

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI
SKINCARE ABAL-ABAL DI MARKETPLACE TIKTOK SHOP
INDONESIA**



**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN
HUKUM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-
SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM
ILMU HUKUM ISLAM**

OLEH:

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

DOSEN PEMBIMBING

A.HASHFI LUTHFI, M.H.

**PRODI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2025**

ABSTRAK

Di era kemajuan teknologi yang begitu pesat saat ini, berbagai aspek kehidupan menjadi semakin mudah, termasuk dalam hal berbelanja. Saat ini, terdapat banyak *marketplace online* yang siap memenuhi kebutuhan konsumen, salah satunya adalah TikTok Shop. Produk yang saat ini tengah ramai diburu di toko *online* adalah barang-barang kecantikan, yang lebih dikenal sebagai produk *skincare*. Banyak produk yang legalitasnya tidak jelas, melebih-lebihkan klaim, bahkan mengandung bahan berbahaya, sehingga dapat dikategorikan sebagai produk *skincare* abal-abal. Meskipun sudah ada hukum atau peraturan yang dikeluarkan oleh Menteri Kesehatan untuk mengatur masalah ini, pelanggaran seperti itu masih sering ditemukan, yang tentunya sangat merugikan konsumen. Berangkat dari fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas hukum serta keabsahan praktik jual beli *skincare* abal-abal di *marketplace* Tiktok Shop.

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang bersifat yuridis-normatif. Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Selanjutnya, data yang diperoleh akan diolah melalui serangkaian proses, meliputi pengecekan ulang, klasifikasi, verifikasi, dan analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fenomena jual beli *skincare* abal-abal di *marketplace* Tiktok Shop terjadi akibat kurangnya pengawasan yang berkelanjutan dari pihak berwenang. Meskipun di Indonesia telah ada regulasi yang mengatur permasalahan ini, banyak penjual yang tetap memilih untuk menawarkan produk *skincare* dengan legalitas dan keamanan yang diragukan demi meraih keuntungan. Dalam perspektif hukum Islam, praktik jual beli *skincare* abal-abal di Tiktok Shop tergolong dalam kategori jual beli *gharar katsir*, yang merujuk pada ketidakjelasan produk yang berlebihan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa transaksi jual beli produk *skincare* abal-abal ini tidak sah karena *gharar katsir* merupakan hal yang dilarang dalam hukum, dan hukum pelarangannya juga tidak efektif.

Kata Kunci: *Jual Beli Skincare Abal-Abal, Efektivitas Hukum, Unsur Gharar.*

ABSTRACT

In this era of rapid technological advancement, various aspects of life have become easier, including shopping. Currently, there are many online marketplaces that are ready to meet consumer needs, one of which is TikTok Shop. Products that are currently being hunted in online stores are beauty items, better known as skincare products. Many products have unclear legality, exaggerate claims, and even contain harmful ingredients, so they can be categorized as fake skincare products. Although there are already laws or regulations issued by the Minister of Health to regulate this issue, such violations are still often found, which is certainly very detrimental to consumers. Departing from this phenomenon, this study aims to analyze the legal effectiveness and validity of the practice of buying and selling fake skincare in the Tiktok Shop marketplace.

The method applied in this research is field research with a qualitative descriptive approach that is juridical-normative in nature. Data collection is carried out through several techniques, namely observation, interviews, and documentation studies. Furthermore, the data obtained will be processed through a series of processes, including rechecking, classification, verification, and analysis.

The results showed that the phenomenon of buying and selling fake skincare in the Tiktok Shop marketplace occurred due to a lack of continuous supervision from the authorities. Although in Indonesia there are regulations governing this issue, many sellers still choose to offer skincare products with doubtful legality and safety in order to gain profits. In the perspective of Islamic law, the practice of buying and selling fake skincare at Tiktok Shop is classified as a category of buying and selling gharar katsir, which refers to excessive product uncertainty. Therefore, it can be concluded that the sale and purchase transaction of fake skincare products is invalid because gharar katsir is prohibited in law, and the law prohibiting it is also ineffective.

Keywords: *Sale and Purchase of Abal-Abal Skincare, Legal Effectiveness, Gharar Element.*

SURAT PERNYATAAN KESALIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nasywa Tiara Salsabila
NIM : 21103080068
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syari'ah dan Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI SKINCARE ABAL-ABAL DI MARKETPLACE TIKTOK SHOP INDONESIA**" adalah hasil karya atau laporan penelitian yang saya lakukan sendiri bukan plagiasi dari karya orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam penelitian ini dan disebutkan dalam acuan daftar pustaka.

Yogyakarta, 21 Januari 2025
2 Sha'ban 1447 H



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudara Nasywa Tiara Salsabila

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Nasywa Tiara Salsabila
NIM : 21103080068
Judul : "TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK
JUAL BELI SKINCARE ABAL-ABAL DI
MARKETPLACE TIKTOK SHOP INDONESIA"

Sudah dapat diajukan kepada Prodi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi atau tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 21 Januari 2025
2 Sha'ban 1447 H

Pembimbing,



A Hashfi Luthfi, M.H.
NIP. 19911114 201801 1 003

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-123/Uin.02/DS/PP.00.9/01/2025

Tugas Akhir dengan judul : TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI SKINCARE ABAL-ABAL DI MARKETPLACE TIKTOK SHOP INDONESIA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NASYWA TIARA SALSABILA
Nomor Induk Mahasiswa : 21103080068
Telah diujikan pada : Jumat, 24 Januari 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Pengaji I
Farrah Syamala Rosyda, M.H.
SIGNED



Pengaji II
Muhammad Ulul Albab Masaffa, Lc., M.H.
SIGNED



MOTTO

“Lakukanlah untuk orang-orang yang mencintaimu dan orang-orang yang kau cintai, lakukanlah untuk dirimu sendiri, dan lakukanlah untuk orang-orang yang ingin melihatmu gagal”



PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang tiada hentinya kepada Allah SWT, atas karunia dan rahmatnya lah sehingga penyusun dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam juga tidak lupa penyusun panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini penyusun persembahkan kepada:

Kedua orang tua penyusun, Bapak Bachtiar Peoho, S.T., dan Suratmin Latuwo S.km., terima kasih telah menjadi orang tua yang selalu mendukung anak-anaknya, meski penyusun sendiri tau bahwa tidak ada orang tua yang sempurna tetapi terima kasih telah berusaha menjadi orang tua terbaik versi kalian.

Penyusun ucapan terima kasih kepada saudara kandung penyusun, Nina dan Azzam yang kadang sangat menyebalkan tetapi tetap dicintai oleh penyusun. Penyusun berharap kalian akan tumbuh menjadi lebih baik daripada kakak kalian sendiri ini.

Kepada orang-orang yang mendukung penyusun, membantu dan mau direpotkan penyusun selama ini. Untuk orang-orang terdekat penyusun dan orang terkasih penyusun. Kepada calon suami penyusun, yang saat ini penyusun pun belum ketahui, semoga selalu dalam lindungan Allah dan tetap semangat jangan menyerah dalam hal-hal baik untuk menyusun masa depan yang indah bersama, azek.

