakan segala bentuk kebaikan dan mengurangi segala bentuk yang membawa keburukan. Salah satu bentuk akhlak dan kepribadian yang diajarkan Islam adalah sifat tidak bergantung kepada orang lain sehingga kebutuhan hidupnya dapat terpenuhi dari hasil keringat sendiri.¹

Agama Islam yang merupakan agama yang universal senantiasa memberikan petunjuk atau pedoman bagi para pemeluknya dalam menangani berbagai aspek kehidupan seperti yang berkaitan dengan masalah ibadah, akhlak serta kegiatan sehari-hari yang dikenal dengan istilah muamalah. Secara istilah arti dari kata muamalah dibagi menjadi dua kategori: pertama, muamalah dalam arti luas yang mengacu pada semua aturan Allah swt. yang harus ditaati dan kedua, muamalah dalam arti sempit yang mengatur interaksi antara sesama manusia salah satunya transaksi jual beli.²

Usaha perdagangan atau biasa dikenal dengan istilah transaksi jual beli merupakan salah satu cara dalam memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari, maka seseorang yang akan melakukan jual beli harus memiliki hubungan timbal balik agar suatu transaksi dapat berlangsung. Transaksi jual beli merupakan suatu kegiatan perdagangan yang dilakukan dengan cara menukar barang dengan barang, uang

¹Muhammad Arifin Bin Badri, *Panduan Praktik Fikih Perniagaan Islam* (Jakarta: Darulhaq, 2018),h.1.

²Harisah, 'Konsep Islam Tentang Keadilan Dalam Muamalah', *Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam*, 3.2 (2020), 117.

dengan barang ataupun kegiatan menukarkan sesuatu kepada pihak lain dengan melakukan pertukaran dengan penuh sukarela.³

Seiring perkembangan zaman dikalangan masyarakat terutama wanita tentunya sangat ingin tampil menarik untuk menunjang penampilan agar lebih percaya diri. Hal tersebut adalah sesuatu yang wajar sehingga banyak orang yang rela mengeluarkan uang untuk ke salon, klinik kecantikan, dan membeli kosmetik baik produk lokal maupun import hanya untuk mempercantik dirinya.

Produk kecantikan yang dikenal dengan kosmetik telah menjadi kebutuhan bagi wanita karena fungsinya lebih dari sekedar riasan wajah tetapi juga dapat digunakan untuk merawat wajah. Penggunaan kosmetik yang tepat dapat memberikan efek yang diinginkan pada kulit begitupun sebaliknya menggunakan kosmetik yang salah atau menggunakan produk dengan bahan berbahaya akan memberikan efek yang buruk pada kulit, maka diperlukan kehati-hatian para konsumen dalam memilih dan menyesuaikan jenis produk akan dibelinya serta memperhatikan segala informasi keterangan pada produk sebelum digunakan.

Perdagangan bebas seperti yang terjadi saat ini menyebabkan jumlah penjual kosmetik kecantikan yang beredar semakin meningkat karena tingginya permintaan konsumen akan kosmetik baik produk lokal maupun impor dengan berbagai merk, harga, dan kualitas. Namun faktanya kosmetik dipasaran hanya tersedia dalam kemasan besar dan tentunya dengan harga yang mahal yang mengakibatkan konsumen ragu untuk membelinya karena khawatir produk tersebut tidak cocok dengan kulitnya seperti kemerahan, iritasi atau alergi kulit.

³ Prilla Kurnia Ningsih, *Fiqh Muamalah* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2021), h. 91.

Banyaknya konsumen yang menggemari produk kosmetik dengan harga terjangkau menginspirasi para penjual kosmetik dengan menjual produk kosmetiknya dalam kemasan *share in jar*. Penggunaan istilah dari produk *share in jar* berarti produk kosmetik yang isinya telah dibagi (*share*) ke dalam (*in*) wadah/tempat (*jar*) dengan menggunakan kemasan yang lebih kecil kemudian kemasan kecil tersebut dipasarkan dengan harga yang lebih murah apabila dibandingkan harga produk pada kemasan aslinya. contohnya 100 ml serum wajah dibagi ke dalam lima wadah dengan isi 20 ml di setiap wadahnya

Penyebab konsumen membeli kosmetik dengan sistem *share in jar* yaitu dengan berbagai alasan termasuk keinginan mereka untuk mencoba produk kosmetik baru dan untuk menghemat uang karena harganya yang jauh lebih murah dibandingkan kemasan aslinya. Beberapa konsumen pengguna kosmetik *share in jar* mengatakan bahwa mereka senang membeli produk kosmetik dengan kemasan *share in jar* karena jika produk yang mereka beli tidak cocok mereka tidak akan mengalami kerugian yang banyak .

Seperti di Toko Gigishop Skincare Pinrang yang merupakan salah satu toko penjual kometik yang menjual produk kosmetiknya dalam bentuk *share in jar*. Pemilik toko tersebut melakukan promosi melalui media sosial sehingga konsumen dapat melakukan transaksi jual beli kosmetik secara *online* maupun *offline*. produk kosmetik yang dijual dalam bentuk *share in jar* seperti masker wajah, serum wajah, *moisturaizer* dan pembersih wajah. Merek kosmetik yang dijual dalam bentuk *share in jar* biasanya Brand dari luar negeri atau produk korea yang harganya relatif mahal seperti *Axis-y*, *Avoskin*, *Azrina Clay Mask*, *Bio Beauty Lab*, *Somebymi*, *Eileen Grace*, *Madagascar* dan berbagai merek lainnya.

Hal utama yang menyebabkan pemilik toko Gigishop Skincare Pinrang menjual produk kosmetiknya dalam bentuk *share in jar* karena tingginya minat konsumen terhadap produk yang sedang *trend*. Keinginan konsumen untuk mencoba produk baru tetapi ragu untuk membeli dengan harganya yang mahal dan khawatir apabila tidak cocok dapat mengalami kerugian besar, sehingga hal tersebut mendorong pemilik toko untuk melakukan *share in jar* kosmetik yang dijualnya agar memudahkan konsumen untuk mencoba kosmetik.

Adapun ukuran kosmetik *share in jar* yang diperjualbelikan bermacam-macam mulai dari 5 ml, 10 ml, 20 ml, 30 ml, 60 ml dan 100 ml. Wadah yang digunakan disesuaikan dengan bentuk produknya apabila produk dalam bentuk cair menggunakan kemasan botol dan produk dalam bentuk *cream* menggunakan kemasan *pot cream*. Dalam transaksi jual beli produk kosmetik kemasan *share in jar* di toko tersebut pelaku usaha tidak memberi label yang memuat informasi produk seperti tanggal kadaluwarsa, tanggal produksi, nomor BPOM dan cara penggunaan kosmetik, maka dengan permasalahan mengenai ketidakjelasan informasi produk akan berpotensi menimbulkan kerugian pada konsumen.

Kurangnya informasi yang terdapat pada kemasan produk kosmetik *share in jar* yang diperjualbelikan mengakibatkan kerugian kepada konsumen, maka dari hal tersebut menarik untuk dikaji lebih dalam mengenai praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* serta bagaimana perspektif *maqāshid al-syarī'ah* mengenai jual beli seperti ini dengan melakukan wawancara mendalam dan mengumpulkan fakta-fakta di lapangan.

B. Rumusan Masalah

Terdapat dua pokok permasalahan terkait praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang perspektif *maqāshid al-syarī'ah*, sub permasalahan antara sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik jual beli kosmetik dengan sistem *share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang?
2. Bagaimana perspektif *maqāshid al-syarī'ah* terhadap praktik jual beli kosmetik dengan sistem *share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, adapun beberapa tujuan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui praktik jual beli kosmetik dengan sistem *share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang.
2. Untuk mengetahui perspektif *maqāshid al-syarī'ah* terhadap praktik jual beli kosmetik dengan sistem *share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan serta pengetahuan terkait masalah jual beli kosmetik dengan sistem *share in jar* perspektif *maqāshid al-syarī'ah*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan para masyarakat khususnya terkait transaksi jual beli kosmetik dengan sistem *share in jar* sehingga para konsumen lebih berhati-hati dalam membeli produk kosmetik serta lebih memperhatikan segala informasi pada produk tersebut sebelum dibeli .



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian yang membahas mengenai praktik jual beli kosmetik dengan sistem *share in jar* bukanlah suatu penelitian yang pertama kali dilakukan tetapi telah ada peneliti terdahulu yang melakukan penelitian dengan objek yang sama, sehingga peneliti menemukan penelitian yang disusun oleh:

1. “Diah Ayu Retno Bidari dengan judul Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi *Share in jar* dalam Pemasaran Kosmetik (Studi Kasus Produk *Nature Republic Aloe Vera* di Khoyiir Store Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung), Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam strategi penjualan kosmetik dengan sistem *share in jar* pelaku usaha membeli produk dalam kemasan asli kemudian membagi ke dalam kemasan yang lebih kecil dengan harga yang lebih ekonomis, untuk meningkatkan volume penjualan maka pelaku usaha mempromosikan produknya melalui sosial media”.⁴

Berdasarkan penelitian tersebut dapat diketahui bahwa penelitian ini memiliki persamaan yaitu membahas mengenai kosmetik *share in jar*, Namun perbedaannya yaitu penelitian sebelumnya hanya berfokus kepada kesesuaian antara strategi pemasaran kosmetik secara *share in jar* dengan etika bisnis Islam sedangkan penelitian ini berfokus pada praktik jual beli kosmetik dengan sistem *share in jar* menurut *maqāshid al-syarī'ah*.

⁴Diah Ayu Retno Bidari, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Share in Jar Dalam Pemasaran Kosmetik (Studi Kasus Produk Nature Republic Aloe Vera Di Khoyiir Store Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung)" (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung, 2020).

2. “Adelia Wahyuningtyas dengan judul Analisis *Sad Al-Dhari’ah* dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 terhadap jual beli skincare *share in jar* di *online shop @Share_Skincarekendari*, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis *sad al-dhari’ah* dalam jual beli skincare dengan sistem *share in jar* tidak diperbolehkan meskipun memberikan kemaslahatan bagi konsumen, namun disisi lain mengandung *kemafsadatan* yaitu maniadakan label mengenai informasi produk serta tidak sesuai dengan undang-undang nomor 8 tahun 1999”.⁵

Berdasarkan penelitian di atas dapat diketahui bahwa penelitian yang dilakukan peneliti memiliki persamaan yang sama-sama membahas mengenai jual beli *share in jar*, namun yang membedakannya yaitu peneliti sebelumnya berfokus kepada analisis *sad al-dhari’ah* dan undang-undang nomor 8 tahun 1999 sedangkan penelitian ini berfokus kepada praktik jual beli kosmetik dengan sistem *share in jar* menurut *maqāshid al-syarī’ah*.

3. “Toufika Sura Mutiara dengan judul perlindungan konsumen terhadap kosmetik yang mengandung bahan berbahaya, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum konsumen pengguna kosmetik *cream* malam sudah memadai dengan dibentuknya peraturan untuk melindungi konsumen yaitu undang-undang nomor 8 tahun 1999, undang-undang No. 36 tahun 2009, PP No.72 tahun 1998 dan keputusan Badan Pengawas Obat dan Makanan No.

⁵Adelia Wahyuningtyas, "Analisis Sad Al-Dhari’ah Dan Uundang-Undang No.8 Tahun 1999 Terhadap Jual Beli Skincare Share in Jar Di Online Shop @share_skincarekendari" (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021).

HK.00.05.4.1745. Semua peraturan tersebut telah memadai namun pelaksanaannya belum maksimal”.⁶

Berdasarkan penelitian diatas dapat diketahui bahwa penelitian yang dilakukan peneliti memiliki persamaan yang membahas tentang perlindungan konsumen, namun yang menjadi perbedaan yaitu peneliti sebelumnya menggunakan jenis penelitian *sosio legal research* sedangkan peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang sifatnya deskriptif.

B. Tinjauan Teoretis

1. Teori Jual beli

a. Pengertian Jual beli

Jual beli menurut syara’ diartikan sebagai proses menukarkan sesuatu dengan sesuatu dengan cara yang telah ditentukan (akad), sedangkan secara bahasa transaksi jual beli adalah kegiatan tukar-menukar sesuatu dengan sesuatu. Secara *lughawi* yaitu saling tukar menukar, dalam bahasa arab dikenal dengan istilah *al-bai’* yang berarti bertukar. Jual beli merupakan suatu kegiatan pertukaran barang dengan barang yang lain dengan berbagai cara tertentu yang dilakukan menggunakan akad maupun tanpa adanya akad.⁷

Kegiatan yang terdapat pada konsep jual beli yaitu pertukaran benda antara kedua belah pihak dalam hal ini salah satu pihak menjual suatu barang dan pihak lainnya membeli barang tersebut sehingga adanya proses serah terima

⁶Toufika Sura Mutiara, “Perlindungan Konsumen Terhadap Kosmetik Yang Mengandung Bahan Berbahaya” (Universitas Muhammadiyah Magelang, 2019).

⁷Hidayatullah, *Fiqih* (Banjarmasin: Univesitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, 2019), h. 47.

suatu barang yang memiliki nilai secara hukum sebagai ganti atas pembayaran dari suatu harga tertentu.⁸

Menurut Ahmad Sarwat “Jual beli adalah menukar barang dengan barang atau menukar barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak kepemilikan dari yang satu kepalainnya atas dasar sukarela”.⁹ Menurut Sri Sudiarti “jual beli adalah suatu bentuk transaksi yang senantiasa dilakukan oleh masyarakat baik untuk memenuhi kebutuhan hidup maupun dengan tujuan investasi”.¹⁰

Adapun menurut ulama Mazhab pengertian jual beli yaitu:

1) Mazhab Hanafi

Jual beli merupakan suatu bentuk transaksi pertukaran harta dengan harta disertai dengan kerelaan antara kedua pihak yang akan melakukan transaksi.

2) Mazhab Maliki

Jual beli artinya akad *mu'awadhah* (saling bertukar) di luar konteks memberikan manfaat (sewa) dan di luar konteks *mut'ah* (kenikmatan). Makna dari penambahan kata di luar konteks dari memberikan manfaat (sewa) untuk memberikan batasan antara jual beli dengan praktik sewa menyewa sedangkan penambahan kata di luar konteks *mut'ah* untuk membatasi antara akad jual beli dengan akad dalam pernikahan.

3) Mazhab Syafi'i

Jual beli merupakan bentuk tukar menukar harta dengan harta lainnya dengan ketentuan tertentu, dalam pengertian lain jual beli merupakan proses

⁸ Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer* (Jakarta: Prenada Media Group, 2019), h. 63

⁹ Ahmad Sarwat, *Fiqh Jual Beli* (Jakarta: Rumah Fiqh Publishing, 2018), h. 5.

¹⁰ Sri Sudiarti, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018), h. 74.

perpindahan hak kepemilikan dengan melakukan pembayaran sesuai aturan dalam jual beli .

4) Mazhab Hambali

Jual beli merupakan bentuk tukar menukar harta dengan harta sehingga terjadi perpindahan hak kepemilikan barang.¹¹

Dari berbagai definisi yang telah dikemukakan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kegiatan jual beli merupakan transaksi proses pertukaran barang yang memiliki nilai dengan melakukan kesepakatan bersama antara kedua belah pihak dalam hal ini pembeli dengan penjual atas dasar sukarela antara keduanya.

b. Dasar Hukum Jual beli

Dalam agama Islam kegiatan bermuamalah memiliki peran yang sangat penting karena merupakan kegiatan pokok dalam kehidupan bermasyarakat. Muamalah sangat menentukan keberlangsungan hidup manusia dalam kehidupan bermasyarakat, salah satu bentuk muamalah adalah jual beli.¹² Jual beli sebagai sarana tolong menolong antar sesama umat manusia merupakan suatu transaksi yang diperbolehkan, hal tersebut dilandasi dari dalil –dalil yang terdapat dalam Al-Qur'an, al-hadits dan Ijma para ulama.

Adapun dasar hukum disyariatkannya jual beli dalam Islam yaitu:

1. Landasan Al-Qur'an

- a) Q.S. Al-Baqarah/2: 275.

¹¹ Rahmat Hidayat, *Pengantar Fikih Muamalah* (Medan: Universitas Islam Negeri Surabaya, 2020), h. 27-28.

¹² Panji Adam, *Fikih Muamalah Kontemporer* (Malang: Inteligensia Media, 2021), h. 26.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Terjemahnya:

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”. (QS. Al-Baqarah: 275).¹³

Maksud dari ayat di atas adalah bahwa kegiatan jual beli merupakan perbuatan yang halal untuk dilakukan sedangkan praktik riba merupakan perbuatan yang haram untuk dilakukan karena merupakan suatu perbuatan dosa besar, pada ayat tersebut Allah swt. menjelaskan keadaan para pemakan harta riba pada hari kiamat nanti karena mereka menyamakan jual beli dengan riba.

b) Q.S.An –Nisa/4: 29:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبِطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

¹³Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*(Bandung: Syamiil Quran, 2010), h.47.

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu”. (QS. An-Nisa ayat 29).¹⁴

Maksud dari ayat di atas adalah bahwa Allah swt. Melarang memakan harta sesama secara batil, yakni mendapatkan harta dengan cara yang tidak dibenarkan diantaranya riba, menipu, judi, menimbun barang untuk menaikkan harganya serta dengan cara riba.

2. Landasan As-Sunnah

Dari Rasulullah saw. bersabda:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِحٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ: أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَلًا: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ { رَوَاهُ الْبُزَّارُ وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ¹⁵

Artinya :

“Dari Rifa’ah ibnu Rifa’I bahwa Nabi SAW ditanya usaha apakah yang paling baik? Nabi menjawab: “Usaha seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur”.(HR. Al-Bazzar dan di shahihkan Al-Hakim).

