

**ANALISIS PRAKTIK *TADLIS* PERSPEKTIF HADIS  
EKONOMI (STUDI PADA PRODUK JILBAB DI  
*MARKETPLACE SHOPEE* TAHUN 2022)**



Oleh:  
Suci Dayanti  
**NIM.20913057**

**TESIS**

Diajukan kepada  
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
Untuk memenuhi salah satu syarat guna  
Memperoleh Gelar Magister Ekonomi

**YOGYAKARTA  
2023**

## HALAMAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Suci Dayanti

NIM : 20913057

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Judul Tesis : **ANALISIS PRAKTIK *TADLIS* PERSPEKTIF HADIS  
EKONOMI (STUDI PADA PRODUK JILBAB DI  
*MARKETPLACE SHOPEE* PADA TAHUN 2022)**

Menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang di rujuk sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa tesis ini adalah plagiasi, maka saya siap untuk di cabut gelar kesarjanaan yang dianugerahkan dan mendapatkan sanksi ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta, 2023  
Yang Menyatakan,



Suci Dayanti



## **PENGESAHAN**

Nomor: 66/Kaprodi.IAIPM/20/Prodi.IAPM-S2/IV/2023

Tesis berjudul : **ANALISIS PRAKTIK *TADLIS* PERSPEKTIF HADIS EKONOMI (Studi pada Produk Jilbab di *Marketplace Shopee* Tahun 2022)**

Ditulis oleh : Suci Dayanti

N. I. M. : 20913057

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar M.E.



Yogyakarta, 19 April 2023

Rektua,

F. Alkifli Hadi Imawan, Lc., M.Kom.I., Ph.D

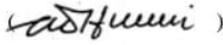


FAKULTAS  
**ILMU AGAMA ISLAM**  
Gedung K.H.A. Wahid Hasyim, Lantai 2  
Kampus Terpadu UII Jl. Kaliurang KM 14.5  
Sleman Yogyakarta 55584

PROGRAM STUDI  
**ILMU AGAMA ISLAM**  
**PROGRAM MAGISTER**  
Website : master.islamic.uii.ac.id  
Email: msii@uui.ac.id

## TIM PENGUJI UJIAN TESIS

Nama : Suci Dayanti  
Tempat/tgl lahir : Lubuk Linggau, 19 Juli 1998  
N. I. M. : 20913057  
Konsentrasi : Ekonomi Islam  
Judul Tesis : **ANALISIS PRAKTIK TADLIS PERSPEKTIF HADIS  
EKONOMI (Studi pada Produk Jilbab di Marketplace Shopee  
Tahun 2022)**

Ketua : Dzul kifli Hadi Imawan Lc., M.Kom.I., Ph.D (  )  
Pembimbing : Dr. Siti Achiria., SE., MM (  )  
Penguji : Dr. Drs. Asmuni., MA (  )  
Penguji : Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM (  )

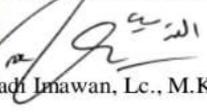
Diuji di Yogyakarta pada Selasa, 11 April 2023

Pukul : 13.00 -14.00

Hasil : **Lulus**



Mengetahui  
Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Agama Islam FIAI UII

  
Dzul kifli Hadi Imawan, Lc., M.Kom.I., Ph.D



## NOTA DINAS

No. : 60/Kaprodi.IAIPM/20/Prodi.IAPM-S2/IV/2023

TESIS berjudul : **ANALISIS PRAKTIK TADLIS PADA CUSTOMER REVIEWS PERSPEKTIF HADIS EKONOMI (Studi pada Produk Jilbab di Pasar Elektronik Shopee Tahun 2022)**

Ditulis oleh : Suci Dayanti

NIM : 20913057

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diujikan di depan Dewan Penguji Tesis Program Studi Ilmu Agama Islam Program Magister, Jurusan Studi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.



Yogyakarta, 3 April 2023

Ketua,

  
Zulkifli Hadi Imawan, Lc., M.Kom.I., Ph.D

## HALAMAN PESETUJUAN PEMBIMBING

TESIS BERJUDUL : **ANALISIS PRAKTIK *TADLIS* PERSPEKTIF  
HADIS EKONOMI (STUDI PADA PRODUK JILBAB  
DI *MARKETPLACE* SHOPEE PADA TAHUN 2022)**

Ditulis Oleh : Suci Dayanti

NIM : 20913057

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Disetujui untuk diuji oleh Tim Penguji Tesis Program Pascasarjana Fakultas Ilmu  
Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 2023  
Pembimbing,



**Dr. Siti Achiria, S.E., M.M**

## HALAMAN MOTTO

*"Cukuplah Allah Bagiku, Tidak Ada Tuhan Selain Dia. Hanya  
Kepada Nya Aku Bertawakal"<sup>1</sup>  
Q.S At-Taubah: 129*

---

<sup>1</sup> Lajnah Pentashih, *Mushaf Al-Quran Dan Terjemah* (Jakarta: Pustaka Al Kautsar, 2009), hlm. 207

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Kupersembahkan goresan pemikiran ini untuk : Ayahanda (Darwin Ansori) dan Ibunda (Kasneti) yang telah berjuang dan bekerja keras tanpa mengenal lelah memberi dukungan doa dan restunya untuk memotivasi penulis hingga penulis dapat menempuh pendidikan magister ekonomi hingga selesai*

*serta kepada semua intelektual muda yang membutuhkan pemikiran ini sebagai suatu pijakan berfikir. terkhusus untuk diriku, sebagai modal pembelajaran awal dalam menuntut ilmu.*

**ABSTRAK**  
**ANALISIS PRAKTIK *TADLIS* PERSPEKTIF HADIS EKONOMI (STUDI**  
**PADA PRODUK JILBAB DI *MARKETPLACE* SHOPEE PADA**  
**TAHUN 2022)**

Suci Dayanti  
NIM: 20913057

Seiring perkembangan zaman, kreativitas yang tinggi mempengaruhi pasar dengan bentuk modern yaitu *e-marketplace*. *e-marketplace* yaitu sebuah tempat/wadah penjual dan pembeli melakukan aktivitas permintaan dan penawaran melalui internet. Dengan begitu produk bisa dilihat tanpa pergi ketempat tersebut. Dalam ketentuan Ekonomi Islam, *e-marketplace* termasuk dalam kategori jual beli pesanan (salam). Pengunjung Shopee mencapai 93 juta orang perbulan, mengalahkan Tokopedia yang tertinggi sebelumnya. Jumlah pengunjung Shopee mencapai peringkat satu pada kuartal II/2020. Pada laporan resmi iPrice bahwa Shopee menempati peringkat pertama di *appstore* dan *playstore*. Di media social, Shopee dikunjungi oleh 320.800 di twitter, 17,8 juta di facebook, dan 4,8 juta di Instagram. Terlepas dari berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh *e-marketplace* Shopee, transaksi dalam *e-marketplace* Shopee juga sangat rentan dengan *tadlis* (penipuan). Tujuan penulisan ini adalah untuk mengalisis *tadlis* dalam *Customer Reviews* perspektif hadis ekonomi pada produk jilbab segi empat motif yang terjadi di pasar elektronik Shopee pada tahun 2022. Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan yang digunakan penulisan ini yaitu sosiologis. Sedangkan proses penganalisaan akan dideskripsikan dengan menggunakan teknik *content analysis* (analisis isi). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *tadlis* yang terjadi di pasar elektronik shopee khususnya jilbab segiempat motif di tiga toko online tersebut yaitu 93% aspek *tadlis* dalam kualitas produknya, 4% aspek *tadlis* dalam kuantitas, dan 3% *tadlis* dalam aspek waktu penyerahan produk. Beberapa hadis sudah sangat jelas menerangkan bahwa *tadlis* merupakan tatacara perolehan harta yang diharamkan. Siapa saja memperoleh harta melalui jalan *tadlis* Allah akan mencabut berkah dari hasil *tadlis* tersebut. Rasulullah menekankan kepada kita semua bahwa kita harus berlaku jujur, jika menipu bukanlah golongan nabi Muhammad SAW. Jelas sekali bahwa *tadlis* merupakan tatacara perolehan harta yang diharamkan. Siapa saja memperoleh harta melalui jalan *tadlis*, maka harta itu haram baginya.

**Kata Kunci : *Marketplace* Shopee, *Tadlis*, Hadis Ekonomi**

**ABSTRACT**  
**ANALYSIS ON TADLIS PRACTICE OF ECONOMIC HADITHS**  
**PERSPEKTIF (STUDY ON HIJAB PRODUCT IN E-MARKET OF**  
**SHOPEE IN 2022)**

Suci Dayanti  
NIM: 20913057

Along with the development of times, high creativity has affected the market in a modern form, called as e-marketplace - a place for sellers and buyers to carry out demand and supply activities via internet. Through this way, the product can be seen without going to that place. In terms of Islamic Economics, e-marketplaces are included in the category of buying and selling of order (salam). The number of visitors of Shopee have reached 93 million people per month, higher than that of Tokopedia that previously was the highest. The number of Shopee visitors reached number one in the quarter of 11/2020. The official report of iPrice revealed that Shopee ranks first in the appstore and playstore. In social media, Shopee was visited by 320,800 on Twitter, 17.8 million on Facebook, and 4.8 million on Instagram. Apart from the various conveniences offered by the Shopee e-marketplace, the transactions in the Shopee e-marketplace are also very prone to the fraud (tadlis). This writing aims to analyze the tadlis in Customer Reviews in the perspective of economic hadith on rectangular hijab product on Shopee electronic market in 2022. This library research used sociological approach meanwhile, the analysis process was described using content analysis technique. The results of this study showed that the tadlis occurred in the e-market of Shopee, particularly for the rectangular hijab in the three online stores, included 93% in the tadlis aspect in terms of product quality, 4% in the tadlis aspect in terms of quantity, and 3% in the tadlis in terms of product delivery time. Several hadiths clearly explain that tadlis is a procedure for acquiring forbidden assets. Whoever obtains wealth through the path of Allah's tadlis will revoke the blessings from the results of the tadlis. The Prophet emphasized the honesty among people and fraud is not part of the prophet Muhammad SAW. It is clear that tadlis is a procedure for acquiring forbidden assets. Whoever acquires wealth through tadlis, then that wealth is haram for him/her.

Keywords: Shopee Marketplace, Tadlis, Economic Hadith

April 04, 2023

TRANSLATOR STATEMENT  
The information appearing herein has been translated  
by a Center for International Language and Cultural Studies of  
Islamic University of Indonesia  
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24  
YOGYAKARTA, INDONESIA.  
Phone/Fax: 0274 540 255

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji dan syukur bagi Allah SWT, yang senantiasa memberikan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya kepada kita semua. Selanjutnya shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi dan Rasul kita Muhammad SAW, kepada segenap keluarganya, sahabatnya serta umatnya sepanjang masa.

Dengan taufiq dan hidayah Allah SWT, penulis bersyukur, telah menyelesaikan tesis sebagai tugas akhir yang berjudul **ANALISIS PRAKTIK TADLIS PERSPEKTIF HADIS EKONOMI (STUDI PADA PRODUK JILBAB DI MARKETPLACE SHOPEE PADA TAHUN 2022)** dengan baik. Tugas akhir ini diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Magister Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.

Selama penyusunan tesis ini telah berusaha dengan segala daya dan upaya guna meyelesaikannya. Namun tanpa bantuan dari berbagai pihak penyusunan ini tidak mungkin dapat terwujud. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada mereka yang telah banyak memberi sumbangan kepada penulis dalam rangka penyusunan laporan ini, mereka adalah :

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs Asmuni, MA., selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM., selaku Ketua Jurusan Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Dzulkifli Hadi Imawan, Lc., M.Kom.I., Ph.D., selaku Ketua Prodi Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

5. Ibu Dr. Siti Achiria, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar dan meluangkan waktu memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan dan penyelesaian penulisan ini sehingga tercapai hasil yang baik, terima kasih atas waktu dan tenaganya. Semoga segala kebaikan bapak dibalas oleh Allah SWT, Amiin.
6. Segenap Dosen Magister Ilmu Agama Islam, Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis, semoga kemanfaatan ilmu yang diberikan dapat terus mengiringi penulis sampai akhir hayat.
7. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ilmu Agama Islam yang telah memberikan pelayanan baik dan memberikan kemudahan dalam urusan administratif yang berkaitan dengan penyelesaian laporan ini.
8. Ibuku Kasneti dan ayahku Darwin Ansori yang selalu memberikan kasih sayang, selalu mendoakanku dan bekerja dengan tetesan keringat agar aku mencapai apa yang dicita-citakan, hal kecil ini aku persembahkan untuk ibu dan ayah namun tetap saja pengorbanan dan ketulusan mereka tak akan mampu aku balas dengan apapun. Aku belajar segala hal tentang hidup dari ayah dan ibu. Terima kasih atas dukungan, doa dan kasih sayangnya.
9. Kakakku Ari Saputra S.H.I dan Revi Riyanto S.H, adikku Ayu Ningsih serta ayuk iparku Yusnia S.Pd.I dan Nur Hasanah S.E yang banyak memberikan bantuan dan semangat demi keberhasilanku.
10. Sahabat terbaik saya Aulia Raudhatul Jannah, M.E terimakasih sudah selalu tulus bersama saya.
11. Seseorang disana calon teman hidup saya yang sealalu mendoakan saya.
12. Para keluarga sanak famili dan sahabat yang tidak aku sebut satu persatu atas bantuan kalian saya ucapkan terimakasih
13. Semua pihak yang telah memberikan sumbang kasih berupa motivasi, semangat, kritik, saran, dan doanya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga segala baikan yang kita berikan kepda orang lain akan berbalik pada diri kita di suatu hari nanti.

Dengan kerendahan hati, penyusun mohon maaf kepada seluruh pihak atas segala kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan di hati, itu semata-mata karena kelalaian dan kekhilafan dari penulis sendiri. Semoga setiap jengkal langkah yang kita perbuat, setiap tetes keringat yang jatuh untuk menjalankan kegiatan ini diberikan ganjaran yang setimpal oleh Allah SWT. Semoga Allah SWT tetap meridhoi kita. Semoga Allah tetap meridhoi UII Amiin.

Yogyakarta,

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Suci Dayanti', with a stylized flourish at the end.

(Suci Dayanti)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN KEASLIAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN TIM PENGUJI TESIS</b> .....	i
<b>NOTA DINAS</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSETUAN PEMIMBING</b> .....	vi
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vi
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	x
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Pertanyaan penulisan .....	10
C. Tujuan dan Manfaat Penulisan .....	10
D. Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU DAN LANDASAN</b>	
<b>TEORI/KERANGKA TEORI</b> .....	14
A. Kajian Penelitian Terdahulu .....	14
B. Kerangka Teori .....	46
1. Distorsi Pasar .....	46
a. Distorsi Pasar Dalam Islam.....	47
b. Bentuk-Bentuk Distorsi Pasar.....	48
1). Rekayasa Permintaan dan Penawaran.....	48
2). <i>Tadlis</i> .....	54

a). Pengertian <i>Tadlis</i> .....	54
b). Macam-Macam <i>Tadlis</i> .....	55
c). Penyebab Terjadinya <i>Tadlis</i> .....	57
d). Dasar Hukum Larangan <i>Tadlis</i> dalam Al-Quran .....	59
3). <i>Taghrir</i> .....	61
2. <i>Marketplace</i> .....	64
3. Hadis Ekonomi .....	65
C. Kerangka Berpikir.....	71
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	72
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan .....	72
B. Sumber Data .....	74
C. Seleksi Sumber .....	75
D. Teknik Pengumpulan Data .....	76
E. Teknik Analisis Data.....	77
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	79
A. <i>Marketplace Shopee</i> .....	79
B. Analisis Praktik <i>Tadlis</i> pada Produk Jilbab segiempat motif di <i>Marketplace shopee</i> perspektif hadis ekonomi .....	88
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	114
A. Kesimpulan.....	114
B. Saran .....	115
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	117
<b>LAMPIRAN</b> .....	
<b>CURRICULUM VITAE</b> .....	

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Aktivitas ekonomi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Aktivitas ekonomi sangat penting karena untuk memenuhi kebutuhan hidup. Kegiatan perdagangan adalah satu dari sekian banyak kegiatan ekonomi yang sangat dekat dengan kehidupan masyarakat sehari-hari.<sup>2</sup> Untuk melakukan kegiatan ekonomi dibutuhkan objek ekonomi seperti produsen, konsumen dan *govermen*. Maka semua objek itu akan bertemu di pasar, baik pasar barang, pasar modal maupun pasar tenaga kerja. Mekanisme pasar yaitu tempat terjadinya interaksi antara permintaan dan penawaran yang menentukan tingkat harga. Transaksi pertukaran atau yang disebut dengan perdagangan merupakan syarat utama berjalanya suatu mekanisme pasar.<sup>3</sup>

Jual beli dalam Islam termasuk dalam bidang muamalah. Makna muamalah dalam perspektif luas adalah aturan Allah yang mengatur orang untuk berhubungan dengan orang lain dalam urusan duniawi. Sedangkan pemahaman muamalah dari sudut pandang yang sempit adalah berbagai aturan dari Allah yang mengatur hubungan manusia dengan manusia berbeda sejauh bagaimana mendapat dan membina (mengembangkan).<sup>4</sup> Sejak awal, jual beli telah terjadi di belahan dunia manapun. Manusia termasuk makhluk banyak kebutuhan maupun

---

<sup>2</sup>Mandala Manurung Prathama Rahardja, *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008), hlm. 86.

<sup>3</sup>Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2007), hlm. 167.

<sup>4</sup>Yusuf Al-Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), hlm 31.

keinginan untuk memiliki. Ada benda yang bisa dimiliki secara barter, jual beli, diberikan oleh orang lain dengan kerelaannya. Namun, tidak sedikit juga manusia ingin memiliki dengan cara yang batil. Misalnya dengan cara memaksa untuk memiliki tentu akan melahirkan keresahan dalam kehidupan. Karena itu Islam mengontrol kehidupan sosial (bermuamalah). Supaya individu satu dengan individu yang lainnya terjalin keharmonisan.<sup>5</sup>

Ekonomi Islam berperan sangat penting dalam mekanisme pasar didalam kondisi perekonomian Indonesia saat ini. Praktik yang terjadi dipasar hendaknya memenuhi nilai dan norma yang beraku. Ekonomi sosialis dan kapitalis yang menjadi barometer perekonomian dunia ternyata tidak dapat mengatur kegiatan di pasar. Dalam pemenuhan kebutuhan, ekonomi sosialis dan kapitalis rawan terjadi spekulasi dan manipulasi yang disebabkan tidak adanya batasan dengan tegas melarangnya. Hal tersebut sangat merugikan berbagai pihak. Sistem ekonomi islam mengedepankan *maslahah* dan *falah*, kegiatan yang *maafsadat* atau merugikan orang lain jelas dilarang. Kegiatan yang dilarang dipasar salah satunya yaitu distorsi pasar.

Distorsi yaitu pemutarbalikan suatu fakta, aturan dan penyimpangan.<sup>6</sup> Distorsi pasar adalah gangguan di dalam mekanisme pasar baik dalam permintaan maupun penawaran. Akibatnya mekanisme pasar menjadi tidak optimal dan tidak

---

<sup>5</sup>Apipudin, "Konsep Jual Beli Dalam Islam (Analisis Pemikiran Abdu Al-Rahman Al Jaziri Dalam Kitab Afiqih 'Ala Al Madahib Al-Arba'Ah)," *Jurnal Islaminomic* Vol 5 (2016), hlm 76.

<sup>6</sup>Distorsi, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kamus Versi Online, Diakses Pada 11 Maret, 2021, <https://kbbi.web.id/distorsi>.

efisien.<sup>7</sup> Distorsi juga dapat membuat suatu mekanisme pasar menjadi kacau dan berdampak pada sistem ekonomi negara yang melemah dan rentan terkena krisis berkepanjangan.<sup>8</sup> Bentuk-bentuk distorsi pasar dalam Islam adalah rekayasa permintaan dan penawaran, *tadlis*, *taghrir*. Penulis disini mengangkat tema tentang *tadlis*. *Tadlis* yaitu kondisi dimana terjadinya kesenjangan informasi yang disengaja dilakukan oleh salah satu pihak, baik disisi permintaan maupun sisi penawaran agar memperoleh keuntungan dari pihak yang tidak mengetahuinya. Bentuk *tadlis* bisa berupa *tadlis* kuantitas, *tadlis* kualitas, dan *tadlis* harga dan waktu penyerahan.<sup>9</sup>

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِإِلْبَاطٍ وَتُدْخِلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِنَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ  
النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ١٨٨ ء

Artinya: “Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu Mengetahui.” (Q.S Al-Baqarah : 188).<sup>10</sup>

Pada ayat tersebut menjelaskan mengenai diharamkan memakan harta orang lain secara tidak benar dan menerangkan bagaimana perbuatan yang batil sangat merugikan orang lain baik dari segi barang atau jasa dan hal ini termasuk dalam perilaku manipulasi atau penipuan dinamakan dengan *tadlis*. Dalam surat An-Nisa ayat 29 :

<sup>7</sup>Muhammad Nur Rianto Al Arif Dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional* (Jakarta: Kencana, 2016), hlm 18.

<sup>8</sup>Mawardi, *Ekonomi Islam* (Pekanbaru-Riau: Alaf Riau Graham UNRI Press, 2007), hlm 57.

<sup>9</sup>Nurul Huda,Dkk. *Ekonomi Makro Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2009) hlm 36.

<sup>10</sup> Lajnah Pentashih, *Mushaf Al-Quran Dan Terjemah* (Jakarta: Pustaka Al Kautsar, 2009), hlm. 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling makan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan jual beli suka sama suka diantara kamu...” (QS. An-Nisa’:29).<sup>11</sup>

Berdasarkan ayat di atas agama Islam melarang memakan harta yang diperoleh dengan jalan bathil, serta menyuruh mencari harta dengan cara yang halal, antara lain cara jual beli. Karena, jual beli merupakan perwujudan dari hubungan antara sesama manusia sehari-hari, sebagaimana telah diketahui bahwa agama Islam mensyariatkan jual beli dengan baik tanpa ada unsur *gharar*, *riba* dan sebagainya. Dalam hadis juga dijelaskan larangan *tadlis* yaitu:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ مَرَّ عَلَى ضُبْرَةٍ طَعَامٍ فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا فَنَالَتْ  
أَصَابِعُهُ بَلًّا فَقَالَ مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ قَالَ أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ  
أَقْلًا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَيْ يَرَاهُ النَّاسُ مِنْ غَشٍّ قَلِيْسٍ مِّنْ

Artinya : "Dari Abu Hurairah bahwa Rasulullah pernah melewati setumpuk makanan. lalu beliau memasukkan tangannya ke dalamnya, kemudian tangan beliau menyentuh sesuatu yang basah, maka pun beliau bertanya, "Apa ini wahai pemilik makanan?" Sang pemiliknya menjawab, "Makanan tersebut terkena air hujan wahai Rasulullah. Beliau bersabda, "Mengapa kamu tidak meletakkannya di bagian makanan agar manusia dapat melihatnya? Ketahuilah, barangsiapa menipu maka dia bukan dari golonganku."<sup>12</sup>

Dalam hadis tersebut rasulullah melarang seseorang dalam melakukan bentuk penipuan kualitas makanan. Rasulullah juga memberi peringatan bahwa barang siapa yang menipu maka bukan dari golongan rasulullah SAW. Jelas sekali dalam hadis ini rasulullah memberi peringatan kepada seorang penjual yang menutupi kekurangan makanan yang dijualnya sehingga seorang pembeli tidak

<sup>11</sup> Lajnah Pentashih,..hlm 83.

<sup>12</sup> HR Muslim No 102.

bisa melihat keadaan makanan yang berada dibawah tumpukan. Inilah yang disebut *tadlis* dalam kualitas. Ini dilarang dalam hadis rasulullah SAW.