SISTEM TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi adalah pengalihan tulisan dari satu bahasa ke dalam tulisan bahasa lain. Dalam skripsi ini transliterasi yang dimaksud adalah pengalihan tulisan Bahasa Arab ke Bahasa Latin. Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam skripsi ini menggunakan transliterasi berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543 b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba‘	B	be
ت	Ta‘	T	te
ث	Ša‘	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ه	Ha‘	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha‘	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	Ra‘	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ص	Šad	§	es (dengan titik di bawah)

ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta‘	ت	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za‘	ز	zet (dengan titik di bawah)
ع	_Ain	=	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa‘	F	e(ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	_el
م	Mim	M	_em
ن	Nun	N	_en
و	Waw	W	w
ه	Ha‘	H	ha
ء	Hamzah	=	apostrof
ي	Ya‘	Y	ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah

مُتَعَدِّدَةٌ	ditulis	<i>muta‘addidah</i>
عِدَّةٌ	ditulis	<i>‘iddah</i>

C. Ta‘ Marbūtah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h

حِكْمَةٌ	ditulis	<i>hikmah</i>
عِلْمٌ	ditulis	<i>‘illah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap

dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila
dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang al serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاعلية	ditulis	Karamah al-Auliyah
---------------	---------	--------------------

3. Bila *ta' marbū'ah* hidup atau dengan harakat fathah kasrah dan ḍammah ditulis t atau h.

زكاة الفطر	ditulis	Zakat al-Fiṭri
------------	---------	----------------

D. Vokal Pendek

1.	---'---	Fathah	ditulis	a
2.	------	Kasrah	ditulis	i
3.	---'	Ḍammah	ditulis	u

E. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif <i>إِسْتِحْسَان</i>	ditulis ditulis	ā Istihṣān
2.	Fathah + ya' mati <i>أَنْثَى</i>	ditulis ditulis	ā Unūn
3.	Kasrah + yā' mati <i>الْعَوَانِي</i>	ditulis ditulis	ī al-'ūlānūn
4.	Ḍammah + wāwu mati <i>عُلُوم</i>	ditulis ditulis	ū 'Ulūm

I. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati <i>غَيْرُهُمْ</i>	ditulis ditulis	ai Gairihim
----	-------------------------------------	--------------------	----------------

2.	Fathah + wawu mati قوْل	ditulis ditulis	au <i>Qaul</i>
----	-------------------------	-----------------	-------------------

II. Vokal Pendek yang ber Berurutan dalam Satu Kata

Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a 'antum</i>
أَعْدَتْ	ditulis	<i>u 'iddat</i>
لَإِنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la 'in syakartum</i>

III. Kata Sandang Alif +Lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

الْقُرْآن	ditulis	<i>Al-Qur'□n</i>
الْقِيَاس	ditulis	<i>al-Qiy□s</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)nya.

الرِّسَالَة	ditulis	<i>ar-Ris□lah</i>
النِّسَاء	ditulis	<i>an-Nis□'</i>

IV. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

أَهْل الرَّأْي	ditulis	<i>Ahl ar-Ra'yi</i>
أَهْل السُّنْنَة	ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين والصلوة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين نبينا وحبيبنا محمد وعلى

آله وصحبه أجمعين ومن تعههم بإحسان إلى يوم الدين أما بعد

Segala puji syukur atas kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan jasul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli *Skincare* Abal-Abal di *Marketplace* Tiktok Shop Indonesia.”

Skripsi ini ditulis sebagai tugas akhir untuk memenuhi syarat kelulusan telah selesai menempuh pendidikan sarjana strata satu (S1) pada prodi Hukum Ekonomi Syari’ah, Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penyusun menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa dukungan, bimbingan dan motivasi berbagai pihak yang turut memberikan pemikiran, waktu, tenaga dan kontribusi lainnya. Oleh karena itu, dengan tulus penyusun menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Ali Sodiqin, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum beserta jajarannya.
3. A. Hashfi Luthfi, M.H., selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah. Terima kasih bapak A. Hashfi Luthfi sebagai Dosen Pembimbing Akademik penyusun sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi penyusun.

Penyusun sangat beryukur bisa bertemu dosen sebaik bapak, semoga rezeki bapak dosen selalu dilancarkan dan sukses selalu pak.

4. Para dosen UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, khususnya dosen-dosen Program Studi Hukum Ekonomi Syariah yang dengan ikhlas telah membagikan ilmu-ilmunya dan membantu mahasiswa-mahasiswa selama ini.
5. Semua teman-teman yang pernah terlibat dalam proses hidup penyusun selama menjalani dunia perkuliahan. Hal-hal baiknya akan kita jaga dan hal-hal buruknya akan kita kenang sebagai pembelajaran hidup. Meski tidak semua momen dapat terekam dan diabadikan, akan tetapi hati ini pasti akan selalu mengingatnya. Terima kasih telah menjadi warna-warni dalam kehidupan masa remaja menuju dewasa penyusun, dan maaf bila penyusun telah merepotkan selama ini dan berbuat salah baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Kalian semua hebat, kuat dan keren.
6. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh pernyusun, yang dengan ikhlas telah memberikan kontribusinya dalam proses penyusunan skripsi ini.

Yogyakarta, 21 Januari 2025

Penyusun,

Nasywa Tiara Salsabila

NIM. 21103080068

DAFTAR ISI

ABSTRAK	II
ABSTRACT	III
SURAT PERNYATAAN KESALIAN	IV
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	V
PENGESAHAN	VI
MOTTO	VII
PERSEMBAHAN.....	VIII
SISTEM TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	IX
KATA PENGANTAR.....	xiii
BAB I_PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian.....	7
D. Telaah Pustaka	8
E. Kerangka Teori	11
F. Metode Penelitian.....	15
G. Sistematika Pembahasan	18
BAB II_TEORI EFEKTIVITAS HUKUM DAN JUAL BELI SKINCARE ABAL-ABAL DI MARKETPLACE TIKTOK SHOP INDONESIA	20
A. Efektivitas Hukum	20
1. Pengertian Efektivitas Hukum	20
2. Teori Efektivitas Hukum Soerjono Soekanto.....	21
B. <i>Gharar</i>	23
1. Pengertian <i>Gharar</i>.....	23
2. Dasar Hukum <i>Gharar</i>	24
3. Jenis-Jenis <i>Gharar</i>.....	26

BAB III_PRAKTIK JUAL BELI SKINCARE ABAL-ABAL DI MARKETPLACE TIKTOK SHOP INDONESIA	29
A. Gambaran Umum <i>Marketplace</i> Tiktok Shop	29
B. Praktik Jual Beli <i>Skincare</i> Abal-Abal di <i>Marketplace</i> Tiktok Shop Indonesia	30
1. Penemuan Produk-Produk <i>Skincare</i> yang Tidak Jelas Legalitasnya	30
2. Penemuan Produk-Produk <i>Skincare</i> yang <i>Overclaim</i>	32
3. Penemuan Produk-Produk <i>Skincare</i> yang Mengandung Bahan Berbahaya.....	34
4. Fenomena Jual Beli <i>Skincare</i> Abal-Abal di Tiktok Shop.....	37
BAB IV_ANALISIS TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI SKINCARE ABAL-ABAL DI MARKETPLACE TIKTOK SHOP INDONESIA	42
A. Analisis Efektivitas Hukum Terhadap Praktik Jual Beli <i>Skincare</i> Abal-Abal di <i>Marketplace</i> Tiktok Shop Indonesia	42
1. Faktor Hukum.....	42
2. Faktor Penegak Hukum	44
3. Faktor Sarana atau Fasilitas yang Mendukung Penegakan Hukum	45
4. Faktor Masyarakat	46
5. Faktor Kebudaya	48
B. Analisis Keabsahan Praktik Jual Beli <i>Skincare</i> Abal-Abal di <i>Marketplace</i> Tiktok Shop Indonesia	50
1. Analisis Praktik Jual Beli <i>Skincare</i> Abal-Abal di Marketplace Tiktok Shop Indonesia	50
2. Analisis Unsur <i>Gharar</i> Jual Beli <i>Skincare</i> Abal-Abal di Marketplace Tiktok Shop Indonesia	52
BAB V_PENUTUP	57
1. Kesimpulan	57
2. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN-LAMPIRAN	70

Lampiran 1: Halaman Terjemahan	70
Lampiran 2: Dokumentasi.....	71
Lampiran 3: Daftar Pertanyaan Wawancara.....	72
Lampiran 4: Daftar Riwayat Hidup	74



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era yang serba digital sekarang, terdapat banyak perubahan pada pola hidup masyarakat salah satunya adalah adanya perubahan terhadap perilaku konsumen.¹ Masyarakat zaman sekarang menjadi suka membeli produk yang lebih mudah dijangkau dan tidak rumit dalam melakukan transaksinya. Orang-orang tidak perlu lagi keluar rumah mendatangi sebuah toko untuk membeli barang, cukup dari rumah saja melalui aplikasi-aplikasi *marketplace* yang biasa digunakan untuk melakukan praktik jual beli tersebut, salah satunya melalui *marketplace* TikTok Shop.

