



JURNAL AL HAKIM

Jurnal Ilmiah Mahasiswa
Studi Syariah, Hukum dan Filantropi

Volume 3 No. 2, November 2021

ISSN 2685-2225 (P) 2722-4317 (E)

ANALISIS MEKANISME PEMBIAYAAN MURABAHAH BERDASARKAN PBI NOMOR: 7/46/FBI/2005

Asma' Fajar Fitrianingtyas

PENETAPAN SANKSI PIDANA PELAKU PENIPUAN DI PENGADILAN NEGERI BATANG PERSPEKTIF HUKUM PIDANA ISLAM

Ayu Putri Yulianingsih

SISTEM *SHARE IN JAR* PENJUALAN ONLINE PADA VIA SHOP_234 PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Nafa Amnu Rahma

IMPLEMENTASI PERDA KABUPATEN KLATEN TENTANG RETRIBUSI JASA UMUM (PASAR) PERSPEKTIF HUKUM ISLAM

Windarti

TINJAUAN YURIDIS TERHADAP TINDAK PIDANA PENELANTARAN ANAK OLEH ORANG TUA

Fitriani Fajri Isnaeni

IJTIHAD LEMBAGA DAKWAH ISLAM INDONESIA TENTANG PERKAWINAN LINTAS ORGANISASI MASYARAKAT ISLAM

Lukman Ari Ramadana

SISTEM PENARIKAN JASA LEMBAGA PENYALUR KETENAGAKERJAAN PT. ANUGERAH PERWIRA INDONESIA

Hafid Nur Fauzi

ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP MEKANISME PENENTUAN HARGA DALAM JUAL BELI TANAMAN HIAS *PHILODENDRON MAJESTIC*

Hesti Yunita Sari

PEMBERDAYAAN KAUM PEREMPUAN DALAM MENUNJANG PENINGKATAN PENDAPATAN KELUARGA

Asrul Ikhsan Dwijaya

PENYELESAIAN KASUS WANPRESTASI PADA PEMBIAYAAN MURABAHAH

Dyvia Nandhita Sachputri



FAKULTAS SYARIAH
IAIN SURAKARTA

Vol. 3, No. 2, November 2021

ISSN 2685-2225 (P) 2722-4317 (E)

AL-HAKIM

Jurnal Ilmiah Mahasiswa

Studi Syariah, Hukum dan Filantropi

AL-HAKIM

Jurnal Ilmiah Mahasiswa
Studi Syariah, Hukum dan Filantropi

Editor Team

Editor In-Chief

Abdul Rahman Prakoso

Editorial Board

Ismail Yahya, IAIN Surakarta
Layyin Mahfiana, IAIN Surakarta
Hafidah, IAIN Surakarta
Aris Widodo, IAIN Surakarta
Muhammad Hanif, IAIN Surakarta

Managing Editor

Ayu Yulinar Dwianti

Editors

Husnul Khatimah
Fu'aida Nur Hikmawati

Layouter

Hafid Nur Fauzi

Alamat Redaksi:

Fakultas Syariah, IAIN Surakarta
Jln. Pandawa, Pucangan, Kartasura,
Sukoharjo, Jawa Tengah 57168
Telp. 0271-781516
Fax. 0271-782774

Surel : jurnalilmiahfasya@gmail.com

Laman : <https://ejournal.iainsurakarta.ac.id/al-hakim/>

AL-HAKIM

Jurnal Ilmiah Mahasiswa
Studi Syariah, Hukum dan Filantropi

DAFTAR ISI

ANALISIS MEKANISME PEMBIAYAAN *MURĀBAĤAH* BERDASARKAN PBI NOMOR:
7/46/PBI/2005

Asma' Fajar Fitrianingtyas dan Qosim Khoiri Anwar135-148

PENETAPAN SANKSI PIDANA PELAKU PENIPUAN DI PENGADILAN NEGERI
BATANG PERSPEKTIF HUKUM PIDANA ISLAM

Ayu Putri Yulianingsih dan Suciyani149-160

SISTEM *SHARE IN JAR* PENJUALAN *ONLINE* PADA VIA SHOP_234 PERSPEKTIF
HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Nafa Amnu Rahma dan Ahmad Hafidh161-176

IMPLEMENTASI PERDA KABUPATEN KLATEN TENTANG RETRIBUSI JASA UMUM
(PASAR) PERSPEKTIF HUKUM ISLAM

Windarti dan Andi Wicaksono177-192

TINJAUAN YURIDIS TERHADAP TINDAK PIDANA PENELANTARAN ANAK OLEH
ORANG TUA

Fitriani Fajri Isnaeni dan Suciyani193-208

IJTIHAD LEMBAGA DAKWAH ISLAM INDONESIA (LDII) TENTANG PERKWINAN
LINTAS ORGANISASI MASYARAKAT ISLAM

Lukman Ari Ramadana dan Muh. Zumar Aminuddin209-224

SISTEM PENARIKAN JASA LEMBAGA PENYALUR KETENAGAKERJAAN PT ANUGERAH PERWIRA INDONESIA

Hafid Nur Fauzi dan Bayu Sindhu Raharja225-234

ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP MEKANISME PENENTUAN HARGA JUAL BELI TANAMAN HIAS *PHILODENDRON MAJESTIC*