Maksud dari ayat di atas adalah jual beli yang mabrur berarti setiap kegiatan jual beli yang dilakukan dengan penuh kejujuran tanpa adanya kedustaan. Dusta yang dimaksud dalam hal ini yaitu jual beli dengan menyamarkan atau menyembunyikan aib/keburukan barang yang diperjualbelikan dari penglihatan pembeli dan segala bentuk usaha yang dilakukan dengan tangan sendiri memiliki arti tertentu bahwa manusia berkewajiban melakukan sesuatu demi untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri, keluarga serta orang disekitarnya.

¹⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2000), h.84.

¹⁵Ahmad ibn Ali ibn Hajar al-Asqalani, *Bulughul Maram Min Adillatil Ahkam* , Terjemah Kahar Masyhur Buku 1 (Jakarta: Rineka Cipta, 1992).

3. Landasan Ijma'

Berdagang sebagai salah satu bentuk muamalah melalui sistem *barter* sudah ada sejak dahulu kala. Para ulama dari berbagai mazhab telah menyepakati bahwa transaksi jual beli itu sah oleh karena itu Islam memberikan legitimasi, larangan, dan aturan untuk memastikan tidak ada kezaliman atau kerugian pada salah satu pihak dalam transaksi jual beli.¹⁶

Para ulama sepakat hukum jual beli yang diperbolehkan. Dalam aspek sosial kemasyarakatan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya maka manusia tidak bisa terlepas dari . Oleh karena itu, jual beli yang benar dan sesuai dengan syariat diperbolehkan sehingga kehidupan manusia dapat berjalan dinamis dan memenuhi kebutuhannya.¹⁷

Berdasarkan landasan hukum tentang transaksi jual beli di atas maka dapat disimpulkan bahwa praktik jual beli merupakan suatu bentuk pekerjaan yang halal dan diperbolehkan untuk dilakukan karena hal tersebut dapat memudahkan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dan dilakukan sesuai dengan syariat islam sehingga kedua belah pihak tidak ada yang dirugikan.

c. Rukun dan syarat jual beli

Seluruh rukun serta syarat dalam jual beli harus dipenuhi agar jual beli dapat dipandang shahih. Jual beli sebagai perbuatan hukum yang memiliki akibat

¹⁶Imam Mustofa, *Kajian Fikih Kontemporer* (Yogyakarta: Idea Press, 2019), h.71.

¹⁷Pudjihardjo, Nur Faizin Muhith, *Fikih Muamalah Ekonomi Syariah* (Malang: UB Press, 2019), h. 26.

terjadinya peralihan hak atas suatu barang dari pihak penjual ke pihak pembeli maka harus memenuhi rukun dan syarat-syarat tertentu.¹⁸

Adapun beberapa rukun dan syarat sahnya jual beli yang harus dipenuhi oleh penjual dan pembeli dalam akad antara lain:

1) Rukun Jual beli

Adapun beberapa rukun jual beli menurut Jumhur ulama antara lain:

- a. Orang yang melakukan akad (penjual dan pembeli), masing-masing terdiri dari satu orang atau lebih. secara umum disyaratkan harus ahli dan mampu untuk melakukan akad serta memiliki kemampuan menjadi pengganti orang lain jika ia menjadi wakil..
- b. *Sighat* (Ijab dan Qabul), *ijab* adalah bentuk pernyataan kehendak oleh suatu pihak (muḥib) untuk melakukan sesuatu atau melakukan sesuatu sedangkan *qabul* adalah pernyataan menerima atau menyetujui kehendak muḥib tersebut oleh pihak lainnya (qabīl) sehingga *ijab* dan *qabul* ini harus ada dalam pelaksanaan suatu perikatan.¹⁹ *Sighat* dibagi menjadi dua antara lain:
 1. Perkataan atau apapun yang dapat menggantikannya seperti utusan atau tulisan. *Sighat* yang berupa perkataan merupakan setiap ucapan yang dikeluarkan menunjukkan adanya perpindahan hak kepemilikan atas barang. *Sighat* dari penjual disebut *ijab* seperti ucapan “saya jual benda ini” sedangkan *sighat* dari pembeli disebut *qabul* seperti ucapan “saya beli benda ini”.

¹⁸ Syaikh, *Fikih Muamalah Memahami Konsep Dan Dialektika Kontemporer* (Yogyakarta: K-Media, 2020), h. 51-52.

¹⁹ Muhammad Kamal Zubair, ‘Signifikasi Modifikasi Akad Dalam Transaksi Muamalah’, *Jurnal Muqtasid*, 1.2 (2010), h. 250.

2. Tanpa perkataan (*Al-Mu'atah*) yaitu proses jual beli barang dengan cara mengambil barang yang dijual dan memberikan uang tanpa perkataan yang dikeluarkan oleh pembeli seperti membeli barang yang sudah diketahui harganya kemudian si pembeli mengambil barang tersebut sekaligus membayarnya kepada penjual tanpa adanya perkataan.²⁰
 - c. *Ma'qud 'alaih* (barang atau jasa), yaitu benda-benda yang diakadkan dalam jual beli.²¹
- 2) Syarat jual beli
- a. Syarat orang yang melakukan akad (penjual dan pembeli)

Para ulama telah sepakat menetapkan bahwa dalam proses jual beli harus memenuhi syarat yang paling utama yaitu penjual dan pembeli telah memenuhi ahliyah agar dapat bertansaksi yaitu baligh dan berakal.

 1. Berakal, dalam istilah fiqh disebut '*aqil*' maksudnya kedua belah pihak yang akan melakukan transaksi jual beli harus waras atau bukan orang gila, sehingga transaksi jual beli yang dilakukan oleh salah satu pihak yang tidak sehat akalnya maka secara hukum syariah dianggap jual beli yang tidak sah..
 2. Baligh berarti telah sampai atau jelas makudnya anak-anak yang sudah sampai atau jelas baginya segala urusan atau persoalan yang akan dihadapi. Jual beli yang dilakukan oleh anak kecil yang belum baligh hukumnya tidak sah, kecuali yang diperjualbelikan hanyalah benda-

²⁰ Holilur Rohman, *Hukum Jual Beli Online* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020), h. 11-12.

²¹ Umi Hani, *Fiqh Muamalah* (Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, 2021), h. 44.

benda yang nilainya kecil, namun jika anak kecil hanya dtugaskan oleh orang tuanya untuk membeli barang maka para ulama memperbolehkannya .

3. Tidak harus beragama Islam, dalam hal ini para ulama menyepakati bahwa orang yang melakukan akad tidak harus orang muslim atau tidak berkaitan dengan permasalahan agama yang dianutnya , sehingga jual beli yang dilakukan oleh orang Islam dengan orang yang berbeda agama tetap dinyatakan boleh untuk dilakukan²²

b. Syarat *Sighat*

Adapun syarat terkait *sighat* (*Ijab* dan *qabul*):

1. *Ijab* dan *qabul* harus sesuai mengenai kadar, sifat, harga serta waktunya sehingga adanya kerelaan dan kemaslahatan antara kedua belah pihak yang akan melakukan jual beli.
2. *Ijab* dan *qabul* berada dalam satu majlis, maka tidak sah *ijab qabul* apabila terjeda lama sehingga menimbulkan anggapan mengenai adanya ketidaksepakatan antara kedua belah pihak. Hal ini dikembalikan pada kebiasaan masyarakat.
3. Kedua belah pihak yang akan melakukan jual beli saling mendengar *ijab* dan *qabul*.
4. Transaksi jual beli tidak perlu ada sanksi dan sah hukumnya.

c. Syarat Barang/jasa yang akan diperjualbelikan

Adapun beberapa syarat barang atau jasa yang dijual yaitu:

1. Suci

²² Ahmad Sarwat, h. 11-14.

Benda yang diperjualbelikan harus suci, jual beli benda najis atau mutanajjis yang dalam hal ini tidak bisa disucikan maka hukumnya tidak sah, akan tetapi pendapat tersebut tidak disepakati oleh sebagian ulama, ada ulama yang mengharamkan jual beli najis secara mutlak serta ada kalangan ulama yang memilah terlebih dahulu dengan alasan bermanfaat dan dibutuhkan.

2. Bermanfaat

Pada dasarnya benda yang tidak memberikan manfaat untuk diperjualbelikan hukumnya tidak sah akan tetapi apabila benda tersebut bermanfaat untuk kepentingan tertentu serta tidak melanggar syariat maka hukumnya sah.

3. Dimiliki penjual secara penuh

Jual beli hukumnya tidak sah apabila barang yang diperjualbelikan bukan milik si penjual, contohnya jual beli ikan di lautan atau burung yang ada di udara, maka jual beli hukumnya tidak sah apabila barang tersebut bukan milik penuh si penjual kecuali menjadi wakil atau wali.

4. Bisa diserahkan

Meskipun benda yang akan diperjualbelikan milik si penjual akan tetapi tidak bisa diserahkan maka hukumnya tidak sah, contohnya jual beli motor yang masih menjadi jaminan hutang dan sulit diberikan.

5. Harus diketahui keberadaannya

Benda yang akan diperjualbelikan harus diketahui secara jelas keberadaannya sehingga tidak menimbulkan permasalahan di waktu yang akan datang, maka benda yang tidak jelas keberadaannya untuk diperjualbelikan hukumnya tidak sah²³

d. Macam-macam jual beli

Jual beli apabila di lihat dari berbagai segi yakni segi objek maupun subjek jual beli yaitu:

1. Berdasarkan dari sisi benda yang dijadikan sebagai objek jual beli diantaranya:
 - a. Jual beli benda yang terlihat , yaitu benda atau barang yang akan diperjualbelikan oleh penjual kepada pembeli berada dihadapan kedua belah pihak pada saat akad jual beli.
 - b. Jual beli yang menyebutkan sifat barang dalam perjanjian, yaitu transaksi jual beli salam (pesanan) yang pembayarannya dilakukan secara tidak tunai atau jual beli yang pembayarannya kontan seperti jual beli *online*.
 - c. Jual beli benda yang tidak kelihatan atau benda yang tidak ada, yaitu salah satu bentuk jual beli yang dilarang oleh Islam karena dikhawatirkan barang yang hendak diperjualbelikan tersebut diperoleh dari hasil curian atau barang titipan sehingga mengakibatkan kerugian antara salah satu pihak.

²³ Holilur Rohman, h. 13-16.

2. Berdasarkan dari segi pelaku akad (subjek) jual beli diantaranya:
- a. Akad jual beli yang dilakukan secara lisan, yaitu akad jual beli yang umumnya dilakukan oleh kebanyakan masyarakat, akad yang dilakukan oleh orang bisu dapat diganti dengan gerakan isyarat yang dapat menunjukkan maksud dan keinginan yang dipandang dalam akad bukan berupa perkataan maupun pernyataan.
 - b. Akad jual beli yang dilakukan secara tidak langsung melalui perantara, diwakilkan atau surat-menyurat yaitu transaksi jual beli yang dilakukan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli secara tidak langsung atau tidak bertemu dalam satu majlis akad tetapi melalui perantara seperti JNE, J&T, TIKI dan jasa pengiriman lainnya.
 - c. Jual beli dengan tindakan atau *mu'athah*, yaitu jual beli dimana pembeli mengambil dan menyerahkan barang tanpa adanya ijab dan qabul, seperti halnya seseorang yang membeli barang yang sudah tertera harganya dan kemudian memberikan uang pembayarannya kepada penjual, seperti transaksi jual beli di *supermarket*.²⁴
 - e. Jual beli yang dilarang
Jual beli yang dilarang yaitu jual beli yang tidak memenuhi syarat dan rukun jual beli sehingga merugikan salah satu pihak diantaranya di larang sebab Ahliyah (Ahli akad), di larang sebab *sighat* dan jual beli yang dilarang sebab *Ma'qud alaih*

²⁴ Ahmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori Dan Praktik)* (Malang: UIN Maliki Press, 2018), h.36-37.

1. Terlarang sebab Ahliah (Ahli akad)

Transaksi jual beli dapat dipandang shahih apabila kedua belah pihak yang akan melakukan akad telah baligh dan berakal. Adapun kategori jual beli yang dipandang tidak sah antara lain:

a. Jual beli orang gila

Jual beli orang gila yang dimaksud yaitu jual beli yang dilakukan orang yang memiliki gangguan jiwa dan hukumnya dipandang tidak sah begitu pula dengan orang yang sedang mabuk karena dianggap tidak berakal atau tidak sadar.

b. Jual beli anak kecil

Jual beli yang maksudnya yaitu suatu bentuk transaksi yang dilakukan oleh anak kecil yang dianggap belum baligh sehingga hukumnya tidak sah kecuali barang yang nilainya sedikit.

c. Jual beli orang buta

Menurut jumhur ulama, transaksi jual beli yang dilakukan oleh orang yang buta tanpa diterangkan sifat barang yang akan diperjualbelikan hukumnya tidak sah karena tidak bisa membedakan yang baik dengan yang buruk bahkan menurut pendapat ulama syafi'iyah meskipun diterangkan sifatnya tetap hukumnya tidak sah.

d. Jual beli fudhul

Suatu bentuk transaksi jual beli barang milik orang lain tanpa seizin dari pemiliknya maka hukumnya dipandang tidak sah karena dianggap mengambil hak orang lain (mencuri) itulah yang disebut jual beli fudhul.

e. Jual beli yang dilakukan dengan terpaksa

Jual beli yang dilakukan dengan paksaan yakni jual beli tanpa seizin pemiliknya tidak sah karena tidak ada keridhaan ketika terjadi akad.

2) Terlarang sebab *Sighat*

Jual beli yang didasarkan pada keridhaan antara kedua belah pihak, ada kesesuaian antara ijab dan qabul dan berada dala satu majlis. Adapun jual beli yang tidak memenuhi ketentuan tersebut dipandang tidak sah diantaranya sebagai berikut:

a. Jual beli *mu'athah*

Jual beli *mu'athah* merupakan bentuk transaksi jual beli dengan cara serah terima uang dan barang tanpa mengucapkan ijab dan qabul antara kedua belah pihak yang berakad, jual beli ini dianggap tidak sah karena tidak memenuhi syarat dan rukun jual beli.²⁵

b. Jual beli melalui surat atau utusan

Jual beli melalui surat atau utusan hukumnya dianggap sah, tempat berakad adalah sampainya utusan dari *aqid* pertama kepada *aqid* kedua, apabila surat tidak sampai kepada yang dimaksud maka dipandang tidak sah.

c. Jual beli barang yang tidak ada ditempat

Jual beli barang yang tidak berada ditempat hukumnya tidak sah karena tidaksesuai dengan syarat terjadinya akad.

²⁵ Lukman Hamdani, 'Kontrak Jual Beli Di Era Kontemporer', *Jurnal Ekonomi Syariah*, 3.2 (2019), h. 107.

3) Terlarang sebab *Ma'qud Alaih* (Barang yang diperjualbelikan)

Kegiatan jual beli dianggap sah apabila *Ma'qud Alaih* adalah barang yang memberikan manfaat, dapat diserahkan kepada pembeli, dapat dilihat oleh orang yang berakad, milik penuh si penjual dan tidak dilarang oleh syara'. Adapun jual beli yang tidak memenuhi ketentuan tersebut dipandang tidak sah diantaranya sebagai berikut:

a. Jual beli benda yang tidak ada

Seluruh jumbuh ulama sepakat mengenai keberadaan benda yang diperjualbelikan harus jelas keberadaannya, maka jual beli benda yang tidak ada atau dikhawatirkan tidak ada maka hukumnya tidak diperbolehkan.

b. Jual beli barang yang tidak dapat diserahkan

Semua benda yang diperjualbelikan harus diserahkan kepada pembeli, maka segala bentuk jual beli barang yang tidak dapat diserahkan oleh penjual hukumnya tidak sah.²⁶

c. Jual beli gharar

Definisi dari jual beli gharar diartikan sebagai proses jual beli antara penjual dan pembeli tetapi mengandung unsur ketidakpastian atau tanpa kejelasan yang mengakibatkan adanya pihak lain yang dirugikan.²⁷ Pada hakikatnya jual beli yang mengandung unsur ketidakpastian (gharar) akan merugikan pihak yang melakukan akad karena sesuatu yang merugikan awalnya disembunyikan seperti kurangnya informasi produk

²⁶ Ahmad Fauzi, 'Jual Beli Pakaian Bekas Dalam Perspektif Fikih Muamalah Iqtishodiyah', *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4.2 (2019), h. 253-259.

²⁷ Muhammad Abdul Wahab, *Gharar Dalam Transaksi Modern* (Jakarta: Rumah Fiqh Publishing, 2019), h. 14.

yang dijual pada mereka yang melakukan transaksi maka jual beli seperti itu tidak diperbolehkan.²⁸

Adapun hubungan teori jual beli dengan Praktik Jual beli kosmetik sistem *share in jar* di Toko Gigishop skincare pinrang perspektif *maqashid al-syariah* yaitu mengandung unsur gharar dalam jual beli karena produk kosmetik yang diperjualbelikan di toko tersebut tidak mencantumkan informasi yang jelas sehingga mengandung ketidakjelasan dan dapat menyebabkan kerugian pada konsumen.

2. Teori Perlindungan Konsumen

a. Pengertian Perlindungan konsumen

Perlindungan konsumen merupakan bentuk perlindungan hukum untuk memberikan jaminan kepastian hukum dengan tujuan melindungi konsumen dari hal yang dapat merugikannya. Secara istilah hukum perlindungan konsumen dengan hukum konsumen adalah suatu istilah yang seringkali disamakan artinya, ada yang mengatakan hukum konsumen merupakan hukum perlindungan konsumen namun ada yang membedakannya dengan baik mengenai substansi serta penekanan pada ruang lingkupnya berbeda.