Tiktok Shop merupakan salah satu fitur dari aplikasi Tiktok yang dapat menghubungkan antara penjual, pembeli dan para kreator video untuk mendapatkan pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan dan nyaman.² Fitur Tiktok Shop ini resmi diluncurkan pada tanggal 17 April 2023, namun fitur ini sempat ditutup secara resmi pada tanggal 4 Oktober 2023 karena aplikasi Tiktok saat itu belum mempunyai surat izin berusaha bidang

¹ Nufian Febriani and Wayan Weda Asmara Dewi, *Perilaku Konsumen Di Era Digital: Beserta Studi Kasus* (Universitas Brawijaya Press, 2019). Hlm. 3.

² Engga Jalaludin et al., “Penyuluhan Optimasi Tiktok Shop Bagi Pelaku Ukm Di Kelurahan Ulujamii,” *Bisma: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 1 (2023): 51–57. Hlm. 52.

Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE).³ Dan Tiktok Shop resmi dibuka kembali pada tanggal 11 Desember 2023 dan menjalin kerjasama strategis dengan PT Goto Gojek Tokopedia.

Melalui fitur Tiktok Shop ini banyak orang-orang berjualan produk-produk *skincare* yang mempunyai beragam fungsi untuk kecantikan dengan harga yang bervariasi. Ditambah model iklan-iklan yang kreatif dengan embel-embel dapat mencerahkan atau memutihkan wajah lebih cepat dalam video-video pendek yang beredar di aplikasi TikTok, sehingga membuat banyak orang tertarik untuk membeli produk-produk *skincare* tersebut tanpa memperhatikan terlebih dahulu bahan-bahan yang terkandung di dalamnya.

Skincare merupakan gabungan dari dua kata bahasa Inggris yaitu, *skin* berarti kulit dan *care* berarti merawat.⁴ Menurut *Oxford dictionary skincare* adalah penggunaan krim dan produk khusus untuk merawat kulit.⁵ Dapat disimpulkan bahwa *skincare* adalah sebuah produk atau bahan yang digunakan untuk merawat kulit terkhusus wajah dengan tujuan membuat kulit menjadi

³ Ruth Frani Bororing, “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH INDONESIA DARI PRAKTEK MONOPOLI TIKTOK SHOP,” *LEX PRIVATUM* 13, no. 4 (2024). Hlm. 2.

⁴ Jessika Klaudia Hutagalung, “Perbedaan Kepuasan Pelanggan Secara Online Dan Offline Dalam Membeli Produk Skincare Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area,” 2022. Hlm. 15.

⁵ Riana Versita et al., “INCREASING COMPETENCE OF PHARMACY AND PHARMACY TECHNICAL PERSONNEL IN DETECTING HARMFUL CONTENT IN SKIN CARE PRODUCTS,” 2024. Hlm. 277.

lebih bersih, sehat dan terlindungi. Sehingga *skincare* sendiri sudah seperti menjadi bagian dari kebutuhan sehari-hari masyarakat zaman sekarang.

Zaman sekarang sudah sangat banyak beredar produk-produk *skincare* yang dijual dimana-mana baik dengan sistem *offline* atau pun *online*. Praktik jual beli *skincare* ini pun tidak akan lepas dari prinsip-prinsip syariah yang mengatur transaksi jual beli, kehalalan produk, serta tanggung jawab penjual dan pembeli. Ayat-ayat Al-Qur'an dan hadist juga telah yang mengatur tentang jual beli, seperti larangan terhadap *gharar* (ketidakpastian), riba dan penipuan.⁶ Ada pun etika dalam perdagangan dan pentingnya kehalalan produk *skincare* serta keadilan dalam transaksi sangat diperhatikan oleh para konsumen di Indonesia, terutama konsumen muslim mengingat mayoritas konsumen produk *skincare* adalah seorang muslim.

Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang kandungan dalam produk-produk *skincare* yang mereka konsumsi sehari-hari membuat banyaknya terjadi penipuan dalam praktik jual beli produk *skincare* khususnya yang sekarang banyak viral melalui aplikasi Tiktok. Contohnya seperti adanya produk *skincare* yang belum mengantongi label halal dan izin dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).

Jumlah persentase kandungan bahan produk *skincare* tidak sesuai dengan yang diiklankan, dan yang lebih parahnya temuan zat berbahaya untuk kulit tetapi digunakan dalam campuran bahan *skincare* tersebut. Tentu saja

⁶ Suci Hartini and Muhammad Iqbal Fasa, "Digital Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2022): 197–206. Hlm. 203.

semua hal ini menimbulkan ketidaktransparansi, kejujuran dan tanggungjawab dalam praktik jual beli yang dilakukan antara penjual dan pembeli, yang dapat merugikan pihak pembeli atau dalam hal ini adalah konsumen produk *skincare* abal-abal tersebut.

Berdasarkan penjelasan seorang dokter yang kerap disebut sebagai doktif (dokter dektetif) di akun Tiktok-nya, beliau melakukan beberapa uji lab terhadap produk-produk *skincare* yang beberapa di antaranya mengandung *hydroquinone*, *mercury* atau bahkan *overclaim*. Berikut *skincare* abal-abal yang telah di-review-nya:

Tabel 1

Daftar Beberapa Produk *Skincare* yang *Overclaim*

No	Nama Produk	Hasil uji lab yang dilakukan Dokter Dektfetif	Permasalahan Produk <i>Skincare</i>
1	BIBIT Pemutih	Vitamin B3 (<i>Niacinamide</i>) 0.00047%	<i>Overclaim</i>
2	Jejuby	Vitamin B3 (<i>Niacinamide</i>) 1.02%	<i>Overclaim</i>
3	Halocabeauty	Vitamin B3 (<i>Niacinamide</i>) 0.0032%	<i>Overclaim</i>

Data dari video akun Tiktok DokterDiktetif⁷

Tabel 2

Daftar Beberapa Produk yang Mengandung Bahan Berbahaya

No	Nama Produk	Hasil Uji Lab	Permasalahan Produk <i>Skincare</i>
----	-------------	---------------	-------------------------------------

⁷ <https://vt.tiktok.com/ZSj8A9h36/>, diakses terakhir tanggal 25 Oktober 2024

1	Toner NRL kosmetik	Hidrokuinon 0.10%	Positif mengandung zat berbahaya yaitu hidrokuinon
2	Day Cream Glowing Series NRL Kosmetik	Merkuri 0.08%	Positif mengandung zat berbahaya yaitu merkuri
3	Night Cream Glowing Series NRL Kosmetik	Merkuri 0.38%	Positif mengandung zat berbahaya yaitu merkuri