Hesti Yunita Sari dan Lutfi Rahmatullah.....235-250

PEMBERDAYAAN KAUM PEREMPUAN DALAM MENUNJANG PENINGKATAN PENDAPATAN KELUARGA

Asrul Ikhsan Dwijaya dan Suciyani.....251-266

PENYELESAIAN KASUS WANPRESTASI PADA PEMBIAYAAN MURABAHAH

Dyvia Nandhita Sachputri dan Ning Karna Wijaya.....267-274

SISTEM *SHARE IN JAR* PENJUALAN *ONLINE* PADA VIA SHOP_234 PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Nafa Amnu Rahma

Fakultas Syariah, IAIN Surakarta

Surel: Nafarahma497@gmail.com

Ahmad Hafidh

Dosen Fakultas Syariah, IAIN Surakarta

Surel: kyaikentrung@gmail.com

Abstract

The share in jar system is a trading model that is carried out by dividing the contents of cosmetic product into several small containers then marked with label to indicate the type of product, the share in jar products then packed and distributed to the consumers who have ordered. This method made it easier for consumers to test the product in cheaper price, before finally buying the real product. Though this method is practical, it raises doubt as to whether the products are properly handled, since consumers don't know how the products are moved from the original containers to jars. The lack of information provided on product labels can also raise consumer doubts about the safety and the quality of the product. Given the problem of questionable validity of the content size, the ingredients, the lack of information on the label, and the presumption of poor product quality. This study aims to verify and understand share in jar online system at Via Shop_234 from the perspective of sharia economic law and consumer protection. This is field research study with qualitative approach where the result were analyzed by selected juridical review. The data used were data observation, interviews and documentation with the owner and consumers of Via Shop_234. The result showed that share in jar system at Via Shop_234 was in line with the norms of sharia economic law in terms of sales agreements also sale and purchase as well as normative aspects of the consumer protection that is the regulation of law No. 8 of 1999 and Islamic business ethics.

Keyword: Transaction; share in jar; contract; consumer protection.

Abstrak

Sistem *share in jar* merupakan model perdagangan yang dilakukan dengan membagi isi produk kosmetik ke dalam beberapa wadah kecil kemudian ditandai dengan label untuk menunjukkan jenis produk, produk *share in jar* kemudian dikemas dan didistribusikan kepada konsumen yang telah memesan. Cara ini memudahkan konsumen untuk menguji produk dengan harga yang lebih murah, sebelum akhirnya membeli produk yang sebenarnya. Meskipun

metode ini praktis, namun menimbulkan keraguan apakah produk ditangani dengan benar, karena konsumen tidak tahu bagaimana produk dipindahkan dari wadah asli ke stoples. Kurangnya informasi yang diberikan pada label produk juga dapat menimbulkan keraguan konsumen terhadap keamanan dan kualitas produk. Mengingat masalah validitas *quatinable* dari ukuran konten, bahan, kurangnya informasi pada label, dan anggapan kualitas produk yang buruk. Penelitian ini bertujuan untuk memverifikasi dan memahami sistem share in jar online di Via Shop_234 dari perspektif hukum ekonomi syariah dan perlindungan konsumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif dimana hasilnya dianalisis dengan tinjauan yuridis terpilih. Data yang digunakan adalah data observasi, wawancara dan dokumentasi dengan pemilik dan konsumen Via Shop_234. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem share in jar di Via Shop_234 sudah sesuai dengan norma hukum ekonomi syariah dalam hal perjanjian jual beli serta aspek normatif perlindungan konsumen yaitu peraturan undang-undang No. 8 Tahun 1999. dan etika bisnis Islam.

Kata Kunci: Transaksi; berbagi dalam toples; kontrak; perlindungan Konsumen.

PENDAHULUAN

Meningkatnya minat masyarakat diikuti dengan berkembangnya sistem jual beli secara *online* telah mendorong berbagai kalangan untuk melakukan jual beli kosmetik secara *online*. Adapun dalam hal ini konsumen sering menghadapi kendala karena ukuran kosmetik yang dijual di pasaran ukurannya terlalu besar, sedangkan kecocokan konsumen terhadap penggunaan kosmetik tersebut belum diketahui. Hal ini seringkali menimbulkan keraguan konsumen untuk membeli produk kosmetik tersebut, selain karena harga yang dibayarkan terlalu mahal ditakutkan juga produk tersebut nantinya tidak cocok dan menimbulkan iritasi setelah pemakaian.

Kendala tersebut telah mendorong munculnya sistem jual beli kosmetik secara *online* yaitu sistem *share in jar*. Sistem *share in jar* merupakan model perdagangan yang dilakukan dengan cara mengemas botol-botol kecil dan membagi (*share*) si sebuah produk ke dalam (*in*) beberapa kontainer kecil (*jar*) kemudian ditandai dengan label untuk menunjukkan jenis produk. Sistem ini memberikan kesempatan kepada pembeli yang ingin mencoba suatu contoh kosmetik untuk memastikan kecocokan produk yang akan dibeli dengan harga yang lebih murah serta dalam kemasan kontainer (*share in jar*).