Hukum perlindungan konsumen atau hukum konsumen dapat diartikan sebagai semua peraturan yang terdapat dalam undang-undang yang memberikan aturan mengenai segala hak dan tanggung jawab pelaku usaha maupun konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan. Beberapa ahli menyatakan bahwa hukum konsumen merupakan bagian bidang hukum ekonomi. Pendapat tersebut

²⁸ Aksamawanti, 'Gharar: Hakikat Dan Pengaruhnya Terhadap Akad', *Jurnal Studi Al-Qur'an dan Hukum*, 5.1 (2019), h. 46.

dibenarkan mengingat hukum konsumen mengatur masalah yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan barang dan jasa.²⁹

Menurut Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menyebutkan pengertian perlindungan konsumen dalam butir 1 “ Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen”, sedangkan dalam butir 2 mengartikan konsumen sebagai setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan.³⁰

Kurangnya informasi yang jelas menyebabkan konsumen sering menghadapi masalah ketidakjelasan atau kurangnya pemahaman tentang manfaat, penggunaan, atau penggunaan barang atau jasa yang diperdagangkan. Selain itu konsumen memiliki posisi yang sangat lemah dibandingkan dengan pelaku usaha sehingga diperlukan upaya pemberdayaan konsumen. Namun, hal ini sulit diwujudkan jika pelaku usaha diharapkan menyadarinya karena sebagian pelaku usaha menjalankan usahanya sesuai dengan prinsip ekonomi, seperti menghasilkan uang banyak dengan modal yang sedikit.³¹

b. Perbuatan terlarang bagi pelaku usaha

Pasal 8

1) Pelaku usaha dilarang untuk memproduksi serta memperjualbelikan barang atau jasa yang:

a) Standar yang menjadi persyaratan tidak sesuai serta tidak memenuhi

²⁹ Anis Mashdurohatun, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teori Dan Praktik)* (Semarang: Unissula Press, 2019, h. 8-9).

³⁰ Pasal 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

³¹ Abdul Atsar, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), h. 11.

ketentuan dalam peraturan perundang-undangan;

- b) Hitungan yang tertera pada label atau etiket barang tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah barang.
- c) Ukuran mengenai takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan tidak sesuai dengan ukuran yang sebenarnya;
- d) Mengenai kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran tidak sesuai dengan yang dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e) Mengenai tingkatan, mutu, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, serta penggunaan tertentu sebagaimana yang tertera dalam label atau informasi barang dan/atau jasa yang diperjualbelikan tidak sesuai dengan yang sebenarnya;
- f) Janji barang yang dinyatakan pada label kemasan, etiket keterangan, promosi, iklan yang dipasarkan tidak sesuai dengan barang atau jasa tersebut;
- g) Tidak ada keterangan yang tercantum seperti tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu pada kemasan produk sehingga dapat merugikan konsumen;
- h) Tidak sesuai dengan pernyataan "halal" yang tercantum pada label produk karena tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal;
- i) Tidak memberikan label berupa informasi atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang

menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;

- j) Keterangan berupa informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang tidak dicantumkan dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
 - 2) Larangan bagi pelaku usaha untuk memperjualbelikan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa adanya informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
 - 3) Larangan bagi pelaku usaha yang memperjualbelikan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
 - 4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.³²
- c. Asas-asas perlindungan konsumen

Salah satu bentuk upaya perlindungan konsumen yang terdapat di Indonesia didasarkan pada asas yang telah diyakini dapat memberikan arahan dan implementasinya pada tataran praktik. Sebagaimana yang terdapat dalam pasal 2 UUPK menetapkan bahwa perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum yang dikemukakan sebagai berikut:

1. Asas manfaat diartikan dengan tujuan mengamankan bahwa segala bentuk upaya dalam menengakkan perlindungan konsumen harus dapat

³² Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

- memberikan manfaat yang besar untuk kepentingan bersama baik untuk konsumen maupun pelaku usaha .
2. Asas keadilan diartikan bahwa segala partisipasi masyarakat dapat diwujudkan secara maksimal sehingga konsumen dan pelaku usaha dapat melaksanakan kewajibannya serta memperoleh haknya secara adil.
 3. Asas keseimbangan diartikan adanya keseimbangan atau hubungan timbal balik dalam menetapkan hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha.
 4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen diartikan bahwa dalam proses penggunaan, pemakaian serta pemanfaatan barang atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan harus menjamin keamanan serta keselamatan konsumen.
 5. Asas kepastian hukum diartikan agar pelaku usaha dan konsumen dapat menaati hukum sehingga memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen serta negara menjamin kepastian hukum.³³

Berdasarkan asas-asas tersebut terdapat komitmen untuk mewujudkan tujuan dari perlindungan konsumen antara lain:

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan serta kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya.
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan berbagai cara salah satunya menghindari akses negatif pemakaian barang atau jasa.
- 3) memberdayakan konsumen dalam memilih, menentukan serta menuntut haknya sebagai konsumen.

³³ Hulman Panjaitan, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Jala Permata Aksara, 2021), h. 87-89.

- 4) Terwujudnya sistem perlindungan konsumen yang didalamnya terdapat kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses mendapatkan informasi.
- 5) Menyadarkan pelaku usaha tentang pentingnya perlindungan konsumen sehingga menumbuhkan sikap jujur dan penuh tanggungjawab dalam kegiatan usahanya.
- 6) Peningkatan kualitas terhadap barang atau jasa demi kelangsungan usaha produksi barang atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan serta keselamatan konsumen.³⁴

Adapun hubungan teori perlindungan konsumen dengan praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* di Toko Gigishop skincare pinrang perspektif maqāshid al-syarī'ah yaitu dalam praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang tidak mencantumkan label informasi produk pada kemasannya sehingga hal ini termasuk dalam Pasal 8 perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

3. Teori *maqāshid al-syarī'ah*

a. Pengertian *maqāshid al-syarī'ah*

Maqāshid al-syarī'ah merupakan kata majemuk yang terdiri dari dua kata yaitu *maqāshid* dan *syarī'ah*. Kata *maqāshid* merupakan bentuk jamak dari kata *maqṣad*, *qasḍ*, *maqṣid* atau *qusud* yang merupakan induksi dari kata kerja *qaṣada-* *yaqṣidu* yang memiliki arti dan makna yang berbeda-beda diantaranya menuju suatu arah, tujuan, pertengahan, adil, jalan lurus dan tidak melampaui

³⁴ Abdul Halim Barkatullah, *Hak- Hak Konsumen* (Bandung: Nusamedia, 2019), h. 26.

batas. Sedangkan kata *syarī'ah* secara etimologis yaitu jalan menuju sumber air, namun bisa juga berarti jalan menuju sumber kehidupan. *Maqāshid al-syarī'ah* mengandung arti maksud dan tujuan Allah swt. dan Rasul-Nya dalam penciptaan hukum.

Menurut 'Alal al-Fasi "*maqāshid al-syarī'ah* sebagai tujuan yang dikehendaki syara' dan rahasia-rahasia yang ditetapkan syari' pada setiap hukum sehingga dapat dikatakan bahwa yang dimaksud dengan *maqāshid al-syarī'ah* adalah tujuan Allah sebagai pembuat hukum yang menetapkan suatu hukum untuk umatnya".³⁵

Menurut Izzuddin bin Abd al-salam makna "*maqāshid al-syarī'ah* adalah suatu kebijaksanaan yang dipelihara oleh syari' pada semua penetapan hukum atau sebagian besarnya sekalipun tidak dikhususkan untuk memeliharanya pada setiap jenis hukum".³⁶

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *maqāshid al-syarī'ah* adalah tujuan yang telah ditetapkan Allah swt. untuk mewujudkan kebaikan dan menghindari keburukan atau mendatangkan kemaslahatan dan menolak kemudharatan.

b. Pembagian *Maqāshid al-syarī'ah*

Secara umum *maqāshid al-syarī'ah* dapat dikelompokkan menjadi dua kategori yaitu , pertama yang memiliki kaitan dengan tujuan *syarī'ah* (Tuhan) dan kedua yang memiliki kaitan dengan tujuan para mukallaf (orang yang telah mampu bertindak hukum).

³⁵ Ahmad Jalili, 'Teori Maqashid Al-Syariah Dalam Hukum Islam', *Jurnal Syariah Dan Hukum*, 3.2 (2021), h. 73.

³⁶ Moh. Alfin Sulikhodin, 'Maqashid Al-Syariah Perspektif Izzuddin Abdi Al-Salam', *Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 7.1 (2021), h. 10.

- 1) *Maqāshid al-syarī'ah* berdasarkan tujuan Tuhan, mengandung empat aspek yaitu:
 - a. Kemaslahatan baik di dunia maupun di akhirat merupakan tujuan utama dari syariat.
 - b. Syariat adalah sesuatu yang mesti dipahami.
 - c. Syariat merupakan suatu hukum taklif yang harus dilakukan
 - d. Membawa manusia ke bawah naungan hukum merupakan tujuan dari syariat.³⁷
- 2) *Maqāshid al-syarī'ah* berdasarkan tujuan mukallaf

Berdasarkan pengaruhnya terhadap urusan umat, sebagaimana yang dikatakan oleh Abu Ishaq al-Shatibi bahwa “tujuan pokok disyariatkannya hukum islam adalah untuk kemaslahatan manusia baik di dunia maupun di akhirat”, maka kemaslahatan yang akan diwujudkan terbagi menjadi tiga tingkatan yaitu:

a. *Maqāshid al-Dharuriyyah*

Al-Dharuriyyah (primer) adalah segala sesuatu yang berperan penting dalam kehidupan beragama atau di dunia manusia yang berarti apabila hal tersebut tidak ada, maka kehidupan manusia akan rusak dan menimbulkan siksaan di akhirat kelak atau berkaitan dengan pemeliharaan kebutuhan yang bersifat essensial bagi kehidupan manusia.

Dharuriyyat ini mencakup segala permasalahan yang berkaitan dengan ibadah, adat kebiasaan dan muamalat, maka segala permasalahan pokok ibadah dari aspek perbuatan harus dilaksanakan untuk menjaga

³⁷ Agung Kurniawan dan Hamsah Hudafi, ‘Konsep Maqashid Syariah Imam Asy-Syatibi Dalam Kitab Al-Muwafaqat’, *Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 15.1 (2021), h. 34.

agama seperti beriman, mengucapkan dua kalimat syahadat, mendirikan salat, membayar zakat, berpuasa di bulan suci ramadhan, berhaji dan segala hal yang wajib dikerjakan. Masalah adat kebiasaan meliputi hal-hal yang dapat memelihara jiwa dan akal diantaranya makan, minum, sandang, papan dan lainnya. Sedangkan permasalahan muamalat adalah memelihara keturunan, harta dan juga termasuk memelihara jiwa dan akal.

b. *Maqāshid al-Hajiyyat*

Al- Hajiyyat (Sekunder) merupakan kebutuhan manusia untuk memberikan kemudahan atau menjauhkan diri dari kesulitan hidupnya, maka apabila kebutuhan ini diabaikan maka mukallaf akan mendapatn kesukaran serta kesulitan akan tetapi tidak akan menimbulkan suatu bahaya.

Maqāshid al-hajiyyat ini diberlakukan pada berbagai macam kegiatan ibadah, adat kebiasaan, muamalat serta kriminal atau jinayat. Contohnya masalah ibadah terdapat dispensasi keringanan karena sakit yaitu boleh meninggalkan puasa, sedangkan masalah adat kebiasaan diperbolehkannya berburu dan mengkonsumsi makanan yang halal dan bergizi, pada masalah muamalah seperti melaksanakan jual beli salam sedangkn masalah jinayah seperti hukum sumpah pada pembunuhan berdarah (*qasamah*).

c. *Maqāshid al-Tahsiniyyat*

Maqāshid al-Tahsiniyyat adalah mengambil sesuatu yang lebih baik menurut adat kebiasaan serta menjauhi hal-hal buruk yang tidak diterima

oleh akal sehat. *Tahsiniyyat* adalah apa yang terhimpun dalam batasan akhlak mulia baik dalam permasalahan ibadah, adat kebiasaan, muamalat dan jinayah.³⁸

c. Ad-Dhahuriyat Al-Khamsah

Kandungan *maqāshid al-syarī'ah* yaitu kemaslahatan, maka demi terwujudnya kemaslahatan di dunia maupun di akhirat terdapat lima unsur pokok yang harus dipelihara yaitu :

a) Memelihara agama (Ḥifẓ al-Dīn)

Menjaga atau memelihara agama berdasarkan kepentingannya dibedakan menjadi tiga tingkatan yaitu:

- 1) Tingkatan *dharuriyyat*, yaitu memelihara dan melaksanakan kewajiban keagamaan yang termasuk dalam tingkatan primer, seperti menegakkan agama, perintah melaksanakan shalat lima waktu, berpuasa, membayar zakat dan menunaikan haji. Dalam memelihara agama Allah swt. memerintahkan memerangi orang kafir yang melakukan fitnah sehingga dapat merusak kemaslahatan agama, sebagaimana firman Allah swt. dalam Q.S Al-Baqarah/ 2: 193.

وَقَتِلُوهُمْ حَتَّىٰ لَا تَكُونَ فِتْنَةٌ وَيَكُونَ الدِّينُ لِلَّهِ ۗ فَإِنِ انْتَهَوْا فَلَا عُدْوَانَ إِلَّا
عَلَى الظَّالِمِينَ ﴿١٩٣﴾

Terjemahnya:

Dan perangilah mereka itu, sehingga tidak ada fitnah lagi dan (sehingga) ketaatan itu hanya semata-mata untuk Allah. jika mereka

³⁸ Muhammad Ali Rusdi Bedong, *Maqasid Al-Mukallaf Solusi Aplikatif Menuju Fatwa Komprehensif* (Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2022), h. 44-48.

berhenti (dari memusuhi kamu), maka tidak ada permusuhan (lagi), kecuali terhadap orang-orang yang zalim.³⁹

Maksud dari ayat tersebut tujuan disyariatkannya perang yaitu untuk melancarkan jalan dakwah bilamana terjadi gangguan dan mengajak umat manusia untuk menyembah Allah swt.

- 2) Tingkatan *hajiyyat*, yaitu menjalankan perintah yang berkaitan dengan keagamaan dengan tujuan terhindar dari kesusahan dalam masalah yang sulit untuk dilakukan oleh manusia maka Allah swt. memberikan bentuk keringanan kepada umatnya (*rukhsah*), seperti pelaksanaan shalat *jama'* dan *qasar* yang diperuntukkan bagi seseorang yang sedang bepergian dan diperbolehkannya meninggal puasa pada bulan suci ramadhan bagi seseorang yang sakit. Apabila ketentuan ini dihiraukan maka tidak akan mengancam eksistensi agama tetapi akan memberikan kesulitan bagi orang yang akan melaksanakannya.
 - 3) Tingkatan *tahsiniyyat*, yaitu mengikuti petunjuk agama dengan tujuan menjunjung tinggi martabat manusia yang erat kaitannya akhlak yang terpuji sekaligus sebagai pelengkap, seperti membersihkan badan dan pakaian ketika akan melaksanakan shalat.
- b) Memelihara Jiwa (Hifz al-nafs)
- Menjaga atau memelihara jiwa berdasarkan kepentingannya dibedakan menjadi tiga tingkatan yaitu:
- 1) Tingkatan *dharuriyyat*, untuk memelihara keberadaan jiwa yang telah diberikan oleh Allah swt. maka harus terpenuhi kebutuhan pokok, seperti

³⁹ Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*.

makanan, minuman dan mencegah penyakit. Apabila kebutuhan pokok ini diabaikan maka dapat mengancam eksistensi jiwa manusia .

- 2) Tingkatan *hajiyyat*, seperti diperbolehkannya berburu dan menikmati makanan, minuman, pakaian dan tempat tinggal dengan cara yang halal.
- 3) Tingkatan *tahsiniyyat*, yaitu perbuatan yang berkaitan dengan etika dan kesopanan, contohnya penetapan tata cara makan dan minum.⁴⁰

c) Memelihara Akal (Ḥifẓ al-‘aql)

Menjaga atau memelihara akal berdasarkan kepentingannya dibedakan menjadi tiga tingkatan yaitu:

- 1) Tingkatan *dharuriyyat*, seperti dilarangnya atau diharamkan meminum khamar, apabila hal ini dilanggar maka akan mengakibatkan hilangnya kesadaran akal.
- 2) Tingkatan *hajiyyat*, seperti anjuran dalam menuntut ilmu pengetahuan, apabila perbuatan ini tidak terlaksana maka tidak akan merusak akal tetapi memberikan kesulitan bagi seseorang dan berkaitan dengan pengembangan ilmu pengetahuan yang terus mengalami kemajuan.
- 3) Tingkatan *tahsiniyyat*, yaitu perbuatan yang berkaitan dengan etika manusia, seperti tidak mengkhayal atau melakukan sesuatu yang tidak bermanfaat.

d) Memelihara keturunan (Ḥifẓ al-naṣl)

Menjaga atau memelihara keturunan berdasarkan kepentingannya dibedakan menjadi tiga tingkatan yaitu:

- 1) Tingkatan *dharuriyyat*, seperti anjuran menikah dan diharam perbuatan zina, apabila perbuatan ini diabaikan maka akan mengancam eksistensi keturunan.

⁴⁰ Muhammad Iqbal Azhari, ‘Maqashid Al-Syariah: Pendekatan Substansial Dalam Memahami Semangat Nash’, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 15.1 (2020), H. 115-116.