Seiring perkembangan zaman, kreativitas yang tinggi mempengaruhi pasar dengan bentuk modern yaitu *e-marketplace*. *E-marketplace* yaitu sebuah tempat/wadah penjual dan pembeli melakukan aktivitas permintaan dan penawaran melalui internet. Dengan begitu produk bisa dilihat tanpa pergi ketempat tersebut<sup>13</sup>. Dalam ketentuan Ekonomi Islam, *e-marketplace* termasuk dalam kategori jual beli pesanan (salam). Jual beli ini adalah jenis pembelian dan penjualan yang diselesaikan dimuka dan penyerahan produk di kemudian hari dengan biaya yang jelas, rincian, jumlah, kualitas, tanggal dan penyerahan produk harus dipenuhi sebelumnya dalam akad.<sup>14</sup> *Smartphone* yang memiliki jaringan internet digunakan oleh masyarakat untuk belanja secara online. Bentuk aplikasi *e-marketplace* yaitu Bukalapak, Tokopedia, Shopee dan banyak lainnya. Shoppe merupakan aplikasi baru yang mendapat reteng tertinggi di *playstore* dikarenakan perkembangan yang sangat pesat dimasyarakat. Shoppe membuka banyak sekali peluang bisnis. Konsumen dapat berbelanja dengan melihat barang serta deskripsinya. Shopee menawarkan segala jenis produk, seperti pakaian, peralatan rumah, peralatan olahraga, makanan, perawatan dan kecantikan, dan banyak lagi.

Pengunjung *marketplace* desktop bulanan pada kuartal III/2019, Indonesia mencapai 36,3%. Pengunjung Shopee mencapai 93 juta orang perbulan, mengalahkan Tokopedia yang tertinggi sebelumnya. Jumlah pengunjung Shopee mencapai peringkat satu pada kuartal II/2020. Pada laporan resmi iPrice bahwa

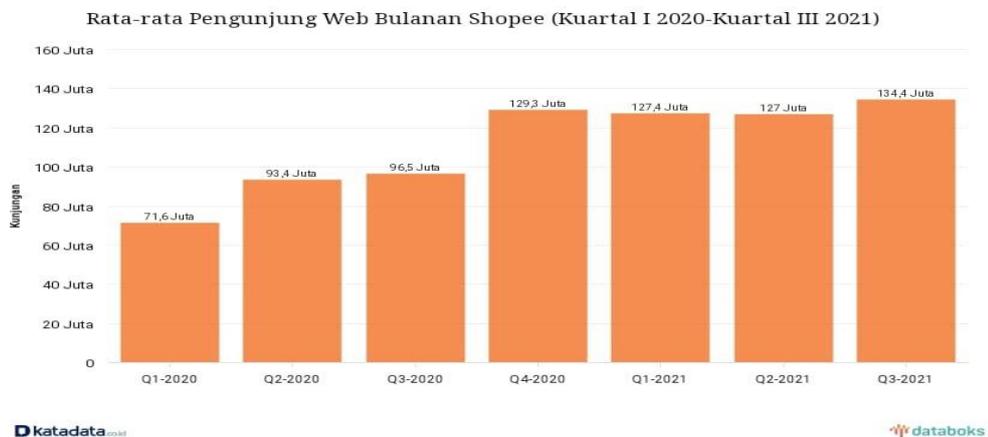
---

<sup>13</sup> Irfan Fahmi, *Kewirausahaan (Teori, Kasus Dan Solusi)* (Bandung: Alfabeta, 2016) hlm 176.

<sup>14</sup>Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2007), hlm 90.

Shopee menempati peringkat pertama di *appstore* dan *playstore*. Di media social, Shopee dikunjungi oleh 320.800 di twitter, 17,8 juta di facebook, dan 4,8 juta di Instagram.<sup>15</sup> Terlepas dari berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh *e-marketplace* Shopee, transaksi dalam *e-marketplace* Shopee juga sangat rentan dengan *tadlis* (penipuan). Mekanisme yang dilakukan tanpa melihat secara langsung barang yang ditawarkan. Namun berbentuk *pictures/video* barang tersebut. Jadi kita tidak bisa melihat kualitas barang tersebut secara langsung. Dengan alasan itu banyak yang mengambil kesempatan untuk melakukan penipuan atau dalam bahasa ekonomi islamnya disebut dengan *tadlis*.

**Tabel 1.**  
**Pengunjung Shopee Quartal I 2020- Quartal III 2021**



Sumber: KataData Tahun 2022

Dalam penulisan terdahulu yang berjudul “*tadlis* dan *taghrir* dalam transaksi *e-marketplace*” yang diteliti oleh Setya Sutjipto dan Eko Fajar Cahyono. Penulisannya bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya unsur *tadlis* dan

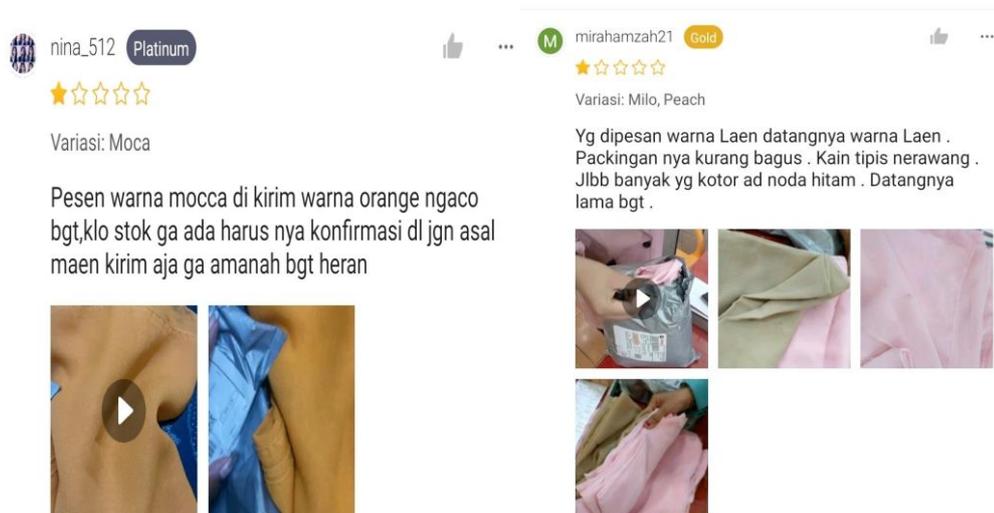
<sup>15</sup>Rahmad Fauzan, “Pengunjung Bulanan Shopee Capai 93 Juta Orang, Geser Tokopedia.” <https://Ekonomi.Bisnis.Com/Read/20200824/12/1282601/Pengunjung-Bulanan-Shopee-Capai-93-Juta-Orang-Geser-Tokopedia.>, 2020. Diakses Pada Hari Minggu Tanggal 13 Februari 2022 Jam 13.09 WIB.

*taghrir* pada transaksi *e-marketplace*. Data yang digunakan dalam penulisan ini adalah data primer yang didapat dari konsumen yang menggunakan *e-marketplace* di Surabaya. Menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif alat ukur kuesioner dan metode yang digunakan adalah survey. Hasil penelitian ini bahwa ditemukan adanya unsur *tadlis* dan *taghrir* dalam transaksi *e-marketplace*. Transaksi *tadlis* mendapat respon yang tinggi sedangkan *taghrir* mendapat respon rendah.<sup>16</sup>

Online *Customer Reviews* (OCRs) adalah salah satu bentuk *Word of Mouth Communication* pada penjualan online, dimana calon pembeli mendapatkan informasi tentang produk dari konsumen yang telah mendapatkan manfaat dari produk tersebut. Akibatnya konsumen lebih mudah untuk mencari perbandingan dengan produk yang sejenis yang dijual pada penjual online lain, hal ini karena penggunaan yang pesat pada digital marketing sehingga memberikan keuntungan pada konsumen, yaitu konsumen tidak harus mengunjungi penjual yang berbeda secara langsung. Nah dari *Customer Reviews* tersebut kita bisa mendapatkan informasi bentuk *tadlis* yang terjadi di *marketplace* shopee khususnya pada produk jilbab

---

<sup>16</sup>Setia Subjiptrisaning Dan Fajar Cahyono Eko, “*Tadlis Dan Taghrir Dalam Transaksi Pada E Marketplace*,” *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol 7 No 5 (2020), hlm. 5.

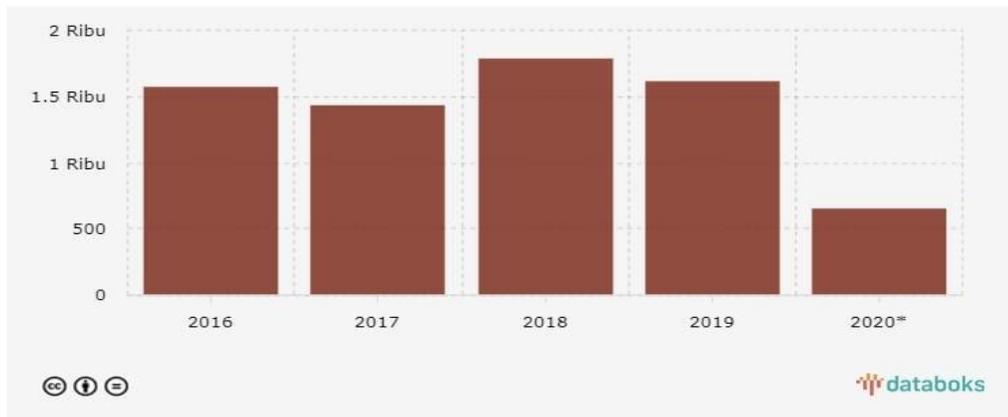


**Gambar 1.1 Customer Reviews Produk Hijab Segi empat**

*Sumber: marketplace shopee*

Berdasarkan data yang telah diperoleh terdapat 57 toko jilbab empat motif yang memiliki penjualan lebih dari 10.000 di marketplace shopee. Dari 57 toko jilbab segiempat motif tersebut terdapat 10 toko jilbab segi empat motif yang penjualannya diatas 10.000. Dari 10 toko tersebut terdapat 3 toko yang terdapat aspek *tadlis* di dalam *customer reviews*nya. Jadi sampel dari penulisan ini adalah 3 toko jilbab segi empat yang memiliki aspek *tadlis* dalam *customer review* di pasar elektronik Shopee yang dimana toko tersebut berdiri pada tahun 2021.

**Tabel 2.**  
**Jumlah laporan penipuan online tahun 2016-2020**



*Sumber: databoks tahun 2021*

Tabel 2 diatas menunjukkan adanya *tadlis* yang terjadi di *e-marketplace*.. Kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh *marketplace* membuat salah satu pihak memanfaatkan situasi dengan melakukan penipuan atas produk yang diperjualbelikan. Dimana dalam bahasa Ekonomi Islam disebut dengan *tadlis*. *Tadlis* sendiri sangat dilarang dalam Al-Qur'an dan Hadis . *Tadlis* sendiri akan menyebabkan terjadinya distorsi pasar yaitu gangguan atau intervensi dalam mekanisme pasar.

Dari penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa adanya *tadlis* yang terjadi di *e-marketplace*. Alasan yang sangat menarik untuk meneliti permasalahan ini adalah agar masyarakat mengetahui bagaimana bentuk *tadlis* yang terjadi dipasar elektronik shopee, khususnya produk jilbab segi empat motif, setelah itu dianalisis menggunakan hadis. Seperti yang kita ketahui bahwa *tadlis* jelas dilarang. dalam penulisan ini penulis akan menggunakan hadis-hadis yang berkaitan dengan *tadlis* dalam jual beli.

penelitian ini melihat adanya 3 toko jilbab segi empat yang memiliki aspek *tadlis* dalam *customer review* di pasar elektronik Shopee yang dimana toko tersebut berdiri pada tahun 2021. 3 toko jilbab segiempat motif ini menunjukkan adanya aspek *tadlis* di *customer review*nya. Maka Penulisan ini perlu dilakukan agar seorang konsumen mengetahui bentuk *tadlis* yang terjadi dipasar elektronik Shopee, Agar masyarakat lebih berhati-hati dan dapat memilih produk hijab yang tidak mengandung unsur *tadlis*. Dan agar seorang penjual dapat memperbaiki kesalahan-kesalahan dalam proses jual beli online agar tidak terjadi penipuan/*tadlis*. Maka penelitian ini mencoba menggali lebih lanjut tentang *tadlis* yang terjadi di *e-marketplace* Shopee. Penulis ingin menganalisis *tadlis* yang terjadi dari sisi permintaan/konsumen perspektif hadis ekonomi. Maka judul dari penulisan ini adalah “ANALISIS PRAKTIK *TADLIS* PERSPEKTIF HADIS EKONOMI (STUDI PADA PRODUK JILBAB DI *MARKETPLACE* SHOPEE TAHUN 2022)”

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Bagaimana analisis *tadlis* pada produk jilbab segi empat motif perspektif hadis ekonomi yang terjadi di pasar elektronik Shopee Tahun 2022.

## **C. Tujuan dan Manfaat Penulisan**

### **1. Tujuan Penulisan**

Untuk menganalisis *tadlis* perspektif hadis ekonomi pada produk jilbab segi empat motif yang terjadi di pasar elektronik Shopee Tahun 2022.

## 2. Manfaat Penelitian

- a. Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperdalam khazanah, pengetahuan penulis dan pembaca pada umumnya mengenai analisis *tadlis* perspektif hadis ekonomi pada produk jilbab segi empat motif yang terjadi di pasar elektronik Shopee.
- b. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi dalam berbagai permasalahan yang terjadi di masyarakat.

### 1) Bagi Pembeli

Diharapkan penelitian ini mampu memberi gambaran kepada seorang *customer* tentang bentuk *tadlis* yang terjadi di pasar elektronik Shopee khususnya produk jilbab segi empat motif perspektif hadis ekonomi. Agar seorang pembeli tidak mudah tertipu oleh penjual.

### 2) Bagi Penjual

Diharapkan seorang penjual memahami bahwa *tadlis* atau penipuan dalam jual beli sangat tidak diperbolehkan. Selanjutnya agar seorang penjual memahami bentuk *tadlis* supaya menghindari *tadlis* dalam proses penjualan sehingga tidak menyebabkan distorsi pasar.

## D. Sistematika Pembahasan

Untuk menggambarkan secara garis besar kerangka pembahasan yang sistematis dan mudah untuk dipahami pada penulisan ini maka, diperlukan adanya

sistematika pembahasan. Adapun rancangan sistematika pembahasan penulisan ini terdiri dari:

Dalam bab pertama, permulaan yang berisi sekumpulan uraian tentang konteks penulisan, latar belakang penulisan, tujuan penulisan, manfaat penulisan, dan juga sistematika pembahasan. Pada pembahasan ini akan dijelaskan perolehan gambaran umum tentang pembahasan pada tesis.

Bab kedua menerangkan tinjauan pustaka yang berkaitan riset sebelumnya serta literasi yang saling berkaitan dengan tesis. Pengkajian sebelumnya terdapat beberapa penulisan yang sudah diteliti terdahulu. Kemudian filosofi teori terkait Tadlis dalam praktik jual beli online di marketplace shopee. dalam bab ini juga dijelaskan kerangka berpikir dari penelitian ini. Adanya bab ini merupakan dasar teori bagi bab setelahnya, yang tujuannya adalah tidak lain menganalisis penulisan.

Bab ketiga adalah metode penulisan, pada bagian ini berisikan tentang metode dari para penulis yang digunakan mencakup jenis dan sumber penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis penulisan.

Bab keempat akan membahas penyampaian data serta penyajian hasil penulisan, yang menjelaskan terkait pandangan umum fenomena penulisan, penyajian data, analisis data serta pembahasan temuan.

Bab kelima adalah pembahasan pungkasan berisi tentang determinasi. Dalam bab ini dijelaskan hasil berdasarkan permasalahan yang sudah dirumuskan dalam penulisan. Setelah menarik kesimpulan dari semua evidensi yang

didapatkan hasil penulisan, juga bisa menebarkan gagasan yang membangkitkan untuk rekomendasi dan kesempurnaan penulisan.

## BAB II

### KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU DAN LANDASAN TEORI

#### A. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu digunakan untuk mengetahui sejauh mana penelitian ini dilakukan, penulisan terdahulu untuk mengukur penelitian ini agar dapat dijadikan sebuah penulisan yang menarik. Adapun beberapa hasil pendalaman yang dapat penulis paparkan sebagai berikut:

1. Jurnal oleh Setya Sutjipto dan Eko Fajar Cahyono yang berjudul “*Tadlis dan Taghrir* dalam transaksi *E-Marketplace*” (2020). Masalah penulisan jurnal ini adalah seiring perkembangan teknologi banyak memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli online, namun kemudahan itu juga membuka jalan bagi orang yang ingin melakukan penipuan. Jadi jurnal ini ingin mencari tahu apakah terdapat tindakan *tadlis* dan *taghrir* di dalam *E-Marketplace*. Sedangkan masalah penulisan penulis yaitu bahwa telah diketahui adanya bentuk *tadlis* di beberapa toko produk jilbab segi empat motif, jadi penulis ingin menganalisis bentuk *tadlis* yang terjadi dalam pandangan hadis ekonomi agar masyarakat mengenali bentuk-bentuk *tadlis* tersebut. Kerangka teori dalam jurnal ini adalah Distorsi Pasar, *tadlis* (Penipuan), *Taghrir* (Ketidakpastian), *E-Marketplace*, Generasi Z. Sedangkan kerangka teori penulis adalah distorsi pasar, pasar elektronik Shopee, dan hadis ekonomi. Metode analisis dalam penulisan jurnal ini adalah menggunakan data primer yang diperoleh dari konsumen *E-Marketplace* di Surabaya yang tergolong dalam kategori umur generasi Z.

penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survey dan alat ukur kuesioner. Sedangkan penulisan penulis menggunakan penulisan kepustakaan (*library research*) yaitu penulisan yang menggunakan buku-buku sebagai sumber datanya. Hasil dari penulisan jurnal ini adalah ditemukan bahwa ada transaksi di *E-Marketplace* yang mengandung unsur *tadlis* dan *taghrir*. Transaksi dengan unsur *tadlis* mendapatkan respon yang tinggi sedangkan transaksi dengan unsur *taghrir* mendapatkan respon yang lebih rendah.<sup>17</sup> Sedangkan hasil temuan sementara dari penulisan penulis adalah bentuk *tadlis* yang terjadi di *marketplace* Shopee adalah *tadlis* dalam bentuk kualitas dan kuantitas produk.

2. Jurnal oleh M Tholib Alawi yang berjudul “Aspek *Tadlis* dalam Sistem Jual Beli: Analisis Pada Praktik Jual Beli Pulsa Listrik (Token) Prabayar” (2017). Masalah penulisan jurnal ini adalah tentang sistem penjualan mainan listrik (token) yang terjadi di masyarakat pada zaman modern ini. Dimana itu ditemukan dalam sistem kelistrikan transaksi tol (token) hari ini, setelah dilihat pada praktiknya terdapat aspek *tadlis* pada transaksi. Sedangkan masalah penulisan penulis yaitu bahwa telah diketahui adanya bentuk *tadlis* di beberapa toko produk jilbab segi empat motif, jadi penulis ingin menganalisis bentuk *tadlis* yang terjadi dalam pandangan hadis ekonomi agar masyarakat mengenali bentuk-bentuk *tadlis* tersebut. kerangka teori dalam jurnal ini adalah teori konsep sistem jual beli menurut

---

<sup>17</sup>Trisnaning Setya Sutjipto dan Eko Fajar Cahyono, “*Tadlis Dan Taghrir Dalam Transaksi Pada E-Marketplace*,” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, Vol 7, No. 5 (2020), hlm. 874.

islam dan aspek *tadlis* dalam transaksi jual beli. Sedangkan kerangka teori penulis adalah distorsi pasar, pasar elektronik Shopee, dan hadis ekonomi. Metode analisis dalam penulisan jurnal ini adalah Jenis penulisan ini adalah deskriptif kualitatif, penentuan populasi dan sampel dalam penulisan ini yaitu loket penjualan pulsa elektrik di Kota Cimahi kabupaten Bandung Barat Provinsi Jawa Barat. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, dan data teknik analisis dilakukan melalui proses reduksi data, display data dan verifikasi. Sedangkan penulisan penulis menggunakan merupakan penulisan penulisan kepustakaan (*library research*) yaitu penulisan yang menggunakan buku-buku sebagai sumber datanya. Hasil dari penulisan jurnal ini adalah bahwa telah terjadinya *tadlis* dalam transaksi ini, sebagai rekomendasi baik kepada pemerintah atau pemegang regulasi untuk membangun sebuah sistem yang dapat membuat sistem jual beli pulsa listrik ini menjadi transparansi, yaitu baik antara penjual dan pembeli dapat mengetahui dari awal sebelum melakukan transaksi, berapa nominal kwh yang diterima oleh pembeli dengan harga yang telah ditetapkan oleh penjual. Dengan demikian akan terhindar dari unsur *tadlis* sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan.<sup>18</sup> Sedangkan hasil temuan sementara dari penulisan penulis adalah bentuk *tadlis* yang terjadi di e-marketplace shopee.