Selain kelebihan tersebut sistem *share in jar* memiliki resiko, karena tidak mengetahui secara langsung proses pemindahan isi produk yang dilakukan pelaku usaha. Begitu juga kurangnya informasi penandaan yang diberikan dalam label produk dapat menimbulkan keraguan konsumen atas keamanan dan mutu produk. Penelitian ini diarahkan untuk melakukan verifikasi prosedur transaksinya dengan menggunakan perspektif hukum ekonomi syariah dan

hukum perlindungan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui prosedur transaksi sistem *share in jar* penjualan *online* kosmetik pada Via Shop_234 dan bagaimana sistem *share in jar* penjualan *online* kosmetik pada Via Shop_234 dalam perspektif hukum ekonomi syariah dan hukum perlindungan konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan menambah wawasan masyarakat terhadap jual beli dengan sistem *share in jar* serta menambah kewaspadaan kepada masyarakat ketika membeli produk kosmetik lebih memperhatikan penandaan yang terdapat pada kosmetik tidak hanya tertarik pada harga yang murah saja.

Penelitian terdahulu telah dilakukan oleh I Made Maharta Yasa dalam penelitiannya tentang perlindungan hukum terhadap konsumen atas penjualan produk kosmetik dalam kemasan botol (*share in jar*), dalam penelitian ini dijelaskan bahwa penjualan kosmetik dengan sistem *share in jar* belum memberikan identitas yang jelas, hal tersebut bisa merugikan konsumen serta dijelaskan bagaimana perlindungan konsumen yang diberikan dalam penjualan dengan sistem *share in jar*.¹

Kegiatan ekonomi Islam dibatasi oleh aturan-aturan teknis yang terdapat dalam fiqh mu'amalah yaitu hukum perikatan (akad), salah satu bentuk akad dalam kegiatan ekonomi adalah jual beli. Sayyiq sabiq mendefinisikan jual beli sebagai pertukaran harta dengan harta atas dasar saling merelakan atau memindahkan milik dengan ganti yang dibenarkan.² Jual beli *online* (*e-commerce*) merupakan pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik meliputi transfer dana, pertukaran dan pengumpulan data dilakukan secara elektronik.³ *E-commerce* memiliki jangkauan yang berskala global, dari perkembangan ini pada akhirnya kita mengenal adanya *online shop*.

Transaksi jual beli membutuhkan adanya rukun sebagai komponen pokok syarat sebagai menjadi komponen substansial, tanpa adanya kedua komponen ini maka jual beli dapat menjadi tidak sah hukumnya.⁴ Rukun dan syarat jual beli menurut jumhur ulama di antaranya adalah:

- a. Para Pihak yang bertransaksi, pihak yang bertransaksi adalah pihak penjual dan pembeli. Dalam melakukan transaksi masing-masing pihak harus berakal, *mumayiz* serta pihak dalam melakukan transaksi atas kehendak sendiri, bukan paksaan dari orang lain.

¹ I Made Maharta Yasa, "Perlindungan Konsumen Terhadap Konsumen Atas Penjualan Produk Kosmetik dalam Kemasan Botol (*Share In Jar*)", *Journal Ilmu Hukum Universitas Udayana*, (Bali) Vol. 6 No. 3, 2018.

² Abdul Rahman Ghazaly dkk, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Prenadamedia, 2010), hlm. 67.

³ Jonny Wong, *Internet Marketing For Beginer I*, (Jakarta: Kompas Gramedia, 2010), hlm. 23.

⁴ Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Depok: Rajawali Pers, 2019), hlm. 25.

- b. *Ṣiġāt* (Ijab dan Kabul), dalam melaksanakan transaksi jual beli ijab kabul harus jelas maksud yang menunjukkan terjadinya jual beli, antara ijab dan kabul harus sesuai dan tidak diselingi kata-kata lain dan bersambung.
- c. *Ma'qud 'Alaih* (barang yang diperjualbelikan), barang ini tidak boleh mengandung najis yang diharamkan Allah SWT, memiliki manfaat yang dibenarkan syariat, telah dimiliki penjual, dapat diserahkan pada pembeli, diketahui banyak, takaran dan harga oleh pembeli.

Perlindungan konsumen merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan bisnis yang sehat, tidak terkecuali dalam kegiatan jual beli. Perlindungan konsumen dalam perspektif Islam mengacu pada konsep halal dan haram berdasarkan nilai dan prinsip ekonomi Islam.⁵ Dalam Islam perlindungan konsumen atas jual beli meliputi kejelasan atas akad jual beli, perlindungan atas barang serta memberikan hak *khiyār* kepada konsumen.

Dalam hukum positif hukum perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Perlindungan konsumen sendiri adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan pada konsumen.⁶ Setiap transaksi jual beli selalu berkaitan dengan hak-hak konsumen serta kewajiban seorang pelaku usaha yang harus dipenuhi. Hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 4 dan 8 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 adalah sebagai berikut:

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- 2) Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/ atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- 6) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;

⁵ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, cet. Ke-2, (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 8.

⁶ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42) Pasal 1.