- 2) Tingkatan *hajiyyat*, seperti diwajibkannya untuk menyebutkan mahar bagi calon suami saat akad nikah dan diberikan hak talak padanya.
 - 3) Tingkatan *tahsiniyyat*, seperti disyariatkannya *khitbah* dan *walimah* dalam kegiatan pernikahan dalam rangka melengkapi acara pernikahan.
- e) Memelihara harta (Ḥifẓ al-māl)

Menjaga atau memelihara harta berdasarkan kepentingannya dibedakan menjadi tiga tingkatan yaitu:

- 1) Tingkatan *dharuriyyat*, seperti disyariatkannya tata cara memperoleh harta dan diharamkan mengambil harta orang lain dengan cara yang bathil.
- 2) Tingkatan *hajiyyat*, seperti disyariatkannya transaksi jual beli untuk memenuhi kebutuhan manusia dan ditetapkannya aturan mengenai permasalahan jual beli.
- 3) Tingkatan *tahsiniyyat*, yaitu perbuatan yang berhubungan dengan etika bisnis seperti adanya aturan larangan melakukan penipuan.⁴¹

Adapun hubungan teori *maqāshid al-syarī'ah* dengan praktik jual beli kosmetik dengan sistem *share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang perspektif *maqāshid al-syarī'ah* yaitu inti dari *maqāshid al-syarī'ah* adalah untuk memelihara kemaslahatan dan menghindari kemudharatan umat manusia baik di dunia maupun di akhirat karena kemaslahatan manusia akan selalu mengalami perubahan sesuai perkembangan zaman, begitupun dalam praktik jual beli kosmetik yang berkembang pesat saat ini dengan munculnya sistem penjualan kosmetik *share in jar*, maka peneliti akan mengaji praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* menggunakan teori *maqāshid al-syarī'ah* untuk melihat

⁴¹ Zarul Arifin, 'Kehujjahan Maqashid Al-Syariah Dalam Filsafat Hukum Islam', *Jurnal Syariah Dan Hukum Islam*, 5.2 (2020), h. 265-267.

apakah telah sesuai dengan unsur pokok *maqāshid al-syarī'ah* yaitu memelihara agama (Ḥifẓ al-dīn), memelihara jiwa (Ḥifẓ al-nafs), memelihara akal (Ḥifẓ al-'aql), memelihara keturunan (Ḥifẓ al-naṣl) dan memelihara harta (Ḥifẓ al-māl).

C. Kerangka Konseptual

Untuk mendapatkan gambaran secara jelas dalam memberikan kemudahan dalam memahami proposal skripsi maka diperlukan pembahasan yang menjelaskan secara detail arti dari beberapa istilah mengenai judul proposal skripsi “Praktik Jual Beli Kosmetik Sistem *Share in jar* Di Toko Gigishop Skincare Pinrang Perspektif *Maqāshid al-syarī'ah*”, berikut adalah penafsiran arti dari judul proposal skripsi.

1. Praktik jual beli

Praktik jual beli merupakan praktik transaksi secara langsung (*face to face*) yang dilakukan penjual dan pembeli serta pembayaran dapat dilakukan dengan sistem tunai. Adapun praktik jual beli yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* di Toko Gigishop skincare pinrang.

2. Kosmetik

Kosmetik adalah bagian dari kehidupan manusia yang terus berkembang, kosmetik merupakan produk untuk mempercantik diri digunakan dibagian luar tubuh manusia untuk meningkatkan penampilan yang bertujuan untuk membersihkan, mengharumkan, melindungi dan memperbaiki penampilan. Adapun kosmetik yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu kosmetik *share in jar* atau kosmetik yang dibagi kedalam wadah yang lebih kecil untuk diperjualbelikan.

3. Sistem *share in jar*

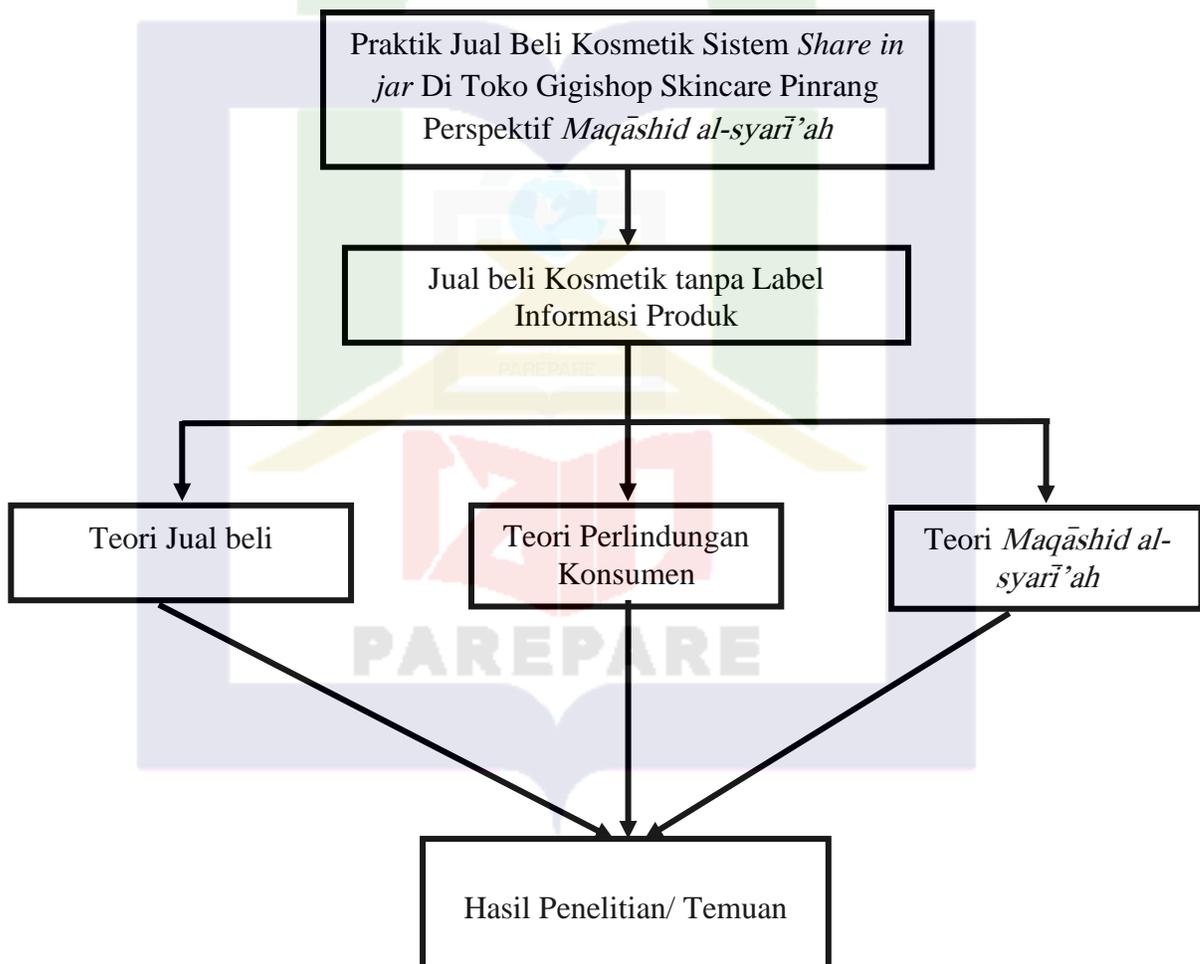
Sistem *share in jar* merupakan salah satu bentuk perdagangan yang dilakukan oleh penjual dengan cara mengemas kembali sebuah produk kosmetik ke dalam wadah yang lebih kecil kemudian kemasan *share in jar* tersebut akan dijual kembali. *Share in jar* yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu produk kosmetik, seperti Serum, masker wajah, *moisturaizer* dan pembersih wajah.

4. *Maqāshid al-syarī'ah*

Maqāshid al-syarī'ah adalah maksud atau tujuan diturunkannya syariat dalam rangka mewujudkan kemaslahatan dan menghindari kemudharatan. Al-Qur'an dan As-Sunnah sebagai sumber hukum Islam dapat digunakan dalam menghadapi permasalahan yang terjadi serta belum diketahui ketentuan hukumnya.

D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah sebuah gambaran atau model berupa konsep yang menjelaskan atau memberi gambaran terkait hubungan antara variabel yang satu dengan variabel lainnya, sehingga hubungan tersebut akan dikemukakan dalam bentuk diagram maupun skema dengan tujuan untuk lebih kemudahan dalam memahami.



Gambar. 2.1 Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan dalam melakukan penelitian yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang sifatnya alami, serta tidak dapat dilakukan di laboratorium melainkan dilapangan. Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu penelitian yang sifatnya mendeskripsikan makna data atau fenomena yang ditemukan oleh peneliti dengan menunjukkan bukti-buktinya, pemaknaan terhadap fenomena tersebut tergantung pada kemampuan dan ketajaman peneliti untuk menganalisisnya.⁴²

Penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan fakta-fakta serta informasi penting yang berkaitan dengan praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* di toko Gigishop Skincare Pinrang perspektif *maqāshid al-syarī'ah*. Penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu penelitian lapangan (*field reseach*) di Toko Gigishop Skincare Pinrang.

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian dengan cara mendeskripsikan data kualitatif yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan berbagai dokumen serta mendeskripsikan kebenaran berdasarkan berbagai teori.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Toko Gigishop Skincare, Jalan Pattimura, Kecamatan Paleteang, Kabupaten pinrang. Alasan penelitian dilakukan di lokasi tersebut karena di lokasi tersebut terdapat permasalahan mengenai proses jual

⁴² Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: CV. Syakir Media Press, 2021), h. 30-31.

beli kosmetik dengan sistem *share in jar*. Waktu penelitian yang digunakan oleh peneliti, yaitu kurang lebih 1 bulan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan judul peneliti maka fokus pengamatan dalam penelitian ini adalah praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* di Toko Gigishop Skincare pinrang perspektif *maqāshid al-syarī'ah*.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kualitatif, pendekatan kualitatif menggunakan lingkungan alamiah sebagai sumber data, peristiwa yang terjadi dalam situasi sosial merupakan kajian utama dari penelitian kualitatif. Tahap pertama peneliti ke lokasi penelitian untuk memahami dan mempelajari situasi, studi dilakukan pada saat interaksi berlangsung di lokasi penelitian kemudian peneliti mengamati, mencatat, menanyakan serta menggali informasi.⁴³

2. Sumber data

Berdasarkan sumber data yang terdapat dalam penelitian ini dibagi menjadi dua sumber yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan atau diperoleh peneliti secara langsung dari sumber datanya, sehingga untuk memperoleh data tersebut peneliti harus mengumpulkan secara langsung dengan melakukan

⁴³ Salim dan Haidir, *Penelitian Pendidikan Metode, Pendekatan dan Jenis* (Jakarta: Kencana, 2019), h. 29.

observasi dan wawancara kepada pelaku usaha di toko gigishop skincare pinrang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah berbagai data yang dikumpulkan oleh peneliti secara tidak langsung dan melalui perantara dalam hal ini berupa dokumen untuk melengkapi informasi penelitian. Pada penelitian ini data sekunder dapat diperoleh melalui buku, internet, jurnal serta informasi lainnya.⁴⁴

E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data

Ada beberapa cara yang dapat digunakan dalam pengumpulan data penelitian, maka peneliti melakukan pengumpulan data untuk memperoleh data-data yang diperlukan dengan menggunakan cara sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan kegiatan mencari data yang digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan melalui proses melihat, mengamati, mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu.⁴⁵ Dalam penelitian ini maka peneliti akan melakukan pengamatan secara langsung di lapangan untuk melihat praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* di toko Gigishop Skincare Kabupaten Pinrang sehingga data yang disajikan oleh peneliti akan lebih akurat serta dapat melengkapi data dari hasil wawancara.

⁴⁴ Salim dan Haidir, h.103.

⁴⁵ Umar Sidiq dan Moh. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan* (Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019), h. 68.

2. Wawancara

Wawancara adalah proses komunikasi untuk menggali informasi mendalam antar peneliti dengan sumber data dengan maksud mendeskripsikan makna dari permasalahan yang diteliti.⁴⁶ Dalam penelitian ini wawancara tidak dilakukan secara berurut tetapi dilakukan secara acak tanpa mendahulukan subjek penelitian, hal ini dilakukan untuk memberikan kemudahan bagi peneliti untuk menggali informasi secara efektif dan efisien.

Adapun teknik wawancara dilakukan secara terstruktur dengan memberikan sejumlah pertanyaan yang telah disusun oleh pewawancara kepada narasumber yaitu Pemilik toko Gigishop Skincare Pinrang dan Konsumen pengguna kosmetik sistem *share in jar*.

3. Dokumentasi

Cara yang digunakan untuk melengkapi data penelitian yaitu menggunakan teknik dokumentasi yang bertujuan menambah keakuratan serta kebenaran data yang dikumpulkan di lapangan serta dapat digunakan sebagai bahan dalam melakukan pengecekan keabsahan data, dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian.

Dalam penelitian kualitatif bukan hanya merujuk kepada faktor sosial sebagaimana yang terjadi dalam kehidupan masyarakat tetapi juga merujuk bahan berupa dokumen pelengkap. Berbagai dokumen tersebut seperti teks (berupa bacaan, rekaman audio maupun video visual).⁴⁷ Dokumen dalam

⁴⁶ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h. 24.

⁴⁷ Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif* (Medan: Wal Ashri Publishing, 2020), h.65.

penelitian sebagai besar bisa berbentuk surat, arsip. Foto maupun rekaman audio.

F. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian dilakukan dengan tujuan untuk memberikan bukti bahwa penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Adapun uji keabsahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan teknik triangulasi, Triangulasi berarti bentuk pengujian keabsahan data yang diperoleh dari berbagai sumber, metode dan berbagai waktu, maka terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu.

1. Triangulasi Sumber

Dalam proses menguji keabsahan data maka cara yang digunakan yaitu melakukan pengecekan data yang diperoleh dari sumber data kemudian data tersebut dideskripsikan, dikategorikan, mengumpulkan berbagai pandangan yang sama, pandangan yang berbeda serta yang signifikan dari sumber data tersebut. Data yang telah dianalisis sampai menghasilkan suatu kesimpulan kemudian diminta kesepakatan untuk sumber data tersebut.

2. Triangulasi Teknik

Dalam proses menguji kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada sumber data yang ditemukan akan tetapi dengan teknik yang berbeda, contohnya data dari hasil wawancara, obserbasi serta aalisis data di cek terlebih dahulu, apabila data yang dihasil dari sumber data tersebut berbeda maka diperlukan diskusi secara mendalam dengan berbagai sumber data yang bersangkutan untuk nmemperoleh data yang sebenarnya.

3. Triangulasi Waktu

Dalam proses pengujian kredibilitas data dapat dilakukan melalui tahap pengamatan atau wawancara serta berbagai teknik lainnya dengan waktu dan situasi yang berbeda. Data yang dikumpulkan di pagi hari pada saat narasumber masih segar akan memberikan data yang valid sehingga kredibel. Apabila hasil uji menghasilkan data yang berbeda maka akan dilakung secara berulang untuk menemukan kebenaran datanya.⁴⁸

Jadi penelitian ini menggunakan triangulasi yang dilakukan dengan cara melakukan pengecekan data yang diperoleh melalui sumber data kemudian membandingkan hasil wawancara dan observasi dilapangan dan triangulasi teknik yang dilakukan dengan melakukan pengecekan data tetapi dengan teknik yang berbeda.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data berarti mengkaji sebuah data yang diperoleh dari lapangan dengan cara mengelompokkan data, memilih data pokok penelitian, dan menarik kesimpulan dengan tujuan agar lebih mudah di pahami. Adapun Teknik dalam analisis data adalah sebagai berikut:

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Banyaknya data yang telah diperoleh dilapangan perlu dicatat dengan teliti dan rinci teknik mereduksi data diartikan sebagai kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya, sehingga data-data yang telah direduksi akan memberikan gambaran dengan jelas serta lebih memudahkan peneliti. Kegiatan dalam mereduksi data

⁴⁸ Salim dan Haidir, h. 121.

dapat dilakukan dengan cara menggunakan berbagai peralatan elektronik seperti komputer dengan memberikan kode pada aspek tertentu.

b. Display Data (Penyajian data)

Display data merupakan tahap kedua yang dilakukan oleh peneliti setelah melakukan proses reduksi data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian secara singkat, bagan, hubungan antar kategori dan *flowchart* dengan menyajikan data dapat memudahkan peneliti untuk memahami fakta yang terjadi.

c. Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis data kualitatif yang dilakukan dengan cara menyajikan data dengan menelusuri kembali sumber data setelah itu ditafsirkan melalui analisis sesuai kemampuan peneliti dalam membuat kesimpulan penelitian mengenai praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* di toko gigishop skincare pinrang perspektif *maqāshid al-syarī'ah*.⁴⁹

⁴⁹ Endang Widi Winarni, *Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), h 172-174.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Praktik Jual Beli Kosmetik Sistem *Share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang

Toko Gigishop Skincare adalah salah satu toko kosmetik di kota pinrang yang menjual berbagai produk kecantikan mulai dari produk lokal maupun produk dari *brand* luar negeri. Pada tahun 2018 jual beli kosmetik dilakukan melalui sosial media karena belum mempunyai toko, seiring berjalannya waktu di tahun 2019 minat konsumen dalam membeli kosmetik semakin hari semakin meningkat sehingga banyaknya permintaan pembeli mendorong pemilik usaha Gigishop Skincare Pinrang dalam hal ini Ade Pebriya untuk membangun toko dan menyediakan lebih banyak lagi produk kosmetik untuk kenyamanan dan memenuhi kebutuhan konsumen.

Alasan pemilik usaha Gigishop Skincare Pinrang (Ade Pebriya) mendirikan toko yang bergerak dibidang kosmetik dalam wawancaranya bahwa:

“Dari tahun 2018 itu semenjaknya saya menunggu untuk masuk di sebuah universitas dan tentunya pasti ada jeda waktunya, saya sebenarnya dimulai dari usaha jualan tas tapi itukan terhitung kiloan kalau mau dikirim barangnya ke saya jadi dalam 1 kg itu biasanya isi tiga saja kalau tas karena berat, jadi saya berpikir produk apa bagus yang dalam 1 kg banyak isinya jadi belumpi disitu terlalu ramai sekali penjual kosmetik makanya kuputuskan untuk berjualan kosmetik karena hemat diongkir juga karena biasa itu kalau 1 kg biasa muat 12 bahkan 20 pcs kosmetik⁵⁰”.

Merujuk pada data wawancara yang dilakukan dengan Ade pebriya selaku pemilik toko Gigishop Skincare Pinrang dapat dipahami bahwa pada awalnya pemilik toko tidak berinisiatif membuka usaha kosmetik, pemilik toko memulai bisnis dengan berjualan tas akan tetapi dalam usahanya ia merasa

⁵⁰Ade Pebriya, Pemilik Toko Gigishop Skincare Pinrang, *Wawancara* di Toko Gigishop Skincare Pinrang, 25 November 2022.

bahwa bisnis tas tersebut membuatnya boros di ongkos kirim (ongkir) maka ia memutuskan untuk menjual kosmetik karena pada saat itu penjual kosmetik di kota pinrang masih kurang serta ongkos kirimnya juga hemat karena muat banyak barang dalam per kilo .