3. Jurnal oleh ST Fatimah yang berjudul “Analisis Praktik *Tadlis* Pada Masyarakat Kota Makasar (Studi Lapangan Pedagang Buah-Buahan di Kota Makasar)” (2017) Masalah penulisan jurnal ini adalah praktik *tadlis*

---

<sup>18</sup>M. Tholib Alawi, “Aspek *Tadlis* Pada Sistem Jual Beli : Analisis Pada Praktik Jual Beli Pulsa Listrik (Token) Prabayar,” *Jurnal Baabu Al-Ilmi Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 2, No. 1 (2017), hlm. 38.

sering terjadi di Pasar-pasar tradisional, sebagian para pedagang buah-buahan melakukan pengurangan timbangan dalam jual beli buah-buahan. Sedangkan sebagian dari mereka (pedagang) buah-buahan mayoritas beragama Islam. Mengurangi timbangan atau takaran adalah perbuatan tercela tapi mereka masih ada yang melakukan pengurangan timbangan dalam jual beli jadi penulis ingin mencari tau apakah takaran dan timbangan yang digunakan pedagang buah-buahan dikota makassar sudah sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku. Sedangkan masalah penulisan penulis yaitu bahwa telah diketahui adanya bentuk *tadlis* di beberapa toko produk jilbab segi empat motif, jadi penulis ingin menganalisis bentuk *tadlis* yang terjadi dalam pandangan hadis ekonomi agar masyarakat mengenali bentuk-bentuk *tadlis* tersebut. kerangka teori dalam jurnal ini adalah jual beli, Rukun dan syarat jual beli, Jual beli yang dilarang, *tadlis*, dalildiharamkannya *tadlis*. Sedangkan kerangka teori penulis adalah distorsi pasar, pasar elektronik shopee, dan hadis ekonomi. Metode analisis dalam penulisan jurnal ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif dan dilakukan dengan studi lapangan. Populasi penulisan adalah seluruh penjual langsung yang ada di kota makassar, dan sampel yang terpilih sebanyak 20 responden. Sedangkan penulisan penulis menggunakan merupakan penulisan penulisan kepustakaan (*library research*) yaitu penulisan yang menggunakan buku-buku sebagai sumber datanya. Hasil dari penulisan jurnal ini adalah ditemukan bahwa para pedagang langsung secara sadar dengan sengaja melakukan kecurangan dalam hal pengurangan timbangan,

motif praktik *tadlis* yang dilakukan oleh para pedagang langsung adalah untuk mengambil keuntungan dan seringkali adanya pembeli yang seringkali meminta lebih saat prosesi penimbangan, sehingga para pedagang dihadapkan pada dilemma antara memenuhi keinginan konsumen dengan resiko matematis mengalami kerugian.<sup>19</sup> Sedangkan hasil temuan sementara dari penulisan penulis adalah bentuk *tadlis* yang terjadi di e-marketplace shopee

4. Jurnal oleh Utari Rahayu Lubis dan Ismaulina yang berjudul “*Tadlis* Dalam Bisnis Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Lhokseumawe)”, (2020). Masalah penulisan jurnal ini adalah Saat ini dengan kemajuan teknologi, jual beli antar kota bahkan antar negara dapat diselesaikan dalam waktu singkat. Membeli dan menjual secara online di jaringan atau menggunakan internet adalah solusinya. Transaksi jual beli juga dapat diselesaikan hanya dalam 1 hari bahkan lebih cepat dari itu. Namun, beberapa kerugian dari pembelian online juga ada, seperti: Barang yang disediakan tidak dapat dilihat secara langsung. Dengan demikian, kekhawatiran tentang kualitas dan kesesuaian produk dengan keinginan pembeli sering terjadi. Sedangkan masalah penulisan penulis yaitu bahwa telah diketahui adanya bentuk *tadlis* di beberapa toko produk jilbab segi empat motif, jadi penulis ingin menganalisis bentuk *tadlis* yang terjadi dalam pandangan hadis ekonomi agar masyarakat mengenali bentuk-bentuk *tadlis* tersebut. kerangka teori

---

<sup>19</sup>ST Fatimah, “Analisis Praktek *Tadlis* Pada Masyarakat Kota Makassar (Studi Lapangan Pedagang Buah-Buahan Di Kota Makassar),” *Jurnal Ekonomi*, No. Xix (2017), hlm. 35.

dalam jurnal ini adalah Bentuk-Bentuk dan Sebab-Sebab *Tadlis* dalam jual beli online, *Maisir*, *Gharar*, Haram, Riba, Sedangkan kerangka teori penulis adalah distorsi pasar, pasar elektronik Shopee, dan hadis ekonomi. Metode analisis dalam penulisan jurnal ini adalah metode deskriptif kualitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi, sedangkan penulis menganalisis teknik data menggunakan reduksi data dan menarik kesimpulan. Sedangkan penulisan penulis menggunakan merupakan penulisan penulisan kepustakaan (*library research*) yaitu penulisan yang menggunakan buku-buku sebagai sumber datanya. Hasil dari penulisan jurnal ini menunjukkan bahwa: Meskipun ada beberapa di antara siswa yang merasa ditipu, tetapi mereka hanya memaafkan dan tidak menindaklanjutinya, mereka hanya merasa tidak puas dengan layanan jual beli transaksi online. Dalam pandangan ekonomi Islam, setiap transaksi harus didasarkan pada prinsip kesediaan atau saling menyukai antara kedua pihak. Mereka harus memiliki informasi yang sama (informasi lengkap) sehingga tidak ada pihak yang merasa ditipu atau ditipu karena ada sesuatu yang tidak diketahui oleh satu pihak. Jadi menurut ekonomi syariah transaksi perdagangan online yang mengandung unsur *tadlis* tidak sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah, karena tidak ada prinsip saling menyukai antara keduanya.<sup>20</sup> Sedangkan hasil temuan sementara dari penulisan penulis adalah bentuk *tadlis* yang terjadi di *e-marketplace* Shopee

---

<sup>20</sup>Utari Rahayu Lubis And Ismaulina, "Tadlis Dalam Bisnis Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Syariah," *Jurnal Jeskape* 4, No. 2 (2020), hlm. 56.

5. Jurnal oleh Nadya Sigi Prameswan Pratama Bayu Widagdo dan Eko Sugiarto Yang Berjudul “Perluasan Jaringan Pemasaran Melalui Kemitraan dengan *E-Marketplace* bagi PKL Dampak Relokasi Pemkot Surakarta“. (2019) Masalah penulisan jurnal ini adalah Pedagang Kaki Lima (PKL) dianggap menimbulkan kesemrawutan Kota Surakarta karena membuat kumuh dan menimbulkan kemacetan. Demi menjaga keindahan kota, para PKL menjadi sasaran relokasi Pemerintah Kota Surakarta. Kondisi tersebut menimbulkan permasalahan baru bagi PKL lantaran kehilangan pelanggan serta rendahnya anemo pengunjung karena sebagian besar masyarakat belum mengetahui keberadaan lapak baru pasca relokasi. Solusi yang dapat ditempuh dari permasalahan tersebut adalah melalui pelatihan inovasi pemasaran dan strategi promosi bagi PKL . Sedangkan masalah penulisan penulis yaitu bahwa telah diketahui adanya bentuk *tadlis* di beberapa toko produk jilbab segi empat motif, jadi penulis ingin menganalisis bentuk *tadlis* yang terjadi dalam pandangan hadis ekonomi agar masyarakat mengenali bentuk-bentuk *tadlis* tersebut. kerangka teori dalam jurnal ini adalah Strategi pemasaran online bagi PKL, Marketplace sebagai inovasi pemasaran, Pemasaran degan memanfaatkan sosial media, Manajemen dan *maintenance* akun media promosi online. Sedangkan kerangka teori penulis adalah distorsi pasar, pasar elektronik Shopee, dan hadis ekonomi. Metode analisis dalam penulisan jurnal ini adalah Metode yang digunakan adalah pelatihan dan pendampingan dengan pendekatan partisipatif kolaboratif. Luaran jangka panjang yang diharapkan dari pengabdian ini adalah

perluasan jaringan pemasaran, peningkatan pendapatan dan kesejahteraan PKL melalui inovasi pemasaran dan promosi.<sup>21</sup> Sedangkan penulisan penulis menggunakan merupakan penulisan penulisan kepustakaan (*library research*) yaitu penulisan yang menggunakan buku-buku sebagai sumber datanya. Hasil dari penulisan jurnal ini adalah perluasan pemasaran melalui kemitraan dengan *marketplace /e-commerce* produk kuliner, perancangan desain identitas visual yang diaplikasikan pada berbagai media, seperti: booth / gerobak, kemasan produk, desain label produk, seragam dan media promosi online. Sedangkan hasil temuan sementara dari penulisan penulis adalah bentuk *tadlis* yang terjadi di *e-marketplace* Shopee.

6. Jurnal oleh Siti Lam'ah Nasution Yang Berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* Shopee”, (2018), Masalah penulisan jurnal ini adalah ingin menemukan bukti empiris pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan dan harga terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee, dengan survei yang dilakukan pada mahasiswa. Sedangkan masalah penulisan penulis yaitu bahwa telah diketahui adanya bentuk *tadlis* di beberapa toko produk jilbab segi empat motif, jadi penulis ingin menganalisis bentuk *tadlis* yang terjadi dalam pandangan hadis ekonomi agar masyarakat mengenali bentuk-bentuk *tadlis* tersebut. Kerangka teori dalam jurnal ini adalah Kualitas Produk, citra merek, kepercayaan, Kemudahan, harga. Sedangkan kerangka teori

---

<sup>21</sup>Nadia Sigi Prameswari Et Al., “Perluasan Jaringan Pemasaran Melalui Kemitraan Dengan E-Marketplace bagi PKL Dampak Relokasi Pemkot Surakarta” 01 (2019), hlm 1–8.

penulis adalah distorsi pasar, pasar elektronik shopee, dan hadis ekonomi. Metode analisis dalam penulisan jurnal ini adalah metode kuantitatif, Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode purposive sampling, dimana sampel yang terpilih adalah 100 orang mahasiswa S1 manajemen. Data diolah menggunakan metode uji statistik regresi linier berganda. Sedangkan penulisan penulisan penulisan kepustakaan (*library research*) yaitu penulisan yang menggunakan buku-buku sebagai sumber datanya. Hasil dari penulisan jurnal ini adalah hasil penulisan ini membuktikan bahwa bahwa variabel Kepercayaan dengan nilai Sig 0,020 < 0,05, dan variabel Kemudahan dengan nilai Sig 0,019 < 0,05, serta variabel Harga dengan nilai Sig 0,014 < 0,05, memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada e-commerce Shopee. Sedangkan untuk variabel Kualitas Produk dengan nilai Sig 0,728 > 0,05 dan variabel citra merek dengan nilai sig 0,550 > 0,05 maka tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian pada *e-commerce* Shopee.<sup>22</sup> Sedangkan hasil temuan sementara dari penulisan penulisan adalah bentuk *tadlis* yang terjadi di *e-marketplace* Shopee.

7. Jurnal oleh Gama Pratama yang berjudul “Analisis Transaksi Jual Beli Online Melalui Website *Marketplace* Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemi Covid 19”, (2020). Masalah penulisan jurnal ini adalah Dengan kemajuan zaman konsep bisnis pada zaman sekarang mengubah semua lini dari transaksi jual beli offline ke arah transaksi jual beli online.

---

<sup>22</sup>Christine Herawati Limbong, Dkk, “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee,” (2018), hlm. 43–53.

Melalui konsep bisnis tersebut adanya internet *atau e-commerce* hanya membuat transaksi jual beli atau hubungan hukum yang terjadi menjadi lebih singkat, mudah dan sederhana. Suatu perjanjian dalam transaksi *e-commerce* tersebut berlangsung, akan berhubungan dengan para pihak yang melakukan transaksi. Tujuan penulisan ini untuk mengetahui bagaimana transaksi jual beli online di *website* Shopee pada masa pandemi covid 19 dan untuk mengetahui dampak positif dan negatif yang timbul dalam transaksi jual beli online menurut konsep bisnis dalam ekonomi. Sedangkan masalah penulisan penulis yaitu bahwa telah diketahui adanya bentuk *tadlis* di beberapa toko produk jilbab segi empat motif, jadi penulis ingin menganalisis bentuk *tadlis* yang terjadi dalam pandangan hadis ekonomi agar masyarakat mengenali bentuk-bentuk *tadlis* tersebut. Kerangka teori dalam jurnal ini adalah . Sedangkan kerangka teori penulis adalah distorsi pasar, pasar elektronik Shopee, dan hadis ekonomi. Metode analisis dalam penulisan jurnal ini adalah kualitatif dengan library research (penulisan kepustakaan) yaitu penulisan yang sumber informasinya dari berbagai bahan kepustakaan dengan cara membaca dan menelaah buku-buku serta tulisan-tulisan yang ada objeknya dengan pembahasan, penulisan ini mengambil sample penjualan online *marketplace* Shopee di kota Cirebon dan kabupaten Cirebon dengan rentang waktu mulai 1 maret 2020 sampai selesai penulisan ini dilakukann. Sedangkan penulisan penulis menggunakan merupakan penulisan penulisan kepustakaan (*library research*) yaitu penulisan yang menggunakan buku-buku sebagai sumber datanya. Hasil dari penulisan

jurnal ini adalah Berdasarkan hasil penulisan transaksi jual beli online dikalangan masyarakat terutama masa pandemic covid 19 pada periode 2 dibulan ramadhan kurtal 1 meningkat hingga 25 kali lipat kunjungan dibandingkan hari biasanya. Pola seperti ini merupakan pergeseran dari sistem transaksi konvensional ke transaksi online. Kemudian, dampak positif dan negatif jual beli online merupakan suatu pilihan dan mempunyai resiko yang harus ditanggung oleh pembeli, dampak positif pada konsep bisnis menguntungkan sebab tidak mengeluarkan biaya tambahan untuk ke lokasi tujuan , hanya saja alokasi biaya itu dialihkan dengan kuota dan isi dari system transaksi tersebut dengan berbagai alat pembayaran non tunai yang sekarang sudah sangat familiar. kemudian dampak negatifnya pembeli tidak tahu produk tersebut asli atau palsu, serta terkadang harus berhati- hati ketika ingin belanja online melihat dulu dari segi review penilaian produk dan komentar sebagai acuan bahwa penjual di aplikasi shopee itu bagus sesuai dengan kriteria penilaian.<sup>23</sup> Sedangkan hasil temuan sementara dari penulisan penulis adalah bentuk *tadlis* yang terjadi di *e-marketplace* Shopee.

8. Jurnal oleh Eka Septiana Sulistiawati dan Anna Widayani yang berjudul “UMKM di *Marketplace* Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan Kota Blitar”, (2019). Masalah penulisan jurnal ini adalah *Marketplace* Shopee merupakan salah satu *marketplace* yang sedang berkembang di Indonesia. *Marketplace* Shopee saat ini dimanfaatkan oleh Usaha Mikro Kecil dan

---

<sup>23</sup>Pratama Gama, “Analisis Transaksi Jual Beli Online Melalui Website *Marketplace* *Shopee* Menurut Konsep Bisnis Di Masa Pandemi Covid 19,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* Vol 1 No 2 (2020), hlm 01.

Menengah (UMKM) untuk promosi penjualan. Di kota Blitar sendiri UMKM yang sudah memanfaatkan Shopee sebagai media promosi penjualan yaitu UMKM Sambel Pecel dan Bumbu Gado-Gado Kunci Kota Blitar. Sedangkan masalah penulisan penulis yaitu bahwa telah diketahui adanya bentuk *tadlis* di beberapa toko produk jilbab segi empat motif, jadi penulis ingin menganalisis bentuk *tadlis* yang terjadi dalam pandangan hadis ekonomi agar masyarakat mengenali bentuk-bentuk *tadlis* tersebut. Kerangka teori dalam jurnal ini adalah sedangkan kerangka teori penulis adalah distorsi pasar dalam islam, bentuk-bentuk distorsi pasar, rekayasa permintaan dan penawaran, *tadlis*, pengertian *tadlis*, macam-macam *tadlis*, penyebab terjadinya *tadlis*, dasar hukum larangan *tadlis*, *taghrir*. Sedangkan kerangka teori penulis adalah distorsi pasar, pasar *elektronik* Shopee, dan hadis ekonomi. Metode analisis dalam penulisan jurnal ini adalah penulisan deskriptif kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi, pemaparan data dan penarikan kesimpulan. Sedangkan penulisan penulis menggunakan merupakan penulisan kepustakaan (*library research*) yaitu penulisan yang menggunakan buku-buku sebagai sumber datanya. Hasil dari penulisan jurnal ini adalah Penulisan yang dilakukan bahwa *marketplace* Shopee sebagai media promosi penjualan d UMKM Sambel Pecel dan Bumbu Gado-Gado Kunci Kota Blitar masih belum maksimal. *Marketplace* Shopee sebagai media promosi penjualan di UMKM Sambel Pecel dan bumbu gado-gado kunci kota blitar harus lebih ditingkatkan lagi agar admin dapat melayani para konsumen dengan lebih maksimal agar daya beli

konsumen meningkat.<sup>24</sup> Sedangkan hasil temuan sementara dari penelitian penulis adalah bentuk *tadlis* yang terjadi di *e-marketplace* Shopee.

9. Jurnal oleh Muhammad Kamran dan Maskun yang berjudul “Penipuan dalam jual beli online: perspektif hukum telematika”, (2021) Masalah penulisan jurnal ini adalah maraknya perkembangan jual beli online saat ini, juga diikuti oleh tingginya rawan terjadinya penipuan online. Tujuan Penulisan: Mengetahui dan memahami akibat hukum terjadinya penipuan dalam perjanjian jual beli online dalam hukum positif Indonesia. Sedangkan masalah penulisan penulis yaitu bahwa telah diketahui adanya bentuk *tadlis* di beberapa toko produk jilbab segi empat motif, jadi penulis ingin menganalisis bentuk *tadlis* yang terjadi dalam pandangan hadis ekonomi agar masyarakat mengenali bentuk-bentuk *tadlis* tersebut. Kerangka teori dalam jurnal ini adalah jual beli online, penipuan, perjanjian, UU, KUHP. Sedangkan kerangka teori penulis adalah distorsi pasar, pasar elektronik Shopee, dan hadis ekonomi.. Metode analisis dalam penulisan jurnal ini adalah penulisan normative dengan pendekatan perundang-undangan, pendekatan kasus, pendekatan konseptual, pendekatan analitis, dan pendekatan teori serta bahan hukum yang digunakan adalah bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier dengan analisis kualitatif dengan metode deduktif dan induktif. Sedangkan penulisan penulis menggunakan merupakan penulisan kepustakaan (*library research*) yaitu penulisan yang menggunakan buku-buku sebagai sumber datanya.

---

<sup>24</sup>Eka Septiana Sulistiyawati dan Anna Widayani, “Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan Umkm Di Kota Blitar”*Jurnal Ekonomi Vol 4, No. 1*, hlm. 42.

Hasil dari penulisan jurnal ini adalah Akibat hukum terjadinya penipuan dalam perjanjian jual beli online dalam hukum positif Indonesia, yaitu menimbulkan tanggung jawab atas kerugian konsumen dalam transaksi elektronik sebagaimana diatur baik dalam UU ITE, atas kerugian konsumen mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut. Akibat penipuan jual beli online bukan hanya menimbulkan akibat hukum dalam UU ITE tetapi ke ranah hukum perdata maupun pidana.<sup>25</sup> Sedangkan hasil temuan sementara dari penulisan penulis adalah bentuk *tadlis* yang terjadi di *e-marketplace* Shopee.

10. Jurnal oleh Ruslang, Muslimin Kara, Abdul Wahab yang berjudul “Etika Bisnis *E-Commerce* Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis”, (2020). Masalah penulisan jurnal ini adalah tentang etika bisnis *e-commerce* Shopee berbasis *maqashid* syariah dalam mewujudkan bisnis kontinuitas. Etika bisnis adalah dasar dari bisnis kontemporer karena pembeli dan penjual tidak bertemu secara pribadi. Menjaga kepercayaan dua pihak, syarat mutlak untuk online trading, penting untuk diterapkan etika bisnis berdasarkan *maqashid* syariah. Implikasinya adalah terbangunnya rasa saling percaya antara pembeli, penjual dan toko online Shopee. Penulisan ini bertujuan untuk mengungkap implikasi penerapan etika bisnis berbasis tentang *maqashid* syariah di Shopee. Sedangkan masalah penulisan penulis yaitu bahwa telah diketahui adanya bentuk *tadlis* di beberapa toko produk jilbab segi empat

---

<sup>25</sup>Maskun Kamran Muhammad, “Penipuan Dalam Jual Beli Online: Perspektif Hukum Telematika,” *Jurnal Ekonomi* Vol 1 No 1 (2021): hlm 01.

motif, jadi penulis ingin menganalisis bentuk *tadlis* yang terjadi dalam pandangan hadis ekonomi agar masyarakat mengenali bentuk-bentuk *tadlis* tersebut. Kerangka teori dalam jurnal ini adalah Konsep Etika Bisnis, Konsep *Maqshid* Syariah, *E-Commerce*, Shopee. Sedangkan kerangka teori penulis adalah distorsi pasar, pasar elektronik Shopee, dan hadis ekonomi. Metode analisis dalam penulisan jurnal ini adalah kualitatif deskriptif dengan penulisan lapangan.. Sedangkan penulisan penulis menggunakan penulisan kepustakaan (*library research*) yaitu penulisan yang menggunakan buku-buku sebagai sumber datanya. Hasil dari penulisan jurnal ini adalah Shopee menerapkan etika bisnis berdasarkan maqashid syariah agar pembeli semakin meningkat dan penjual semakin loyal dan kelangsungan bisnis Shopee semakin kuat.<sup>26</sup> Sedangkan hasil temuan sementara dari penulisan penulis adalah bentuk *tadlis* yang terjadi di *e-marketplace* Shopee.

11. Jurnal oleh Puji Winarko, Bhaswarendra Guntur, Subekan yang berjudul “Pengaruh Penerapan Khiyar dalam Jual Beli Online terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada mahasiswa FSEI IAI Pangeran Diponegoro Nganjuk)”, (2020). Masalah penulisan jurnal ini adalah Tujuan penulisan ini: Untuk mengetahui tingkat kepercayaan FSEI IAI santri Pangeran Diponegoro Nganjuk dalam jual beli online. Ini untuk menentukan tingkat pengetahuan mahasiswa FSEI IAI Pangeran Diponegoro Nganjuk tentang khiyar. Untuk mengetahui pengaruh penerapan khiyar dalam jual beli

---

<sup>26</sup>Abdul Wahab Ruslang, Muslimin Kara, “Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol 6 No 3 (2020), hlm. 1.

online di keputusan pembelian. Sedangkan masalah penulisan penulis yaitu bahwa telah diketahui adanya bentuk *tadlis* di beberapa toko produk jilbab segi empat motif, jadi penulis ingin menganalisis bentuk *tadlis* yang terjadi dalam pandangan hadis ekonomi agar masyarakat mengenali bentuk-bentuk *tadlis* tersebut. Kerangka teori dalam jurnal ini adalah *E-commerce*, *khiyar*, Faktor Kepercayaan (*trust*), Faktor Kemudahan (*ease of use*). Sedangkan kerangka teori penulis adalah distorsi pasar, pasar elektronik shopee, dan hadis ekonomi. Metode analisis dalam penulisan jurnal ini adalah pendekatan kuantitatif deskriptif. Di dalam pengumpulan data ini penulis mengumpulkan data dengan cara wawancara, observasi, kuesioner. Sedangkan penulisan penulis menggunakan merupakan penulisan penulisan kepustakaan (*library research*) yaitu penulisan yang menggunakan buku-buku sebagai sumber datanya. Hasil dari penulisan jurnal ini adalah tingkat kepercayaan 63% pada mahasiswa Fakultas Bidang Ekonomi Syariah dan Syariah (FSEI) IAI Pangeran Diponegoro Nganjuk. Di meja pedoman interpretasi, tingkat persentase 63% dari perdagangan online tinggi. Sedangkan persentase tingkat 81% menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan siswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) IAI Pangeran Diponegoro Nganjuk tentang *khiyar* berada pada level yang sangat tinggi. Dan aplikasi pembelian online dan penjualan *khiyar* berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) IAI mahasiswa fakultas ekonomi islam dan islam

(fsei) pangeran diponegoro nganjuk.<sup>27</sup> Sedangkan hasil temuan sementara dari penulisan penulis adalah bentuk *tadlis* yang terjadi di *e-marketplace* Shopee.

12. Jurnal oleh Qanitah An Nabila A'yun dkk, yang berjudul "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada *E-Commerce* Popular Di Indonesia" (2021), Masalah penulisan jurnal ini adalah bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui implementasi etika bisnis Islam terhadap transaksi jual beli online pada e-commerce terpopuler di Indonesia. Sedangkan masalah penulisan penulis yaitu bahwa telah diketahui adanya bentuk *tadlis* di beberapa toko produk jilbab segi empat motif, jadi penulis ingin menganalisis bentuk *tadlis* yang terjadi dalam pandangan hadis ekonomi agar masyarakat mengenali bentuk-bentuk *tadlis* tersebut. Kerangka teori dalam jurnal ini adalah implementasi, etika, bisnis, Etika Bisnis Islam, Transaksi, Transaksi Menurut Ekonomi Islam, Transaksi Menurut Ekonomi Islam, Jual Beli Online, Sistem Transaksi Jual Beli Online dalam Islam, E-Commerce. Sedangkan kerangka teori penulis adalah distorsi pasar, pasar elektronik shopee, dan hadis ekonomi. Metode analisis dalam penulisan jurnal ini adalah kualitatif yang menggunakan bidang studi literatur (literature review). Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan sumber artikel berbentuk jurnal dan prosiding terdahulu sebanyak 13 artikel terpilih yang relevan. Sedangkan

---

<sup>27</sup>Subekan Puji Winarko dan Bhaswarendra Guntur, "Pengaruh Penerapan Khiyar Dalam Jual Beli Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa FSEI IAI Pangeran Diponegoro Nganjuk)," *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* Volume 7 N (2020), hlm. 105.

penulisan penulis menggunakan merupakan penulisan penulisan kepastakaan (*library research*) yaitu penulisan yang menggunakan buku-buku sebagai sumber datanya. Hasil dari penulisan jurnal ini adalah dapat disimpulkan bahwa transaksi jual beli online pada e-commerce Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Bukalapak dalam penerapannya telah berupaya menyesuaikan dengan etika bisnis Islam, namun beberapa kasus human error atau kurangnya pemahaman ekonomi syariah yang baik dan benar dari pihak instansi maupun pengguna, hal ini menyebabkan adanya keraguan terhadap implementasi prinsip syariah Islam pada e-commerce tersebut.<sup>28</sup> Sedangkan hasil temuan sementara dari penulisan penulis adalah bentuk *tadlis* yang terjadi di e-marketplace shopee.