- 7) Hak untuk diperlakukan dan dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangan lainnya.⁷

Kewajiban pelaku usaha dalam menjalankan usaha, sebagaimana tercantum dalam

Pasal 7 UUPK, yaitu:

- 1) Memiliki iktikad baik saat menjalankan usahanya.
- 2) Memberikan informasi yang sebenarnya, jelas serta jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa serta memberikan kejelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan atas produk yang dijualnya.
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 4) Memberikan jaminan terhadap mutu dan kualitas barang ataupun jasa yang diproduksi berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan jasa yang berlaku.
- 5) Memperbolehkan konsumen untuk menguji ataupun mencoba barang dan/jasa tertentu serta memberikan garansi atas barang yang dibuat atau diperdagangkan .
- 6) Memberikan kompensasi berupa ganti rugi atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- 7) Memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.⁸

Terdapat kaidah dalam Islam yang memberikan implikasi adanya kebebasan dan pengembangan produk, namun dalam pengembangan ini langkah-langkah yang dilakukan harus sesuai dengan prinsip-prinsip berbisnis dalam Islam.⁹ Karena meskipun suatu bisnis itu bersifat Islami, namun etik yang mendorongnya untuk bergerak menyimpang dari Islam, maka hasilnya juga akan jauh dari ajaran Islam. Prinsip-prinsip ini sering disebut sebagai prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam.¹⁰ Etika didefinisikan sebagai seperangkat aturan yang

⁷ Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42) Pasal 4.

⁸ Widi Nugrahaningsih dan Mira Erlinawati, "Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap Bisnis Online", *Jurnal Serambi Hukum*, (Surakarta), Vol.11, No.01, Februari-Juli 2017, hlm. 29.

⁹ Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), hlm. 1.

¹⁰ Nashruddin Baidan dan Erwati Aziz, *Etika Islam dalam Berbisnis*, (Yogyakarta: Pelajar, 2014), hlm.13.

menentukan pada perilaku benar dan salah, sedangkan etika bisnis adalah aplikasi etika umum yang mengatur perilaku dalam berbisnis.¹¹ Prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam ini mencakup:

1. Prinsip Kesatuan/ Tauhid
2. Prinsip Keadilann/ Keseimbangan
3. Prinsip Kehendak Bebas
4. Prinsip Tanggung Jawab
5. Prinsip Kebenaran

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Data dalam penelitian bersumber dari data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui beberapa teknik pengumpulan data, yaitu: observasi, wawancara dan dokumentasi.

Sesuai dengan objek penelitian yaitu di *online shop* Via Shop_234 maka dalam penelitian ini dilaksanakan observasi partisipasi, di mana peneliti benar-benar terlibat langsung dalam transaksi dengan melakukan pembelian satu produk yang dijual secara *share in jar* pada Via Shop_234, untuk kepentingan observasi di *online shop* tersebut terkait pelaksanaan jual beli *online* kosmetik dengan sistem *share in jar*. Selain observasi penelitian ini menggunakan metode wawancara kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penjualan *online* kosmetik dengan sistem *share in jar* yaitu *owner* Via sShop_234 serta dengan konsumen produk kemasan *share in jar* pada Via Shop_234. Serta metode pelengkap yaitu dokumentasi, adapun dokumentasi dalam penelitian ini meliputi foto produk, sertifikasi produk, proses pengemasan produk *share in jar*, observasi serta wawancara yang dilakukan oleh penulis.

Langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *analysis interactive* model dari Miles dan Huberman, yang membagi langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dengan beberapa bagian yaitu pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

PEMBAHASAN

Perkembangan *online shop* telah memberikan peluang usaha khususnya dalam bidang kosmetik, produk ini banyak disukai oleh berbagai kalangan sebagai konsumennya. Penjualan produk kosmetik melalui *online shop* selain mudah dalam melakukan promosi juga sangat efisien dalam biaya, karena biaya yang dibutuhkan sekedar biaya akses internet.

¹¹ Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), hlm. 9.

Dengan banyaknya transaksi jual beli *online* di masyarakat tidak jarang muncul berbagai permasalahan, khususnya jual beli *online* produk kosmetik. Seperti masalah kecocokan penggunaan kosmetik hingga harga yang ditawarkan. Banyak pelaku usaha yang berusaha mencari solusi, salah satunya dengan menjual kosmetik secara *online* melalui pengemasan ulang dengan ukuran yang lebih kecil serta harga yang lebih murah. Fenomena bisnis *online* ini kemudian berkembang menjadi sebuah *trend* bisnis yang dikenal dengan sistem *share in jar*.

Sistem *share in jar* merupakan sebuah model perdagangan yang dilakukan dengan cara mengemas ulang satu produk kosmetik ke dalam botol-botol kecil atau membagi (*share*) isi sebuah produk ke dalam (*in*) beberapa kontainer kecil (*jar*). Salah satu *online shop* yang menjual produk kosmetik dengan sistem *share in jar* adalah Via Shop_234 merupakan *online shop* milik Novia Nur Hidayati atau lebih akrab dipanggil Via pada tahun 2016. Penjualan kosmetik dalam kemasan *share in jar* oleh Via Shop_234 baru dilakukan pada tahun 2018. Produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* ini dijual secara *online* melalui media sosial *what'app*.