Data dari video akun Tiktok Dokter Dektetif⁸

Pada tahun 2023 BPOM pernah meliris data 5 merek produk kosmetik illegal yang banyak dijumpai di *marketplace* berdasarkan jumlah tautan penjualannya dari bulan Januari-September 2023⁹, sebagai berikut:

Tabel 3

Daftar Jumlah Tautan Penjualan Bulan Januari-September 2023 dari 5 Merek Produk Perawatan Wajah Ilegal

Nama	Nilai
Krim HN	8116
Krim Diamond	6986
Tabita Skincare	3778
Tati Skincare	1791
HB Dosting	1147

Berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Pasal 2 ada 4 asas perlindungan konsumen dan hak dasar konsumen yaitu, asas

⁸ <https://vt.tiktok.com/ZSj8AEs5T/>, diakses 25 Oktober 2024

⁹ <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/3fb3b20bcb7a0e5/bpom-ungkap-5-merek-kosmetik-legal-yang-banyak-dijual-di-marketplace-ini-daftarnya>, diakses 23 Oktober 2024.

manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, keselamatan konsumen serta kepastian hukum.¹⁰ Dalam kasus praktik jual beli *skincare* abal-abal ini dapat kita ketahui bahwa produk *skincare* yang diperjual belikan tanpa izin BPOM dapat dianggap sebagai pelanggaran hukum di Indonesia atau dapat disebut sebagai produk *skincare* illegal.

Dan untuk produk *skincare* yang kandungan bahan *skincare*-nya tidak sesuai dengan yang diiklankan pada produknya dapat termasuk dalam hal penipuan terhadap konsumen dan sangat merugikan konsumen.¹¹ Sebagai seorang pelaku usaha di Indonesia tentu saja harus taat dengan hukum yang berlaku di Indonesia, serta harus mempunyai etika dalam berbisnis dengan menyertakan keaslian informasi produk dengan faktual agar terjalin kepercayaan antara penjual dan pembeli.

Berdasarkan latar belakang yang telah penyusun jelaskan di atas maka, perlu adanya penelitian lebih lanjut yang akan dibahas dalam skripsi yang berjudul **“Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Jual Beli *Skincare* Abal-Abal di Marketplace TikTok Shop Indonesia”**.

¹⁰ Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

¹¹ Fraha Diba Meutia, “Analisis Produk, Harga Dan Promosi Dalam Tinjauan Islamic Marketing (Studi Kasus Pada Klinik Kecantikan Aishaderm Muslimah Banda Aceh),” 2019. Hlm. 30.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian pada skripsi ini sebagai berikut:

1. Bagaimana efektivitas hukum dalam pelarangan praktik jual beli *skincare* abal-abal di *marketplace* Tiktok Shop?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap praktik jual beli produk *skincare* abal-abal di *marketplace* TikTok Shop Indonesia?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mencapai tujuan-tujuan berikut:

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan yang ingin dicapai sebagai sebagai berikut:

- a. Menjelaskan dan mendeskripsikan hukum yang berlaku di Indonesia dalam pelarangan atas praktik jual beli *skincare* abal-abal di *marketplace* Tiktok Shop Indonesia.
- b. Menjelaskan dan mendiskripsikan tinjauan hukum Islam terhadap praktek jual beli produk *skincare* abal-abal di *marketplace* TikTok Shop Indonesia.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Kegunaan Teoritis

Hasil yang diperoleh dalam penelitian pada skripsi ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam pengembangan Hukum Ekonomi Syari'ah terutama terhadap praktik jual beli *skincare* secara *online* di *marketplace* Tiktok Shop Indonesia.

Kegunaan Praktis

Hasil yang diperoleh dalam penelitian pada skripsi ini diharapkan dapat menambah pengetahuan kepada penjual tentang cara menjalankan praktik jual beli di *marketplace* Tiktokshop dengan etika bisnis yang baik, sesuai dengan syariah Islam dan mematuhi hukum yang berlaku di Indonesia. Menyediakan informasi yang dapat membantu konsumen membuat keputusan dalam membeli sebuah produk *skincare* secara *online* di *marketplace* Tiktok Shop Indonesia. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya aspek hukum Islam dalam transaksi jual beli *online* khususnya pada *marketplace* Tiktok Shop Indonesia.

3. Sebagai tugas akhir dan syarat untuk memperoleh gelar S1 (Strata satu) dalam Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah).

D. Telaah Pustaka

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian mengenai praktek jual beli *skincare* di *marketplace* Tiktok Shop Indonesia. Tetapi telah ada penelitian terdahulu yang relevan dengan judul peneliti yaitu, diantaranya adalah:

Pertama, penelitian yang telah ditulis oleh Isdiana Syafitri dan Atika Sandra Dewi¹², Mareza dkk¹³, Fitri Sembiring Milala dan Rahmi Ayunda¹⁴, Asti Nurmala Putri dan Rani Apriani¹⁵, dan Ulfia Nur Faiqoh¹⁶ yang meneliti tentang perlindungan konsumen dalam konteks penjualan produk *skincare* terutama yang terkait dengan masalah legalitas dan keamanan produk *skincare* tersebut. Penelitian-penelitian tersebut sudah komprehensif dalam menggambarkan praktik jual beli *skincare* abal-abal dari perspektif hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia.

Misalnya, mengenai regulasi terkait dengan peraturan hukum positif hal ini menyentuh aspek hukum yang mengatur penjualan produk *skincare* di Indonesia, termasuk Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 dan regulasi BPOM. Kemudian dapat disandingkan dengan peraturan

¹² Isdiana Syafitri and Atika Sandra Dewi, “Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Skincare Ilegal,” *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)* 5, no. 2 (2022): 124–33.

¹³ Fella Fahitta Ayu Mareza and S Ag Rizka, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Penggunaan Skincare Non-Bpom Ditinjau Dari UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen,” 2023.

¹⁴ Fitri Sembiring Milala and Rahmi Ayunda, “Tinjauan Normatif Terhadap Pertanggung Jawaban Perdata Penjualan Skincare Ilegal Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen,” *PETITUM* 10, no. 1 (2022): 1–11.

¹⁵ Asti Nurmala Putri and Rani Apriani, “Perlindungan Konsumen Atas Peredaran Skincare Yang Belum Mendapat Izin Edar Dari BPOM,” *JUSTITIA: Jurnal Ilmu Hukum Dan Humaniora* 9, no. 3 (2022): 1227–33.

¹⁶ Ulfia Nur Faiqoh, “CONSUMER PROTECTION AGAINST REPACKAGED IMPORTED PRODUCTS,” *Jurisdictie: Jurnal Hukum Dan Syariah* 13, no. 1 (2022): 90–110.

hukum Islam untuk menilai kesesuaian dan keadilan dalam praktik jual beli produk *skincare* tersebut.

Kedua, penelitian yang telah ditulis oleh Anggi Ramadhani¹⁷, Bhaswarendra Guntur Hendrati dkk¹⁸, Muhammad Qamaruddin¹⁹, Farhan Arangga dan Muhammad Aulia Firmansyah²⁰, dan Elida Saragih dkk²¹ yang meneliti tentang praktik jual beli yang terjadi dengan sistem *online* yaitu melalui *online shop* yang tersedia di aplikasi-aplikasi atau *platform* pada barang elektronik yang digunakan zaman sekarang kemudian ditinjau dari perspektif hukum Islam. Masing-masing jurnal mengkaji praktik jual beli *online* dan menyoroti prinsip-prinsip syariah yang relevan, seperti keadilan, transparansi, dan tanggung jawab dalam transaksi jual beli *online* tersebut.