13. Jurnal oleh Hendri Tanjung, Endis Sopiandi dan Didin Hafiduddin, yang berjudul “analisis distorsi pasar dalam perspektif ekonomi islam” (2017). Masalah penulisan jurnal ini adalah bertujuan untuk mendeskripsikan distorsi pasar berbasis Islam. Sedangkan masalah penulisan penulis yaitu bahwa telah diketahui adanya bentuk *tadlis* di beberapa toko produk jilbab segi empat motif, jadi penulis ingin menganalisis bentuk *tadlis* yang terjadi dalam pandangan hadis ekonomi agar masyarakat mengenali bentuk-bentuk *tadlis* tersebut. Kerangka teori dalam jurnal ini adalah Pasar Menurut Para Pemikir Islam, Pasar pada Zaman Rasulullah SAW, Kebijakan Rasulullah SAW mengenai Pasar, Pasar pada Zaman Khulafaurrasyidin, Distorsi Pasar Menurut Ekonom Islam, *ihthikar, Talaqqi*

---

<sup>28</sup> Qanithah An Nabila A'yun, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Populer Di Indonesia,” *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam* Vol.1 No.2 (2021): hlm. 166.

*Rukhban, Bai' Najasyi, Tadlis, taghrir, risywah, Pasar Monopoli, Intervensi Harga.* Sedangkan kerangka teori penulis adalah distorsi pasar, pasar elektronik shopee, dan hadis ekonomi. Metode analisis dalam penulisan jurnal ini adalah penulisan lapangan (*field search*) yaitu penulisan yang berhubungan langsung dengan obyek yang diteliti. Adapun jenis pendekatan dalam penulisan penulis yaitu penulisan kepustakaan (*library research*) yaitu penulisan yang menggunakan buku-buku sebagai sumber datanya. Hasil dari penulisan jurnal ini adalah Penulisan ini menemukan ada beberapa distorsi pasar seperti *ba'I najasi, tadlis, taghrir, risywah, monopoli, dan intervensi harga*.<sup>29</sup>. Sedangkan hasil temuan sementara dari penulisan penulis adalah bentuk *tadlis* yang terjadi di *e-marketplace* Shopee.

14. Jurnal oleh Ida Kurnia dan Imelda Martinelli dengan judul “Permasalahan dalam Transaksi *E-commerce*” masalah dalam penelitian ini adalah Pelaku usaha maupun konsumen banyak mengalami berbagai permasalahan dalam transaksi *e-commerce* dan hal yang sering menjadi penyebab adalah tidak memahami secara mendetail mengenai ketentuan hukum dalam perjanjian jual beli dan berbagai risiko-risiko yang akan dihadapi. Selain itu, masyarakat juga tidak memperhatikan risiko-risiko yang dapat terjadi dalam transaksi jual beli melalui media internet. Salah satu daerah yang masyarakatnya sering mengalami berbagai permasalahan dalam transaksi *e-commerce* adalah di daerah Blok Duku RT 10/ RW 10, Cibubur,

---

<sup>29</sup>Hendri Tanjung Endis Sopiandi, Didin Hafiduddin, “Analisis Distorsi Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Journal Of Islamic Economy* Vol. 10. N (2017): hlm. 113.

Jakarta Timur. Salah satu upaya yang ditempuh dalam mengatasi persoalan tersebut, yaitu melakukan sosialisasi Undang-undang mengenai Perlindungan Konsumen dan memberikan kiat-kiat supaya masyarakat sebagai penjual ataupun pembeli memahami isi perjanjian jual beli dan mengetahui hak-haknya serta memahami masalah dan risiko yang dapat timbul dari transaksi e-commerce. Pada level ini diperlukan sosialisasi secara online. Melalui kegiatan ini, warga sekitar yang semula tidak mempunyai pengetahuan yang utuh dan jelas mengenai permasalahan dalam transaksi *e-commerce* menjadi paham. Selain itu, target capaian yang akan dihasilkan adalah masyarakat mendapatkan suatu pemahaman yang memadai berkenaan dengan transaksi *e-commerce* yang aman. Luaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupa tulisan dalam artikel di jurnal yang diterbitkan oleh Universitas Tarumanagara. Pelaksanaan sosialisasi pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan metode survei, ceramah dan sesi tanya jawab. Dengan demikian, masyarakat dapat memahami akan risiko-risiko yang akan dihadapi sehingga dapat melakukan transaksi e-commerce yang aman<sup>30</sup>

15. Jurnal oleh Amalia Rizki dan Sri Rahayu Gorda yang berjudul “Tinjauan Yuridis Hukum Pidana Indonesia dalam Mengatur Perlindungan Hukum Terhadap Transaksi Online (E-Commerce)” permasalahan dalam penelitian ini adalah Peningkatan penggunaan transaksi online tersebut tentunya dipicu dari banyaknya manfaat yang dapat dirasakan oleh konsumen

---

<sup>30</sup> Ida Kurnia dan Imelda Martinelli, “Permasalahan dalam Transaksi *E-commerce*,” *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia* Vol. 4, No. 2, Agustus 2021, hlm. 343.

pengguna transaksi online, khususnya kemudahan dalam melakukan transaksi karena lebih praktis tidak perlu lagi datang ke toko/store yang biasanya dilakukan pada konsumen pada umumnya. Peningkatan penggunaan transaksi online yang demikian pesatnya tentu harus memperhatikan aspek perlindungan kepada konsumen yang menggunakan jasa transaksi online (E-Commerce). Masalah yang timbul akhir-akhir ini seperti yang diberitakan pada [newsdetik.com](http://newsdetik.com) Rabu 12 November 2018 pukul 18.05 WIB, seorang perempuan yang di tangkap Polda Metro Jaya yang melakukan penipuan secara online dengan menggunakan akun instagram [beebags21199](https://www.instagram.com/bebbags21199). Penipuan tersebut dilakukan dengan cara mempromosikan barang-barang di akun tersebut lalu chatting secara pribadi antara Pelaku dan konsumen, dan setelah itu konsumen mentransfer uang seharga barang yang akan di beli, setelah konsumen mentransfer uang, pelaku tidak mengirim barang tersebut. Pada akhirnya konsumen melapor ke Polda Metro Jaya dan menangkap pelaku tersebut dan pelaku mengakui mengambil keuntungan dari penipuan dari bisnis online ini sebesar 600.000.000,- dan ancaman hukumannya 4 tahun penjara. Terhadap kasus tersebut semestinya konsumen mendapatkan perlindungan hukum secara pasti agar tidak kasus seperti di atas dan pemerintah harus berperan aktif dalam memberantas kejahatan di dalam dunia maya dalam hal transaksi online dengan cara melakukan perlindungan hukum secara preventif (pencegahan) dan pelaku usaha yang

melakukan penipuan secara online disini semestinya di berikan hukuman yang tegas.<sup>31</sup>

16. Jurnal oleh Ruslang, dkk yang berjudul “Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis” Penelitian ini membahas etika bisnis e-commerce Shopee berdasarkan maqashid syariah dalam mewujudkan bisnis kontinuitas. Etika bisnis adalah fondasi bisnis kontemporer karena pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung. Menjaga kepercayaan dua pihak, syarat mutlak dalam jual beli online, penting untuk diterapkan etika bisnis berdasarkan maqashid syariah. Implikasi dari hal ini adalah terbangunnya rasa saling percaya antara pembeli, penjual dan toko online Shopee. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap implikasi penerapan etika bisnis berbasis di maqashid syariah di Shopee. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan penelitian lapangan. Di dalam Hasil penelitian Shopee menerapkan etika bisnis berdasarkan maqashid syariah agar pembeli semakin meningkat dan seller semakin loyal dan kelangsungan bisnis Shopee semakin kuat.<sup>32</sup>

17. Jurnal oleh Cindi Oeliga Yensi Afita yang berjudul “Hukum Pidana Bagi Pelaku Penipuan Transaksi Elektronik Jual Beli Online (E-Commerce) Di Indonesia” permasalahan penelitian ini adalah Bentuk pertanggungjawaban

---

<sup>31</sup>Amalia Rizki dan Sri Rahayu Gorda “Tinjauan Yuridis Hukum Pidana Indonesia dalam Mengatur Perlindungan Hukum Terhadap Transaksi Online (E-Commerce)” *Jurnal Analisis Hukum*, Volume 2, Nomor 1, April 2019, hlm. 130.

<sup>32</sup> Ruslang, dkk “Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(03), 2020, hlm 665

pidana pelaku tindak pidana penipuan online hanya dapat dijatuhi menggunakan pasal 28 ayat (1) juncto pasal 45 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2011 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. Pasal 378 KUHP tentang tindak pidana penipuan tidak dapat digunakan untuk membebani pelaku tindak pidana penipuan online untuk mempertanggungjawabkan perbuatannya, dikarenakan terdapat beberapa kendala dalam membebani sanksi pidana pada pelaku tindak pidana seperti kendala dalam pembuktian dimana alat bukti yang dibatasi oleh KUHP, dalam pasal 378 KUHP hanya mengenal subyek hukum orang (naturlijk persoon), dan terdapat kesulitan menentukan yurisdiksi untuk menggunakan hukum mana, siapa yang berhak untuk menghukum pelaku karena penipuan online termasuk kedalam kejahatan lintas negara dan cybercrime dimana salah satu karekteristiknya tidak dapat di batasi oleh batas-batas wilayah kedaulatan suatu negara.<sup>33</sup>

18. Jurnal oleh Purnama Ramadani Silalahi yang berjudul “Analisis Keamanan Transaksi E-Commerce Dalam Mencegah Penipuan Online” permasalahan penelitian ini adalah Seiring berkembangnya proses transaksi jual beli, penipuan elektronik juga turut mengalami peningkatan yang mengakibatkan banyaknya konsumen yang mengalami kerugian atas transaksi yang dilakukan akibat pelaku penipuan dalam transaksi online. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kepercayaan dalam melakukan transaksi di ecommerce terkait maraknya penipuan di

---

<sup>33</sup> Cindi Oeliga Yensi Afita yang berjudul “Hukum Pidana Bagi Pelaku Penipuan Transaksi Elektronik Jual Beli Online (E-Commerce) Di Indonesia *Datin Law Jurnal*, Volume. 3 Nomor. 2, Desember 2022, hlm 145 .

ecommerce. Penelitian ini menggunakan pendekatan interpretif kualitatif. Jenis penelitian disebut juga sebagai penelitian fenomenologi, dimana penelitian ini menyajikan fenomena - fenomena yang memiliki pola dan relasi makna yang saling berhubungan. Berdasarkan riset di lapangan, adapun faktor – faktor terjadinya penipuan dalam transaksi e-commerce antara lain : pengetahuan yang minim, keborosan dana, tergiur pada hadiah palsu, tingginya tingkat pengangguran dan kemiskinan dan kebijakan keamanan pemerintah yang kurang tegas. Adapun bentuk dari penipuan dalam bertransaksi di ecommerce antara lain : phishing, pharming, pretexting, quid pro quo dan menghubungi korban secara langsung.<sup>34</sup>

19. Jurnal oleh Lulu Bin Tahir Ahmad yang berjudul “E-commerce Existence from an Islamic Perspective” Permasalahan jurnal ini adalah Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang besar bagi Kata kunci: perilaku hidup masyarakat, salah satunya yaitu perubahan perilaku masyarakat. Perubahan perilaku masyarakat dalam bidang ekonomi dapat dilihat dari meningkatnya angka pengguna e-commerce. Indonesia mengalami peningkatan 10 kali lipat dengan penambahan pelanggan baru yang mencapai lebih dari 50% selama pandemi. Kementerian Keuangan Republik Indonesia melaporkan peningkatan nilai transaksi ecommerce yang mencapai 77,766 triliun yangmana mampu mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji eksistensi e-commerce menurut perspektif Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

---

<sup>34</sup>Purnama Ramadani Silalahi “Analisis Keamanan Transaksi E-Commerce Dalam Mencegah Penipuan Online” *Jurnal Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* Vol.1, No.4 November 2022, hlm. 224.

tidak ada ayat atau dalil khusus yang secara eksplisit melarang transaksi e-commerce. Transaksi e-commerce tidak dilarang apabila tetap mengikuti syarat yang berlaku dalam Islam dan tidak meninggalkan kewajiban sebagai seorang muslim. Transaksi dalam e-commerce selaras dengan akad yang berlaku dalam Islam yaitu akad bai' as-salam, bai' al- Istishna', dan ba'i al muajjal. Disisi lain terdapat unsur yang harus diperhatikan dalam transaksi e-commerce diantaranya riba, gharar, penipuan, paksaan, maisir, dan haram. Beberapa unsur larangan dalam perdagangan Islam pernah terjadi sebelumnya namun tidak terjadi secara menyeluruh melainkan bersifat kasus individual. Sehingga membutuhkan kehati-hatian untuk menghindar dari unsur terlarang yang sebelumnya pernah terjadi agar tetap sesuai dengan syarat Islam.<sup>35</sup>

20. Jurnal oleh Suci Hayati dan Husnul Fatarib yang berjudul “Praktik Jual Beli Pada *Marketplace* Shopee dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen” (2020). Masalah penulisan jurnal ini adalah diantara sedemikian banyak aplikasi *marketplace*, salah satunya adalah Shopee pada aplikasi ini juga menyediakan jual beli secara langsung dan pembayaran cash dengan cara ditransfer, kemudian ada juga jual beli yang pembayarannya dilakukan saat barang diterima pembeli/bayar ditempat. (COD), bahkan tersedia juga jual beli yang dilakukan secara kredit. Dari sekian banyak transaksi yang ada, tidak jarang terjadi failure dalam transaksi. Artinya terkadang ada barang yang tidak sesuai dengan apa yang menjadi kehendak pembeli.

---

<sup>35</sup>Lulu Bin Tahir Ahmad “E-commerce Existence from an Islamic Perspective” *Journal of Economic Sharia Law and Business Studies*, Juni 2022, hlm. 145.

Sehingga menjadi perlu bagi pengembang aplikasi *marketplace* Shopee untuk lebih memperhatikan perlindungan hukum bagi konsumen yang menggunakan aplikasi Shopee.<sup>36</sup> Sedangkan masalah penulisan penulis yaitu bahwa telah diketahui adanya bentuk *tadlis* di beberapa toko produk jilbab segi empat motif, jadi penulis ingin menganalisis bentuk *tadlis* yang terjadi dalam pandangan hadis ekonomi agar masyarakat mengenali bentuk-bentuk *tadlis* tersebut. Kerangka teori dalam jurnal ini adalah Pengertian *E-commerce*, Hukum jual beli pemasaran online, strategi pemasaran dan jual beli Shopee, Shopee sebagai media transaksi elektronik, klarifikasi kasus dan masalah dalam transaksi Shopee. Sedangkan kerangka teori penulis adalah distorsi pasar, pasar elektronik Shopee, dan hadis ekonomi. Metode analisis dalam penulisan jurnal ini adalah penulisan pustaka. Sedangkan penulisan penulis merupakan penulisan penulisan kepustakaan (*library research*) yaitu penulisan yang menggunakan buku-buku sebagai sumber datanya. Hasil dari penulisan jurnal ini adalah dalam hukum jual beli online *marketplace* ini mayoritas jumbuh ulama membolehkan dan dalam akad baik secara tertulis maupun lisan ataupun isyarat tidak menjadi masalah dalam keabsahan akan tersebut. Kemudian daripada itu tujuan dalam akat tersebut harus sesuai dengan sasaran yang di inginkan agar tidak terjadi keinginan yang tidak di inginkan seperti penipuan dalam aplikasi tersebut. Perlindungan hukum yang menjadi payung hukum sangat penting dan harus di sosialisasikan

---

<sup>36</sup>Suci Hayati dan Husnul Fatarib, "Praktik Jual Beli Pada Marketplace Shopee Dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen," *Jurnal Hukum*, 2020, hlm. 285.

pada masyarakat yang belum mengetahui payung hukum dalam melakukan transaksi pada jual beli online di *marketplace* agar dapat mengurai korban penipuan dan korban wanprestasi dalam transaksi tersebut. Dari pada itu mengklarifikasi sebuah kasus dalam transaksi online harus ada kerja sama antara penegak hukum dan korban nya agar dapat teratasi kasus tersebut. Dari pada itu ada hal yang harus di perhatikan bagi para pengguna *e-commerce* yaitu harus menjaga kepercayaan satu sama lain antara penjual dan pembeli agar menghasilkan solidaritas dalam kehidupan bermu'amalah.<sup>37</sup> Sedangkan hasil temuan sementara dari penulisan penulis adalah bentuk *tadlis* yang terjadi di *e-marketplace* Shopee

21. Jurnal oleh Hendi Yogi Prabowo Andi, Urfia Awaliah yang berjudul "Analisis Peran Polda D.I. Yogyakarta dalam Pengungkapan Kasus Penipuan Jual Beli Online" (2021). Masalah penulisan jurnal ini adalah Ditreskrimsus bagian Subdit V/Siber Polda DIY menangani kasus media digital seperti kasus penipuan jual beli online khususnya di Yogyakarta banyak laporan pengaduan korban ke Polda DIY. Di tahun 2019 ada beberapa kasus penipuan jual beli online masih dalam proses penanganan/belum diselesaikan oleh Polda DIY karena terjadi banyak kendala, maka penulisan ini dilakukan untuk menganalisis peran Polda Daerah Istimewa Yogyakarta dalam pengungkapan kasus penipuan jual beli online. Sedangkan masalah penulisan penulis yaitu bahwa telah

---

<sup>37</sup>Suci Hayati dan Husnul Fatarib, "Praktik Jual Beli Pada Marketplace Shopee Dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen," *Jurnal Hukum*, 2020, hlm. 285.

diketahui adanya bentuk *tadlis* di beberapa toko produk jilbab segi empat motif, jadi penulis ingin menganalisis bentuk *tadlis* yang terjadi dalam pandangan hadis ekonomi agar masyarakat mengenali bentuk-bentuk *tadlis* tersebut. Kerangka teori dalam jurnal ini adalah *Agency Theory*, *The Crime Triangle of Routine Activity Theory*, Peran Kepolisian, Pengungkapan Tindak Pidana Penipuan Online, Jual Beli Online, Media Sosial, Jenis-Jenis *E-Commerce*, Metode Pembayaran, Kelebihan & Kekurangan Jual Beli Online. Sedangkan kerangka teori penulis adalah distorsi pasar, pasar elektronik Shopee, dan hadis ekonomi. Metode analisis dalam penulisan jurnal ini adalah kualitatif dengan jenis data primer dan data sekunder dimana data primer dalam penulisan ini adalah data yang diperoleh dari survey lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original berupa pedoman wawancara yang telah dipersiapkan sedangkan data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh lembaga pengumpulan data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Teknik analisis data penulisan yang digunakan untuk mengelola, mengintegrasikan, menguji, mencari pola dan hubungan yang lebih rinci dengan bantuan dari software NVivo 11. Sedangkan penulisan penulis menggunakan penulisan kepustakaan (*library research*) yaitu penulisan yang menggunakan buku-buku sebagai sumber datanya. Hasil dari penulisan jurnal ini adalah penulis menggunakan olahan data yang diolah menggunakan software NVivo yang nantinya dapat disajikan dalam bentuk struktur gambaran dari *map* dan *query* dan hal ini dilakukan untuk

menarik kesimpulan.<sup>38</sup> Sedangkan hasil temuan sementara dari penulisan penulis adalah bentuk *tadlis* yang terjadi di *e-marketplace* Shopee.

22. Jurnal internasional oleh stianingsih yang berjudul “*The Impact of Perceived of Cyber Fraud, Ease of Use and Risk Perception on the Behavior of Using E-Commerce Systems in Indonesia*”, (2020). Penulisan ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-commerce* dengan menggunakan model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Sedangkan masalah penulisan penulis yaitu bahwa telah diketahui adanya bentuk *tadlis* di beberapa toko produk jilbab segi empat motif, jadi penulis ingin menganalisis bentuk *tadlis* yang terjadi dalam pandangan hadis ekonomi agar masyarakat mengenali bentuk-bentuk *tadlis* tersebut. Studi ini menggunakan metode survei dalam pengumpulan data. Sampel penulisan ini adalah wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Komunitas Bekasi dan Tangerang (wilayah Jabodetabek) di Indonesia. Sebanyak 180 responden yang telah menggunakan *e-commerce* diproses menggunakan regresi linier berganda. Hasil dari Analisis untuk model ini menunjukkan bahwa perilaku penggunaan *e-commerce* secara positif dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan dan persepsi risiko. Sedangkan persepsi penipuan

---

<sup>38</sup>Hendi Yogi Prabowo, Andi Urfia Awaliah, “Analisis Peran Polda D.I. Yogyakarta Dalam Pengungkapan Kasus Penipuan Jual Beli Online,” *Jurnal Akunting* Volume 3. (2021, hml. 140.

di dunia maya terbukti negative berpengaruh pada minat menggunakan *e-commerce*.<sup>39</sup>

23. Jurnal internasional oleh Dewi Anggun Puspitarini, Prawira Aros Purnama, dan Isti Riana Dewi yang berjudul “*Fraud risk and trust on the intention to buy of e-commerce*”,(2021). Penulisan ini bertujuan untuk menganalisis dan memperoleh bukti empiris penipuan perilaku sebagai variabel pemoderasi kepercayaan dalam pembelian melalui niat beli *e-commerce*. Sedangkan masalah penulisan penulis yaitu bahwa telah diketahui adanya bentuk *tadlis* di beberapa toko produk jilbab segi empat motif, jadi penulis ingin menganalisis bentuk *tadlis* yang terjadi dalam pandangan hadis ekonomi agar masyarakat mengenali bentuk-bentuk *tadlis* tersebut. Data penulisan ini diperoleh dari hasil pengumpulan kuesioner dari 100 responden yang adalah konsumen yang pernah melakukan transaksi melalui situs *e-commerce*. Pengujian hipotesis dalam penulisan ini menggunakan model pengukuran (Model Luar) dan model struktural (Model Dalam) dengan aplikasi Partial Least Square (PLS). Program PLS yang digunakan adalah SmartPLS versi 3.02.8. Hasil penulisan ini menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif berpengaruh pada niat beli. Namun, dengan perilaku menipu seperti moderasi, perilaku menipu melemahkan hubungan antara kepercayaan dalam pembelian melalui *E-Commerce* dan niat beli sebagai variabel mediasi. Niat beli terbukti menjadi mediasi variabel yang memediasi kepercayaan dalam

---

<sup>39</sup>Istianingsih, “The Impact of Perceived of Cyber Fraud, Ease of Use and Risk Perception on the Behavior of Using E-Commerce Systems in Indonesia,” *Jurnal of Critical Reviews* vol 07 iss (2020): hlm 4341.

membeli secara mental. Pemerintah seharusnya lebih tegas dalam menangani kasus kejahatan e-commerce yang marak terjadi menciptakan keamanan dan kenyamanan bagi pengguna situs *e-commerce*.<sup>40</sup>

24. Jurnal internasional oleh Asif Lutfiyana yang berjudul “*Online Buying and Selling Fraud in Indonesia and Its Criminal Law Enforcement*” (2021)
- Perkembangan teknologi dan informasi adalah cukup cepat, terutama di internet. Melalui internet, semua orang dapat mengakses dan menemukan semua informasi di seluruh dunia dengan cepat dan mudah. Internet memacu munculnya kreativitas di segala bidang, terutama dalam bisnis. Sehingga muncullah bisnis online yang menyediakan berbagai macam kebutuhan manusia, mulai dari makanan, pakaian, harta benda, dan kebutuhan lainnya. Online bisnis sangat berguna untuk mengurangi biaya dan waktu selama proses jual beli. Berlawanan dengan bisnis konvensional, yang membutuhkan produsen dan konsumen untuk bertemu secara langsung, sehingga membutuhkan banyak uang dan waktu. Sedangkan masalah penulisan penulis yaitu bahwa telah diketahui adanya bentuk *tadlis* di beberapa toko produk jilbab segi empat motif, jadi penulis ingin menganalisis bentuk *tadlis* yang terjadi dalam pandangan hadis ekonomi agar masyarakat mengenali bentuk-bentuk *tadlis* tersebut. Penulisan ini bertujuan untuk menganalisis dan mengkaji kasus penipuan transaksi online di Indonesia dan penegakan hukumnya. Penulisan ditekankan dan ditemukan bahwa di setiap fasilitas yang ada ditawarkan

---

<sup>40</sup>Dewi Anggun Puspitarini dkk, “Fraud Risk and Trust on the Intention to Buy of E-Commerce,” *Jurnal of Contemporary Accounting* vol 3 (2021): hlm 45.

oleh bisnis online, selalu ada membuka peluang munculnya kejahatan. Oleh karena itu, pemerintah menetapkan suatu peraturan, yaitu UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi elektronik dan Transaksi sebagai payung hukum kejahatan dunia maya. Namun, peraturan ini masih perlu ditinjau kembali karena masih memiliki kelemahan dalam menjerat *cybercrime*. Dimana perkembangan teknologi dan informasi semakin kompleks. Jadi, itu membutuhkan fleksibel regulasi tentang perkembangan teknologi.<sup>41</sup> Sedangkan masalah penulisan penulis yaitu bahwa telah diketahui adanya bentuk *tadlis* di beberapa toko produk jilbab segi empat motif, jadi penulis ingin menganalisis bentuk *tadlis* yang terjadi dalam pandangan hadis ekonomi agar masyarakat mengenali bentuk-bentuk *tadlis* tersebut.