Produk-produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* yang dijual oleh Via Shop_234 hanya produk-produk dari perusahaan PT Harmoni Dinamik Indonesia (HDI) yang memiliki beberapa *brand* di antaranya adalah: HDI Origins, HDI Naturals, HDI Kids, HDI Pure, Bee Botanicals dan BISKIN. Produk-produk dari HDI sendiri tidak diperjualbelikan secara bebas di *market place*. Berdasarkan penjelasan Novia yang merupakan pelaku usaha dari Via Shop_234 sekaligus distributor resmi dari HDI menjelaskan bahwa hal tersebut terjadi dikarenakan pernah ada distributor dari HDI menjual produk pada *market place* dengan harga di bawah standar distributor. Perbuatan tersebut telah merugikan distributor distributor lainnya karena mematikan pasaran. Akhirnya pada tahun 2020 pihak perusahaan membuat sebuah aturan bahwa produk-produk HDI tidak diperjualbelikan di *market place* manapun dan hanya dijual oleh distributor resmi yang terdaftar sebagai *enterpriser* HDI. Produk-produk HDI yang dijual Via Shop_234 dalam kemasan *share in jar* di antaranya adalah *propolis facial wash*, *SS cream*, *aloe propolis cream* dan *clover honey*.¹²

Untuk melakukan transaksi pembelian produk kosmetik kemasan *share in jar* di Via Shop_234 diawali dengan pihak Via Shop_234 yang membagikan postingan berupa foto atau

¹² Novia Nur H, Pemilik Toko *Online Shop* Via Shop_234, *Wawancara Pribadi*, 23 Februari 2021, Pukul 13.30 – 15.00 WIB.

video terkait produk *share in jar* beserta informasi terkait produk melalui status *whatsapp*, konsumen dapat memilih produk mana yang akan dibeli melalui postingan yang dibagikan pihak Via Shop_234. Pemesanan produk oleh konsumen kepada Via Shop_234 dilakukan dengan mengirim format pemesanan yang telah ditentukan melalui media sosial *whatsapp*. Setelah pihak Via Shop_234 menerima pemesanan maka dilakukan pengemasan produk yang melalui beberapa tahapan yaitu sterilisasi kemasan, penempelan label, penuangan isi produk dan diakhiri dengan pengemasan. Produk akan diserahkan kepada konsumen secara *cash on delivery* (COD), penyerahan produk telah disepakati sebelumnya oleh konsumen dan pihak Via Shop_234. Pembayaran dilakukan setelah produk kosmetik diserahkan pada konsumen.

Terkait standar kemanan yang diberikan oleh pihak Via Shop_234, apabila terjadi kerugian pada konsumen berupa kerugian materi seperti kekeliruan produk, cacat produk maka pihak Via Shop_234 bersedia memberikan ganti rugi berupa penggantian produk baru ataupun pengembalian uang pembelian apabila terjadi pembatalan transaksi. Sedangkan untuk kerugian fisik yang dialami konsumen maka pihak Via Shop_234 akan memantau keadaan konsumen terlebih dahulu guna memastikan apakah benar kerugian fisik itu diakibatkan karena menggunakan produk kosmetik kemasan *share in jar* dari Via Shop_234. Jika terbukti, maka pelaku usaha bersedia untuk mengembalikan uang pembelian produk separuh harga ataupun menukar dengan produk lain yang bisa mengatasi permasalahan kulit karena ketidakcocokan penggunaan produk *share in jar* di Via Shop_234. Selain itu, Via Shop_234 juga akan memberikan masukan atau tips untuk membantu mengatasi permasalahan kulit yang dialami sebagai permintaan maaf.¹³

Transaksi *share in jar* di Via Shop_234 ini sendiri dapat dikategorikan sebagai bisnis retail yang bersegmentasi *business to consumer* karena produk yang dijual merupakan produk-produk dari HDI yang dikemas ulang dalam ukuran yang lebih kecil yaitu 5 gr, 100 gr dan 60 ml untuk dijual kembali kepada konsumen.

Akad Jual beli dalam sistem *Share in jar* ditinjau dari segi Hukum Ekonomi Syariah

Akad jual beli dalam sistem *share in jar* penjualan *online* kosmetik pada Via Shop_234 telah memenuhi rukun dan syarat dalam jual beli sebagaimana yang disepakati oleh jumbuh

¹³ Novia Nur H, Pemilik Toko *Online Shop* Via Shop_234, *Wawancara Pribadi*, 10 Maret 2021, Pukul 13.00 – 15.00 WIB.

ulama di antaranya, *pertama* ada pihak yang berakad yaitu pihak Via Shop_234 sebagai penjual dan *customer* Via Shop_234 sebagai pembeli, *kedua* *ṣīgāt* (ijab dan kabul) yang dilakukan secara tertulis melalui pengiriman format pembelian oleh *customer* Via Shop_234 kepada Via Shop_234, *keempat* ada barang yang diperjualbelikan, sudah jelas bahwa barang yang dijual oleh Via Shop_234 adalah produk kemasan *share in jar* dari HDI yaitu *propolis facial wash*, *aloe propolis cream*, *smart skin cream*, dan *clover honey*.

Proses transaksi jual beli dengan sistem *share in jar* pada Via Shop_234 diawali dengan pemesanan produk oleh pembeli baru setelah menerima pesanan kemudian pelaku usaha mengemas produk tersebut dalam kemasan/wadah baru. Setelah itu dilakukan penyerahan dan pembayaran produk kosmetik yang dibeli, maka proses transaksi ini dapat dikategorikan sebagai akad *istishna*, yaitu pemesanan dengan kriteria dan harga yang jelas dan pembayaran ditangguhkan sampai waktu yang ditentukan yaitu saat penyerahan barang.