Pada penelitian tersebut sudah konprehensif dalam menggambarkan analisis hukum Islam dalam praktik jual beli *online*. Hal ini bisa digunakan sebagai bahan menganalisis bentuk akad yang digunakan dalam praktik jual

¹⁷ Anggi Ramadhani et al., “Meninjau Usaha Skincare Abal-Abal Perspektif Hukum Islam,” *Dalihan Na Tolu: Jurnal Hukum, Politik Dan Komunikasi Indonesia* 1, no. 01 (2022): 27–32.

¹⁸ Bhaswarendra Guntur Hendrati et al., “Transformasi Positif: Analisis Sistem Jual Beli Online Di Anisa Online Shop Grosir Mlorah Rejoso Nganjuk Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Journal on Education* 5, no. 4 (2023): 17801–6.

¹⁹ Muhammad Qamaruddin, “Analisis Praktik Jual Beli Online Shop Dalam Tinjauan Islam,” *Qonun Iqtishad EL Madani Journal* 1, no. 2 (2022).

²⁰ Farhan Arangga and Muhammad Aulia Firmansyah, “Akad Dan Hukum Jual Beli Online Pada Transaksi Digital Dalam Perspektif Islam,” *Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 1, no. 4 (2023): 1024–37.

²¹ Elida Saragih et al., “Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Perspektif Hukum Islam,” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8, no. 1 (2024): 3096–3106.

beli *skincare* abal-abal di TikTok Shop, serta kesesuaianya dengan hukum Islam.

Berdasarkan telaah pustaka yang diambil oleh penyusun, terdapat kesenjangan pada penelitian-penelitian sebelumnya. Kesenjangan yang penyusun maksud adalah penjualan *skincare* abal-abal yang banyak ditemukan di *marketplace* Tiktok Shop Indonesia dan tentu saja sangat merugikan para konsumennya. Penelitian ini lebih berfokus pada para pengguna *online shop* Tiktok Shop yang telah melakukan praktik jual beli produk *skincare* abal-abal yang tidak sesuai dengan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 12 Tahun 2023 tentang Pengawasan Pembuatan dan Peredaran Kosmetik, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan juga Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 26 Tahun 2013 tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetik dan Penggunaannya.

E. Kerangka Teori

Kerangka teori digunakan untuk menyajikan cara-cara untuk mengorganisasikan dan menginteprestasikan hasil-hasil penelitian dan menghubungkannya dengan penelitian terdahulu.²² Dalam penelitian ini, penyusun menggunakan 2 (dua) teori guna menganalisis permasalahan yang ada di antaranya:

1. Teori Efektivitas Hukum

²² Burhan Ashshofa, Metode Penelitian Hukum (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1998). Hlm. 23.

Teori efektivitas hukum adalah sebuah pendekatan dalam ilmu hukum yang menilai sejauh mana hukum dapat berfungsi dan diterapkan dalam masyarakat.²³ Faktor-faktor yang mempengaruhi penegakan hukum, menurut Soerjono Soekanto antara lain:²⁴

- a. Faktor hukumnya sendiri. Teori Soekanto menekankan pentingnya hukum sebagai alat untuk mencapai tujuan sosial. Dalam konteks ini, kita dapat mengevaluasi seberapa efektif hukum Islam dalam melindungi konsumen dari praktik jual beli *skincare* yang tidak sesuai standar.
- b. Faktor penegak hukum, yakni pihak-pihak yang membentuk maupun menerapkan hukum. Teori ini juga membahas tentang bagaimana masyarakat mematuhi hukum. Penelitian ini dapat mengkaji sejauh mana pedagang dan *platform marketplace* mematuhi ketentuan hukum Islam dan regulasi yang berlaku mengenai produk yang dijual.
- c. Faktor sarana atau fasilitas yang mendukung penegakan hukum. Soekanto mengakui bahwa hukum tidak berdiri sendiri, melainkan dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya. Dalam konteks TikTok Shop, perilaku konsumen dan produsen serta norma-norma yang berkembang di masyarakat juga dapat memengaruhi efektivitas hukum.

²³ H Zainuddin Ali, *Sosiologi Hukum* (Sinar Grafika, 2023).

²⁴ Soerjono Soekanto, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penegakan Hukum,” 2004.

- d. Faktor masyarakat, yakni lingkungan dimana hukum tersebut berlaku atau diterapkan. Teori ini dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana hukum Islam melindungi konsumen dari produk yang merugikan dan memastikan bahwa praktik jual beli berlangsung dengan adil dan transparan.
- e. Faktor kebudayaan, yakni sebagai hasil karya, cipta dan rasa yang didasarkan pada karsa manusia di dalam pergaulan hidup. Dengan menggunakan teori efektivitas hukum, peneliti dapat mengidentifikasi kelemahan dalam implementasi hukum Islam dan tantangan yang dihadapi dalam menanggulangi praktik jual beli *skincare* abal-abal.

Dengan demikian, teori efektivitas hukum Soerjono Soekanto memberikan kerangka yang komprehensif untuk memahami dinamika hukum dalam konteks praktik jual beli *skincare* abal-abal dalam *marketplace* Tiktok Shop Indonesia, serta dampaknya terhadap konsumen di Indonesia.

2. *Gharar*

Kata Gharar berasal dari bahasa Arab dan berarti "*Gharar, taghrir* atau *yaghara*" dan berarti menipu seseorang agar berminat untuk menyakiti mereka. Salah satu bentuk gharar adalah pertukaran suatu barang yang mengandung unsur yang tidak diketahui atau tersembunyi dengan pihak lain dengan maksud untuk menimbulkan kerugian. Atau berbahaya. "*Gharar* mengacu pada segala bentuk ketidakamanan, penipuan, atau perilaku yang

dimaksudkan untuk menimbulkan kerugian bagi orang lain. Transaksi daring yang melibatkan pembelian dan penjualan barang dan jasa menghasilkan keadaan ketidakpastian yang dikenal sebagai “*Gharar*”. Fenomena ini terjadi karena adanya ketidaksetaraan kepemilikan informasi antara pembeli dan penjual.²⁵

Perkembangan model jual beli saat ini pun beragam, dengan kecanggihan teknologi sekarang kegiatan jual beli bisa dilakukan secara digital melalui *marketplace-marketplace* yang telah tersedia. Transaksi ini dikenal sebagai *e-commerce*. *E-commerce* merupakan serangkaian aktivitas yang mencakup pembelian, penjualan, pemasaran, dan pelayanan terhadap produk serta jasa yang ditawarkan melalui jaringan komputer.²⁶

Dalam perspektif Islam, sebuah transaksi jual beli dinyatakan sah jika memenuhi syarat dan rukun yang telah ditetapkan. Syarat-syarat tersebut meliputi adanya penjual dan pembeli, objek yang diperjualbelikan, nilai tukar sebagai pengganti barang, serta adanya kesepakatan atau kerelaan dari kedua belah pihak (akad).²⁷

²⁵ Erni Widya Ningrum, “Pemahaman Konsep *Gharar* Dimasyarakat Dalam Jual Beli Online,” *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2023, 472–80. Hlm. 473.

²⁶ Fatihul Khoir, “Al-Khiyar Dalam Proses Jual Beli Sistem Online,” *EKOSIANA Jurnal Ekonomi Syari’ah* 9, no. 2 (2022): 127–38. Hlm. 135.

²⁷ Silvia Anggraeny, “ANALISIS KEPATUHAN SYARIAH TRANSAKSI VENDING MACHINE PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH DAN FATWA DSN MUI TENTANG JUAL BELI,” *AL-ITTIFAQ Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2024): 1–13. Hlm 3.