25. Jurnal internasional oleh Muhammad Kamran, Ahmadi Miru, Maskun yang berjudul “*Online Selling And Buying Fraud: The Law Of Electronic Transaction Perspective*” (2021). Pesatnya perkembangan jual beli online saat ini juga diikuti dengan angka yang tinggi penipuan berbasis online. Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui perlindungan hukum bagi konsumen akibat penipuan jual beli online. Sedangkan masalah penulisan penulis yaitu bahwa telah diketahui adanya bentuk *tadlis* di beberapa toko produk jilbab segi empat motif, jadi penulis ingin menganalisis bentuk *tadlis* yang terjadi dalam pandangan hadis ekonomi agar masyarakat mengenali bentuk-bentuk *tadlis* tersebut. Penulisan ini merupakan penulisan hukum normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-

---

<sup>41</sup>Asif Lutfiyana, “Online Buying and Selling Fraud in Indonesia and Its Criminal Law Enforcement,” *Jurnal Law Research Review Quarterly* vol 7 (2021): hlm 53.

undangan pendekatan kasus, pendekatan konseptual, pendekatan analitis, dan pendekatan teoretis mendekati. Hasil penulisan ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen akibat pembelian secara online dan penipuan penjualan menimbulkan tanggung jawab atas kerugian konsumen dalam transaksi elektronik sebagaimana diatur baik dalam UU ITE, KUH Perdata, KUHP maupun UU Perlindungan Konsumen. Konsumen kerugian mewajibkan orang yang karena kesalahannya menerbitkan kerugian itu harus mengganti kerugian tersebut. Sehingga Saran dari penulis adalah agar perjanjian jual beli online masih rawan terjadi penipuan, dengan penipuan ini, menimbulkan konsekuensi hukum, penyebab utama rawan pembelian online dan jual beli penipuan bisnis karena ada beberapa pihak yang tidak bertanggung jawab semua barangnya terjual.<sup>42</sup> Hasil sementara penulisan penulis yaitu bahwa telah diketahui adanya bentuk *tadlis* di beberapa toko produk jilbab segi empat motif, jadi penulis ingin menganalisis bentuk *tadlis* yang terjadi dalam pandangan hadis ekonomi agar masyarakat mengenali bentuk-bentuk *tadlis* tersebut.

## **B. Kerangka Teori**

### **1. Distorsi Pasar**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, distorsi ialah pemutarbalikan suatu fakta, aturan, dan sebagainya; penyimpangan.<sup>43</sup> Sedangkan pengertian

---

<sup>42</sup>Muhammad Kamran, "Online Selling And Buying Fraud: The Law Of Electronic Transaction Perspective," *Jurnal Cendekia Hukum* vol 6 no 2 (2021): hlm 270.

<sup>43</sup>"Distorsi," Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kamus Versi Online, Diakses Pada 11 Maret, 2021, <https://kbbi.web.id/distorsi>.

dari distorsi pasar ialah suatu gangguan atau intervensi dalam mekanisme pasar, baik dalam permintaan penawaran, penipuan, dan kerancuan. Kondisi ini mengakibatkan tidak tercapainya mekanisme pasar yang efisien dan optimal, karena adanya distorsi pasar yang ikut berperan dalam pembentukan harga, sedangkan dalam Ekonomi Islam, dimana harga pasar bebas ditentukan oleh permintaan dan penawaran.<sup>44</sup>

#### **a. Distorsi Pasar dalam Islam**

Ketika membahas mekanisme pasar, kita telah mengetahui bahwa dalam konsep islam, penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. Pertemuan antara permintaan dan penawaran tersebut harus terjadi rela sama rela. Tidak ada pihak yang merasa terpaksa atau tertipu atau adanya kekeliruan tertentu. Dengan demikian islam menjamin pasar bebas dimana para pembeli dan para penjual dalam menjamin pasar bebas dimana para pembeli dan para penjual bersaing satu sama lain dengan arus informasi yang dalam kerangka keadilan yakni tidak ada (individu berjalan maupun kelompok, produsen maupun konsumen atau pemerintah) yang zalim atau dizalimi.

Hal diatas tentunya merupakan situasi ideal. Namun pada kenyataanya, situasi ideal tersebut tidak selalu tercapai. Karena sering terjadi gangguan/ interupsi pada mekanisme pasar yang ideal ini. Gangguan ini kita sebut distorsi pasar (market distortion). Pada garis

---

<sup>44</sup>Muhammad Nur Rianto Al Arif Dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional* (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 308.

besarnya, ekonomi islam mengidentifikasikan 3 bentuk distorsi pasar, yakni sebagai berikut:

- 1) Rekayasa penawaran dan rekayasa permintaan
- 2) *Tadlis* (penipuan)
- 3) *Taghrir* (gharar/kerancuan)

Dalam fikih islam rekayasa penawaran lebih dikenal dengan *ihthikar*, sedangkan rekayasa permintaan lebih dikenal dengan *ba'i najasy*. *Tadlis* /penipuan dapat diambil empat bentuk, yakni penipuan menyangkut jumlah barang, mutu barang, harga barang, dan waktu penyerahan barang. Sedangkan *taghrir* atau kerancuan, ketidakpastian juga mengambil empat bentuk yang menyangkut kuantitas, kualitas, harga dan waktu penyerahan barang.

Distorsi pasar yang sering terjadi dalam sebuah transaksi adalah *tadlīs*, *gharar*, *maysir*, *ihthikar* dan *bay'najasy*. Distorsi pasar ini sering dilakukan oleh para pelaku pasar untuk mencari keuntungan cepat atau di atas wajar dengan merugikan pihak lain. Distorsi ini menciptakan ketidakadilan dan ketidakseimbangan di pasar. Menguntungkan bagi satu pihak tetapi merugikan bagi pihak lain.<sup>45</sup>

## **b. Bentuk-Bentuk Distorsi Pasar**

### 1) Rekayasa Permintaan dan Rekayasa Penawaran

Secara umum segala kondisi atau praktik transaksi dipasar baik barang maupun jasa yang berdampak pada tdak tercapainya

---

<sup>45</sup>Gusniarti, "Distorsi Pasar Dalam Proses Transaksi Sekuritas Syariah Di Pasar Sekunder," *Jurnal Etikonomi Volume 14 No 2 Oktober* (2015), hlm 149.

mekanisme pasar secara efisien dan optimal maka dapat dipastikan ada distorsi yang berperan dalam pembentukan harga tersebut. Dalam bagian ini dijelaskan bahwa distorsi dalam bentuk rekayasa pasar dapat berasal dari dua sudut, yakni permintaan dan penawaran

a) *Bai' Najasy*

Transaksi *najasy* di haramkan karena sipenjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain juga tertarik pula untuk membeli. Sipenawar sendiri tidak bermaksud untuk benar-benar membeli barang tersebut. Dia hanya ingin menipu orang-orang yang benar-benar ingin membeli. Sebelumnya orang ini sudah mengadakan kesepakatan dengan penjual untuk membeli dengan harga tinggi agar ada pembeli yang sesungguhnya dengan harga yang tinggi pula dengan maksud untuk ditipu. Akibatnya terjadi “permintaan palsu”. Akibatnya permintaan terhadap barang seakan meningkat, peningkatan permintaan ini menyebabkan peningkatan harga yang tidak alamiah

*Bai' najasy* diharamkan karena si penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik untuk membeli, sementara si penawar tidak bermaksud untuk benar-benar membeli barang tersebut. Ia hanya ingin menipu kepada orang lain yang benar-benar ingin membeli. Sebelumnya orang ini telah mengadakan kesepakatan dengan

penjual untuk membeli dengan maksud untuk ditipu. Akibatnya terjadi “permintaan palsu” (*false demand*).<sup>46</sup>

Contoh bai' najasy banyak sekali. Pada saat Indonesia dilanda krisis moneter 1997. Misalnya, terjadi isu kelangkaan pangan. Karena takut kehabisan persediaan beras, maka masyarakat (terutama di kota-kota besar) menyerbu toko-toko memburu beras. Terjadi peningkatan permintaan terhadap beras sehingga harga beras menjadi naik. Tidak lama kemudian, media masa memberitakan bahwa persediaan beras di gudang-gudang bulog melimpah. Hal yang serupa terjadi pula di pasar valas dan pasar saham. Di kedua pasar ini, faktor isu bahkan menjadi sangat berpengaruh.

Pada awalnya permintaan terhadap barang X digambarkan dengan kurva  $D_0$ , titik keseimbangan terjadi pada saat  $Q$  sebesar  $Q_0$  dan  $P$  sebesar  $P_0$  kemudian pelaku bai' najasy (misalkan penjual barang X) sengaja menciptakan permintaan palsu misalnya

- (1) Menyuruh temannya untuk pura-pura ingin membeli barang X dengan harga di atas harga  $P_0$  sehingga orang-orang tertarik untuk membeli barang tersebut
- (2) Menciptakan isu seakan-akan ada kelangkaan barang X sehingga harga akan naik di atas harga  $P_0$

---

<sup>46</sup> Muhammad Nur Rianto Al Arif Dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi:...*, hlm.282

Akibatnya permintaan terhadap barang X seakan-akan meningkat. Akibatnya pelaku najasy dapat menikmati tambahan profit diatas normal profit dengan cara rekayaa tersebut.

b). *Ihtikar*

*Ihtikar* ini sering kali diterjemahkan sebagai monopoli atau penimbunan. Padahal sebenarnya ihtikar tidak identik dengan monopoli atau penimbunan. Dalam islam, siapaun boleh berbisnis tanpa peduli apakah dia satu-satunya penjual atau ada penjual lain. Menyimpan stok barang untuk keperluan persediaanpun tidak dilarang dalam islam. Jadi monopoli sah-sah saja, demikian pula menyimpan persediaan. Yang dilarang adlah *ihthikar*, yaitu mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.atau istilah ekonominya *monopoly's rent-seeking*. Jadi dalam islam monopoli boleh, sedangkan *monopoly's rent-seeking* tidak boleh.<sup>47</sup>

Tujuan Ekonomi Islam adalah *maslahah* (kemaslahatan) bagi umat manusia, yaitu dengan mengusahakan segala aktivitas demi tercapainya hal-hal yang berakibat pada adanya kemaslahatan bagi manusia, atau dengan mengusahakan aktivitas yang secara langsung dapat merealisasikan kemaslahatan itu sendiri. Aktivitas lainnya demi menggapai kemaslahatan adalah menghindari diri

---

<sup>47</sup>Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami..hlm 223*.

dari segala hal yang membawa mafsadah (kerusakan) bagi manusia.<sup>48</sup>

Suatu kegiatan masuk dalam kategori *ihthikar* apabila tiga unsur berikut terdapat dalam kegiatan tersebut :<sup>49</sup>

- (1) Mengupayakan adanya kelangkaan barang baik dengan cara menimbun stock atau mengenakan *entry barriers*.
- (2) Menjual dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga sebelum munculnya kelangkaan
- (3) Mengambil keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan keuntungan sebelum komponen 1 dan 2 dilakukan.

Pedagang dilarang melakukan *ihthikar*, yaitu melakukan penimbunan barang dengan tujuan spekulasi, sehingga ia mendapatkan keuntungan besar di atas keuntungan normal atau dia menjual hanya sedikit barang untuk mendapatkan harga yang lebih tinggi, sehingga mendapatkan keuntungan di atas keuntungan normal. Dalam ilmu ekonomi hal ini disebut dengan *monopoly's rent seeking*. Larangan ihtikar ini terdapat dalam Sabda Nabi SAW (*Al-Mubarakafuri*), *Dari Ma'mar bin Abdullah bin Fadhlah, katanya, Aku mendengar Rasulullah Saw bersabda, "Tidak melakukan ihtikar kecuali orang yang bersalah (berdosa)". (H.R.Tarmizi)*<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> Panji Adam, *Fatwa-Fatwa Ekonomi Syariah* (Jakarta: Amzah, 2018), hlm 9.

<sup>49</sup> Lukmanul Hakim, "*Distorsi Pasar Dalam Pandangan Ekonomi Islam*", Jurnal Ekomadania Volume 1. Nomor 1. Juli 2017, hlm. 9.

<sup>50</sup> Ain Rahmi, "*Mekanisme Pasar...*" hlm 182

*Ihtikar* adalah salah satu distorsi pasar yang menyebabkan ketidakseimbangan pasar. Al-Nabhani, *ihthikar* adalah menimbun barang-barang kemudian menunggu naiknya harga barang tersebut sehingga dia bisa menjual barang tersebut dengan harga yang tinggi hingga masyarakat sulit menjangkaunya.<sup>51</sup>

c) *Tallaqi Rukban*

Masih dalam pembahasan distorsi pasar pada sisi penawaran, tindakan yang dilakukan oleh pedagang kota (atau pihak yang lebih memiliki informasi yang lebih lengkap) membeli barang petani (atau produsen yang tidak memiliki informasi yang benar tentang harga dipasar) yang masih diluar kota , untuk mendapatkan harga yang lebih murah dari harga pasar yang sesungguhnya. Rasulullah melarang hal ini yang dalam fikih disebut *tallaqi rukban*<sup>52</sup>

Transaksi *tallaqi rukban* dilarang, karena mengandung dua hal, pertama, rekayasa penawaran dengan cara mencegah masuknya barang ke pasar dan yang kedua, mencegah penjual luar kota untuk mengetahui harga pasar yang berlaku. Kegiatan ini juga pernah terjadi pada masa Rasulullah SAW, maka sebagai upaya pendaliannya dilakukan dengan menolak gagasan untuk

---

<sup>51</sup>Gusniarti, Distorsi Pasar Dalam Proses Transaksi Sekuritas Syariah Di Pasar Sekunder, *Jurnal Etikonomi Volume 14 (2)*, (2015), hlm. 165-166.

<sup>52</sup>Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, ...hlm 224.

menerima produsen pertanian sebelum sampai ke pasar dan mengetahui informasi harga pasar.<sup>53</sup>

Inti dari pelarangan ini adalah tidak adilnya tindakan yang dilakukan oleh pedagang kota yang tidak menginformasikan harga yang sesungguhnya terjadi dipasar. Mencari barang dengan harga yang lebih murah tidaklah dilarang namun apabila transaksi jual beli antara dua pihak dimana yang satu memiliki informasi lengkap dan yang satu tidak tahu berapa harga dipasar yang sesungguhnya dalam kondisi demikian dimanfaatkan untuk mencari keuntungan yang lebih, maka terjadilah penzaliman antara pedagang kota dengan petani diluar kota tersebut maka hal inilah yang dilarang.

## 2) *Tadlis*

### a) Pengertian

Secara bahasa *Tadlis* adalah suatu kondisi dimana terjadinya asimetri informasi (kesenjangan informasi) yang sengaja dilakukan oleh salah satu pihak, baik oleh si penjual maupun pembeli agar mendapatkan keuntungan dari pihak yang tidak mengetahui. Sedangkan dalam ekonomi islam adalah *Tadlis* ialah Transaksi yang mengandung suatu hal yang tidak diketahui oleh salah satu pihak. Setiap transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak (sama-sama ridha). *Tadlis* dalam

---

<sup>53</sup>Isnaini Harahap, Dkk. *Hadis-Hadis Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 171

bertransaksi bisa berupa *tadlis* kualitas, kuantitas, harga dan waktu penyerahan.<sup>54</sup> Kondisi ideal dalam pasar adalah apabila penjual dan pembeli mempunyai informasi yang sama tentang barang yang akan diperjualbelikan. Apabila salah satu pihak tidak mempunyai informasi seperti yang dimiliki oleh pihak lain, maka salah satu pihak akan merasa dirugikan akan terjadi kecurangan/penipuan.

b) Macam-Macam *Tadlis*

(1) *Tadlis* dalam Kuantitas

*Tadlis* (penipuan) dalam kuantitas termasuk juga kegiatan menjual barang kuantitas sedikit dengan harga barang kuantitas banyak. Misalnya menjual baju sebanyak satu kontainer. Karena jumlah banyak dan tidak mungkin untuk menghitung satu persatu penjual berusaha melakukan penipuan dengan mengurangi jumlah barang yang dikirim kepada pembeli.

Perlakuan penjual untuk tidak jujur disamping merugikan pihak penjual juga merugikan pihak pembeli. Penjual tidak jujur akan mengalami penurunan utility, begitu juga pembeli yang mengalami penurunan utility. Praktik mengurangi timbangan dan takaran merupakan contoh klasik yang selalu digunakan untuk menerangkan penipuan kuantitas ini. Sedangkan kejahatan ini sering kali terjadi dan menjadi fenomena kecurangan dalam transaksi perdagangan

---

<sup>54</sup>Nurul Huda, Dkk., *Pemasaran Syariah Teoridan Aplikasi* (Depok: Kencana, 2017), hlm. 152.

## (2) *Tadlis* dalam Kualitas

*Tadlis* (penipuan dalam kualitas) termasuk juga menyembunyikan cacat atau kualitas barang yang buruk yang tidak sesuai dengan yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Contoh *tadlis* dalam kualitas adalah pada pasar penjualan komputer bekas. Pedagang menjual komputer bekas. Pedagang menjual komputer bekas dengan kualifikasi pentium III dalam kondisi 80% baik, dengan harga 3.000.000,00. Pada kenyataannya, tidak semua penjual menjual komputer bekas dengan kualifikasi yang sama. Sebagian penjual menjual komputer dengan kualifikasi yang lebih rendah, tetapi menjualnya dengan harga yang sama. Pembeli tidak dapat membedakan mana komputer dengan kualifikasi rendah dan mana komputer dengan kualifikasi tinggi, hanya penjual saja yang mengetahui dengan pasti kualifikasi komputer yang dijualnya.

## (3). *Tadlis* dalam Harga

*Tadlis* (penipuan) dalam harga ini termasuk menjual barang dengan harga yang lebih tinggi atau rendah dari pasar karena ketidaktahuan pembeli atau penjual, dalam fiqh disebut ghaban. Katakanlah seorang musafir datang dari jakarta menggunakan kereta api tiba di Bandung. Katakan pula pasaran harga ongkostaksi untuk jarak itu adalah 12.000,00. Supir taksi

menawarkan dengan harga 50.000,00 setelah terjadi tawar menawar, akhirnya disepakati rela sama rela 40.000,00. Nah meskipun kedua belah pihak rela sama rela namun hal ini dilarang karena kerelaan musafir bukan kerelaan yang sebenarnya.

#### (4). *Tadlis* dalam Waktu Penyerahan

Penipuan jenis ini adalah bila si penjual tahu persis ia tidak akan dapat menyerahkan barang pada besok hari, namun menjanjikan akan menyerahkan barang tersebut pada besok hari. Walau konsekuensi *tadlis* dalam waktu tidak berkaitan secara langsung dengan harga ataupun jumlah barang yang ditransaksikan, namun masalah waktu adalah suatu yang sangat penting.<sup>55</sup>

#### c.) Penyebab Terjadinya *Tadlis*

Faktor perbuatan menipu dan curang memang biasanya tidak muncul begitu saja. Ada banyak faktor dan pemicu seseorang melakukan perbuatan tersebut, yaitu:<sup>56</sup>

- (1) Lemahnya iman, sedikitnya rasa takut kepada Allah dan kurangnya kesadaran bahwa Allah senantiasa mengawasi dan menyaksikan setiap perbuatannya sekecil apa pun.
- (2) Kebodohan sebagian orang tentang haramnya perbuatan curang, khususnya dalam bentuk-bentuk tertentu dan saat

---

<sup>55</sup>Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*,...hlm 229-236.

<sup>56</sup>Amalia Izza Fidza Laily Istigfarin, "Analisis *Praktek Tadlis*,....hlm 57-58 .

perbuatan tersebut sudah menjadi sistem ilegal dalam sebuah lembaga atau organisasi.

- 3) Ketiadaan ikhlas (niat karena Allah) dalam melakukan aktifitas, baik dalam menuntut ilmu, berniaga dan lainnya.
- 4) Ambisi mengumpulkan pundi-pundi harta kekayaan dengan berbagai macam cara. Yang penting untung besar, walaupun dengan menumpuk dosa-dosa yang kelak menuntut balas.
- 5) Lemahnya pengawasan orang-orang yang berwenang untuk melakukan pengawasan terhadap orang-orang yang berada di bawah tanggungjawabnya.
- 6) Kurang percaya diri. Saat seseorang merasa dirinya tidak mampu bersaing dengan orang lain, maka ia tidak jarang melakukan kecurangan untuk menutupi kekurangannya.
- 7) Sikap bergantung kepada orang lain dan malas menerima tanggung jawab.
- 8) Tidak qanaah dan ridha dengan pemberian Allah. Tidak adanya sistem hukum yang efektif untuk membuat jera para pelaku kecurangan.
- 9) Lalai dari mengingat kematian. Ada berbagai faktor lain yang menyebabkan terjadinya suatu tindak kejahatan. Sebagai kenyataannya bahwa manusia dalam pergaulan hidupnya sering terdapat penyimpangan terhadap norma-norma, terutama norma hukum.

d). Dasar Hukum Larangan *Tadlis* dalam Al-Qur'an

Adapun dasar hukum yang terdapat dalam Kitab suci Al-Quran dengan tegas telah melarang semua transaksi bisnis yang mengandung unsur penipuan dalam segala bentuk terhadap pihak lain seperti penggunaan pengawet perenyah maupun pewarna pada makanan. Dalam Al-Qur'an surat Al An'aam ayat 152, Allah SWT berfirman:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا  
الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ  
فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَٰلِكُمْ وَصَّوْنَا بِهٖ لَعَلَّكُمْ  
تَذَكَّرُونَ ١٥٢

Artinya:“Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikul beban kepada seseorang melainkan sekadar kesanggupannya (QS. Al-An'am :152).<sup>57</sup>

Dalam ayat di atas menjelaskan mengenai tepatilah ukuran takaran dan timbangan dengan jujur, adil dan tidak adanya spekulasi dalam menerima atau memberi, menjual atau membeli. Sebab Allah telah mengancam penipuan yang sedikit-sedikit dalam takaran, meteran atau timbangan gram, kilo dan lainnya.<sup>58</sup>

Al-Qu'ran mengaitkan antara dasar-dasar berinteraksi dalam harta, perdagangan atau jual beli dengan akidah untuk menunjukkan sifat agama ini yang menyetarakan antara akidah dan syariat, serta antara ibadah dan muamalah, bahwa semuanya

<sup>57</sup>Lajnah Pentashih, *Mushaf Al-Quran Dan Terjemah*, ...hlm 149.