Aspek perlindungan konsumen dalam jual beli dengan sistem *share in jar*

1. Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam

Dalam Islam, perlindungan konsumen dalam jual beli meliputi kejelasan atas jual beli, kejelasan spesifikasi barang serta memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengembalikan atau menukar barang yang rusak atau cacat. Untuk kejelasan atas akad jual beli di Via Shop_234 telah telah memenuhi rukun dan syarat dalam jual beli, dengan terpenuhinya rukun dan syarat maka hak-hak konsumen juga akan terlindungi. Terkait kejelasan spesifikasi barang, selalu diberikan pihak Via Shop_234 dengan memposting informasi terkait komposisi, cara pemakaian, kegunaan, sampai proses pengemasan ulang produk. Informasi ini dibagikan oleh Via Shop_234 melalui status *whatsapp*.

Pihak Via Shop_234 memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menukar produk yang cacat dengan produk baru, hal ini sering disebut sebagai *khīyar ‘aibi* ataupun membatalkan transaksi pembelian apabila terjadi kerugian pada konsumen yang terjadi karena kesalahan pihak Via Shop_234. Dengan adanya perlindungan yang diberikan kepada konsumen maka konsumen bisa merasa aman, nyaman dan dapat menghindari adanya penganiayaan terhadap salah satu pihak sebagaimana terdapat dalam surat Al-Baqarah ayat 279. Serta perlindungan terhadap produk yang cacat telah memenuhi hak *khīyar* sebagaimana pasal 280 KHES.

2. Perlindungan Konsumen dalam Hukum Positif

Penjualan *online* kosmetik dengan sistem *share in jar* merupakan *trend* terbaru dalam *e-commerce*, khususnya di bidang kosmetik. Oleh karena itu, dalam prosesnya masih rentan adanya ketidakjelasan baik dari segi kualitas dan kuantitas. Untuk mendapatkan keseimbangan kedudukan antara pihak pelaku usaha dan konsumen, maka masing-masing pihak yaitu pelaku usaha dan konsumen memiliki hak dan tanggung jawab yang harus dipenuhi. Hak konsumen merupakan kewajiban bagi pelaku usaha. Hal ini diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang

Telah dipenuhi Via Shop_234, melihat produk yang dijual memiliki kualitas, telah bersertifikat BPOM, pelayanan yang diberikan kepada konsumen ramah serta memberikan transparansi informasi terkait produk kemasan *share in jar* yang dijual.

b. Hak untuk memilih barang dan/ atau jasa serta mendapatkan barang dan/ atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan

Konsumen pada Via Shop_234 diberikan kebebasan untuk memilih dan membeli produk *share in jar* yang telah dibagikan pada status *whatsapp* milik Via Shop_234.

c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa

Pada toko *online* Via Shop_234 penandaan yang diberikan pada produknya hanya sebatas jenis produknya, hal ini dikarenakan kemasan baru pada produk *share in jar* cenderung kecil sehingga hanya cukup untuk ditemplei stiker yang menunjukkan jenis produk saja. Akan tetapi, untuk penandaan lain seperti komposisi, cara pemakaian serta ukuran biasanya dibagikan oleh Via Shop_234 kepada konsumen melalui postingan gambar atau video pada status *whatsapp* sehingga konsumen bisa mengetahuinya, apabila masih kurang jelas bisa menanyakan langsung pada Via Shop_234 melalui *personal chat*.¹⁴ Melihat uraian di atas dapat dikatakan bahwa hak ini telah terpenuhi.

¹⁴ Novia Nur Hidayati, Pemilik Toko *Online* Via Shop_234, *Wawancara Pribadi*, 23 Februari 2021, Pukul

- d. Hak untuk didengar pendapat, keluhan atas barang dan/ atau jasa yang digunakan
- Hasil dari wawancara dengan pemilik Via Shop_234, Novia menjelaskan bahwa dalam menjalankan usahanya selalu menerima kritikan dan keluhan dari konsumen-konsumennya dan berusaha untuk selalu memperbaikinya. Via Shop_234 juga menanggapi dengan baik pertanyaan-pertanyaan dari konsumennya. Dari keterangan di atas dapat dikatakan bahwa hak ini telah terpenuhi.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
- Untuk kerugian yang dialami konsumen akibat pemakaian produk atau selama jual beli produk dengan sistem *share in jar* pada Via Shop_234 dikarenakan kelalaian ataupun kecacatan produk, pihak Via Shop_234 bersedia bertanggungjawab. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, Novia menjelaskan untuk menukarkan atau mengembalikan produk yang cacat pihak konsumen harus menyertakan bukti *unboxing* produk tersebut untuk membuktikan kelalaian atau kesalahan toko.
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen
- Untuk menambah wawasan kepada konsumen dari Via Shop_234, maka terkadang toko *online* ini membagikan video ataupun foto yang berkaitan dengan manfaat-manfaat dari penggunaan produk-produk *share in jar* serta hal-hal lain yang perlu dihindari setelah pemakaian produk-produk *share in jar* di Via Shop_234. Hal ini dilakukan agar tidak terhindar dari kerugian akibat penggunaan produk.
- g. Hak untuk diperlakukan secara benar, jujur dan tidak diskriminatif
- Via Shop_234 selalu memberikan pelayanan yang baik kepada semua konsumen. Berdasarkan hasil wawancara kepada para konsumen, kebanyakan dari mereka mengatakan bahwa salah satu alasan mereka membeli produk *share in jar* di Via Shop_234 karena pelayanannya yang baik dan respon yang ramah. Hal ini membuktikan pihak Via Shop_234 tidak melakukan diskriminasi dalam pelayanan pada *customernya*.
- h. Hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi dan/ atau penggantian, apabila barang dan/ atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian

Hak ini berkaitan dengan penggunaan produk yang telah merugikan konsumen baik berupa kerugian materi maupun kerugian yang menyangkut diri konsumen.¹⁵ Pada Via Shop_234 apabila terdapat konsumen yang mengalami masalah akibat penggunaan produk *share in jar* dari Via Shop_234 maka Via Shop_234 akan memantau terlebih dahulu keadaan dari konsumen tersebut apakah memang masalah itu terjadi akibat penggunaan produk dari Via Shop_234. Jika memang benar seperti itu, pihak penjual akan meminta maaf kepada konsumen dan menawarkan kepada konsumen apakah produk tersebut mau ditukar produk lain ataukah mau dikembalikan uang pembelian setengah harga produk. Apabila produk yang diterima cacat maka pihak Via Shop_234 juga akan menawarkan untuk mengganti produk tersebut dengan produk yang baru.¹⁶ Dan selama ini permasalahan yang dialami dapat diselesaikan secara damai.

Berkaitan dengan pemenuhan hak-hak konsumen, maka terdapat tuntutan pertanggungjawaban kepada pelaku usaha apabila konsumen mengalami kerugian. Tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Jika terjadi kesalahan yang dikarenakan kelalaian pihak Via Shop seperti kerugian materi saat proses transaksi ataupun akibat kerugian fisik karena penggunaan produk, Via Shop_234 bersedia memberikan ganti rugi dengan menukar produk yang baru atau mengembalikan dalam bentuk uang jika terjadi pembatalan transaksi.

Model Transaksi berdasarkan Etika Bisnis Islam

Keberhasilan dalam berbisnis tidak saja ditentukan oleh keberhasilan prestasi ekonomi dan finansial semata tapi keberhasilan itu diukur dengan tolak ukur paradigma moralitas dan nilai-nilai etika terutama pada moralitas dan etika yang dilandasi oleh nilai-nilai sosial dan agama.¹⁷ Berikut adalah analisis sistem jual beli *online* dengan sistem *share in jar* berdasarkan prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam:

¹⁵ Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018), hlm. 67.

¹⁶ Novia Nur Hidayati, Pemilik Toko *Online* Via Shop_234, *Wawancara Pribadi*, 23 Februari 2021, Pukul 13.30 – 15.00 WIB.

¹⁷ Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018), hlm. 108.

1. Prinsip Kesatuan/ Tauhid

Merupakan dimensi vertikal yang mengatur batas-batas perilaku manusia agar dapat memberi manfaat untuk manusia lain. Prinsip ini telah sesuai dengan tujuan Via Shop_234 menjual kosmetik dengan sistem *share in jar*, yaitu untuk membantu konsumen yang ingin mencoba suatu sampel kosmetik dengan harga yang lebih murah.

2. Prinsip Keadilan/ Keseimbangan

Dalam berniaga, prasyarat adil yang paling dasar adalah menentukan mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) dalam setiap takaran dan timbangan sesuai. Berdasarkan hasil observasi, jual beli *share in jar* sangat memperhatikan kebersihan dan kosmetik yang dipindahkan. dalam prosesnya sebelum isi produk dipindahkan wadah yang akan digunakan disterilisasi terlebih dahulu dan untuk memastikan ukuran isi produk sesuai maka saat penuangan dilakukan penimbangan setelah selesai penuangan produk ditutup rapat agar tidak terkontaminasi.

3. Prinsip Kehendak Bebas

Manusia diberi kebebasan dalam membuat perjanjian, namun dalam pelaksanaannya tidak boleh bertentangan dengan syariat Islam. Dalam membuat perjanjian harus dilandasi kepercayaan dan tanggung jawab dalam pelaksanaan janji, Via Shop_234 dalam transaksi selalu tepat waktu dalam penyerahan barang serta pembayaran sebagaimana dalam perjanjian.

4. Prinsip Tanggung Jawab

Ketika suatu transaksi telah dilaksanakan, bukan berarti semua telah selesai, karena perlu ada tanggung jawab apabila terjadi persoalan setelah transaksi, dan hal tersebut harus dipenuhi pelaku usaha. Pada Via Shop_234 apabila terjadi kerugian pada konsumen setelah transaksi, pihak Via Shop_234 bersedia bertanggungjawab dengan menukar produk sampai dengan mengembalikan uang pembelian.

5. Prinsip Kebenaran

Meliputi kebijakan dan kejujuran dalam niat, sikap dan perilaku saat proses mencari komoditas atau upaya meraih keuntungan. Produk *share in jar* yang dijual Via Shop_234 tergolong aman karena merupakan produk-produk dari HDI yang telah bersertifikat BPOM dan hanya dijual oleh stokis resmi dari HDI saja. Pihak Via Shop_234 selalu berhati-hati dalam setiap proses pengemasan produk *share in jar* agar

tidak mengurangi kualitas, dalam setiap proses pengemasan selalu dibagikan Via Shop_234 melalui status *What'sapp*.