Berbagai macam merek kosmetik yang beredar di pasaran namun hanya tersedia dalam ukuran besar memotivasi pemilik toko untuk menjual produk kosmetiknya dengan kemasan *share in jar*, produk *impot* atau produk korea yang diyakini oleh sebagian konsumen sangat cocok untuk mengatasi berbagai macam permasalahan kulit tetapi dengan harga yang sangat mahal . Hal ini diungkapkan oleh Ade pebriya selaku pemilik toko Gigishop Skincare Pinrang dalam wawancaranya bahwa:

“Awalnya saya jualan kosmetik sistem *share in jar* tahun 2019 karena saya lihat penjual kosmetik itu rata-rata jualan kosmetik yang kemasan aslinya atau kemasan *full size* saja, terus waktu itu produk korea sedang viral sekali tapi kan kalau *brand* dari luar negeri dikenal dengan harganya yang mahal dan tentunya tidak semua lapisan masyarakat bisa beli kalau mahal harganya bisa sampai ratusan ribu jadi kalau misalnya saya bagi ke wadah kecil itu cukup membantu sekali menurutku apalagi kalau konsumennya cuma mau mencoba suatu produk biasanya juga itu konsumen takut beli yang kemasan asli atau *fullnya* karena kalau *skincare* kan tidak semua cocok jadi banyak konsumen yang takut beli kemasan aslinya karena kalau tidak cocok *mubadzir* sekali dan tentunya rugi, selain itu banyak juga konsumen yang bertanya langsung atau biasa *chat* dan dia minta kemasan kecilnya produk untuk di *share in jar* kan.”⁵¹

Merujuk pada data wawancara dapat dipahami bahwa awal mula jualan kosmetik sistem *share in jar* yaitu pada tahun 2019 karena *brand* luar negeri khususnya produk korea dikenal dengan harga yang mahal dan tingginya permintaan konsumen terhadap produk *share ini jar* maka untuk membantu

⁵¹Ade Pebriya, Pemilik Toko Gigishop Skincare Pinrang, Wawancara di Toko Gigishop Skincare Pinrang, 25 November 2022.

konsumen pemilik toko berinisiatif menyediakan produk kosmetik sistem *share in jar* agar dapat dijangkau oleh semua lapisan masyarakat.

Tabel 4.1 Harga produk kosmetik *share in jar*

No	Nama produk	Harga						
		Kemasan Asli	5 ml	10 ml	20 ml	30 ml	60 ml	100ml
1	Avoskin serum series	139.000 (30 ml)	35.000	65.000	-	-	-	-
2	Axisy Mugwort	189.000 (100 ml)	15.000	29.000	49.000	69.000	129.000	-
3	Lacoco Glow Mask	225.000 (75 ml)	35.000	55.000	95.000	-	-	-
4	Bio beautylab	285.000 (20 ml)	97.000	170.000	-	-	-	-
5	Somethinc Bakuchiol Skinpair	85.000 (20 ml)	35.000	59.000	-	-	-	-
6	Somethinc Niacinamide 10%	115.000 (20 ml)	45.000	85.000	-	-	-	-
7	Hatomugi Skin Conditioner	139.000 (500 ml)	-	-	-	15.000	25.000	39.000
8	Serum Madagascar	120.000 (20 ml)	38.000	75.000	-	-	-	-

Minimnya pengetahuan konsumen tentang produk kosmetik membuat mereka ingin selalu mencoba produk kosmetik yang sedang viral atau produk baru sehingga mereka tertarik untuk membeli produk kosmetik dalam kemasan *share in jar*. Hal ini diungkapkan oleh salah satu konsumen pengguna kosmetik sistem *share in jar* yang bernama Siti Nurhaliza mengatakan bahwa:

“ Saya tertarik sekali beli kosmetik kemasan *share in jar* karena saya orangnya suka pakai produk-produk baru yang lagi viral, jadi saya beli kosmetik *share in jar* takutnya tidak cocok di muka ku jadi kemasan kecilnya dulu kubeli untuk dicoba ”⁵².

Sesuai data yang dapat dipahami dari hasil wawancara dengan Siti nurhaliza selaku konsumen pengguna kosmetik sistem *share in jar* bahwa hal yang membuatnya tertarik untuk membeli kosmetik sistem *share in jar* yaitu karena menurutnya kosmetik *share in jar* sangat cocok digunakan bagi konsumen yang ingin mencoba produk baru yang belum pernah dipakai sebelumnya agar tidak *mubadzir* apabila produk tersebut tidak cocok di wajahnya.

Hal serupa juga dikatakan oleh Rahma selaku konsumen pengguna kosmetik sistem *share in jar* yang mengatakan bahwa:

“Hal yang membuat saya tertarik untuk membeli kosmetik *share in jar* karena kosmetik *share in jar* dengan kata lain ukuran kecil dari sebuah *skincare* dan biasanya ada beberapa *skincare* yang tidak ada ukuran kecilnya dijual jadi harus dibeli kemasan yang besarnya tapi harganya juga sudah pasti mahal maka dari itu kalau misalnya saya mau coba *skincare* yang katanya orang bagus kalau dipakai saya merasa rugi kalau langsung ukuran yang besarnya saya beli jadi itu alasannya, saya mau coba dulu diwajahku apakah cocok atau tidak walaupun nantinya tidak cocok saya merasa tidak terlalu dirugikan karena hanya kemasan kecilnya saya beli jadi menurutku *share in jar* sama dengan kosmetik kemasan aslinya perbedaannya hanya dari segi ukuran saja ”.⁵³

⁵²Siti Nurhaliza, Konsumen, *Wawancara* di Pinrang, 27 November 2022.

⁵³Rahma , Konsumen, *Wawancara* di Pinrang, 28 November 2022.

Sesuai data yang dapat dipahami dari hasil wawancara dengan Rahma selaku konsumen pengguna kosmetik sistem *share in jar* bahwa kosmetik *share in jar* merupakan kemasan kosmetik yang sangat cocok digunakan untuk konsumen pemula yang hanya ingin mencoba suatu produk dan tidak melakukan pemborosan yang berlebihan apabila produk yang dibeli tidak cocok.

Selain untuk mencoba produk baru, mahalnyanya produk kosmetik kemasan asli (*full size*) juga menjadi salah satu alasan konsumen menggunakan produk kosmetik sistem *share in jar*. Tingginya kebutuhan wanita terhadap kosmetik tetapi kemampuan ekonomi yang kurang memadai menyebabkan seseorang menggunakan kosmetik kemasan *share in jar*. Hal ini diungkapkan oleh salah satu konsumen yang bernama Mira mengatakan bahwa:

“ Alasanku kenapa saya beli kosmetik sistem *share in jar* yaitu karena kalau kosmetik kemasan aslinya dibeli mahal sekali apalagi saya uang jajanku tidak terlalu banyak dan ada juga kebutuhan sekolahku. Kebutuhan disekolah itu seperti uang untuk beli buku, kerja kelompok sama keperluan mendadak di sekolah jadi kalau misalnya saya mau beli kosmetik biasanya hanya kemasan *share in jar* karena harganya yang lebih murah dan terjangkau untuk pelajar”.⁵⁴

Merujuk pada data wawancara yang dilakukan dengan Mira selaku konsumen pengguna kosmetik sistem *share in jar* dapat dipahami bahwa hal yang menjadi alasan konsumen menggunakan kosmetik sistem *share in jar* disebabkan karena mahalnyanya harga kosmetik kemasan Asli (*full size*) dan banyaknya kebutuhan lain yang harus dipenuhi sehingga kosmetik sistem *share in jar* sangat cocok digunakan untuk pelajar .

Hal serupa juga dikatakan oleh Anjali selaku konsumen pengguna kosmetik sistem *Share in jar* yang mengatakan bahwa:

⁵⁴Mira , Konsumen, *Wawancara* di Pinrang, 30 November 2022.

“Alasan saya tertarik beli kosmetik *share in jar* karena harganya yang murah dan menurutku lebih terjangkau karena kemasan aslinya kosmetik rata-rata mahal apalagi kalau produk yang baru ingin dicoba saya merasa rugi kalau ukuran besarnya langsung dibeli takutnya tidak cocok”.⁵⁵

Merujuk pada data wawancara yang dilakukan dengan Anjali selaku konsumen pengguna kosmetik sistem *share in jar* dapat dipahami bahwa hal utama yang membuatnya tertarik membeli kosmetik *share in jar* karena harganya yang relatif murah dan terjangkau untuk semua kalangan apalagi harga kosmetik kemasan asli mahal sehingga menurutnya *share in jar* adalah solusi yang tepat untuk konsumen yang baru ingin mencoba suatu produk baru.

Selain harganya yang murah sebagian konsumen juga menyukai produk kosmetik *share in jar* karena kemasannya lebih praktis dan ekonomis sehingga sangat cocok untuk dibawa kemana-mana, kosmetik dengan kemasan wadah yang lebih kecil dan tidak memakan banyak ruang meskipun dengan ukuran tas yang kecil. Hal ini diungkapkan oleh salah satu konsumen yang bernama Karmila yang mengatakan bahwa:

“Alasan saya membeli kosmetik sistem *share in jar* yaitu sebagaimana yang kitakan ketahui kalau kosmetik *share in jar* itu kosmetik yang kemasan aslinya dipindahkan ke tempat kecil sehingga ukurannya menurutku praktis sekali dan cocok dibawa bepergian”.⁵⁶

Merujuk pada data wawancara yang dilakukan dengan Karmila selaku konsumen pengguna kosmetik sistem *share in jar* dapat dipahami bahwa kosmetik sistem *share in jar* dengan kosmetik kemasan asli (*full size*) yang membedakan hanyalah dari segi ukuran kosmetik, kosmetik *share in jar* dengan ukuran wadah yang lebih kecil sehingga lebih praktis dan ekonomis.

Sistem penjualan kosmetik *share in jar* yang dilakukan Ade pebriya selaku pemilik toko Gigishop Skincare Pinrang menggunakan sistem *pre-order*

⁵⁵Anjali, Konsumen, *Wawancara* di Pinrang, 5 Desember 2022.

⁵⁶Karmila, Konsumen, *Wawancara* di Pinrang, 28 November 2022.

atau melalui pemesanan terlebih dahulu dan memasarkan produknya melalui media sosial seperti instagram, whatsapp, shopee, tiktok. Hal ini diungkapkan oleh Ade pebriya yang mengatakan bahwa:

“ kalau produk *share in jar* yang saya jual tidak di *ready*kan di toko tapi pakai sistem *pre-order* dan penjualannya itu rata-rata konsumen pesan online, jadi biasanya dia yang minta untuk di *share in jar* kan nanti kalau selesai dikemas konsumen yang datang langsung ketoko untuk ambil atau kadang juga ada konsumen yang minta dikirimkan barangnya lewat ekspedisi atau kurir, biasa juga saya promosikan di instagram lewat *story* dan kalau ada yang mau nanti kita bagi-bagi produknya, banyak yang dm langsung dan beberapa konsumen juga pesan lewat shopee.⁵⁷

Sesuai data yang dapat dipahami dari hasil wawancara dengan Ade pebriya selaku pemilik toko Gigishop Skincare Pinrang bahwa dalam penjualan kosmetik sistem *share in jar* pemilik toko tidak menyediakan kemasan *share in jar* di tokonya tetapi konsumen terlebih dahulu melakukan pemesanan langsung ke penjual atau menggunakan sistem *pre-order* yang dilakukan secara online di media sosial miliknya seperti melalui *direct message* (Pesan instagram), Whatsapp maupun pemesanan melalui shopee dan apabila produk kosmetik *share in jar* telah selesai dikemas biasanya pemilik toko menawarkan kepada konsumen untuk mengambil pesannya langsung di toko atau dikirimkan melalui ekspedisi atau kurir.

Produk kosmetik sistem *share in jar* merupakan produk yang kemasan aslinya dibagi-bagi ke dalam sebuah wadah yang lebih kecil, sehingga hal ini dapat menurunkan kualitas produk yang terkait kebersihan, keaslian dan keamanan tidak terjamin. Hal ini diungkapkan oleh Ade pebriya dalam wawancaranya mengatakan bahwa:

⁵⁷ Ade Pebriya, Pemilik toko Gigishop Skincare Pinrang, *Wawancara* di toko Gigishop Skincare Pinrang, 25 November 2022.

“kalau berbicara mengenai kualitasnya kosmetik *share in jar* menurutku antara kemasan asli atau kemasan *share in jar* perbedaannya hanya di wadah dan sebenarnya itu kualitasnya tergantung dari kebersihan atau ke higienisannya karena isinya sama semua hanya saja produknya dikasi pindah ke wadah kecil”.⁵⁸

Sesuai data yang dapat dipahami dari hasil wawancara dengan Ade Pebriya selaku pemilik toko Gigishop Skincare Pinrang kualitas dari produk kosmetik sistem *share in jar* sama dengan kualitas kemasan asli sebuah kosmetik yang terpenting adalah kebersihan suatu produk sehingga perbedaannya hanya terletak pada wadah yang digunakan.

Produk kosmetik sistem *share in jar* yang dijual di toko Gigishop skincare pinrang hanya mencantumkan nama produknya saja dan tidak memberikan label yang mencantumkan keterangan berupa informasi produk pada kemasannya sehingga hal ini menimbulkan keraguan pada beberapa konsumen pengguna kosmetik sistem *share in jar*.

Praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* termasuk dalam jual beli yang belum jelas (*gharar*) dipahami sebagai jual beli sesuatu yang bersifat spekulasi atau samar-samar, alasannya karena jual beli kosmetik sistem *share in jar* mengandung ketidakjelasan informasi mengenai barang yang diperjualbelikan seperti tidak adanya labelisasi halal, *ingredients*, cara pakai dan nomor BPOM. Salah satu bentuk peringatan Nabi tersebut adalah hadist yang diriwayatkan oleh Ahmad bin Hanbal dalam kitab musnadnya :

⁵⁸ Ade Pebriya, Pemilik Toko Gigishop Skincare Pinrang, *Wawancara* di Pinrang, 25 November 2022.

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ السَّمَّاكِ عَنْ يَزِيدَ بْنِ أَبِي زِيَادٍ عَنِ الْمُسَيَّبِ بْنِ رَافِحٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَا تَشْتَرُوا السَّمَكَ فِي الْمَاءِ فَإِنَّهُ غَرَرٌ⁵⁹

Artinya:

“Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin As Sammak dari Yazid bin Abu Ziyad dari Al Musayyab bin Rafi’ dari Abdullah bin Mas’ud ia berkata: Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda: Janganlah kalian membeli ikan dalam air karena itu adalah sesuatu yang tidak jelas”. (HR.Ahmad).

Makna dari hadits di atas adalah jual beli sesuatu atau barang yang tidak ada kejelasan baik dari segi barang maupun informasi barang, maka hal inilah yang dimaksud dengan jual beli *gharar* atau jual beli yang mengandung ketidakjelasan atau samar-samar. Sisi hukum dari hadits ini adalah orang muslim tidak boleh menjual sesuatu yang didalamnya terdapat ketidakjelasan (*gharar*) dalam hal ini tidak boleh menjual ikan dalam air dan sesuatu yang tidak jelas.

Larangan praktik jual beli *gharar* menjadi salah satu keunggulan dari sistem ekonomi Islam adalah sistem ekonomi yang selalu mengedepankan kepastian serta kejelasan dari objek yang ditransaksikan harus jelas bentuk, sifat, keadaan, jumlahnya, dapat diserahkan, ditentukan, dan ditransaksikan.⁶⁰

Dari hasil wawancara yang diperoleh bahwa jual beli kosmetik sistem *share in jar* yang tidak mencantumkan label berupa informasi pada kemasan produk menimbulkan keraguan pada konsumen, seperti yang dikatakan oleh Rahma bahwa:

“kadang-kadang saya merasa ragu untuk pakai produk tersebut karena kemasan *share in jar* sudah tentu bukan kemasan aslinya suatu produk yang digunakan atau dengan kata lainnya sudah dipindahkan jadi saya

⁵⁹Maktabu Syamilah, *Sunan Al-Kubro Lil Baihaqi*, Bab Tahrim Bay’i Fadhilil Ma’i Ladzi Yakunu Bil Falati Wa Yuhtaju Ilaihi Yar’i Kala’i Wa Tahrim Mani Badlaihi Wa Tahrimu Bay’i Dhirobi al-Fahli, Juz.8, h. 3494.

⁶⁰Muhammad Abdul Wahab, *Teori Akad dalam Fiqih Muamalah* (Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2019), h. 45.

tidak tau mengenai ke higienisannya pada saat pemindahan tapi saya coba-coba saja”.⁶¹

Merujuk pada data wawancara yang dilakukan dengan Rahma selaku konsumen pengguna kosmetik sistem *share in jar* dapat dipahami bahwa salah satu hal yang membuat konsumen merasa ragu untuk menggunakan kosmetik sistem *share in jar* yaitu karena kebersihan atau ke higienisannya belum terjamin dan masih diragukan.

Hal serupa juga dikatakan oleh Anjali yang mengatakan bahwa: “Kalau masalah ragunya, pastinya saya ragu karena dikemasannya itu tidak ada informasinya tidak ada juga Nomor BPOMnya takutnya bukan produk aslinya yang dipindahkan”.⁶²

Merujuk pada data wawancara yang dilakukan dengan Anjali selaku konsumen pengguna kosmetik sistem *share in jar* dapat dipahami bahwa hal yang membuat konsumen merasa ragu yaitu karena produk kosmetik sistem *share in jar* masih diragukan keasliannya dan belum terjamin.