<sup>58</sup>Salim Bahreisy Dan Said Bahreisy, *Terjemah Singkat Tafsir Ibnu Katsier Jilid III* (Surabaya: PT Bina Ilmu, 1986), hlm 345.

adalah bagian dari unsur utama agama ini. Diantara janji Allah mengatakan berbuat benar tidak ada spekulasi dan adil meskipun terhadap kerabatmu dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil.<sup>59</sup> Dalam ayat lain yaitu surat Al-Huud ayat : 84 Allah berfirman:

وَالِي مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ وَلَا تَنْقُصُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ إِنِّي أَرَاكُمْ بِخَيْرٍ وَإِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ عَذَابَ يَوْمٍ مُّحِيطٍ ٨٤

Artinya: “Dan kepada (penduduk) Madyan (kami utus) saudara mereka, Syu’aib. Ia berkata, “Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tiada tuhan bagimu selain Dia. Dan janganlah kamu kurangi takaran dan timbangan, sesungguhnya aku melihat kamu dalam keadaan makmur dan aku khawatir kepadamu akan azab hari yang membinasakan”.<sup>60</sup>

Kerusakan moral yang dilakukan oleh berbagai kaum disebutkan dalam Al-Qur’an bermacam-macam dan kenyataan ini mesti dicatat. Kerusakan kaum nabi Luth adalah penyimpangan seksual dan kerusakan kaum Syu’aib as dalam hal ini adalah kerusakan ekonomi yakni mengurangi takaran.<sup>61</sup>

Kata-kata nabi ini bisa ditafsirkan sebagai dua alasan bagi mereka. Pertama, mengatakan bahwa dengan menerima nasihat ini, pintu gerbang perdagangan akan berkembang, harga-harga menurun dan kedamaian serta ketentraman akan merata yang akan mendatangkan rahmat Allah SWT atas masyarakat. Kalimat ini bisa juga ditafsirkan bahwa nabi Syu’aib melihat mereka

<sup>59</sup>Sayyid Quthb, *Tafsir Fi Zhilalil Qur’an Jilid 4* (Jakarta: Gema Insani, 2002), hlm 236.

<sup>60</sup>Lajnah Pentashih, *Mushaf Al-Quran Dan Terjemah*,...hlm 231.

<sup>61</sup>Allamah Kamal Faqih Imani, *Tafsir Nurul Qur’an* (Jakarta: Al-Huda, 2005), hlm 78.

berada dalam keadaan makmur dan sangat kaya, jadi tidak ada alasan bagi mereka untuk mengurangi hak-hak orang lain dengan cara mengurangi takaran dan ukuran menjual barang dagangan.

Kedua, nabi juga takut bahwa kekukuhan mereka dalam penyembahan berhala dan menyalahgunakan rahmat Allah akan membawa mereka hukuman di hari pengadilan. Di tengah kaum Nabi Syu'aib as sangat marak terjadi praktik penyimpangan di bidang ekonomi yaitu tindakan mengurangi takaran, penipuan, dan menjual terlalu mahal. Karena itu, nabi Syu'aib setelah berdakwah dan menyeru kepada manusia untuk menyembah Allah. Allah juga mengingatkan manusia agar jangan melakukan perbuatan yang keji dalam transaksi jual beli seperti kecurangan yang dilakukan penjual yang mengolah ikan dengan bahan pengawet seperti formalin agar terlihat segar kembali karena hal tersebut dapat mengakibatkan turunnya azab Allah yang sangat pedih.<sup>62</sup>

### 3) *Taghrir*

Berasal dari bahasa arab yaitu Gharar, yang berarti akibat, bencana, bahaya, resiko dan ketidakpastian. Dalam fiqh muamalah taghrir berarti melakukan sesuatu secara membabi buta tanpa pengetahuan yang mencukupi, atau mengambil resiko sendiri dari suatu perbuatan yang mengandung resiko tanpa ,mengetahui dengan

---

<sup>62</sup>Imam Jalaluddin Al-Mahalli Dan Imam Jalaluddin As-Suyuti, *Tafsir Jalalain* (Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2009), hlm 470.

persis apa akibatnya atau memasuki kancah resiko tanpa memikirkan konsekuensinya.

Menurut Ibn Taimiyah, *gharar* terjadi bila seseorang tidak tahu apa yang tersimpan bagi dirinya pada akhir suatu kegiatan jual beli. Dalam *taghrir* sendiri, dialami oleh kedua belah pihak (baik pembeli maupun penjual). Karena itu, kasus *taghrir* terjadi bila ada unsur ketidakpastian yang melibatkan kedua belah pihak.<sup>63</sup>

Taghrir maupun tadlis keduanya terjadi karena adanya *incomplete information*, namun berbeda dengan tadlis, dimana *incomplete information* ini hanya dialami oleh satu pihak saja, misalnya pembeli saja atau penjual saja. Dalam taghrir *incomplete information* ini dialami oleh kedua belah pihak. Karena itu kasus taghrir terjadi bila adanya unsur ketidakpastian yang melibatkan kedua belah pihak.

a. *Taghrir* dalam kuantitas

Contoh *taghrir* dalam kuantitas adalah sistem ijon. Misalnya petani sepakat untuk menjual hasil panennya (beras dengan kualitas A) kepada tengkulak dengan harga 750.000,00 padahal pada saat kesepakatan dilakukan, sawah petani belum dapat dipanen . dengan demikian kesepakatan jual beli dilakukan tanpa menyebutkan spesifikasi mengenai berapa kuantitas yang

---

<sup>63</sup> Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro...* hlm. 199-200.

dijual padahal harga sudah ditetapkan. Dengan demikian terjadi ketidakpastian menyangkut kuantitas barang yang ditransaksikan.

b. *Taghrir* dalam kualitas

Contoh taghrir dalam kualitas adalah menjual anak sapi yang masih dalam kandungan induknya. Penjual sepakat untuk menyerahkan anak sapi tersebut segera setelah anak sapi itu lahir, seharga 1.000.000,00. Dalam hal ini baik si penjual maupun si pembeli tidak dapat memastikan kondisi fisik anak sapi tersebut bila nanti saat lahir. Apakah akan lahir normal, atau cacat, atau lahir dalam keadaan mati. Dengan demikian terjadi ketidakpastian menyangkut kualitas barang yang ditransaksikan.

c. *Taghrir* dalam harga

*Taghrir* dalam harga terjadi ketika misalnya seorang penjual menyatakan bahwa ia akan menjual satu unit panci merk ABC seharga 10.000,00 bila dibayar tunai, atau 50.000,00 bila dibayar kredit selama lima bulan. Kemudian si pembeli menjawab setuju. Ketidakpastian muncul karena adanya dua harga dalam satu akad. Tidak jelas harga mana yang berlaku. Katakanlah ada pembeli yang membayar lunas pada bulan ke-3 berapa harga yang berlaku? Atau ekstremnya satu hari setelah penyerahan barang, berapa harga yang berlaku? Ekstrem lainnya bagaimana menentukan harga bila dibayar lunas sehari sebelum akhir bulan ke -5 ? dalam kasus ini, walaupun kuantitas dan kualitas barang

sudah ditentukan tetapi terjadi ketidakpastian dalam harga barang karena si penjual dan si pembeli tidak menyepakati satu harga dalam satu akad.

d. *Taghrir* menyangkut waktu penyerahan

Misalkan Adi kehilangan mobil VW beetle-nya. Ida kebetulan sudah lama ingin memiliki mobil VW seperti yang dimiliki oleh Adi dan karena itu ia ingin membelinya. Akhirnya Adi dan Ida membuat kesepakatan. Adi menjual mobil VW yang hilang tersebut kepada Ida seharga 100 juta. Harga pasar VW adalah 300 juta. Mobil akan diserahkan segera setelah ditemukan. Dalam transaksi ini terjadi ketidakpastian menyangkut waktu penyerahan barang. Karena barang yang dijual tidak diketahui keberadaannya.<sup>64</sup>

## **2. Marketplace**

*E-marketplace* yaitu sebuah tempat/wadah penjual dan pembeli melakukan aktivitas permintaan dan penawaran melalui internet. Dengan begitu produk bisa dilihat tanpa pergi ke tempat tersebut<sup>65</sup>. Dalam ketentuan Ekonomi Islam, *e-marketplace* termasuk dalam kategori jual beli pesanan (salam). Jual beli ini adalah jenis pembelian dan penjualan yang diselesaikan dimuka dan penyerahan produk di kemudian hari dengan biaya yang jelas, rincian, jumlah, kualitas, tanggal dan penyerahan produk harus

---

<sup>64</sup> Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi...* hlm 242

<sup>65</sup> Irfan Fahmi, *Kewirausahaan (Teori, Kasus Dan Solusi)* (Bandung: Alfabeta, 2016) hlm 176.

dipenuhi sebelumnya dalam akad.<sup>66</sup> *Smartphone* yang memiliki jaringan internet digunakan oleh masyarakat untuk belanja secara online. Bentuk aplikasi *e-marketplace* yaitu Bukalapak, Tokopedia, Shopee dan banyak lainnya.

### 3. Hadis Ekonomi

*Tadlis* merupakan transaksi yang mengandung suatu hal yang tidak diketahui oleh salah satu pihak (*unknown to one party*). Setiap transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak, mereka harus mempunyai informasi yang sama (*complete information*) sehingga tidak ada pihak yang merasa ditipu/dicurangi karena ada sesuatu yang tidak diketahui oleh salah satu pihak.

Rasulullah sangat menekankan kejujuran dalam kehidupan sehari-hari termasuk dalam proses transaksi jual beli, seperti hadis dibawah ini:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: التَّاجِرُ الصَّدُوقُ  
الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّنَ وَاصِدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ (رواه الأثر مذى)

Artinya : “dari abu sa’id radhiyalahu anhu., katanya: rasulullah Saw. Bersabda ‘pedagang yang jujur yang dapat dipercaya itu bersama para nabi dan orang-orang yang benar serta shuhada’.” (H.R Tirmizi)<sup>67</sup>

Dari hadist diatas dapat ita simpulkan bahwa rasulullah sangat menanamkan kejujuran dalam bertransaksi bahkan kjika kita jujur dan dapat dipercaya maka akan bersama para nabi serta para suhada. Hadis lain yang menjelaskan tentang larangan *tadlis* adalah :

---

<sup>66</sup>Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2007), hlm 90.

<sup>67</sup>HR At-Tirmizi,.

سَأَلَ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنْ يَحْجَرَ عَلَى رَجُلٍ بَعِثَ فِي الْبَيْعِ لِضَعْفٍ فِي عُقْدَتِهِ فَنَهَاهُ عَنِ الْبَيْعِ فَقَالَ: لَا أَصْبِرُ فَقَالَ إِذَا بَايَعْتَ فَقُلْ لَا غِلَابَتَ وَأَنْتَ فِي كُلِّ سِلْعَةٍ ابْتِغْتَهَا بِأَخْيَارٍ ثَلَاثًا

Artinya : "Rasul Saw. telah dimohon kesediaannya untuk melarang seorang laki-laki yang telah merugikan orang lain dalam jual beli, karena terdapat suatu kelemahan di dalam akadnya. Maka beliau melarang orang itu dari jual beli. Kemudian (setelah dilarang), dia berkata: "Aku tidak sabar! Lain beliau bersabda kepadanya: Bila engkau jual beli, katakanlah: Tidak ada tipuan. Dan dalam setiap barang yang engkau beli, dengan dipilih dalam tempo tiga kali." (HR Abu Daud)<sup>68</sup>

Dari hadis diatas jelas Rasul SAW. Melarang kita untuk merugikan orang lain dalam transaksi jual beli. Dan rasul sangat melarang adanya tipuan dalam proses jual beli. Hadis selanjutnya :

وَسُئِلَ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ رَجُلٍ ابْنًا عَ غَلَا مًا فَأَقَامَ عِنْدَهُ مَا شَاءَ أَنْ يُفِيْمَ ثُمَّ وَجَدَ عَيْبًا فَرَدَّهُ عَلَيْهِ. فَقَالَ أَلْبَا يُعُ يَارَسُولَ اللَّهِ قَدِ اسْتَعْلَّ غَلَا مِي، فَقَالَ الْخَرَّاجُ بِالضَّمِّانِ (ذَكَرَهُ أَبُو دَاوُدَ)

Artinya : "Dan Rasul Saw, pernah ditanya tentang seorang laki-laki yang membeli seorang anak kecil, lantas didirikan sekehendaknya di sisi laki-laki itu, kemudian ia mendapatkan suatu 'aib padanya. Maka anak itu dikembalikan kepada penjualnya. Penjual itu berkata kepada Nabi Muhammad Saw: "Ya Rasulullah, anak jualanku itu telah melalui prosedur. Jawab Rasul: 'Hasil itu dengan tanggungan." (HR Abu Daud)<sup>69</sup>

Hadis diatas dapat kita ambil kesimpulan bahwa ketika barang yang kita beli tidak sesuai dengan deskripsi maka boleh untuk membatalkan akad jual beli dan mengembalikan barang tersebut. Jual beli dengan tipuan hukumnya

<sup>68</sup> HR Abu Daud.

<sup>69</sup> HR Abu Daud.

adalah haram, karena perbuatan tersebut merugikan dan menzalimi orang lain. Hadis larangan menipu dalam jual beli selanjutnya adalah:

أَنَّ أَبَا الْحَمْرَاءَ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : مَنْ  
عَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا

Artinya : "Dari Abu al-Hamra, ia berkata: Rasulullah Saw. bersabda: 'Barangsiapa yang menipu, maka dia bukan (golongan) kami.'" (HR Ibnu Majah)

Kejujuran merupakan sifat utama dan kunci dalam pergaulan. Semua orang mendambakan adanya sifat jujur pada dirinya, walaupun ia sering melakukan suatu hal yang tidak jujur. Kata jujur adalah sebuah ungkapan yang sering kali kita dengar dan menjadi pembicaraan. Akan tetapi bisa jadi pembicaraan tersebut hanya mencakup sisi luarnya saja dan belum menyentuh pembahasan inti dari makna jujur itu sendiri. Kejujuran merupakan hal yang berkaitan dengan banyak masalah keislaman, baik itu akidah, akhlak, ataupun muamalah; di mana yang terakhir ini memiliki banyak cabang, seperti masalah jual-beli, hutang-piutang, dan sebagainya.

Sesuatu yang dipercayakan kepada seseorang, baik itu harta, ilmu pengetahuan, dan hal-hal yang bersifat rahasia yang wajib dipelihara atau disampaikan kepada yang berhak menerima, harus disampaikan apa adanya tidak dikurangi atau ditambah-tambahi. Orang yang jujur adalah orang yang mengatakan sebenarnya, walaupun terasa pahit untuk disampaikan. Sifat

jujur atau dapat dipercaya merupakan sifat terpuji yang disenangi Allah.

Lawan dari kejujuran adalah penipuan.<sup>70</sup>

Segala sesuatu yang disembunyikan dalam transaksi jual beli, maka itu disebut *tadlis*/penipuan. Seperti hadis yang sangat ditekankan oleh Rasulullah :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ مَرَّ عَلَى ضَبْرَةٍ طَعَامٍ فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا فَتَأَلَّتْ أَصَابِعُهُ بَلًّا فَقَالَ مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ قَالَ أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَيْ يَرَاهُ النَّاسُ مَنْ عَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي

Artinya : "Dari Abu Hurairah bahwa Rasulullah pernah melewati setumpuk makanan. lalu beliau memasukkan tangannya ke dalamnya, kemudian tangan beliau menyentuh sesuatu yang basah, maka pun beliau bertanya, "Apa ini wahai pemilik makanan?" Sang pemiliknya menjawab, "Makanan tersebut terkena air hujan wahai Rasulullah. Beliau bersabda, "Mengapa kamu tidak meletakkannya di bagian makanan agar manusia dapat melihatnya? Ketahuilah, barangsiapa menipu maka dia bukan dari golonganku."<sup>71</sup>

Sangat jelas sekali bahwa kita tidak boleh menyembunyikan cacat apapun dalam produk yang akan kita jual. Hadis selanjutnya :

دَعْ مَا يَرِيئُكَ إِلَى مَا لَا يَرِيئُكَ فَإِنَّ الصِّدْقَ طُمَأْنِينَةٌ وَإِنَّ الكَذِبَ رِيئَةٌ

“Tinggalkanlah yang meragukanmu pada apa yang tidak meragukanmu. Sesungguhnya kejujuran lebih menenangkan jiwa, sedangkan dusta (menipu) akan menggelisahkan jiwa.”<sup>72</sup>

<sup>70</sup>Iwan Permana, *Hadits Ahkam Ekonomi* (Jakarta: Amzah, 2020) hlm 42.

<sup>71</sup>HR. Muslim No 102.

<sup>72</sup>HR Tirmizi dan Ahmad..

Dalam hadis diatas rasulullah menekankan harus yakin dalam kejujurankarena kejujuran akan menenangkan jiwa dan dusta akan menggelisahlkan jiwa. Hadis selanjunya :

الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا فَإِنَّ تَفَرَّقَا وَبَيْنَا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا  
وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مَحَقَّتْ رَكَّةٌ بَيْنَهُمَا

Artinya : "Penjual dan pembeli memiliki khiyar (pilihan untuk membatalkan atau melanjutkan akad) selama belum berpisah. Jika keduanya berpisah dan berlaku transparan (menjelaskan barang dan harga apa adanya) maka diberikan berkah dalam jual-beli keduanya. Jika keduanya saling menyembunyikan (cacat) dan berdusta maka itu menghanguskan berkah jual-belinya."<sup>73</sup>

Hadis diatas menjelaskan jika cacat yang disembunyikan dalam jual beli maka menghilangkan berkah dalam transaksi tersebut. Hadis selanjunya yaitu:

والاسلام يحرم الغش : والخداع بكل صورة من الصور, في كل بيع وشراء, وفي سائر أنواع المعاملات الانسانية . والمسلم مطالب بالتزام الصدق في كل شؤونه, والنصحة في الدين أغلى من كل كسب دنيوى

Artinya : "Islam mengharamkan seluruh macam penipuan, baik dalam masalah jual-beli, maupun dalam seluruh macam mu'amalah. Seorang muslim dituntut untuk berlaku jujur dalam seluruh usahanya, sebab keikhlasan dalam beragama, nilainya lebih tinggi daripada seluruh usaha duniawi."<sup>74</sup>

Kecurangan atau curang identik dengan ketidakjujuran yang artinya apa yang diinginkan tidak sesuai dengan hati nurani atau memang dari hatinya sudah berniat curang dengan maksud memperoleh keuntungan tanpa bertenaga dan usaha dan sudah tentu keuntungan yang diperoleh secara

<sup>73</sup>HR Al-Bukhari, Muslim, At-Tirmizi, Abu Daud dan Al-Baihaqi..

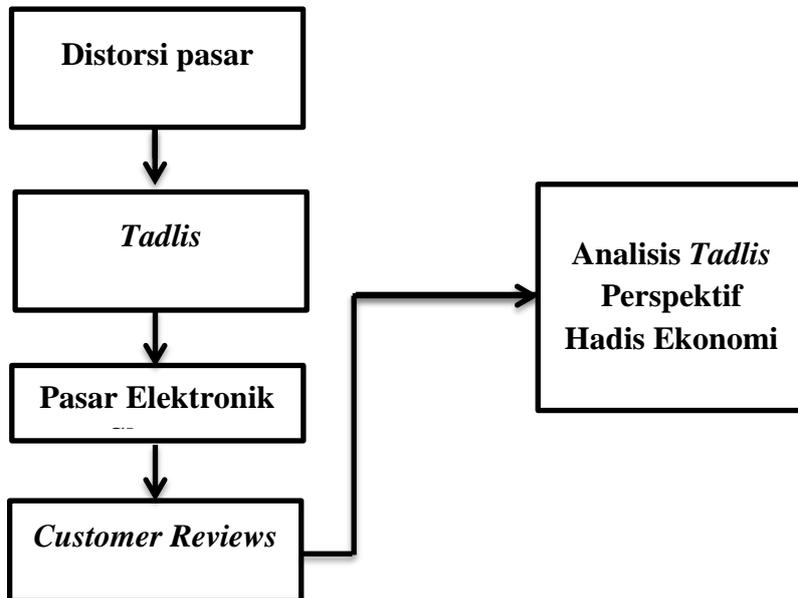
<sup>74</sup>HR Al-Bukhari, Muslim, At-Tirmizi, Abu Daud dan Al-Baihaqi..

tidak wajar. Padahal agama apapun tidak membenarkan orang mengumpulkan harta sebanyak-banyaknya tanpa menghiraukan orang lain, terlebih lagi mengumpulkan harta itu dengan cara yang curan

Hal-hal yang membuat orang berlaku salah satunya dengan perekonomian, salah satu aspek kehidupan nasional yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan masyarakat, yang meliputi produksi, distribusi, serta konsumsi barang dan jasa, dan dengan usaha-usaha untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Kemudian karena kebudayaan, aspek kehidupan yang membentuk segala budaya mulai dari bahasa, pengetahuan teknologi, dan lain-lainnya. Dampak negatifnya dapat menghilangkan kebudayaan asli Indonesia, serta dapat terjadi proses perubahan social di daerah yang dapat mengakibatkan permusuhan antar suku sehingga rasa pemersatu dan kesatuan bangsa menjadi goyah. Apabila budaya asing masuk

Berdasarkan hadis diatas adanya larangan jual beli yang mengandung penipuan dan larangan tersebut menuntut hukum haram dan rusaknya akad serta segala penipuan dalam semua aktifitas manusia termasuk dalam kegiatan jual beli. Perdagangan yang jujur akan mendapatkan keberkahan, sedangkan, jika dalam bertansaksi dilakukan atas dasar ketidakjujuran maka Rasulullah Saw menegaskan bahwa trsansaksi tersebut tidak mendapatkan keberkahan.

### C. Kerangka Berpikir



Distorsi pasar merupakan kondisi pasar yang tidak seimbang dimana terjadi hal-hal yang mengganggu mekanisme pasar yang sudah tersusun rapi. Penyebab terjadinya distorsi pasar adalah ada pihak yang sengaja mereayasa permintaan dan penawaran, *ihtikar*, *tadelis*, dan *taghrir*. Salah satu penyebab terjadinya distorsi pasar adalah *tadelis*. Dalam penulisan ini penulis mencoba menganalisis aspek tadelis yang terjadi dipasar elektronik shopee. Di Shopee kita akan jumpai satu fitur yang dapat dijadikan tempat yang digunakan untuk pelanggan dalam memberikan penilaian atas produk yang telah dibeli atau disebut dengan *customer reviews*. Aspek tadelis yang ditemukan di *customer reviews* selanjutnya akan dianalisis menggunakan hadis ekonomi.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian dan Pendekatan**

Penulisan ini merupakan jenis riset kepustakaan (*library research*). Apa yang disebut dengan riset kepustakaan atau sering juga disebut studi pustaka adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penulisan.<sup>75</sup> Jenis penulisan yang digunakan dalam penyusunan tesis ini adalah penulisan kepustakaan (*library research*) yaitu penulisan yang menggunakan buku-buku sebagai sumber datanya. Dari penjelasan di atas dapat dipahami bahwa penulisan kepustakaan tidak hanya kegiatan membaca dan mencatat data-data yang telah dikumpulkan. Tetapi lebih dari itu, penulis harus mampu mengolah data yang telah terkumpul dengan tahap-tahap penulisan kepustakaan. Disini data yang diambil oleh penulis adalah data aspek *tadlis* yang terjadi di pasar elektronik shopee, khususnya produk jilbab segi empat motif

Secara metodologis, penulisan kepustakaan tergolong dalam jenis penulisan kualitatif, yaitu prosedur penulisan yang menghasilkan data berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati dalam suatu konteks tertentu, dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik. Dalam konteks penulisan kepustakaan, maka data-data diambil dari eksplorasi bahan-bahan pustaka dikaji secara holistik, kemudian dianalisis berdasarkan

---

<sup>75</sup>Mestika Zed, Metode Penulisan Kepustakaan, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta, 2008, hlm. 3

kerangka berfikir atau teori tertentu/ paradigma filosofis yang melandasinya, selanjutnya menggunakan pendekatan tertentu sesuai tujuan penulisan yang ingin dicapai.