KESIMPULAN

Sistem *share in jar* merupakan sebuah model perdagangan yang dilakukan dengan cara mengemas ulang satu produk kosmetik ke dalam botol-botol kecil atau membagi (*share*) isi sebuah produk ke dalam (*in*) beberapa kontainer kecil (*jar*). Salah satu *online shop* yang menjual produk kosmetik dengan sistem *share in jar* adalah Via Shop_234 milik Novia Nur Hidayati. Proses transaksi diawali dengan pemesanan produk oleh konsumen kepada Via Shop_234 kemudian dilakukan pengemasan produk melalui beberapa proses, yaitu: sterilisasi, penempelan label, penuangan, penimbangan dan pengemasan akhir. Setelah itu, produk diserahkan kepada konsumen secara COD (*Cash on Delivery*) dan diakhiri dengan pembayaran.

Apabila terjadi kerugian pada konsumen berupa kerugian materi maka pihak Via Shop_234 bersedia memberikan ganti rugi berupa penggantian produk baru ataupun pengembalian uang pembelian apabila terjadi pembatalan transaksi. Sedangkan, untuk kerugian fisik yang dialami konsumen maka pihak Via Shop_234 akan memantau keadaan konsumen terlebih dahulu, jika kesalahan tersebut dikarenakan kelalaian pihak Via Shop_234, maka pihaknya bersedia memberikan ganti rugi berupa pengembalian uang pembelian separuh harga atau penukaran produk lain. Transaksi *share in jar* di Via Shop_234 ini dikategorikan sebagai bisnis retail yang bersegmentasi *business to consumer* karena produk yang dijual merupakan produk-produk dari HDI yang dikemas ulang dalam ukuran yang lebih kecil yaitu 5 gr, 100 gr dan 60 ml untuk dijual kembali kepada konsumen.

Ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah, akad jual beli dalam sistem *share in jar* penjualan *online* kosmetik pada Via Shop_234 telah memenuhi rukun dan syarat jual beli yaitu ada Pihak yang berakad yaitu Via shop_234 (penjual) dan *customer* (pembeli), *ṣīgāt* (ijab dan kabul) yaitu melalui pemesanan oleh *customer* dan penerimaan pesanan oleh Via shop_234 objek yang jelas yaitu produk kosmetik dari HDI yaitu *propolis facial wash*, *APC*, *SS cream* dan *clover honey*. Adapun jual beli *share in jar* ini digolongkan sebagai akad *istishna*, yaitu pemesanan dengan kriteria serta harga yang jelas dan pembayaran ditangguhkan sampai waktu yang ditentukan yaitu saat penyerahan barang. Dapat disimpulkan bahwa proses transaksi jual

beli dengan sistem *share in jar* pada Via Shop_234 telah selaras dengan norma-norma dalam Hukum Ekonomi Syariah baik dari segi akad dan jual beli.

Ditinjau dari Hukum Perlindungan Konsumen, sistem *share in jar* penjualan *online* kosmetik pada Via Shop_234 telah memiliki sistem Perlindungan konsumen yang sesuai dengan aspek normatif yaitu Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta aspek moralitas bisnis. Dalam segi normatif, penjualan *online* kosmetik dengan sistem *share in jar* perlindungan konsumennya telah memenuhi unsur-unsur dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu Pasal 4 dan Pasal 19 mengenai hak-hak konsumen dan tanggungjawabnya sebagai pelaku usaha. Dari aspek moralitas bisnis, penjualan *online* kosmetik dengan sistem *share in jar* pada Via Shop_234 pola transaksinya telah memenuhi prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan/tauhid, keadilan/keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran dalam menjalankan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Baidan, Nashruddin dan Erwati Aziz, *Etika Islam dalam Berbisnis*, Yogyakarta: Pelajar, 2014.
- Ghazaly, Abdul Rahman *dkk*, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Prenadamedia, 2010.
- Muslich, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Ekonisia, 2004.
- Mustofa, Imam, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, Depok: Rajawali Pers, 2019.
- Muthiah, Aulia, *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018.
- Novia Nur H, Pemilik Toko *Online Shop* Via Shop_234, *Wawancara Pribadi*, 23 Februari 2021, Pukul 13.30 – 15.00 WIB.
- Nugrahaningsih, Widi dan Mira Erlinawati, “Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap Bisnis Online”, *Jurnal Serambi Hukum*, (Surakarta), Vol.11, No.01, Februari-Juli 2017.
- Undang-UndangNo. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42).
- Wong, Jonny, *Internet Marketing For Beginer I*, Jakarta: Kompas Gramedia, 2010.
- Yasa, I Made Maharta, “Perlindungan Konsumen Terhadap Konsumen Atas Penjualan Produk Kosmetik dalam Kemasan Botol (*Share In Jar*)”, *Journal Ilmu Hukum Universitas Udayana*, (Bali) Vol. 6 No. 3, 2018.

Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, cet. Ke-2, Jakarta: Kencana, 2016.