Informasi mengenai tanggal kadaluwarsa yang tidak dicantumkan pada kemasan suatu produk kosmetik sistem *share in jar* juga menjadi salah satu alasan konsumen meragukan kosmetik sistem *share in jar*. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Mira bahwa:

“Kalau masalah ragunya iya kadang saya merasa ragu apalagi di tempatnya tidak ada tercantum tanggal kadaluwarsa jadi kita sebagai penggunaanya kurang tau kapan masa kadaluwarsa, takutnya sudah kadaluwarsa produknya tapi masih digunakan”.⁶³

Beberapa konsumen juga teliti dalam membeli kosmetik dengan sistem *share in jar* dan percaya bahwa kosmetik *share in jar* yang dibelinya bukan produk-abal-abal, seperti yang dikatakan oleh Siti Nurhaliza bahwa:

“Kalau saya mau beli produk kosmetik sistem *share in jar* biasanya saya lihat dulu *review* di youtube atau tiktok dan saya perhatikan dulu

⁶¹Rahma , Konsumen, *Wawancara* di Pinrang, 28 November 2022.

⁶²Anjali , Konsumen, *Wawancara* di Pinrang, 5 Desember 2022.

⁶³Mira , Konsumen, *Wawancara* di Pinrang. 30 November 2022.

teksturnya, warnanya jadi kalau saya ingin beli saya sudah tau isinya jadi otomatis bisa saya bedakan apakah produknya asli atau palsu“.⁶⁴

Merujuk pada data wawancara yang dilakukan dengan Siti Nurhaliza selaku konsumen pengguna kosmetik sistem *share in jar* dapat dipahami bahwa sebagai konsumen harus lebih teliti terutama membeli kosmetik sistem *share in jar* agar dapat membedakan produk yang asli dengan palsunya. Hal serupa juga dikatakan oleh karmila bahwa:

“Saya sudah langganan di toko Gigishop dan sejauh ini saya tidak ragu dengan produk yang dijual disana karena saya selalu percaya di toko Gigishop betul-betul produk *share in jar* tersebut memang kosmetik aslinya yang dipindahkan walaupun tidak ada label di kemasan. Toko Gigishop tempat langgananku kalau ingin beli *skincare* dan sering juga posting di instagramnya kalau mau *share in jar* jadi sejauh ini saya masih percaya sama produk yang dijual”.⁶⁵

Merujuk pada data wawancara yang dilakukan dengan Karmila selaku konsumen pengguna kosmetik sistem *share in jar* dapat dipahami bahwa dia percaya terhadap produk yang dijual di toko Gigishop Skincare Pinrang terutama produk kosmetik sistem *share in jar* meskipun tidak ada label pada kemasannya.

Sesuai dengan data yang dapat dipahami oleh peneliti bahwa di Toko Gigishop Skincare Pinrang dalam prosedur pengemasan kosmetik sistem *share in jar* pemilik toko telah melakukan sterilisasi dan menggunakan timbangan. Dalam wawancaranya pemilik toko mengatakan bahwa:

“Kalau proses pengemasannya disesuaikan dari isinya produk, bermacam-macam ada yang bentuk botol, pot dan botol spray jadi kita pesan dulu dipabriknya kita pesan biasanya lusinan kemudian dikemas, sebelum dipindahkan ke tempat kecil kita sterilkan dulu biasanya saya gunakan air panas agar lebih higienis selain itu tentunya menggunakan timbangan untuk tentukan isinya produk dan biasanya juga ada konsumen yang minta divideokan langsung karena mau lihat kebersihkannya jadi kita videokan dan kirimkan terus biasanya juga ada konsumen yang komplain bocor jadi kita gantikan”.⁶⁶

⁶⁴Siti Nurhaliza, Konsumen, *Wawancara* di Pinrang, 27 November 2022.

⁶⁵Karmila, Konsumen, *Wawancara* di Pinrang, 28 November 2022.

⁶⁶Ade Pebriya, Pemilik Toko Gigishop Skincare Pinrang, *Wawancara* di Pinrang, 25 November 2022.

Merujuk pada data wawancara sebagai upaya bentuk perlindungan konsumen pada saat penggunaan kosmetik sistem *share in jar* di antaranya adalah melakukan sterilisasi wadah terlebih dahulu dengan tujuan agar bakteri dan kuman yang terdapat pada wadah tersebut hilang yang dilakukan dengan cara merendam wadah tersebut di air panas kemudian dibiarkan hingga kering, setelah proses sterilisasi wadah selanjutnya proses pemindahan kosmetik dari kemasan asli ke kemasan *share in jar* tentunya menggunakan timbangan digital untuk mengukur isi produk tersebut.

Kemasan kosmetik *share in jar* di toko gigishop skincare pinrang biasanya berupa wadah kecil dalam bentuk pot, botol *spray* dan wadah berbahan plastik, dari segi ukurannya tergantung banyaknya produk yang di kemas biasanya wadah yang digunakan berukuran 5ml, 10ml, 20ml, 30ml, 60 ml dan 100ml. Adapun wadah yang digunakan oleh pelaku usaha disesuaikan dengan bentuk produk kosmetik diantaranya menggunakan botol apabila produk kosmetik bertekstur cair dan produk yang teksturnya krim dikemas dengan wadah pot kecil.

Label deskripsi yang memuat informasi produk *share in jar* di toko Gigishop Skincare Pinrang tidak ada tetapi hanya mencantumkan nama produk dan stiker harga produk untuk informasi lainnya konsumen dapat menanyakan langsung ke penjual tentang komposisi, cara penggunaan, manfaat, efek samping dan tanggal kadaluwarsa produk tersebut, apabila konsumen masih ragu dengan produk tersebut konsumen dapat meminta video proses pengemasan ke pemilik toko.

Beberapa konsumen tidak mengetahui bagaimana proses pemindahan dan pengemasan produk kosmetik sistem *share in jar*, seperti yang dikatakan oleh Siti Nurhaliza bahwa:

“Saya pernah gunakan produk sunscreen *share in jar* dari merek Axis-y kalau untuk pengemasannya sampai sekarang saya belum tau bagaimana caranya penjual pindahkan ke kemasan kecil”.⁶⁷

Hal serupa juga dikatakan oleh konsumen yang bernama Rahma bahwa:

“Kalau saya pernah beli Serum *share in jar*, serumnya merek Yuja Niacin harga normalnya itu kalau tidak salah 100ml harga 120 ribu tapi yang saya beli *share in jar* harganya 20 ribu, kalau mengenai pengemasannya saya tidak tau apakah kemasannya sudahmi disterilkan atau tidak”.⁶⁸

Seperti halnya yang dikatakan oleh Karmila bahwa:

“Saya tidak tau mengenai pengemasannya dari produk *share in jar* karena saya belum pernah lihat postingannya dan saya belum pernah tanyakan sampai sekarang tapi di *share in jar* nya Gigishop ada memang ukuran tertentuya setauku karena kalau saya beli disana penjualnya tawarkan terlebih dahulu ukuran berapa ml jadi tidak sembarangan tapi mungkin pake timbangan”.⁶⁹

Merujuk pada data wawancara yang dilakukan dengan beberapa konsumen pengguna kosmetik sistem *share in jar* dapat dipahami bahwa kebanyakan konsumen pengguna kosmetik sistem *share in jar* di toko Gigishop Skincare Pinrang tidak mengetahui proses pengemasan kosmetik *share in jar* yang dibelinya. Beberapa konsumen juga melakukan komplain terhadap pengemasan kosmetik *share in jar* yang dibelinya, seperti yang dikatakan oleh Anjali bahwa:

“Saya pernah beli toner hatomugi di Gigishop yang isinya 60 ml tapi saya tidak tau bagaimana cara pengemasannya produk tersebut, saat itu produk yang saya beli dikirim lewat kurir jadi pas sampai saya liat kemasan botolnya rusak tidak bisa disemprot karena produk yang saya beli kemasan spray jadi saya tanyakan ke penjualnya dan waktu itu digantikan dengan yang lain”.⁷⁰

⁶⁷Siti Nurhaliza , Konsumen, *Wawancara* di Pinrang, 27 November 2022.

⁶⁸Rahma , Konsumen, *Wawancara* di Pinrang, 28 November 2022.

⁶⁹Karmila , Konsumen, *Wawancara* di Pinrang, 28 November 2022.

⁷⁰Anjali , Konsumen, *Wawancara* di Pinrang, 5 Desember 2022.

Merujuk pada data wawancara yang dilakukan dengan Anjali selaku konsumen pengguna kosmetik sistem *share in jar* dapat dipahami bahwa ketika membeli produk sistem *Share in jar* dia tidak mengetahui dengan jelas proses pengemasannya dan pernah melakukan komplain terhadap produk yang dibelinya karena botolnya yang rusak kemudian pemilik toko bertanggung jawab dengan memberikan ganti rugi yaitu menggantikan dengan produk lain. Hal serupa juga dialami oleh Mira dalam wawancaranya mengatakan bahwa:

“*share in jar* yang pernah saya beli itu tonernya Avoskin ada juga masker dark spot dari Axis-y , kalau proses pemindahannya saya tidak tau apakah sudah bersih atau belum dan saya pernah komplain karena produk yang saya beli tutupnya tidak rapat jadi isinya tumpah-tumpah dikarenakan produk *share in jar* tidak tersegel tapi alhamdulillah penjualnya baik dan bertanggung jawab”⁷¹.

Sesuai data yang dapat dipahami dari hasil wawancara dengan pemilik toko serta konsumen pengguna kosmetik sistem *share in jar* di toko Gigishop skincare pinrang bahwa praktik jual beli kosmetik dengan sistem *share in jar* di toko Gigishop skincare pinrang dilakukan dengan melakukan pemesanan terlebih dahulu atau dengan kata lain menggunakan sistem *pre-order* yaitu konsumen memesan terlebih dahulu merek kosmetik dan ukuran yang diinginkan kemudian pesanan tersebut dapat diambil sesuai kesepakatan waktu yang ditentukan , mengenai label informasi yang tidak dicantumkan pada kemasan kosmetik membuat *in jar* sangat berguna bagi konsumen terutama yang ingin mencoba produk baru dengan harga terjangkau, terkait masalah produk yang rusak atau konsumen merasa ragu tetapi disisi lain konsumen merasa senang karena kosmetik *share* cacat pemilik toko dapat memberikan ganti rugi. Transaksi Jual beli sistem *share in jar* ini tidak dicampur dengan produk lain atau tambahan

⁷¹Mira , Konsumen, *Wawancara* di Pinrang, 30 November 2022.

kandungan bahan apapun dapat dilihat dengan tidak adanya konsumen yang komplain mengenai keaslian produk yang dijual.

Transaksi jual beli dalam hukum ekonomi syariah sangat menganjurkan adanya informasi produk pada pembeli tidak hanya berkaitan dengan kuantitas harga suatu barang akan tetapi yang terpenting adalah kualitas atau mutu suatu produk yang diperjualbelikan untuk menjamin keselamatan dan kesehatan bagi konsumen yang menggunakannya.

Jual beli dalam kitab *Al-Hisbah fi al-Islam* berdasarkan pendapat Ibnu Taimiyah mengatakan bahwa setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang berkewajiban memberikan keterangan informasi yang benar dan sesuai mengenai produk yang diperjualbelikan tanpa menyembunyikan cacat dalam produk tersebut.⁷² Hal ini bertentangan dengan praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang karena dalam praktiknya tidak memberikan label memuat informasi produk.

B. Perspektif *Maqāshid al-syarī'ah* terhadap praktik jual beli kosmetik dengan sistem *Share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang

Jual beli merupakan bagian dari kebutuhan *dharuriyyat* dalam *maqāshid al-syarī'ah* karena telah menjadi kebutuhan pokok manusia. Seiring perkembangan zaman, kini jual beli dapat dilakukan secara langsung maupun melalui perantara (*online*) salah satunya jual beli kosmetik. Banyaknya produk kosmetik yang sedang viral menyebabkan konsumen penasaran untuk mencoba produk tersebut tetapi karena harganya yang mahal sehingga konsumen masih ragu untuk mencobanya, maka disinilah muncul peluang bagi pelaku usaha untuk

⁷² Ibnu Taimiyah, *Al-Hisbah Fi Al-Islam* (Beirut: Maktabah 'Alamiyah), h. 18.

membagi kosmetiknya dalam kemasan *share in jar* untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Praktiknya jual beli kosmetik sistem *share in jar* di toko Gigishop skincare pinrang tidak memberikan label berupa informasi produk pada kemasan yang dapat menyebabkan kerugian apabila produk yang dibeli oleh konsumen bukan produk asli atau kehigienisannya tidak menjamin sehingga beberapa konsumen masih meragukan produk kosmetik tersebut. Keberadaan *maqāshid al-syarī'ah* merupakan tujuan utama untuk memperoleh kemaslahatan umat muslim tentunya harus dipahami dengan baik guna terhindar dari kerusakan dengan maksud menjaga stabilitas agar senantiasa memberikan manfaat serta menolak kemudharatan.

Hakikat *maqāshid al-syarī'ah* adalah mewujudkan kebaikan sekaligus menghindari keburukan atau dapat dikatakan menarik manfaat dan menolak mudharat, hal inilah yang merupakan salah satu konsep terpenting dan mendasar dalam membangun bisnis yang sesuai dengan syariah. Maslahat adalah istilah lain yang sejalan dengan inti *maqāshid al-syarī'ah* karena hukum Islam harus sejalan dengan maslahat. Pengertian hukum Islam pada dasarnya adalah aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh Allah swt melalui Rasulnya berupa tuntutan, larangan, dan petunjuk dengan tujuan menciptakan kedamaian, ketenangan dan kemafsadatan lainnya.

Memberikan informasi mengenai barang yang diperjualbelikan merupakan kewajiban pelaku usaha dan sebaliknya mendapatkan informasi yang jelas mengenai barang yang dibeli adalah hak konsumen sehingga barang yang

diperjualbelikan juga harus memenuhi syarat-syarat jual beli salah satunya tidak boleh mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan).

Kosmetik dengan sistem *share in jar* yang tidak mencantumkan label memuat informasi produk , seperti komposisi, cara penggunaan, manfaat, efek samping dan tanggal kadaluwarsa produk berpotensi menimbulkan permasalahan kulit atau keselamatan jiwa bagi konsumen apabila produk tersebut palsu dan kadaluwarsa karena produk kosmetik *share in jar* masih diragukan kualitasnya, padahal islam mengajarkan manusia agar tidak berbuat kerusakan, sebagaimana firman Allah swt. dalam Q.S Al-Baqarah/2: 205

وَإِذَا تَوَلَّى سَعَىٰ فِي الْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ الْحَرْثَ وَالنَّسْلَ ۗ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ الْفُسَادَ ﴿٢٠٥﴾

Terjemahnya:

“dan apabila ia berpaling (dari engkau), dia berusaha untuk berbuat kerusakan di bumi, serta merusak tanam-tanaman dan ternak sedangkan Allah swt. tidak menyukai kerusakan”. (Q.S. Al-Baqarah ayat 205)⁷³

Dalam hal ini dasar hukum jual beli yang awalnya boleh menjadi terlarang karena tidak memenuhi syarat dan rukun jual beli karena tidak adanya informasi pada barang yang diperjualbelikan sehingga dapat menimbulkan *kemudharatan*.

Pada prinsipnya di dalam Islam penggunaan benda yang ada di dunia ini haruslah bertujuan untuk mendatangkan kemaslahatan dan menghindari kemudharatan sehingga kita dituntut untuk melakukan perbuatan yang selaras dengan *maqāshid al-syarī'ah*. Berdasarkan hal tersebut praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* baik *maslahat* dan *mudharat* jika dikaitkan dengan beberapa tujuan *maqāshid al-syarī'ah*, yakni:

⁷³Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h.32.

1. Perlindungan terhadap Agama (Ḥifẓ al-dīn)

Tujuan utama dari pemakaian kosmetik yaitu merawat kulit sehingga dapat menciptakan keindahan, Allah swt. mencintai keindahan, seperti dalam HR. Muslim yang berbunyi “Sesungguhnya Allah itu indah dan mencintai keindahan”. Dalam kalimat ini memiliki makna yang agung yaitu kita sebagai hambanya harusnya selalu menjaga keindahan agar dicintai Allah swt.

Dalam pemakaian kosmetik, konsumen sebaiknya menggunakan kosmetik yang memiliki label halal dan kosmetik yang tidak menghalangi seseorang untuk melakukan ibadah seperti berwudhu ketika ingin melaksanakan shalat karena akan menimbulkan kesulitan apabila ingin beribadah.

2. Perlindungan terhadap Jiwa (Ḥifẓ al-nafs)

Penggunaan kosmetik sangat penting terutama di kalangan wanita dan telah menjadi kebutuhan pokok karena kulit merupakan pelindung tubuh paling utama yang akan melindungi alat-alat tubuh bagian dalam. Merawat tubuh dengan baik termasuk dalam salah satu kebutuhan primer (*dharuriyat*) yaitu sesuatu yang harus dilaksanakan dengan tujuan memberikan kemaslahatan bagi manusia sehingga apabila kebutuhan tersebut tidak terlaksana maka kehidupan manusia akan hancur.

Islam selalu mengajarkan kepada kita untuk menjaga tubuh dengan baik sesuai dengan *maqāshid al-syarī'ah* yaitu menjaga jiwa (Ḥifẓ al-nafs) berhubungan erat dengan merawat tubuh dengan baik yang berarti penggunaan produk kosmetik menggunakan kosmetik yang aman seperti kosmetik yang telah teruji keamanannya di BPOM.

praktiknya tidak sesuai dengan undang-undang perlindungan konsumen karena tidak memberikan label atau membuat penjelasan yang memuat informasi produk yang diperjualbelikan sehingga berpotensi merusak kulit serta membahayakan kesehatan konsumen, maka hal ini bertentangan dengan *maqāshid al-syarī'ah* dalam bentuk perlindungan terhadap jiwa.