Terdapat banyak ragam jenis penulisan kepustakaan, namun dari keseluruhannya dapat dikelompokkan menjadi empat jenis penulisan, yaitu (1) studi teks kewahyuan, (2) kajian pemikiran tokoh, (3) analisis buku teks, dan (4) kajian sejarah. Penulis disini menggunakan jenis kepustakaan kewahyuan yaitu penulisan terhadap hadis atau kitab lain yang membahas masalah *tadlis*. Pendekatan yang digunakan penulisan ini adalah sosiologis. Perspektif sosiologis adalah metode yang menggunakan cara pandang tentang manusia sebagai makhluk sosial dan interaksi yang terjadi di dalamnya. Dalam perspektif keilmuan, sosiologi dapat berfungsi untuk mengetahui dan memahami gejala-gejala social, konflik sosial dan cara-cara yang dapat digunakan untuk menyelesaikannya. Sosiologi adalah ilmu pengetahuan tentang masyarakat, sedangkan masyarakat adalah sekelompok individu yang mempunyai hubungan, memiliki kepentingan bersama, dan memiliki budaya. Sosiologi mempelajari masyarakat, perilaku masyarakat, dan perilaku sosial manusia dengan mengamati perilaku kelompok yang dibangunnya. Sebagai sebuah ilmu, sosiologi tersusun dari hasil-hasil pemikiran ilmiah dan dapat di kontrol oleh orang lain, yang mencakup keluarga, suku bangsa, negara, dan berbagai organisasi politik, ekonomi, sosial. Dalam penulisan ini Pendekatan sosiologis digunakan untuk mengungkapkan fakta dan mencapai kesimpulan

mengenai hal-hal tentang *tadlis* atau penipuan yang terjadi dipasar elektronik Shopee.<sup>76</sup>

## B. Sumber Data

Sumber dalam penulisan ini menggunakan metode dokumentasi. Dokumentasi yaitu catatan peristiwa yang sudah berlalu bisa berbentuk tulisan, gambar atau data angka.<sup>77</sup> Dengan meneliti sejumlah kepustakaan (*library research*), kemudian memilahnya dengan memprioritaskan karya-karya yang telah teruji kebenarannya karya-karya yang hendak dijadikan rujukan diseleksi berdasarkan kompetensi pengarang dan tingkat kebaruan.<sup>78</sup>

### 1. Sumber Primer

Sumber data primer adalah data utama yang menjadi objek penulisan yang dalam penulisan ini yaitu hadis yang berkaitan dengan *tadlis* dalam jual beli. Disini penulis mengambil hadis dari buku hadis ahkam ekonomi, buku ayat-ayat dan hadis ekonomi syariah dan buku lain yang relevan dengan judul tulisan ini.

### 2. Sumber Sekunder

Data sekunder merupakan data yang memberikan penjelasan mengenai data primer. Data sekunder dalam penulisan ini berupa buku-buku, jurnal ilmiah, dan sumber-sumber buku pendukung, internet yang berkaitan dengan tema *tadlis*. Selain itu data *tadlis* diambil dari review konsumen yang telah melakukan pembelian di salah satu toko yang ada di

---

<sup>76</sup>Sugiyono, *Metode Penulisan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 36

<sup>77</sup>Saifudi Azwar, *Metode Penulisan* (Yogyakarta: PT.Pustaka, 2001), hlm.148

<sup>78</sup>Suharsini Arikunto, *prosedur penulisan suatu pendekatan praktek, cet.12* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2008), hlm. 206

*marketplace* Shopee, khususnya produk jilbab segi empat motif, selanjutnya buku lain yang relevan dengan judul tulisan ini, studi kajian konsep perekonomian menurut Alquran, buku Adiwarmanto karim, Ekonomi Mikro Islam.

### C. Seleksi Sumber

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar, dan penulis tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penulis dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. ada 2 cara pengambilan sampel yaitu *random sampling* dan *non random sampling*.

1. *Random Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel di mana semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel, dengan cara undian, cara ordinal dan cara randomisasi.
2. *Non Random Sampling* adalah cara pengambilan sampel yang tidak semua anggota populasi diberi kesempatan untuk dipilih dengan sampel, melalui *quota sampling*, *purposive sampling*, *area sampling*, *proporsional sampling*, *stratified sampling*, *double sampling* dan *combined sampling*.

Populasi dalam penulisan ini adalah seluruh toko jilbab segi empat motif yang memiliki penjualan lebih dari 10.000 yaitu sebanyak 57 toko jilbab segi empat motif. Pengambilan sampel dalam penulisan ini menggunakan *propotional sampling* yaitu pengambilan sampel yang memperhatikan pertimbangan unsur-unsur atau kategori di dalam populasi penulisan. Disini kategori pengambilan sampel adalah:

- a. Toko jilbab segi empat motif
- b. Terdapat aspek *tadlis* dalam *customer reviews* dari jilbab segi empat motif tersebut
- c. Toko yang berdiri ditahun 2021.
- d. Penjualan diatas 10.000

Terdapat 10 toko jilbab segi empat motif yang penjualan diatas 10.000, dari 10 toko terdapat 3 toko yang terdapat aspek *tadlis* didalam *customer reviews* nya. Jadi sampel dari penulisan ini adalah 3 toko jilbab segi empat yang memiliki aspek *tadlis* dalam *customer reviews* di pasar elektronik shopee yang berdiri pada tahun 2021.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Data dikumpul dari bahan primer yaitu yang menjadi objek penulisan yang dalam penulisan ini yaitu hadis yang berkaitan dengan *tadlis* dalam jual beli. serta bahan sekunder yaitu dari data *tadlis* diambil dari *review* konsumen yang telah melakukan pembelian disalah satu toko yang ada di *marketplace* Shopee, khususnya produk jilbab segi empat motif dan buku lain yang relavan dengan judul tulisan ini, studi kajian konsep perekonomian menurut Al-Qu'ran, buku Adiwarman Karim dan Ekonomi Mikro Islam. Setelah bahan dikumpul

akan diteliti dan dipahami. Semua data yang diperoleh akan dan dikumpulkan dan dibagi sesuai dengan klasifikasinya. Selanjutnya disusun secara sistematis menjadi kerangka berfikir untuk dianalisis. Data yang dianalisis dalam penelitian ini adalah data Skunder.<sup>79</sup>

## E. Teknik Analisis Data

Setelah data-data terkumpul selanjutnya dianalisis dengan teknik analisis isi (konten analisis) yaitu menelaah bentuk *tadlis* yang terjadi di pasar elektronik Shopee, khususnya produk jilbab segi empat motif. Selanjutnya menganalisis hadis-hadis yang berhubungan dengan *tadlis*. Kemudian mengumpulkannya secara induktif untuk diambil kesimpulan bagaimana fenomena terjadinya *tadlis* di pasar elektronik Shopee dan bagaimana analisisnya sesuai dengan hadis Rasulullah SAW. Semua data yang terkumpul akan ditulis secara deskriptif analitis, yaitu menampilkan pemecahan masalah yang ada dan dianalisa dengan mendalam.<sup>80</sup>

Berdasarkan pendekatan yang digunakan, analisis isi dibagi menjadi dua pendekatan yaitu analisis isi kuantitatif (*quantitative content analysis*) dan analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*). Dalam perspektif metodologi kuantitatif, analisis isi merupakan salah satu pengukuran variabel, sedangkan dalam metodologi kualitatif, analisis isi berdekatan dengan metode analisis data dan metode tafsir teks<sup>81</sup>. Dalam penulisan penulis menggunakan teknik analisis isi metode analisis data dan tafsir teks dimana penulis berusaha

---

<sup>79</sup>Sugiyono, *Metode Penulisan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 72

<sup>80</sup>Dedy Mulyani, *Metode Penulisan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 63

<sup>81</sup>Henri Subiakto, (1990) Analisis Isi Siaran Berita Nasional Televisi Republik Indonesia. FISIP UNAIR, Surabaya. hlm 165

mengkonstruksi realitas dan memahami maknanya dari sebuah teks bentuk *tadlis* dari *customer reviews* di sebuah toko jilbab yang ada di pasar elektronik Shopee. Ada tiga pendekatan dalam analisis isi, yakni analisis isi deskriptif, eksplanatif, dan prediktif. Penulis disini menggunakan pendekatan Analisis isi deskriptif yaitu analisis isi yang dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan atau suatu teks tertentu. Analisis isi semata untuk deskripsi, menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan.<sup>82</sup>

---

<sup>82</sup>Sujono dan H Abdurrahman, *Metode Penulisan (Suatu Pemikiran dan Penerapan)*, (Jakarta, PT Rineka Cipta, 2005). hlm. 16.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. *Marketplace* Shopee**

##### **1. Sejarah *Marketplace* Shopee**

Shopee adalah aplikasi *marketplace* online yang berguna untuk melakukan aktivitas jual beli yang menggunakan akses internet melalui *smartphone* maupun komputer dengan cepat dan mudah. Perusahaan Shopee merupakan bagian dari Sea Group yang berasal dari Singapura. Lokasinya adalah di 1 Fusionopolis Place, #17-10, Galaxis, Singapore 138522. *Marketplace* online Shopee diluncurkan secara bersamaan di tujuh negara Asia pada tahun 2015. Negara tersebut adalah negara Singapura, negara Malaysia, negara Thailand, negara Taiwan, negara Indonesia, negara Vietnam, dan negara Filipina. *Marketplace* ini mempunyai tujuan yaitu untuk meningkatkan kepuasan pribadi dari pengusaha (pedagang) kecil dan konsumen melalui cara memanfaatkan kemajuan teknologi.

Shopee menciptakan platform yang memfasilitasi bertemunya antara penjual dan pembeli. Sehingga memberikan kemudahan dalam berbelanja yang dapat diakses melalui *smartphone* ataupun laptop. Dapat menggunakan aplikasi yang dapat diunduh melalui Playstore dan AppStore atau juga dapat mengunjungi website Shopee <https://shopee.co.id>. *Marketplace* online Shopee mulai masuk di Negara Indonesia pada akhir bulan Mei 2015 serta beroperasi mulai akhir bulan Juni 2015. Kantor

Shopee di Indonesia terletak di Wisma 77 Tower 2, di Jalan Letjen. S. Parman, Palmerah, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11410, Indonesia. Shopee percaya bahwa perusahaannya dapat membawa perubahan yang lebih baik dengan cara memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini. Seperti halnya menciptakan platform untuk memfasilitasi bertemunya antara penjual (pedagang) dan pembeli. Sehingga dapat tercipta belanja yang menyenangkan dan juga mudah. Nantinya *marketplace* Shopee menjadi pilihan *e-commerce* di Asia Tenggara dan Taiwan

Shopee berdiri tahun 2015 di 7 wilayah berbeda di Asia. Sejarah Shopee di Indonesia sendiri dimulai pada Desember 2015. Saat ini, Shopee dikelola oleh SEA Group yang merupakan perusahaan milik Forrest Li. Shopee didirikan dengan tujuan untuk menyediakan platform yang bisa digunakan baik oleh penjual maupun pembeli dari berbagai belahan Asia Tenggara demi tercapainya dunia yang lebih baik melalui kekuatan transformatif teknologi. Tujuan Shopee juga untuk menawarkan pengalaman berbelanja dan berjualan online dengan berbagai macam pilihan produk, jasa fulfillment yang mudah digunakan dari beragam komunitas social

Sebagai perusahaan *marketplace* ternama di Indonesia, Shopee Indonesia juga memiliki visi dan misi seperti perusahaan pada umumnya. Visi Shopee Indonesia adalah untuk menjadi mobile *marketplace* nomor 1 (satu) di Indonesia. Dengan visi tersebut, Shopee tidak ada hentinya memberikan penawaran dan fasilitas yang bisa dinikmati secara terus

menerus oleh penggunanya. Selanjutnya, untuk misi Shopee sendiri adalah untuk mengembangkan kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia. Dengan hadirnya Shopee di Indonesia, para pemilik UMKM di Indonesia pun juga menjadi makmur karena memasarkan produk pun menjadi semakin mudah.<sup>83</sup> Shopee didirikan oleh mantan pegawai Lazada dan Zalora, yaitu Chris Feng. Founder dan CEO Shopee ini sangat sukses setelah keluar dari Lazada dan Zalora, dan sekarang perusahaan miliknya justru melampaui mereka.<sup>84</sup>

## 2. Visi dan misi shopee

Sebagai perusahaan *marketplace* ternama di Indonesia, Shopee Indonesia juga memiliki visi dan misi seperti perusahaan pada umumnya. Visi Shopee Indonesia adalah untuk menjadi mobile *marketplace* nomor 1 (satu) di Indonesia. Dengan visi tersebut, Shopee tidak ada hentinya memberikan penawaran dan fasilitas yang bisa dinikmati secara terus menerus oleh penggunanya. Selanjutnya, untuk misi Shopee sendiri adalah untuk mengembangkan kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia. Dengan hadirnya Shopee di Indonesia, para pemilik UMKM di Indonesia pun juga menjadi makmur karena memasarkan produk pun menjadi semakin mudah.<sup>85</sup>

---

<sup>83</sup>Ginee, <https://Ginee.Com/Id/Insights/Sejarah-Shopee-Indonesia/> Diakses Pada Hari Jum'at Tanggal 11 Ferbruari 2022 Jam 10.00 WIB

<sup>84</sup>Rini Isfarwati, <https://Riniisparwati.Com/Profil-Perusahaan-Shopee/> Diakses Pada Hari Jum'at Tanggal 11 Ferbruari 2022 Jam 14 00 WIB

<sup>85</sup>Ginee, <https://Ginee.Com/Id/Insights/Sejarah-Shopee-Indonesia/> Diakses Pada Hari Jum'at Tanggal 11 Ferbruari 2022 Jam 10.00 WIB

## **a. Proses Transaksi di *Marketplace* Shopee**

### 1) Berbelanja

- a) Sebelum berbelanja produk yang ada di Shopee ada beberapa hal yang perlu diketahui oleh calon pembeli (pengguna). Telusuri berbagai klasifikasi dan sub-kelas atau menggunakan fitur cari yang ada pada bagian atas halaman depan. Pada halaman barang calon pembeli dapat menghubungi penjual dengan menekan simbol chat dan dapat juga melakukan penawaran.
- b). Klik “Beli Sekarang” produk tersebut otomatis akan masuk ke dalam keranjang, pilihlah produk yang diinginkan, setelah itu kemudian klik checkout barang yang telah dipilih. Kemudian masukkan alamat pengiriman produk, opsi jasa pengiriman, masukkan voucher Shopee (apabila mempunyai voucher), pilih metode pembayaran, kemudian klik “Buat Pesanan”.

### 2) Pembayaran

- a). Kartu Kredit, merupakan pembayaran dengan menggunakan kartu yang diproses melalui saluran pembayaran pihak lain dan jenis kartu kredit yang diakui dapat berfluktuasi tergantung pada lokasi (aturan) tempat pembeli ditemukan. Pembayaran menggunakan kartu kredit dapat dilakukan dengan minimal belanja sebesar Rp. 500.000.
- b) Transfer Bank, pembeli dapat menggunakan pembayaran lewat ATM (Anjungan Tunai Mandiri) atau transfer lewat virtual

account (dicek otomatis). Dengan batas waktu 24 jam setelah pemesanan. Pembeli harus menyertakan bukti transfer pembayaran kepada pihak Shopee untuk keperluan verifikasi melalui “Unggah Bukti Pembayaran”.

- c). ShopeePay, merupakan fitur layanan uang elektronik yang Shopee punya. Fitur ini dapat digunakan untuk metode pembayaran transaksi online maupun offline yang disediakan oleh merchant ShopeePay. Top up ShopeePay maksimal Rp. 2.000.000 untuk pengguna dengan akun yang belum diverifikasi dan Rp. 10.000.000; untuk akun yang telah diverifikasi. Selain itu, fitur ini dapat transfer saldo ke pengguna ShopeePay yang lain. Fitur ini disediakan oleh PT AirPay International Indonesia sesuai dengan ketentuan, syarat, dan juga kebijakan penggunaan layanan ini yang telah ditentukan oleh PT AirPay. Pembayaran dengan menggunakan ShopeePay dapat dilakukan paling lambat 3 jam setelah pemesanan produk.
- d) *Cash On Delivery (COD)*, merupakan layanan yang diberikan oleh Shopee supaya konsumen bisa membayar secara cash kepada jasa pengiriman sesudah menerima produk yang dibeli. Metode pembayaran ini hanya dapat dilakukan pada toko yang telah mengaktifkan *Cash On Delivery* dan berdasarkan jasa kirim yang digunakan.

e) Pembayaran melalui Alfamart, Alfamidi dan Indomart, maupun i.Saku, pembayaran dengan metode ini setelah “Buat Pesanan” maka pengguna (pembeli) akan menerima kode. Kode tersebut kemudian digunakan untuk melakukan pembayaran di salah satu yang dipilih (Alfamart, Alfamidi, Indomart, i.Saku). Setelah melakukan pembayaran kemudian barang akan dikirimkan oleh penjual. Pembayaran menggunakan metode ini dikenakan biaya penanganan sebesar Rp. 2.500. Metode pembayaran yang lain, seperti yang tertera di Situs Shopee. Pembeli dapat mengubah metode pembayaran yang lain sebelum melakukan pembayaran. Shopee tidak mempertanggungjawabkan dan tidak mempunyai kewajiban sama sekali atas segala musibah atau kerugian yang ditimbulkan dari informasi atau data pengiriman dan atau informasi pembayaran yang dimasukkan oleh konsumen atau pengiriman uang yang salah oleh konsumen yang berhubungan dengan pembayaran untuk produk yang dibeli.

### 3). Biaya

Biaya pada *marketplace* Shopee sebenarnya sudah tertulis dalam “Layanan Shopee”. Biaya ini bertujuan untuk pemeliharaan sistem serta meningkatkan layanan. *Marketplace* Shopee membebankan tarif penanganan untuk semua transaksi berhasil yang diselesaikan melalui kartu kredit maupun kartu debit, melalui Alfamart ataupun indomart yang biasa disebut dengan biaya

penanganan. Biaya penanganan ditanggung oleh konsumen serta dapat dihitung sebagai berikut dengan penyesuaian rupiah terdekat.

Jika ada biaya tambahan yang harus dibayarkan, seluruhnya akan dikenakan PPN (Pajak Penghasilan) dan pajak lainnya yang diberlakukan. Semua seller bertanggung jawab atas pajak tersebut. Penjual mengetahui dan menyetujui bahwa Shopee bisa memotong biayanya serta setiap pajak yang berlaku dari Uang Pembelian Pembeli. Shopee harus memberikan tanda terima (faktur) untuk biaya dan pajak yang dibayarkan oleh seller atas permintaan

#### 4) Pengiriman

Jual beli secara online memerlukan jasa kurir pengiriman sebagai kontak yang menghubungkan atau pengirim produk diantara seller dan konsumen. Jasa pengiriman yang dipercaya pada situs online Shopee diantaranya adalah J&T Express, J&T Economy, J&T Jemari, Shopee Express Standard, Shopee Xpress Hemat, Shopee Express Sameday, Shopee Express Instant, Ninja Xpress, ID Express, JNE Regular, JNE YES, JNE Trucking (JTR), Anteraja, SiCepat REG, Sicepat Express, GoSend Instant, Gosend Sameday, GrabExpress Sameday, dan GrabExpress Instant. Demi keamanan pengiriman untuk barang elektronik maupun barang yang mudah pecah terdapat juga layanan asuransi untuk menjamin keamanan produk sampai ke alamat tujuan. Tentunya layanan jasa asuransi ini membutuhkan biaya tambahan. Di *marketplace* Shopee pembeli

dapat memeriksa barang yang telah dikirim maupun yang belum melalui menu akun “Saya” pada bagian “Pesanan Saya”. Jika terdapat tulisan masih dikemas, yang berarti belanjaan belum dikirimkan penjual ke jasa pengiriman. Pembeli juga dapat memeriksa posisi (keberadaan) barang yang telah dikirimkan melalui jasa pengiriman. Caranya yaitu cek langsung melalui situs resmi yang digunakan oleh jasa pengiriman dengan cara memasukkan nomer resi produk yang tertera di Shopee.

#### 5). Klaim (Pengembalian)

Produk atau dana klaim pengembalian merupakan suatu garansi yang diberikan Shopee kepada pihak pembeli. Klaim ini sangat berguna bagi pembeli dikarenakan konsumen dapat merasa aman apabila ada penjual yang mengirimkan produk tidak sesuai dengan yang tercantum dalam deskripsi. Konsumen dapat mengajukan pengembalian produk dan dana karena berbagai alasan. Konsumen dapat memilih untuk menerima alasan yang dikomplainkan seperti pembeli tidak mengirimkan barang dalam 5 hari, ada kesalahan produk, atau yang lain sebagainya beserta buktinya, kemudian pembeli apabila menyetujui akan dikirimkan kembali atau segera mengembalikan dana ke pembeli tanpa pengembalian barang. Klaim Pengembalian terdapat proses yang cukup panjang. Pertama kali membuat atau memvideo unboxing dan juga foto barang yang telah terima untuk digunakan sebagai bukti.

Kemudian klik tombol Rincian Pesanan dan setelah itu mengklik ajukan pengembalian yang ada di pojok kiri bawah. Kemudian memilih alasan kenapa mengajukan pengembalian disertai bukti juga. Kemudian saya klik kirimkan. Pengajuan pengembalian barang atau dana tidak langsung disetujui karena harus menunggu persetujuan dari seller. Jika seller atau penjual tidak setuju atau tidak merespon maka ajuan tersebut dapat di ajukan ke pihak Shopee. Disini Shopee sebagai penengah antara penjual dan pembeli. Masing-masing antara mereka mengirimkan bukti. Kemudian akan diambil solusi yang tidak merugikan salah satu pihak .

#### 6) *Review* Konsumen (Nilai Produk)

*Marketplace* Online Shopee Penilaian produk merupakan kumpulan berupa penilaian dan ulasan pembeli pada produk (barang) tertentu setelah pesanan produk diselesaikan. Nilai produk digunakan untuk mengukur kepuasan pembeli atas pembelian serta pengalaman berbelanja. Hal ini penting bagi calon pembeli yang akan membeli suatu produk sebagai referensi atau sebagai patokan untuk mengetahui apakah produk tersebut memenuhi ekspektasi atau tidak bagi calon pembeli. Penilaian produk memiliki skala 1 sampai 5 bintang, dengan 5 bintang sebagai yang terbaik. Apabila pembeli merasa puas maka akan memberikan penilaian bintang 5. Apabila kurang puas pembeli dapat memberikan penilaian bintang 4 bahkan jika pembeli kecewa dapat memberikan bintang 1. Pembeli dapat

melihat penilaian produk di halaman rincian produk atau di halaman hasil pencarian .