Jual beli dalam Islam harus dilakukan dengan etika dan kejujuran.²⁸ Penelitian ini bisa meneliti etika bisnis yang diterapkan oleh penjual *skincare* di TikTok Shop dan dampaknya terhadap reputasi dan kepercayaan konsumen. Jual beli *skincare* abal-abal sering kali menimbulkan keraguan tentang kualitas dan keamanan produk. Penelitian ini dapat mengkaji sejauh mana praktik ini melanggar prinsip *gharar* dan implikasinya bagi konsumen.

Jual beli yang dilakukan secara transparan dan jujur juga sejalan dengan prinsip keadilan dalam transaksi ekonomi Islam. Oleh karena itu, konsep *gharar* ini sangat relevan dijadikan sebagai landasan teori dalam penelitian terkait praktik jual beli produk *skincare* yang tidak jelas kualitasnya, yang semakin marak di *platform marketplace* seperti TikTok Shop di Indonesia.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan ini dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung pada praktik jual beli produk *skincare* abal-abal yang terjadi di *marketplace* Tiktok Shop Indonesia. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, penelitian yang berfokus pada pemahaman dan

²⁸ Mukhtar Samad, *Etika Bisnis Syariah: Berbisnis Sesuai Dengan Moral Islam* (Sunrise Book Store, 2018). Hlm. 5.

interpretasi fenomena sosial dari perspektif subjek yang terlibat.²⁹

Penelitian ini tidak berfokus pada angka atau statistik, tetapi pada makna, pengalaman, dan konteks yang mendasari perilaku atau fenomena yang terjadi.

2. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian skripsi ini penyusun menggunakan penyusun dan penyusun juga menggunakan pendekatan penelitian konseptual yaitu, penelitian yang fokus pada pengembangan dan analisis konsep, teori, atau ide-ide yang berkaitan dengan topik permasalahan penelitian.

3. Sumber Data Penelitian

Pada penelitian ini penyusun menggunakan dua sumber data yaitu, sumber data primer dan sumber data sekunder, sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber pertama untuk tujuan penelitian tertentu.³⁰ Dapat dikatakan sebagai data yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan langsung yaitu, berupa hasil wawancara dan observasi langsung kepada orang-orang yang terlibat dalam praktik jual beli *skincare* abal-abal di

²⁹ Muhammad Rijal Fadli, “Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif,” *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum* 21, no. 1 (2021): 33–54. Hlm. 49.

³⁰ David Tan, “Metode Penelitian Hukum: Mengupas Dan Mengulras Metodologi Dalam Menyelenggarakan Penelitian Hukum,” *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 8, no. 8 (2021): 2463–78. Hlm. 2471.

marketplace Tiktok Shop tersebut. Selain itu, penyusun juga akan melakukan wawancara terhadap para konsumen yang pernah melakukan transaksi jual beli *skincare* di *marketplace* Tiktok Shop. Dari hasil wawancara tersebut penyusun bisa memperoleh informasi mengenai persepsi masyarakat dan sampai dimana pengetahuan hukum masyarakat terkait fenomena permasalahan pada penelitian ini.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang lebih mudah diakses oleh peneliti karena data sudah tersedia dan disiapkan oleh sumber-sumber yang menyediakannya, sehingga menghilangkan kebutuhan untuk mencari data dari sumber pertama.³¹ Sumber data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari studi pustaka yang berkaitan dengan penelitian penyusun mengenai praktik jual beli produk *skincare* abal-abal di *marketplace* Tiktok Shop Indonesia, diantaranya seperti Al-Qur'an, hadist, buku-buku/ kitab fiqh, Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI), bahan-bahan hukum, skripsi, jurnal, artikel atau pun dokumen-dokumen lain yang terkait.

4. Analisis Data

³¹ David Tan, "Metode Penelitian Hukum: Mengupas Dan Mengulas Metodologi Dalam Menyelenggarakan Penelitian Hukum," *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 8, no. 8 (2021): 2463–78. Hlm. 2471-2472.

Analisis data kualitatif adalah proses mengorganisir, menginterpretasikan, dan menyimpulkan informasi yang diperoleh dari data kualitatif, seperti wawancara, observasi, dan dokumen yang telah dilakukan oleh peneliti. Tujuannya adalah untuk memahami makna, pola, dan tema yang muncul dari data tersebut. Melalui analisis data tersebut penyusun dapat mengambil kesimpulan untuk menjawab isu permasalahan penelitian yang dibahas pada skripsi ini yaitu, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli *Skincare Abal-Abal* di *Marketplace* TiktokShop Indonesia”.

G. Sistematika Pembahasan

Penyusun dalam penelitian ini membagi penelitian ini menjadi 5 (lima) yang penjelasannya sebagai berikut:

Bab Pertama, pada bab ini penyusun memiliki rencana yang berisikan pendahuluan skripsi dengan beberapa sub bab yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka, kerangka teoritis, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab Kedua, pada bab ini berisi tentang penjelasan komprehensif mengenai landasan teori yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam penelitian, yaitu tentang Efektivitas Hukum menurut Soerjono Soekanto dan Teori *Gharar*.

Bab Ketiga, pada bab ini akan menyajikan data yang telah diperoleh dari penelitian seperti menjelaskan gambaran umum *marketplace* Tiktok Shop, hasil wawancara serta observasi dari mengamati langsung praktik jual beli

skincare abal-abal di *marketplace* Tiktok Shop. Dan menyajikan alasan-alasan penjual produk-produk *skincare* abal-abal di *marketplace* Tiktok Shop tetap menjualkan produk-produknya,

Bab Keempat, pada bab ini penyusun akan menjelaskan mengenai hasil analisis penelitian yang menjadi pokok pembahasan, yaitu mengenai Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli *Skincare* Abal-Abal dalam *Marketplace* Tiktok Shop Indonesia baik secara yuridis maupun melalui konsep jual beli berdasarkan hukum Islam.

Bab Kelima, pada bab ini penyusun akan memberikan penutup yang berupa kesimpulan dan saran atau rekomendasi berkaitan isu yang akan berkembang di masa depan berkaitan dengan penelitian penyusun.



BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dilakukan oleh penyusun, dapat disimpulkan bahwa:

1. Meskipun negara telah menetapkan sejumlah hukum dan peraturan terkait fenomena penjualan *skincare* abal-abal di TikTok Shop, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 12 Tahun 2023 mengenai Pengawasan Pembuatan dan Peredaran Kosmetik, serta Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 26 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Sektor Kesehatan, penerapannya tetap akan menghadapi kendala jika faktor-faktor pendukung lainnya tidak berjalan secara sinergis. Sehingga, dalam kasus ini dapat dinyatakan oleh penyusun bahwa hukum yang berkaitan tentang pelarangan jual beli *skincare* abal-abal tidak efektif.
2. Berdasarkan analisis keabsahan jual beli dan tinjauan mengenai unsur gharar dalam praktik jual beli produk *skincare* abal-abal di *marketplace* TikTok Shop Indonesia, dapat disimpulkan bahwa transaksi tersebut dinyatakan tidak sah, meskipun memenuhi syarat dan rukun jual beli. Hal ini disebabkan oleh adanya unsur kecurangan dan penipuan, serta

ketidakjelasan mengenai produk yang menyebabkan aktivitas jual beli tersebut menjadi tidak sah. Jual beli *skincare* abal-abal ini termasuk dalam kategori *gharar katsir*, yaitu mengandung ketidakjelasan yang berlebihan, sehingga aktivitas tersebut melanggar hukum.

2. Saran

Baik pembeli maupun penjual perlu lebih berhati-hati dalam menjalankan kegiatan jual beli *online*. Pemilihan produk *skincare* harus dilakukan dengan cermat, baik saat akan dijual maupun dibeli. Kesadaran moral dan rasa tanggung jawab dari masing-masing pihak sangat penting untuk memastikan keabsahan transaksi jual beli tersebut.