3. Perlindungan terhadap akal (Ḥifz al-'aql)

Perlindungan terhadap akal yang dimaksud adalah pelaku usaha sebaiknya tidak melakukan promosi yang berlebihan sehingga konsumen merasa tertipu dengan promosi tersebut sehingga merusak akal konsumen. Dalam penggunaan produk kosmetik, konsumen sebaiknya mengetahui terlebih dahulu informasi terhadap produk yang akan dibelinya terutama produk perawatan wajah dengan mengetahui informasi terhadap produk maka konsumen tidak akan ragu terhadap produk tersebut.

Konsumen sebaiknya memilih produk mana yang sesuai dengan kebutuhan kulitnya dan tidak asal memilih karena pada saat ini banyak sekali produk kosmetik yang beredar dipasaran, maka dari itu pentingnya edukasi tentang produk kosmetik perawatan wajah agar tidak salah memilih dan tidak merusak kulit.

4. Perlindungan terhadap keturunan/ kehormatan (Ḥifz al-Naṣl)

Keturunan merupakan generasi penerus bagi setiap orang, maka keturunan adalah kehormatan (al-ard) bagi setiap orang dan kedudukan dari keturunan inilah Islam sangat memperhatikan agar keturunan yang dilahirkan

beasal dari hubungan yang jelas dan sah menurut agama dan negara. Dengan demikian islam melarang perbuatan zina demi terpeliharanya keturunan.⁷⁴

Perlindungan terhadap keturunan dalam *maqāshid al-syarī'ah* terkait dengan produk kosmetik sistem *share in jar* apabila konsumen membeli produk kosmetik sebaiknya memperhatikan kebutuhan keturunan mereka sehingga konsumen bisa membedakan kebutuhan dalam membeli kosmetik dengan kebutuhan keturunannya.

5. Perlindungan terhadap harta (Ḥifz al-māl)

Dalam *maqāshid al-syarī'ah* yaitu mendapatkan harta tersebut sebaiknya dilakukan sesuai dengan hukum yang telah disyariatkan seperti: harta dikumpulkan dengan cara halal, larangan mencuri, larangan memakan harta orang lain dengan cara yang bathil, menipu atau korupsi dan larangan riba.⁷⁵

Islam mempercayai bahwa semua harta didunia ini adalah milik Allah swt. karena pada dasarnya hak manusia hanyalah memanfaatkannya, maka manusia yang sangat rakus terhadap harta benda ialah manusia yang mengusakakan harta tersebut dengan jalan apapun sehingga Islam mengatur agar tidak terjadi hal seperti ini untuk menghindari mengambil harta sesama dengan cara yang bathil atau mengambil harta dengan cara tidak jujur.

Mencari keuntungan besar dalam menjalankan suatu usaha merupakan tujuan utama, namun apabila dalam menjalankan usaha tersebut mengakibatkan kemudharatan bagi pihak lain maka hal tersebut dilarang oleh agama. Begitu pula dengan menjual kosmetik sistem *share in jar* , apabila

⁷⁴Abdul Helim, *Maqashid Al-Syariah versus Usul Al-Fiqh* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019), h. 27.

⁷⁵Azizah S dkk, 'Analisis Maqashid Syariah Tentang Menjaga Harta Terhadap Penagguhan Penyerahan Jaminan Logam Mulia Kolektif', *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 6.1 (2020), 22.

pelaku usaha tidak menjalankan usahanya dengan baik dan sesuai dengan syara', misalnya memberikan informasi yang jelas terkait produk yang diperjualbelikan, maka hal ini dapat merusak kulit konsumen apabila produk tersebut tidak asli dan tidak higienis.

Praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* dalam *maqāshid al-syari'ah* menurut As-Syatibi dibagi menjadi tiga tingkatan yaitu kebutuhan *dharuriyat* (kebutuhan primer), kebutuhan *hajiyyat* (kebutuhan sekunder) dan kebutuhan *tahsiniyat* (kebutuhan tersier).⁷⁶ Berdasarkan tingkat kebutuhannya kosmetik hanya sebagai kebutuhan *hajiyyat* (pelengkap) yaitu untuk melengkapi penampilan.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dalam pasal 8 mengenai perbuatan yang dilarang oleh pelaku usaha yaitu pelaku usaha dilarang tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat, sedangkan di Toko Gigishop Skincare Pinrang kosmetik *share in jar* yang diperjualbelikan tidak diberikan label berupa informasi produk sehingga hal tersebut tidak menjamin kualitas produk.

Adapun sisi positif dan negatif dari produk kosmetik sistem *share in jar* sebagai berikut:

⁷⁶ Ahmad Suganda, 'Urgensi Dan Tingkatan Maqashid Al-Syariah Dalam Kemaslahatan Masyarakat', *Jurnal Media Hukum Dan Pendidikan*, 30.1 (2020), h. 3.

1. Kosmetik *share in jar* dilihat dari sisi positif/manfaatnya

Semakin banyak pemasaran dalam persaingan pasar di bidang kosmetik sehingga Toko Gigishop Skincare Pinrang memilih strategi *share in jar* sebagai salah satu strategi dalam memasarkan produk kosmetiknya agar dapat dijangkau oleh semua kalangan remaja khususnya pelajar, mahasiswa dan masyarakat umum dengan harga yang ekonomis sehingga mereka sudah mendapatkan kosmetik yang mereka inginkan. Adapun keuntungan dari *share in jar* yaitu:

a) Harga lebih terjangkau

Kosmetik kemasan *share in jar* merupakan kosmetik yang telah dibagi ke dalam wadah-wadah yang lebih kecil sehingga membuat harga suatu produk kosmetik lebih murah dibanding dengan harga asli produk, hal ini menjadi alternatif bagi konsumen yang ingin mencoba produk baru sebab ketika tidak cocok maka tidak akan mengalami kerugian yang banyak. Kosmetik *share in jar* dengan harga yang lebih murah membantu konsumen khususnya para remaja untuk membeli produk kosmetik dalam kemasan kecil dan lebih ekonomis.

b) Keuntungan yang besar bagi penjual

Kosmetik sistem *share in jar* dari segi harga tentunya lebih murah dibandingkan dengan harga kosmetik kemasan asli akan tetapi apabila dibagi dengan harga per gramnya tentu saja kosmetik *share in jar* lebih mahal karena isinya lebih sedikit sehingga hal tersebut memberikan keuntungan yang besar bagi pelaku usaha.

2. Kosmetik *share in jar* dilihat dari sisi negatifnya

a) Kualitas dan kebersihan produk diragukan

Kosmetik dengan kemasan asli dari proses produksi dan pengemasannya telah mengikuti standar tertentu serta telah terjamin kualitas dan kebersihannya sedangkan kosmetik yang dikemas ulang atau dikenal dengan sistem *share in jar* masih diragukan terkait tingkat kebersihan, kualitas serta cara pelaku usaha dalam melakukan pengemasan, kebersihan alat yang digunakan, tempat pemindahan, kemasan yang digunakan dan proses penyimpanan kosmetik tersebut.

b) Informasi produk tidak diketahui

Kosmetik dengan sistem *share in jar* yang mengharuskan produk dipindahkan ke dalam wadah atau tempat yang lebih kecil sehingga yang menjadi permasalahan yaitu kurangnya informasi produk pada kemasan karena pelaku usaha menggunakan wadah yang hanya mencantumkan harga produk saja serta tidak mencantumkan informasi produk berupa tanggal kadaluarsa, komposisi/ bahan yang terkandung dalam kosmetik, larangan serta efek samping dari produk tersebut maka hal tersebut berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen karena mengandung ketidakjelasan.

c) Tidak memiliki izin edar

Izin edar merupakan hal yang harus dimiliki kosmetik sebelum diperjualbelikan syarat untuk mendapatkan izin edar yaitu harus memenuhi standar, kualitas serta memberikan keamanan bagi

pemakainya sehingga tidak merugikan konsumen apabila digunakan secara terus-menerus, sebaliknya produk kosmetik yang tidak memiliki izin untuk diedarkan belum sampai pada proses pemeriksaan oleh pihak yang berwenang mengangani kosmetik. Kurangnya kualitas dari sebuah produk kosmetik *share in jar* karena kemungkinan adanya bakteri yang masuk pada saat proses pemindahan produk hal inilah yang menjadi hal penting dalam mendapatkan izin edar karena hal tersebut erat kaitannya dengan mutu serta keamanan dari produk *share in jar*.

Berdasarkan hasil pebelitian yang telah dilakukan bahwa dalam praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* berdasarkan *maqāshid al-syarī'ah* memiliki kemaslahatan untuk masyarakat diantaranya: pertama, kosmetik merupakan suatu kebutuhan primer bagi wanita seperti saat ini begitu banyak merek kosmetik yang beredar di masyarakat maka dalam kemaslahatan ummat pentingnya memilih kosmetik yang aman dan halal sehingga tidak mengakibatkan penyakit dan kerusakan bagi pemakainya. Kedua, kosmetik dengan sistem *share in jar* berperan penting dalam *maqāshid al-syarī'ah* diantaranya Ḥifz al- māl atau perlindungan terhadap harta seperti yang terjadi saat ini banyaknya masyarakat yang lebih mementingkan penampilan bahkan tidak peduli dengan harga kosmetik yang mahal. Hadirnya kosmetik dengan sistem *share in jar* membantu kemaslahatan dalam penjagaan terhadap harta serta pengaturan keuangan untuk pembelian kosmetik yang lebih terjangkau oleh semua kalangan masyarakat dan

menghindari kerugian yang besar apabila produk kosmetik yang dibeli tidak sesuai dengan harapan dan kebutuhan.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Setelah melakukan penelitian dengan mengkaji data dan menganalisis praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* di toko gigishop skincare pinrang perspektif *maqāshid al-syarī'ah*, peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* di toko gigishop skincare pinrang dilakukan dengan melakukan pemesanan terlebih dahulu atau menggunakan sistem *pre-order* yaitu konsumen memesan terlebih dahulu merek kosmetik dan ukuran yang diinginkan kemudian pesanan tersebut dapat diambil sesuai kesepakatan waktu yang ditentukan, mengenai label informasi yang tidak dicantumkan pada kemasan kosmetik membuat konsumen merasa ragu tetapi konsumen merasa senang karena kosmetik *share in jar* sangat berguna bagi konsumen terutama yang ingin mencoba produk baru dengan harga terjangkau, terkait masalah produk yang rusak atau cacat pemilik toko dapat memberikan ganti rugi.
2. Berdasarkan perspektif *maqāshid al-syarī'ah* terkait praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* di toko Gigishop Skincare Pinrang berperan penting dalam *maqāshid al-syarī'ah* diantaranya ḥifz al- māl yang membantu kemaslahatan dalam penjagaan terhadap harta serta pengaturan keuangan untuk pembelian kosmetik yang lebih terjangkau oleh semua kalangan masyarakat dan menghindari kerugian yang besar apabila produk kosmetik yang dibeli tidak sesuai dengan harapan dan kebutuhan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan adapun beberapa saran untuk Pelaku Usaha Gigishop Skincare Pinrang dan konsumen:

1. Kepada pelaku usaha agar mencantumkan informasi tentang kosmetik *share in jar* yang diperjualbelikan seperti manfaat, efek samping, cara pakai, komposisi, dan yang terpenting tanggal kadaluwarsa agar memudahkan konsumen dalam penggunaan kosmetik, tetapi lebih baiknya praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* tersebut di hilangkan karena dilarang oleh pabrik kosmetik serta tidak adanya izin untuk diedarkan .
2. Diharapkan bagi seluruh konsumen khususnya pengguna kosmetik sistem *share in jar* agar senantiasa lebih teliti dalam memilih produk kosmetik serta memperhatikan informasi produk kosmetik sebelum dibeli dan mengetahui terlebih dahulu dampak buruk penggunaan kosmetik sistem *share in jar* yang tidak memiliki informasi yang jelas pada kemasan karena produk tidak terjamin keaslian dan kualitasnya.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim

Abdul Wahab, Muhammad, *Gharar Dalam Transaksi Modern* (Jakarta: Rumah Fiqh Publishing, 2019)

———, *Teori Akad Dalam Fiqih Muamalah* (Jakarta: Rumah Fiqh Publishing, 2019)

Abdussamad, Zuchri, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: CV. Syakir Media Press, 2021)

Adam, Panji, *Fiqih Muamalah Kontemporer* (Malang: Inteligencia Media, 2021)

Ahmad Sarwat, *Fiqih Jual Beli* (Jakarta: Rumah Fiqh Publishing, 2018)

Aksamawanti, 'Gharar: Hakikat Dan Pengaruhnya Terhadap Akad', *Jurnal Studi Al-Qur'an Dan Hukum*, 5.1 (2019)

Arifin, Zarul, 'Kehujjahan Maqashid Al-Syariah Dalam Filsafat Hukum Islam', *Jurnal Syariah Dan Hukum Islam*, 5.2 (2020)

Atsar, Abdul, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Yogyakarta: Deepublish, 2019)

Azhari, Muhammad Iqbal, 'Maqashid Al-Syariah : Pendekatan Substansial Dalam Memahami Semangat Nash', *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 15.1 (2020)

Azizah S dkk, 'Analisis Maqashid Syariah Tentang Menjaga Harta Terhadap Penagguhan Penyerahan Jaminan Logam Mulia Kolektif', *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 6.1 (2020), 22

Bin Badri, Muhammad Arifin, *Panduan Praktik Fiqih Perniagaan Islam* (Jakarta: Darulhaq, 2018)

Barkatullah, Abdul Halim, *Hak- Hak Konsumen* (Bandung: Nusamedia, 2019)

Bedong, Muhammad Ali Rusdi, *Maqasid Al-Mukallaf Solusi Aplikatif Menuju Fatwa Komprehensif* (Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2022)

Bidari, Diah Ayu Retno, 'Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Share in Jar Dalam Pemasaran Kosmetik (Studi Kasus Produk Nature Republic Aloe Vera Di Khoyiir Store Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung)' (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung, 2020)

Departemen Agama RI, *Al-Qu'am Dan Terjemahannya* (Bandung: CV. Penerbit

- Diponegoro, 2000)
- , *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Semarang: CV. Al-Wa'ah, 1997)
- Farroh Hasan, Ahmad, *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori Dan Praktik)* (Malang: UIN Maliki Press, 2018)
- Fauzi, Ahmad, 'Jual Beli Pakaian Bekas Dalam Perspektif Fikih Muamalah Iqtishodiyah', *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4.2 (2019)
- Hamdani, Lukman, 'Kontrak Jual Beli Di Era Kontemporer', *Jurnal Ekonomi Syariah*, 3.2 (2019)
- Hamsah Hudafi, Agung Kurniawan, 'Konsep Maqashid Syariah Imam Asy-Syatibi Dalam Kitab Al-Muwafaqat', *Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 15.1 (2021)
- Hani, Umi, *Fiqh Muamalah* (Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, 2021)
- Harahap, Nursapia, *Penelitian Kualitatif* (Medan: Wal Ashri Publishing, 2020)
- Harisah, 'Konsep Islam Tentang Keadilan Dalam Muamalah', *Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam*, 3.2 (2020), 117
- Helim, Abdul, *Maqashid Al-Syariah versus Usul Al-Fiqh* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019)
- Hidayatullah, *Fiqh* (Banjarmasin: Univesitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, 2019)
- ibn Hajar al-Asqalani, Ahmad ibn Ali, *Bulughul Maram Min Adillatil Ahkam* (Jakarta: Rineka Cipta, 1992)
- Jalili, Ahmad, 'Teori Maqashid Al-Syariah Dalam Hukum Islam', *Jurnal Syariah Dan Hukum*, 3.2 (2021)
- Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Bandung: Syamiil Quran, 2010)
- , *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*
- Kurnia Ningsih, Prilla, *Fiqh Muamalah* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2021)
- Mashdurohatun, Anis, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teori Dan Praktik)* (Semarang: Unissula Press, 2019)
- Mustofa, Imam, *Kajian Fikih Kontemporer* (Yogyakarta: Idea Press, 2019)

- Mutiara, Toufika Sura, “Perindungan Konsumen Terhadap Kosmetik Yang Mengandung Bahan Berbahaya” (Universitas Muhammadiyah Magelang, 2019)
- Panjaitan, Hulman, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Jala Permata Aksara, 2021)
- Pasal 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, *UU Nomor 8 Tahun 1999*
- Pudjihardjo, Nur Faizin Muhith, *Fikih Muamalah Ekonomi Syariah* (Malang: UB Press, 2019)
- Rahmat Hidayat, *Pengantar Fikih Muamalh* (Medan: Universitas Islam Negeri Surabaya, 2020)
- Rohman, Holilur, *Hukum Jual Beli Online* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020)
- Rukajat, Ajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2018)
- Salim dan Haidir, *Penelitian Pendidikan Metode, Pendekatan Dan Jenis* (Jakarta: Kencana, 2019)
- Soemitra, Andri, *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer* (Jakarta: Prenada Media Group, 2019)
- Sri Sudiarti, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018)
- Suganda, Ahmad, ‘Urgensi Dan Tingkatan Maqashid Al-Syariah Dalam Kemaslahatan Masyarakat’, *Jurnal Media Hukum Dan Pendidikan*, 30.1 (2020)
- Sulikhodin, Moh. Alfin, ‘Maqashid Al-Syariah Perspektif Izzuddin Abdi Al-Salam’, *Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 7.1 (2021)
- Syaikhu, *Fikih Muamalah Memahami Konsep Dan Dialektika Kontemporer* (Yogyakarta: K-Media, 2020)
- Syamilah, Maktabu, *Sunan Al-Kubro Lil Baihaqi* (Bab Tahrim Bay’i Fadhilil Ma’I Ladzi Yakunu Bil Falati Wa Yuhtaju Ilaihi Yar’i Kala’i Wa Tahrim Mani Badlaihi Wa Tahrimu Bay’I Dhirobi al-Fahli)
- Taimiyah, Ibnu, *Al-Hisbah Fi Al-Islam* (Beirut: Maktabah ’Alamiyah)
- Umar Sidiq dan Moh. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan* (Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019)
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan*

Konsumen

Wahyuningtyas, Adelia, 'Analisis Sad Al-Dhari'ah Dan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Terhadap Jual Beli Skincare Share in Jar Di Online Shop @share_skincarekendari' (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021)

Winarni, Endang Widi, *Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018)

Zubair, Muhammad Kamal, 'Signifikasi Modifikasi Akad Dalam Transaksi Muamalah', *Jurnal Muqtasid*, 1.2 (2010)



LAMPIRAN-LAMPIRAN



Lampiran 1 (Pedoman Wawancara)

	<p>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM Jl. Amal Bakti No.8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307</p>
<p>VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI</p>	

NAMA MAHASISWA : RISDAYANTI

NIM : 18.2200.003

FAKULTAS : SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM

PRODI : HUKUM EKONOMI SYARIAH

JUDUL : PRAKTIK JUAL BELI KOSMETIK SISTEM *SHARE IN JAR* DI TOKO GIGISHOP SKINCARE PINRANG
PERSPEKTIF *MAQASHID AL-SYARIAH*

PEDOMAN WAWANCARA

Wawancara untuk pelaku usaha

1. Apa alasan anda mendirikan toko/ usaha dibidang kosmetik?
2. Sejak kapan anda memulai usaha kosmetik?
3. Sejak kapan anda menjual produk kosmetik *share in jar*?
4. Mengapa anda menjual produk kosmetik dengan sistem *share ini jar*?
5. Apa saja produk kosmetik *share in jar* yang anda jual?
6. Bagaimana proses pengemasan produk kosmetik *share in jar* yang anda jual?
7. Bagaimana menurut anda kualitas dari produk kosmetik *share in jar*?
8. Apakah dalam penjualan kosmetik *share in jar* sudah ada konsumen yang komplain atau mengeluh ?

9. Bagaimana bentuk tanggung jawab pelaku usaha apabila konsumen komplain mengenai produk?
10. Bagaimana sistem penjual kosmetik *share in jar* yang anda jual, apakah dengan sistem *pre-order* atau *ready stock*?
11. Apakah produk *share in jar* yang diperjualbelikan merupakan produk yang memiliki label halal?
12. Apakah ada aturan tertentu/ aturan dari pusat mengenai kosmetik *share in jar* yang anda jual?

Wawancara untuk konsumen

1. Menurut anda bagaimana pentingnya kosmetik?
2. Mengapa anda tertarik membeli produk kosmetik kemasan *share in jar* ?
3. Produk kosmetik *share in jar* merek apa yang pernah anda gunakan?
4. Apakah dalam penggunaan kosmetik *share in jar* yang anda gunakan pernah terjadi permasalahan ?
5. Apakah anda pernah merasa ragu saat menggunakan produk kosmetik *share in jar* yang tidak mencantumkan label informasi produk pada kemasan?
6. Apakah anda mengetahui proses pemindahan/ pengemasan kosmetik *share in jar*?

Pembimbing Utama



(Dr. Fikri, S.Ag., M.HI)
NIP. 19740110 200604 1 008

Parepare, 2 November 2022

Mengetahui

Pembimbing Pendamping



(Dr. M. Ali Rusdi, S.Th.I, M.HI)
NIP. 19870418 201503 1 002

Lampiran 2 (Surat Keterangan Wawancara)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ade Pebrya
Tempat/ Tanggal Lahir : Pinrang / 17 - february 2000
Agama : Islam
Pekerjaan : Penjual Kosmetik
Selaku Pihak : Owner Gigishop Skincare

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Risdayanti yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Praktik Jual Beli Kosmetik Sistem *Share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang : Kritik *Maqashid Al-Syariah*".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 25 November 2022 .

Informan,

(.....
Ade pebrya

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama : Siti Nurhaliza.
Tempat/ Tanggal Lahir : Pinrang, 05 november 2005
Agama : Islam
Pekerjaan : -
Selaku Pihak : konsumen

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Risdianti yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Praktik Jual Beli Kosmetik Sistem *Share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang : Kritik *Maqashid Al-Syaratuh*".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 27 November 2022

Informan,



(..... Siti Nurhaliza)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : KARMILA M

Tempat/ Tanggal Lahir : Pinrang, 20-02-1999

Agama : ISLAM

Pekerjaan : -

Selaku Pihak : KONSUMEN

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ridayanti yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Praktik Jual Beli Kosmetik Sistem *Share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang : Kritik *Maqashid Al-Syariah*".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 28 November 2022

Informan,



(.....KARMILA M.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rahma
Tempat/ Tanggal Lahir : Makassar 22 Oktober 1989
Agama : Islam
Pekerjaan : -
Selaku Pihak : konsumen

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Risdianti yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Praktik Jual Beli Kosmetik Sistem *Share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang : Kritik *Maqashid Al-Syariah*".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 28 November 2022

Informan,


(..... Rahma)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mira
Tempat/ Tanggal Lahir : Pinrang, 30 Juni 2006
Agama : Islam
Pekerjaan : Pelajar
Selaku Pihak : Konsumen

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Risdianti yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Praktik Jual Beli Kosmetik Sistem *Share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang : Kritik *Maqashid Al-Syariah*".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 30 November 2022

Informan,



(Mira
.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anjali Kamaluddin
Tempat/ Tanggal Lahir : Pinrang , 18 Desember 1999
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswi
Selaku Pihak : Konsumen.

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ridayanti yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Praktik Jual Beli Kosmetik Sistem *Share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang : Kritik *Maqashid Al-Syariah*".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 5 Desember 2022

Informan,


(..Anjali Kamaluddin..)

Lampiran 3 (Surat Izin Meneliti dari Kampus)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-3475/In.39/FSIH.02/PP.00.9/11/2022
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI PINRANG
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KAB. PINRANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : RISDAYANTI
Tempat/Tgl. Lahir : PINRANG, 03 Desember 2000
NIM : 18.2200.003
Fakultas / Program Studi : Syariah dan Ilmu Hukum Islam / Muamalah
Semester : IX (Sembilan)
Alamat : SALO2, KECAMATAN WATANG SAWITTO, KABUPATEN PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KAB. PINRANG dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

**PRAKTIK JUAL BELI KOSMETIK SISTEM SHARE IN JAR DI TOKO GIGISHOP SKINCARE PINRANG:
KRITIK MAQASHID AL-SYARIAH**

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Nopember sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kersama diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

17 Nopember 2022

Dekan,



Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag.
NIP 197609012006042001

Lampiran 4 (Surat Izin Meneliti dari Kantor Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Pinrang)



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Jl. Jend. Sukawati Nomor 40, Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212

KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG
 Nomor : 503/0637/PENELITIAN/DPMP/TS/1/2022

Tentang
REKOMENDASI PENELITIAN

Menimbang bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 24 11 2022 atas nama RISDAYANTI dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Rekomendasi Penelitian

Mengingat

1. Undang - Undang Nomor 29 Tahun 1999,
2. Undang - Undang Nomor 18 Tahun 2002
3. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007
4. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2009
5. Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014
6. Peraturan Presiden RI Nomor 91 Tahun 2014,
7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014
8. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016, dan
9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019

Memperhatikan

1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP 1007/RT Teknis/DPMP/TS/1/2022, Tanggal : 24 11 2022
2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor 0633/BAP/PENELITIAN/DPMP/TS/1/2022, Tanggal : 24-11-2022

MEMUTUSKAN

Menetapkan

KESATU Memberikan Rekomendasi Penelitian kepada

1. Nama Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM Negeri (IAIN) PAREPARE
2. Alamat Lembaga : JL. AMAL BAKTI NO. 8 SOREANG
3. Nama Peneliti : RISDAYANTI
4. Judul Penelitian : PRAKTIK JUAL BELI KOSMETIK SISTEM SHARE IN JAR DI TOKO GIGISHOP SKINCARE PINRANG: KRITIK MAQASHID AL-SYARIAH
5. Jangka waktu Penelitian : 1 Bulan
6. Sasaran/target Penelitian : PELAKU USAHA GIGISHOP SKINCARE DAN KONSUMEN
7. Lokasi Penelitian : Kecamatan Puleteang

KEDUA Rekomendasi Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 24-05-2023

KETIGA Peneliti wajib menaati dan melakukan ketentuan dalam Rekomendasi Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan

KEEMPAT Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 25 November 2022



Blaya : Rp 0,-

Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :
ANDI MIRANI, AP., M.SI
 NIP. 197406031993112001
 Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang











Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSRF

DPMP/TS

Lampiran 5 (Surat Keterangan Selesai Meneliti dari Kantor Camat Paleteang)



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
 KECAMATAN PALETEANG
 Jalan Bulu Pakoro No. Telp.(0421) 922 636 FAX.....
PALETEANG 91213

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN

Nomor : 267.1/KPL/XII/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **ANDI TAMBERO, S.STP, M.Si**
 Jabatan : **CAMAT PALETEANG**

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama Peneliti : **RISDAYANTI**
 Tempat/Tanggal Lahir : **Salo, 03 Desember 2000**
 NIM : **18.2200.003**
 Fakultas/Program Studi : **Syariah dan Ilmu Hukum Islam/Hukum Ekonomi Syariah**
 Nama Lembaga : **Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare**
 Alamat Lembaga : **Jl. Amal Bakti No.8 Soreang Parepare**

Benar telah melaksanakan penelitian dengan Judul "**PRAKTIK JUAL BELI KOSMETIK SISTEM SHARE IN JAR DI TOKO GIGISHOP SKINKER PIRANG (KRITIK MAQASHID AL-SYARIAH)**" yang dilaksanakan di wilayah Kecamatan Paleteang Kabupaten Pinrang mulai tanggal 25 November 2022 sampai dengan 25 Desember 2022.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya,

Paleteang, 26 Desember 2022



CAMAT PALETEANG

ANDI TAMBERO, S.STP, M.Si
 Pangkat : **Pembina Tk.I**
 NIP : **197912201999121001**

Lampiran 6 (Surat Keterangan Selesai Meneliti dari Toko Gigishop Skincare Pinrang)

GIGISHOP SKINCARE PINRANG

Jl. Pattimura, dekat PDAM, Pacong, Kecamatan Paletang, Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan

SURAT KETERANGAN TELAH MENELITI

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah pemilik Toko Gigishop Skincare

Pinrang menerangkan bahwa :

Nama : Ridayanti
Nim : 18.2200.003
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Semester : IX (Sembilan)
Tempat/ Tgl. Lahir : Pinrang, 03 Desember 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Salo 2, Kecamatan Watang Sawitto , Kabupaten Pinrang

Yang tersebut namanya di atas telah melaksanakan penelitian dengan judul **“Praktik Jual Beli Kosmetik Sistem *Share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang : Kritik *Maqashid Al-Syariah*”**. Pada tanggal 25 November 2022 sampai dengan 25 Desember 2022 di Toko Gigishop Skincare Pinrang.

Demikian surat ini kami buat untuk diberikan kepada yang bersangkutan agar digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 25 Desember 2022

Owner Gigishop Skincare Pinrang

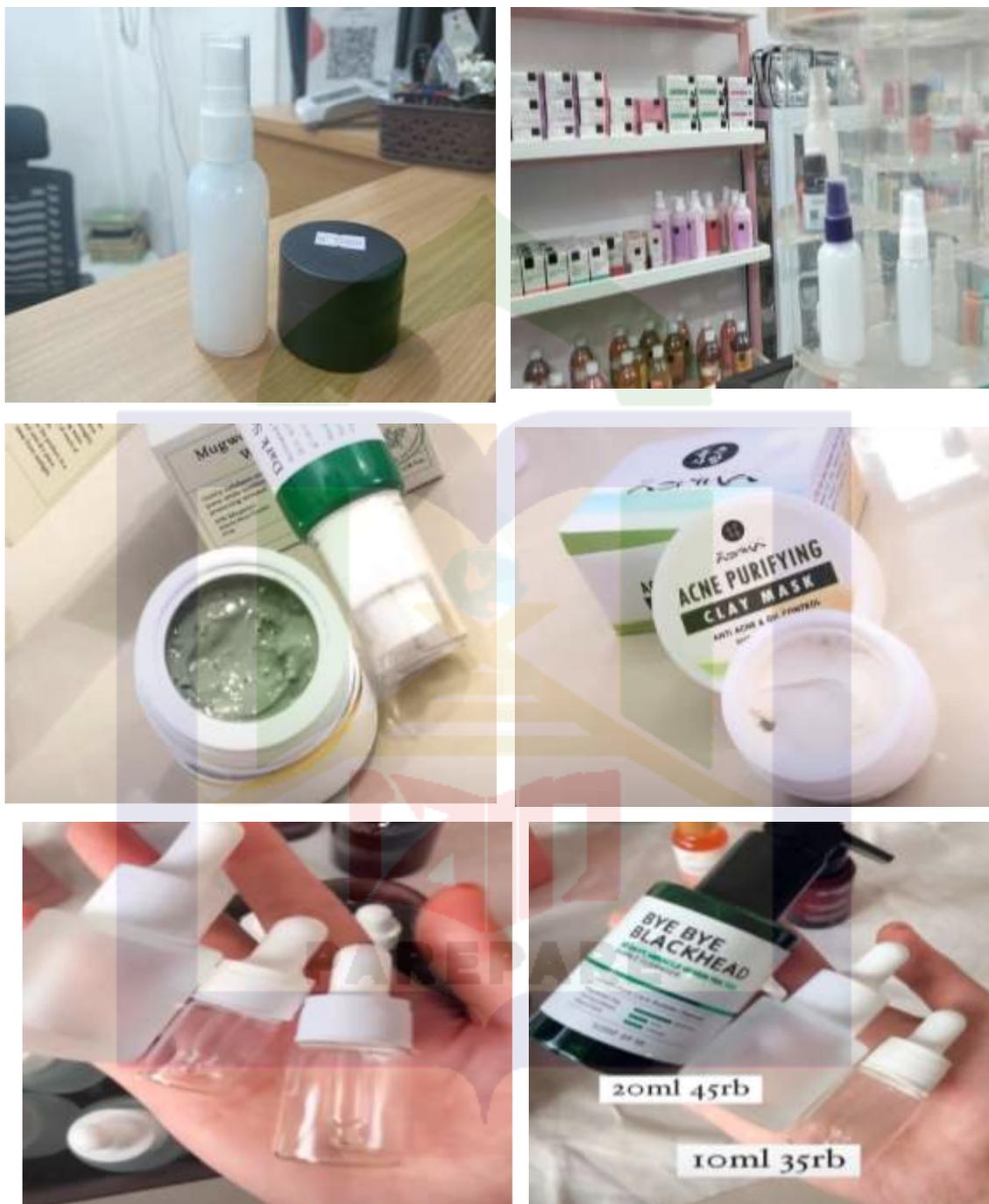


Ade Pebriya

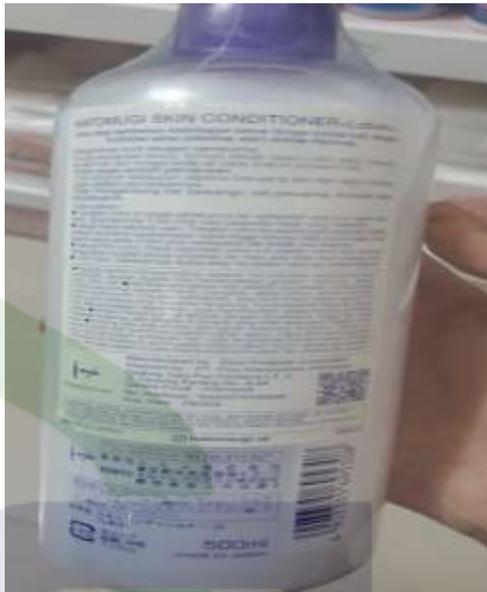
Lampiran 7 (Dokumentasi)



Toko Gigishop Skincare Pinrang pada tanggal 9 Desember 2022



Kosmetik *Share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang



Kosmetik kemasan Asli (*full size*) yang akan di *share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang



Wawancara dengan Ade Pebriya selaku pemilik Toko Gigishop Skincare Pinrang pada tanggal 25 November 2022



Ade Pebriya selaku pemilik Toko Gigishop Skincare Pinrang pada tanggal 9 Desember 2022



Wawancara dengan Siti Nurhaliza selaku konsumen pengguna kosmetik sistem *Share in jar* pada tanggal 27 November 2022



Wawancara dengan Rahma selaku konsumen pengguna kosmetik sistem *Share in jar* pada tanggal 28 November 2022



Wawancara dengan Karmila selaku konsumen pengguna kosmetik sistem *Share in jar* pada tanggal 28 November 2022



Wawancara dengan Mira selaku konsumen pengguna kosmetik sistem *Share in jar* pada tanggal 30 November 2022



Wawancara dengan Anjali selaku konsumen pengguna kosmetik sistem *Share in jar* pada tanggal 5 Desember 2022

Lampiran 8 (Biografi Penulis)

BIOGRAFI PENULIS



RISDAYANTI lahir di Pinrang pada tanggal 03 Desember 2000, anak tunggal dari pasangan suami istri dari Bapak Kahar dan Ibu Hj. Kasma. Penulis memulai pendidikan dari jenjang sekolah dasar di SD Negeri 213 Pinrang dan lulus pada tahun 2012, kemudian melanjutkan pendidikannya ke jenjang sekolah menengah pertama di SMP Negeri 4 Pinrang dan lulus pada tahun 2015, kemudian penulis melanjutkan pendidikannya ke jenjang sekolah menengah kejuruan di SMK Negeri 1 Pinrang Jurusan Administrasi Perkantoran dan lulus pada tahun 2018, kemudian penulis melanjutkan pendidikan Program Strata Satu (S1) di Institut Agama Islam Negeri Parepare hingga akhirnya dapat menempuh masa perkuliahan di Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam Program Studi Hukum Ekonomi Syariah pada tahun 2018.

Penulis mengikuti Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Tangru, Kecamatan Malua, Kabupaten Enrekang dan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Pinrang.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul “**Praktik Jual Beli Kosmetik Sistem *Share in jar* di Toko Gigishop Skincare Pinrang Perspektif *Maqashid al-syariah*”.**