Para pelaku usaha disarankan untuk memeriksa nomor registrasi BPOM pada produk *skincare* yang akan dijual. Hal ini penting agar tidak terjadi masalah terkait legalitas produk. Produk yang telah memiliki nomor registrasi BPOM menunjukkan bahwa kualitas dan keamanan produk tersebut telah terjamin bagi konsumen.

Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan kajian yang lebih mendalam mengenai isu ini dari sudut pandang perlindungan konsumen. Selain itu, penelitian yang berfokus pada perspektif hukum sosiologis juga dapat dilakukan untuk mengembangkan pemahaman terkait fenomena praktik jual beli *skincare* abal-abal di Tiktok Shop Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

A. Al-Qur'an

Kementrian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah, Bandung: CV Mikhraj Khazanah Ilmu, 2013.

B. Efektivitas Hukum

Cahyaningsih, Diana Tantri Cahyaningsih, "Mengurai Teori Effectiveness of Law Anthony Allot," *Journal Rechts Vinding Online*, 2020, 2089–9009.

Huda, Muhammad Miftakhul Huda, Suwandi Suwandi, and Aunur Rofiq, "Implementasi Tanggung Jawab Negara Terhadap Pelanggaran HAM Berat Paniai Perspektif Teori Efektivitas Hukum Soerjono Soekanto," *IN RIGHT Jurnal Agama Dan Hak Azazi Manusia* 11, no. 1 (2022): 115–34.

Orlando, Galih Orlando, "Efektivitas Hukum Dan Fungsi Hukum Di Indonesia," *Tarbiyah Bil Qalam: Jurnal Pendidikan Agama Dan Sains* 6, no. 1 (2022).

Pane, SUTARI MALADI PANE, "EFEKTIVITAS PENINDAKAN PELANGGARAN HUKUM LALU LINTAS TILANG KONVENTSIONAL DENGAN TILANG ELEKTRONIK DI KOTA BANDA ACEH," 2024.

Purwanto, Mohamad Eka Purwanto, "Efektivitas Penegakan Hukum Terhadap Penjual Kosmetik Ilegal Pada Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan Di Kota Gorontalo," *Hukum Inovatif: Jurnal Ilmu Hukum Sosial Dan Humaniora* 1, no. 4 (2024): 213–27.

Putra, I Komang Agus Wira Putra, "EFEKTIVITAS PELAKSANAAN PERATURAN GUBERNUR BALI NOMOR 79 TAHUN 2018 TENTANG HARI PENGGUNAAN BUSANA ADAT BALI DI WILAYAH DESA ADAT KUTA," 2021.

C. Hukum/ Perlindungan Hukum/ Perlindungan Konsumen

Andaningrum, Dewi Citra Resmi. "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Pembulatan Timbangan (Studi Kasus Pada Jasa Usaha Laundry Di Kelurahan Bandar Kidul Kota Kediri)." PhD diss., IAIN Kediri, 2021.

Bororing, Ruth Frani Bororing, "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH INDONESIA DARI PRAKTEK MONOPOLI TIKTOK SHOP," *LEX PRIVATUM* 13, no. 4 (2024).

Faiqoh, Ulfia Nur Faiqoh, "CONSUMER PROTECTION AGAINST REPACKAGED IMPORTED PRODUCTS," *Jurisdictie: Jurnal Hukum Dan Syariah* 13, no. 1 (2022): 90–110.

Fatwa Majelis Ulama Indonesia, *Standar Kehalalan Produk Kosmetik dan Penggunaannya*, Fatwa No: 26/2013.

Ghozali, Falah Al Ghozali and Try Hardyanthi, “Perlindungan Konsumen Pada Platform E-Commerce: Regulasi Dan Peran Pemerintah,” *Ethics and Law Journal: Business and Notary* 2, no. 3 (2024): 136–41.

Hadi, Naufal Akbar Kusuma Hadi, “Penegakan Hukum Di Indonesia Dilihat Dari Perspektif Sosiologi Hukum,” *Jurnal Hukum Dan Pembangunan Ekonomi* 10, no. 2 (2022): 227–40.

Kitab Undang-Undang Perdata

Mahran, Zahra Afina Mahran and Muhamad Hasan Sebyar, “Pengaruh Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) Nomor 31 Tahun 2023 Terhadap Perkembangan E-Commerce Di Indonesia,” *Hakim: Jurnal Ilmu Hukum Dan Sosial* 1, no. 4 (2023): 51–67.

Mareza, Fella Fahitta Ayu Mareza and S Ag Rizka, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Penggunaan Skincare Non-Bpom Ditinjau Dari UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen,” 2023.

Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)

Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik

Peraturan BPOM Nomor 12 Tahun 2023 tentang Pengawasan Pembuatan dan Peredaran Kosmetik.

Peraturan Menteri Kesehatan (Permenkes) yang mengatur tentang Izin Produksi Kosmetik Permenkes Nomor 1175/MENKES/PER/VIII/2010.

Putri, Asti Nurmala Putri and Rani Apriani, "Perlindungan Konsumen Atas Peredaran Skincare Yang Belum Mendapat Izin Edar Dari BPOM," *JUSTITIA: Jurnal Ilmu Hukum Dan Humaniora* 9, no. 3 (2022): 1227–33.

Soekanto, Soerjono Soekanto, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penegakan Hukum," 2004.

Sholehah, Nur Faizatus Sholehah and Mega Dewi Ambarwati, "Analisis Yudiris Penegak Hukum Terhadap Pemalsuan Nomor Registrasi BPOM Pada Produk Skincare Dalam Perspektif UU Perlindungan Konsumen," *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa* 2, no. 6 (2024): 388–96.

Syafitri, Isdiana Syafitri and Atika Sandra Dewi, "Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Skincare Ilegal," *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)* 5, no. 2 (2022): 124–33.

Sugiarti, Yayuk Sugiarti and Hidayat Andyanto, "Implementasi Program Keluarga Sadar Hukum Di Desa Patean Kecamatan Batuan," *Jurnal Jendela Hukum* 8, no. 1 (2021): 84–92.

Taufiq, Ahmad Taufiq, “PENGABAIAN HAK MENDAPATKAN PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PELAKU PENEBAR BERITA HOAKS DI MEDIA SOSIAL.,” n.d.

Tan, David Tan, “Metode Penelitian Hukum: Mengupas Dan Mengulas Metodologi Dalam Menyelenggarakan Penelitian Hukum,” *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 8, no. 8 (2021): 2463–78.

Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Sektor Kesehatan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
Undang-Undang No. 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan

D. Skincare/ Kesehatan

“Daftar 55 Produk Skincare Berbahaya Dirilis BPOM, Ada Mira Hayati-Maxie Glow”, https://www.detik.com/sulsel/berita/d-7666573/daftar-55-produk-skincare-berbahaya-dirilis-bpom-ada-mira-hayati-maxie-glow?single_, diakses 20 Desember 2024.

<https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/3fb3b20bcb7a0e5/bpom-ungkap-5-merek-kosmetik-ilegal-yang-banyak-dijual-di-marketplace-ini-daftarnya>, diakses 23 Oktober 2024.

<https://vt.tiktok.com/ZSj8A9h36/>, diakses terakhir tanggal 25 Oktober 2024

<https://vt.tiktok.com/ZSj8AEs5T/>, diakses 25 Oktober 2024

Lamakarate, Savilla Lamakarate et al., “Gangguan Kesehatan Akibat Merkuri Dalam Kosmetika,” vol. 1, 2022, 505–13.

Milala, Fitri Sembiring Milala and Rahmi Ayunda, “Tinjauan Normatif Terhadap Pertanggung Jawaban Perdata Penjualan Skincare Ilegal Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen,” *PETITUM* 10, no. 1 (2022): 1–11.

Ramadhani, Anggi Ramadhani et al., “Meninjau Usaha Skincare Abal-Abal Perspektif Hukum Islam,” *Dalihan Na Tolu: Jurnal Hukum, Politik Dan Komunikasi Indonesia* 1, no. 01 (2022): 27–32.

Soleha, MAR’ATUS SOLEHA, “ANALISIS KADAR HIDROKUINON PADA KRIM PEMUTIH DENGAN METODE KCKT (KROMATOGRAFI CAIR KINERJA TINGGI),” 2021.

Suyudi, Imam et al., “Analisis Pengawasan Post-Market Badan Pengawas Obat Dan Makanan Pada Peredaran Kosmetik Berbahaya,” *Deviance Jurnal Kriminologi* 6, no. 2 (2022): 135–52.

Versita, Riana et al., “INCREASING COMPETENCE OF PHARMACY AND PHARMACY TECHNICAL PERSONNEL IN DETECTING HARMFUL CONTENT IN SKIN CARE PRODUCTS,” 2024.

Viral! Dokter Dektetif Bongkar Produk Skincare Overclaim, Berikut Deretan Produknya, <https://radarkediri.jawapos.com/genznews/785246558/viral->

[dokter-detektik-bongkar-produk-skincare-overclaim-berikut-deretan-produknya](#), diakses 25 Desember 2025.

E. Gharar dan Jual Beli

Anggraeny, Silvia, “ANALISIS KEPATUHAN SYARIAH TRANSAKSI VENDING MACHINE PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH DAN FATWA DSN MUI TENTANG JUAL BELI,” *AL-ITTIFAQ Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2024): 1–13.

Arangga, Farhan and Muhammad Aulia Firmansyah, “Akad Dan Hukum Jual Beli Online Pada Transaksi Digital Dalam Perspektif Islam,” *Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 1, no. 4 (2023): 1024–37.

Basyariah, Nuhbatul, “Larangan Jual Beli Gharar: Kajian Hadist Ekonomi Tematis Bisnis Di Era Digital,” *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam* 7, no. 1 (2022): 40–58.

Gunariah, Frilla et al., “Perbandingan Fikih Tentang Gharar,” *Rayah Al-Islam* 8, no. 1 (2024): 161–74.

Hendratri, Bhaswarendra Guntur et al., “Transformasi Positif: Analisis Sistem Jual Beli Online Di Anisa Online Shop Grosir Mlorah Rejoso Nganjuk Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Journal on Education* 5, no. 4 (2023): 17801–6.

Ista, Akram Ista et al., “Riba, Gharar, Dan Maysir Dalam Sistem Ekonomi,”

Jurnal Tana Mana 5, no. 3 (2024): 315–30.

Hutagalung, Jessika Klaudia Hutagalung, “Perbedaan Kepuasan Pelanggan Secara Online Dan Offline Dalam Membeli Produk Skincare Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area,” 2022.

Khoir, Fatihul Khoir, “Al-Khiyar Dalam Proses Jual Beli Sistem Online,” *EKOSIANA Jurnal Ekonomi Syari* Ah 9, no. 2 (2022): 127–38.

Lailiyah, Iffah Febri Anti Fitriyatul Lailiyah and Achmad Fageh, “Jual Beli Online Melalui Market Place Tiktok Shop Dalam Perspektif Qowaid Fiqqiyah,” *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management* 3, no. 2 (2023): 658–76.

Ningrum, Erni Widya, “Pemahaman Konsep Gharar Dimasyarakat Dalam Jual Beli Online,” *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2023, 472–480.

Rahman, Muh Fudhail, “Hakekat Dan Batasan-Batasan Gharar Dalam Transaksi Maliyah,” *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-i* 5, no. 3 (2018): 255–278.

Saragih, Elida et al., “Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Perspektif Hukum Islam,” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8, no. 1 (2024): 3096–3106.

Sari, Sinta Maya Sari and Neila Susanti, “REPRESENTASI PEREMPUAN CANTIK DAN GAYA HIDUP KONSUMTIF PADA MAHASISWA

MUSLIM FAKULTAS ILMU SOSIAL UIN SUMATERA UTARA,”

Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial 8, no. 2 (2024): 269–88.

Tona, Tuah Itona Tona, “Praktik Gharar Dan Maisir Era Modern,” *Muamalat*:

Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah 14, no. 2 (2022): 163–76.

Qamaruddin, Muhammad Qamaruddin, “Analisis Praktik Jual Beli Online Shop Dalam Tinjauan Islam,” *Qonun Iqtishad EL Madani Journal* 1, no. 2 (2022).

Jalaluddin, Jalaluddin, “Perbandingan Fikih Tentang Gharar: Analisis Praktik Gharar Dalam Transaksi Ekonomi Islam,” *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)* 8, no. 1 (2024): 50–62.

F. Bisnis/ Marketing/ Online Shop/ Perilaku Konsumen

Jalaludin, Engga Jalaludin et al., “Penyuluhan Optimasi Tiktok Shop Bagi Pelaku Ukm Di Kelurahan Ulujami,” *Bisma: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 1 (2023): 51–57.

Atina, Vivin Zulfa Atina S ST et al., *Panduan Praktis Menjadi “Powerful Influencer”* (Deepublish, n.d.).

Bahtiar, Ryan Ivan Bahtiar, “Relasi Antara Affiliator Tiktok Dengan Tiktok Seller Pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023 Perspektif Hukum Perikatan,” 2024.

Buditama, Izza Laveda Elian Buditama, “Pengaruh Marketing Mix (Produk, Harga, Tempat & Promosi) Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi: Studi Pada Qoni Latansa Ponorogo,” 2024.

Destria, Delia Desrita, “Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Dan Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh),” 2022.

Febriani, Nufian Febriani and Wayan Weda Asmara Dewi, *Perilaku Konsumen Di Era Digital: Beserta Studi Kasus* (Universitas Brawijaya Press, 2019).

Handijaya, Sabryna Natania Handijaya, “PENGARUH CUSTOMER INTENSION’S SHOPEE LIVE PADA FOLLOWERS@ BONNETOFFICIALSUPERMARKET TERHADAP IMPULSIVE BUYING,” 2024.

Hartini, Suci Hartini and Muhammad Iqbal Fasa, “Digital Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2022): 197–206.

Meutia, Fraha Diba Meutia, “Analisis Produk, Harga Dan Promosi Dalam Tinjauan Islamic Marketing (Studi Kasus Pada Klinik Kecantikan Aishaderm Muslimah Banda Aceh),” 2019.

Mukhtar Samad, *Etika Bisnis Syariah: Berbisnis Sesuai Dengan Moral Islam* (Sunrise Book Store, 2018).

Priyono, Muhammad Bintang and Dian Permata Sari, “Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia,” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 17 (2023): 497–506.

Supriyanto, Agus et al., “Penjualan Melalui Tiktok Shop Dan Shopee: Menguntungkan Yang Mana?,” *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship* 1, no. 1 (2023): 1–16.

Yunita, Anggraeni et al., *Manajemen Risiko Fraud* (TOHAR MEDIA, 2023).

Tandean, Destiny Priscillia Tandean et al., “Strategi Fadil Jaidi Dalam Meningkatkan Visibilitas Produk Melalui Endorsement Dan Teknik Pemasaran Terhadap Followersnya,” *JUMBIWIRA: Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan* 3, no. 2 (2024): 01–17.

G. Metode Penelitian

Ashshofa, Burhan, Metode Penelitian Hukum (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1998).

Muhammad Rijal Fadli, “Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif,” *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum* 21, no. 1 (2021): 33–54.