Cara memberikan penilaian terhadap barang yang sudah dibeli adalah setelah pesanan selesai (sudah diterima). Klik tombol Nilai kemudian berikan bintang dari 1- 5, bila ingin menambahkan foto atau video tinggal klik Tambah Foto atau Tambah Video. Kemudian memberikan ulasan, kritik, maupun saran pada kolom yang disediakan. Kemudian klik Kirim yang berada di pojok kanan atas . *Review* (penilaian) konsumen sangat penting bagi calon pembeli yang akan membeli suatu produk. Karena di setiap toko ada informasi atau deskripsi tentang produk yang berbeda, ada yang jelas tetapi juga ada yang tidak. Dengan melihat ulasan-ulasan dari pembeli sebelumnya bisa mengetahui informasi produk dan juga *real pict* maupun video yang dikirim dari pembeli sebelumnya.<sup>86</sup>

## **B. Analisis Praktik *Tadlis* pada Produk Jilbab Segiempat Motif di Pasar Elektronik Shopee Perspektif Hadis Ekonomi**

*Tadlis* yaitu kondisi dimana terjadinya kesenjangan informasi yang disengaja dilakukan oleh salah satu pihak, baik disisi permintaan maupun sisi penawaran agar memperoleh keuntungan dari pihak yang tidak mengetahui. Penulisan ini menganalisis 3 toko jilbab segi empat yang memiliki aspek *tadlis* dalam *customer reviews* di pasar elektronik shopee yang berdiri pada tahun 2021. Dimana 3 toko jilbab online tersebut mendapatkan

---

<sup>86</sup>Amalia Izza Fidza Laily Istigfarin, “*Analisis Praktek Tadlis*, ...hlm 58.

ulasan dari pelanggan yang mengarah pada unsur *tadlis*, 3 toko tersebut adalah Khalisah hijab, Ruthbye232, dan Mama\_in\_fasion. Fenomena *tadlis* yang terjadi di 3 toko ini akan dianalisis menggunakan hadis-hadis ekonomi. Beberapa *customer review* yang memiliki aspek *tadlis* dalam penjualan jilbab segiempat motif di toko Khalisah hijab, Ruthbye232, dan Mama\_in\_fasion adalah sebagai berikut:

No	Toko jilbab	Customer Rivew	Aspek tadlis
1	Khalisah hijab	Customer Rivew dari N***** 4  “ yang dipesan warna hitam yang datang warna putih, ga jadi kepahe dong huh, baru pertama beli ditoko ini dah kecewa. Tolong dong konfirmasi dulu kalo barang yang dipesan habis. ”	Aspek Kualitas
		Customer Rivew dari n*****  “ bahan tipis, warnanya juga pudar, motif tidak seterang yang difoto, sedikit kecewa tapi yaudah deh”	Aspek Kualitas
		Customer Rivew dari s***** k  “pesen 2 tapi yang datang hanya 1, saying sekali, lupa tidak video unboxing, sudah konfirmasi lewat whatshapp tapi bilangnyanya kirim 2, kenyataan sampai disaya hanya 1, penjual mengatakan mungkin ada kurir nakal, tapi pada saat paket datang posisi packing masih rapi”	Aspek Kuantitas

		<p><i>Customer Riwew</i> dari nininghsb18</p> <p>“penjual tidak jujur yang di order motif k279z, yang datang motif polkadot. Kalau tidak ada barangnya konfirmasi dong, jangan sembarang ganti motif sesuka hati. Mending motif yang diganti cantik, ini kalian ganti motif jelek, sangat megecewakan.</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Riwew</i> dari unicorn03</p> <p>“warna yang dipesan apa yang dikirim apa, ga sesuai, kalo ga ada barangnya konfirmasi dulu dong, di chat ga direspon padahal aktif. Buruk anget pelayanannya.”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Riwew</i> dari 5****z</p> <p>“respon penjual sangat tidak ramah, bintang -100 barang sangat tidak sesuai warna di gambar. Kwalitas standar. Warna yang datang sangat berbeda. Mohon diterima maaf ya kalo penilaiannya buruk.”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Riwew</i> dari 05wb3atxmn3</p> <p>“barang jelek, warna pudar, baru sadar ternyaa yang komen bintang 1 rata-rata mengatakan warna yang pudar. Umama palsu.”</p>	Aspek Kualitas

	<p><i>Customer Riwew</i> dari 05wb3atxmn3</p> <p>“warna tidak sesuai foto, dikira hitam ternyata abu-abu ga jelas”</p>	Aspek Kualitas
	<p><i>Customer Riwew</i> dari 05wb3atxmn3</p> <p>“tipis, warna pudar, ukuanya ga sama, dasarnya beda- beda”</p>	Aspek Kualitas
	<p><i>Customer Riwew</i> dari enni92</p> <p>“pesan 2, yang dipesan warna apa, dikirim warna apa, kalo barang kosong konfirmasi dulu dong. Jangan asal kirim mana pesanan pelanggan. Ga amanh sekali tokoh ini.”</p>	Aspek Kualitas
	<p><i>Customer Riwew</i> dari alvhintriwidyanto</p> <p>“saya beli 6 pcs, 2 pcs tidak simetris motif dan lasercut. Awal pesanan saya minta cek kualitas produk sebelum dikirim namun hal tersebut tidak dilakukan oleh penjual. Penjual minta saya ajukan pengembalian dana dan barang. Buang waktu saya ke jasa kirim. Kritik saya.”</p>	Aspek Kualitas
	<p><i>Customer Riwew</i> dari klasik</p> <p>“barang sudah sampai, tapi pengiriman lama banget”</p>	Aspek Waktu
	<p><i>Customer Riwew</i> dari indahfebriana99</p> <p>“agak kecewa sama jilbabnya</p>	Aspek Kualitas

		sisi sama sisinya tidak simetris, lasercut nya tidak rapid an ada sedikit bolong dibagian sisinya, untuk warna sudah sesuai gambar dan pengiriman cepat”	
		<i>Customer Rivew</i> dari 1v3b54kc10  “ kecewa banget padahal pesan beda model namun yang datang model yang sama. Harus teliti lagi jadi penjual”	Aspek Kualitas
		<i>Customer Rivew</i> dari nenitriwahyuningsih18  “pesan warna luna hitam, datangnya putih. Haduh ga bener ni. Kapok saya belanja disini”	Aspek Kualitas
		<i>Customer Rivew</i> dari n****3  “ maaf ya saya pesan warna hijau datangnya warna pink. Kurang amanah apa kurang teliti ya”	Aspek Kualitas
		<i>Customer Rivew</i> dari nengrara  “Alhamdulillah paket sudah sampai proses cepat tapi saya kecewa karena tidak sesuai yang saya pesan 3 warna armi yang dikirim warna abu-abu dan yang lain juga beda semua. Maaf saya kasih bintang 2 karna barang tidak sesuai dan kayak buang uang gitu”	Aspek Kualitas
		<i>Customer Rivew</i> dari desiharsasmita	Aspek Kualitas

		“parah banget kita pesan warna apa yang datng warna apa”	
		<i>Customer Rivew</i> dari rissa “ saya kan pesen warna margenta dan navy tapi yang datang bukan warna itu”	Aspek Kualitas
		<i>Customer Rivew</i> dari e****4 “ini bolong harusnya dicek dulu sebelum dipacking”	Aspek Kualitas
		<i>Customer Rivew</i> dari p*****t “kecewa sih kenapa ga diplastik 1 1 malah disatuan dan diplastikkin jadi satu padahal buat ngasih ke orang malah nambah kerjaan”	Aspek Kualitas
		<i>Customer Rivew</i> dari luli iyi “ kualitas barang jelek, terlalu tipis dan barang pudar semua, sangat berbeda dengan yang digambar. Nyesal beli sekal banyak Hufft.”	Aspek Kualitas
		<i>Customer Rivew</i> dari 11mariaulfa23 “pengiriman lumayan lama, kecewa bahan tipis banget warna pudar, nyesel banget warna beda sama difoto, semoga kedepannya dapat lebih amanah”	Aspek Waktu
		<i>Customer Rivew</i> dari yesimariana	Aspek Kualitas

		<p>“bahan lumayan untuk harga segitu cuman untuk pesanan kayak ga sesuai aja pilih warna putih malah dikirim warna abu-abu”</p>	
		<p><i>Customer Rivew</i> dari lala izza</p> <p>“maaf bintang 3, yang coklat bagus, yang ungu tidak. Warnanya tidak sepekat yang difoto dan udah berbulu tidak halus”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari d****</p> <p>“yang ini warnanya juga beda. Beli warna maroon tapi kusam jadinya pink”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari eulismarfuah</p> <p>“lumayan bagus tapi syang kalo dilipat segitiga ga lurus”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari k****a</p> <p>“bahanya jauh dari scraf, kalo emang kerudung biasa jangan ngklaim bahan scraf”</p>	Aspek Kualitas
2	Ruthbye232	<p><i>Customer Rivew</i> dari shintaindianasari</p> <p>“mengecewakan, ternyata tipis kaku banget motifnya juga ga</p>	Aspek Kualitas

		begitu kelihatan”	
		<i>Customer Riwew</i> dari t12345678910 “pesen warna item yang dikirim warna ijo, kecewa”	Aspek Kualitas
		<i>Customer Riwew</i> dari a****i “baru sekali cuci benang-benang lepas dan tidak bisa dipakai”	Aspek Kualitas
		<i>Customer Riwew</i> dari kqqqmaskiq “kecewa banget pesan maroon yang datang ungu”	Aspek Kualitas
		<i>Costumer Riwew</i> dari ayu30november “ saya pesan warna apa dikirim warna apa, gimana ya kecewa rasanya karna saya untuk jual lagi”	Aspek Kualitas
		<i>Customer Riwew</i> dari d****o “ kecewa sih dikatalog warnanya pink yang nyampe warna keabu-abuan”	Aspek Kualitas

		<p><i>Customer Rivew</i> dari b****n</p> <p>“barang pas, namun kurang sesuai dengan packingannya, jilbab ga dimasukin plastik. Bahan jilbab agak kasar”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari a****8</p> <p>“aslinya nggak dusty lebih ke millo, hmm gpp wes lumayan”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari o****i</p> <p>“warna jilbabnya ga sesuai yang dipesan”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Costumer Rivew</i> dari vitasasti</p> <p>“bahan tipis banget, kirain ga bakal setipis ini, warnanya juga kurang cerah.</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari z****a</p> <p>“inimah bukan merah tapi ke pink-pink tua gitu, padahal sudah Tanya dan konfirmasi dulu kepelapaknya tapi yasudahlah”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Costumer Rivew</i> dari agutus</p> <p>“bagus bahanya, agak kecewa soalnya digambar warna pinggiranya coku tapi ini malah silver”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari adibahijab</p>	Aspek Kualitas

		<p>“maaf saya kasih bintang 2, saya beli 6 tapi hanya satu yang sesuai dengan gambar. Bisa dilihat sendiri tidak sesuai foto, mana pesanan orang. Mungkin lain kali foto disesuaikan dengan barang ready. Sudah complain sih tapi pihak toko ilang mungkin efek cahaya, yaudahlah”</p>	
		<p><i>Customer Rivew</i> dari z****a</p> <p>“sebelumnya maaf saya kasih bintang 3, saya menyesal beli ditiko ini karena tidak sesuai dengan yang difoto dan tidak mau mengganti. Warna yang dipesan hitam yang datang hijau. Terimakasih sebelumnya”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari nonifitriyanti</p> <p>“digambar warnanya hitam, kok pas nyampe warnanya hijau”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari d****o</p> <p>“mengecewakan sekali bahanya tipis warnanya juga tidak sesuai”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari pitapuswita</p> <p>“pesanan tidak sesuai motif”</p>	Aspek Kualitas

		<p><i>Customer Rivew</i> dari apriyanto</p> <p>“ini mah warna abu-abu, digambar jelas-jelas warna biru denim. Padahal beli biar sama dengan gamis tapi jauh banget”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari k****i</p> <p>“bulan Ramadan kemaren beli bahanya bagus, ini beli lagi bahanya berbeda”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari y****3</p> <p>“yang satu bahanya beda agak berbulu”</p>	Aspek Kualitas
3	Mama_in_fashion	<p><i>Customer Rivew</i> dari 1****s</p> <p>“kirain ori padahal engga, bahanya panas”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari d****6</p> <p>“beli 50.000 dapat 2, kirain mah dapat produk ZM beneran, ternyata ga sama dengan ZM asli. Bahan nerawang dan agak kasar, ga ada logo ZM sama sekali.jualan yang juju raja jangan nipu orang jadi ga berkah. Kalo emg ga bermerek ga usah mengatas namakan ZM. Kapok beneran deh, ga lagi-lagi”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari hartatipaputungan</p> <p>“ barang tidak sesuai pesenan yang dipesan jilbab zaskia mecca yang dikirim tanpa merek kalo jualan yang</p>	Aspek Kualitas

		amanah”	
		<p><i>Customer Rivew</i> dari cacaazzahra</p> <p>“order warna hitam coklat yang dating warna hijau, minimal info dulu yah min kalau stok habis jadi kita bisa pilih warna lain, kecewa banget”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari e****7</p> <p>“barangnya tipis banget, brand/merk nyomot dari zaskia mecca, ga recommended banget”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Costumer Rivew</i> dari v****6</p> <p>“produk palsu, gambar awalnya ZM dengan laser cut yang cantk pas diterima, ya allah penipu, laporkan ke ZM nya bisa kena dang a terima lagi di refund. Kita pembeli benerlah cari yang murah tapi bukan barang palsu, kalo jujur ini bukan ZM ga bakal dibeli”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari ilahrohilah</p> <p>“kurang amanah, pesan 7 dikirim 5”</p>	Aspek Kuantitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari r****o</p> <p>“judul didepan tidak sesuai dengan merk asli, diproduksi</p>	Aspek Kualitas

		ditulis ZM”	
		<p><i>Customer Rivew</i> dari Wawadwadhilah</p> <p>“produknya tidak original, pinjam merk biar laku sama aja kayak nipu”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari merlinsilvia</p> <p>“astagfirullah produknya bau menyengat banget, udah dicuci masih bau. Ini bukan produk original ZM, pesen warna hitam yang datang hijau, kecewa.”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari i****d</p> <p>“judulnya ZM, zaskia mecca tapi yang datang bukan produk ZM. Tidak ada labelnya. Mestinya kalau yakin barangnya bagus, tidak perlu menggunakan merk orang lain, supaya pembeli tidak merasa tertipu”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari safika devi</p> <p>“tidak sesuai dengan yang difoto, bahan kasar dan merknya pun tidak ada”</p>	Aspek Kualitas

		<p><i>Customer Rivew</i> dari k****a</p> <p>“kenapa dibuatnya brand zaskia mecca kalau ternyata bukan. Mengecewakan. Not recommended.</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari u****8</p> <p>“bahan panas, nerawang lagi”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari i***y</p> <p>“jilbabnya salah warna, saya pesan warna hitam, Malah yang datang hijau botol. Paahal pengen banget dengan wrana yang saya pilih. Taunya ga sesuai dengan yang saya harapkan. Kainya kasar dan panas sesuai dengan harga. Tapi warna itulah yang beda. Percuma saya return, ngluarin biaya lagi”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari lintangnuswantari</p> <p>“order 4 dikirim 3, meski dikembalikan lagi tapi penjual tidak teliti ketika order masuk”</p>	Aspek Kuantitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari fatihmustafidahyan</p> <p>“bukan produk asli, tidak ada logo ZM dipojok jilbab. Dan baunya juga ga enak.”</p>	Aspek Kualitas
		<p><i>Customer Rivew</i> dari hastate farela</p> <p>“maaf, dideskripsi namanya</p>	Aspek Kualitas

		ZM, kirain jilbabnya zaskia mecca, makanya langsung cekout, yang datang jilbab biasa tidak pakai merk. Kecewa”	
		<i>Customer Riwew</i> dari auwmgqxeqq  “kirain beneran produk ZM, ternyata KW. Udah gitu warnanya beda banget dengan pictnya. Yang wana merah berubah menjadi cok lat. Aromanya juga kurang sedap”	Aspek Kualitas
		<i>Customer Riwew</i> dari yumna2486  “bahan tipis banget dan yang datang kayanya panas deh, mudah-mudahan kalo dicuci adem hehehe”	Aspek Kualitas
		<i>Customer Riwew</i> dari liasafitri  “gambar sama yang datang jauh banget sih warnanya, digambar warnanya item yang dating lebih ke ijo lumut”	Aspek Kualitas

Dari 3 toko tersebut dapat kita jabarkan sebagai berikut:

### **Khalisah hijab**

Khalisah hijab adalah sebuah toko jilbab yang menjual berbagai model jilbab di marketplace shopee, salah satunya jilbab segiempat motif.

Kalisah hijab berdiri pada tahun 2021. Toko ini memiliki 12.000 pengikut

di shopee dan memiliki penjualan lebih dari 10.000. penulis melihat adanya aspek *tadlis* di dalam *customer review* produk jilbab segiempat motif dalam toko ini.

Dari 28 *Customer Rivew* tersebut, dapat kita ambil kesimpulan sementara bahwa aspek *tadlis* di toko Kalisah Hijab pada produk jilbab segi empat motif ini terdapat 89% *tadlis* aspek kualitas, pada aspek kuantitas itu sebanyak 4%, dan aspek waktu penyerahan itu 7%. Sedangkan tidak terdapat aspek *tadlis* dalam harga di toko Kalisah Hijab khususnya produk segi empat motif.

### **Ruthbye232**

Ruthbye232 adalah sebuah toko jilbab yang menjual berbagai model jilbab di marketplace shopee, salah satunya jilbab segiempat motif. Toko ini memiliki 6.200 pengikut di shopee dan memiliki penjualan lebih dari 10.000. Tampak adanya aspek *tadlis* di dalam *Customer Rivew* produk jilbab segiempat motif dalam toko ini.

Dari 20 *Customer Rivew* tersebut, dapat diambil kesimpulan sementara bahwa aspek *tadlis* di toko Ruthbye pada produk jilbab segi empat motif ini terdapat 100% *tadlis* aspek kualitas. Sedangkan tidak terdapat aspek *tadlis* dalam bentuk lain di toko online ini.

### **Mama\_in\_fashion**

Mama\_in\_fashion adalah sebuah toko jilbab yang menjual berbagai model jilbab di marketplace shopee, salah satunya jilbab segiempat motif. Toko ini berdiri ditahun 2021 yang memiliki 6.200 pengikut di shopee dan memiliki penjualan lebih dari 10.000. Tanpa adanya aspek *tadlis* di dalam *Customer Rivew* produk jilbab segiempat motif dalam toko ini.

Dari 20 *Customer Rivew* tersebut, dapat diambil kesimpulan sementara bahwa aspek *tadlis* di toko mama in fasion pada produk jilbab segi empat motif ini terdapat 90% *tadlis* aspek kualitas, pada aspek kuantitas itu sebanyak 10%. Sedangkan tidak terdapat aspek *tadlis* dalam waktu penyerahan dan harga di toko mama in fasion khususnya produk segi empat motif.

Suatu mekanisme pasar dalam Ekonomi Islam diciptakan untuk mencapai suatu keseimbangan pasar. Sangat sulit untuk membuat suatu pasar berjalan sesuai mekanisme yang ditetapkan. Terjadinya gangguan dari dalam maupun dari luar yang menghambat kestabilan mekanisme pasar. Gangguan itulah yang kita sebut dengan distorsi pasar. Distorsi pasar adalah gangguan didalam mekanisme pasar baik dalam permintaan maupun penawaran. Akibatnya mekanisme pasar menjadi tidak optimal dan tidak efisien. Distorsi juga dapat membuat suatu mekanisme pasar menjadi kacau dan berdampak pada sistem ekonomi negara yang melemah dan rentan terkena krisis berkepanjangan

Bentuk-bentuk ditorsi pasar dalam islam adalah rekayasa permintaan dan penawaran, *tadlis*, dan *taghrir*. Penulis disini mengangkat tema tentang *tadlis*. *Tadlis* yaitu kondisi dimana terjadinya kesenjangan informasi yang disengaja dilakukan oleh salah satu pihak, baik disisi permintaan maupun sisi penawaran agar memperoleh keuntungan dari pihak yang tidak mengetahui. Bentuk *tadlis* bisa berupa *tadlis* kauntitas, *tadlis* kualitas, *tadlis* harga dan waktu penyerahan.

Seiring perkembangan zaman, kreativitas yang tinggi mempengaruhi pasar dengan bentuk modern yaitu *e-marketplace*. *e-marketplace* yaitu sebuah tempat/wadah penjual dan pembeli melakukan aktivitas permintaan dan penawaran melalui internet. Dengan begitu produk bisa dilihat tanpa pergi ketempat tersebut<sup>87</sup>. Dalam ketentuan Ekonomi Islam, *e-marketplace* termasuk dalam kategori jual beli pesanan (*salam*). Jual beli ini adalah jenis pembelian dan penjualan yang diselesaikan dimuka dan penyerahan produk di kemudian hari dengan biaya yang jelas, rincian, jumlah, kualitas, tanggal dan penyerahan produk harus dipenuhi sebelumnya dalam akad.<sup>88</sup>

Terlepas dari berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh *e-marketplace* Shopee, transaksi dalam *e-marketplace* Shopee juga sangat rentan dengan *tadlis* (penipuan). Mekanisme yang dilakukan tanpa melihat secara langsung barang yang ditawarkan. Namun berbentuk *pictures*/video barang tersebut. Jadi kita tidak bisa melihat kualitas barang tersebut secara langsung. Dengan alasan

---

<sup>87</sup> Irfan Fahmi, *Kewirausahaan (Teori, Kasus Dan Solusi)* (Bandung: Alfabeta, 2016) hlm 176.

<sup>88</sup> Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2007), hlm 90.

itu banyak yang mengambil kesempatan untuk melakukan penipuan atau dalam bahasa ekonomi islamnya disebut dengan *tadlis*. Kasus unsur *tadlis* pada pola jual beli di *E-Marketplace* Shopee ini terjadi dalam beberapa aspek.

#### 1. *Tadlis* dalam Kuantitas

*Tadlis* (penipuan) dalam kuantitas termasuk juga kegiatan menjual barang kuantitas sedikit dengan harga barang kuantitas banyak. Misalnya menjual baju sebanyak satu kontainer. Karena jumlah banyak dan tidak mungkin untuk menghitung satu persatu penjual berusaha melakukan penipuan dengan mengurangi jumlah barang yang dikirim kepada pembeli.

#### 2. *Tadlis* dalam Kualitas

*Tadlis* (penipuan dalam kualitas) termasuk juga menyembunyikan cacat atau kualitas barang yang buruk yang tidak sesuai dengan yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

#### 3. *Tadlis* dalam Harga

*Tadlis* (penipuan) dalam harga ini termasuk menjual barang dengan harga yang lebih tinggi atau rendah dari pasar karena ketidaktahuan pembeli atau penjual, dalam fiqh disebut *ghaban*.

#### 4. *Tadlis* dalam Waktu Penyerahan

Penipuan jenis ini adalah bila si penjual tahu persis ia tidak akan dapat menyerahkan barang pada besok hari, namun menjanjikan akan menyerahkan barang tersebut pada besok hari. Walau konsekuensi *tadlis* dalam waktu tidak berkaitan secara langsung dengan harga ataupun jumlah

barang yang ditransaksikan, namun masalah waktu adalah suatu yang sangat penting.<sup>89</sup>

Dalam penelitian ini dapat kita tarik bahwa *tadlis* yang terjadi di pasar elektronik shopee khususnya jilbab segiempat motif di tiga toko tersebut yaitu 93% aspek *tadlis* dalam kualitas produknya, 4% aspek *tadlis* dalam kuantitas, dan 3% *tadlis* dalam aspek waktu penyerahan produk. Sedangkan tidak terdapat *tadlis* aspek harga di 3 toko tersebut. Dalam aspek kualitas ini disebutkan bahwa berbedanya warna yang dipesan oleh pembeli dengan warna jilbab yang dikirim oleh penjual sehingga membuat pembeli merasa ditipu oleh pihak toko, selain itu terdapat juga ketidaksesuaian gambar dengan barang yang dikirim oleh penjual, bahan yang kurang baik dan tipis membuat para pembeli/*customer* merasa kecewa dengan produk yang dikirim oleh penjual.

Untuk *tadlis* aspek kuantitas para *customer* ini merasa kecewa karena merasa ditipu oleh penjual karena jumlah jilbab yang dikirim oleh penjual tidak sesuai dengan jumlah yang dipesan oleh *Customer*. Ini merupakan aspek *tadlis* yang membuat *Customer* dirugikan. *Tadlis* dalam aspek waktu penyerahan ini beberapa *Customer* merasa ditipu karena waktu penyerahan barang sangat lama membuat *Customer* merasa kecewa dengan pelayanan toko tersebut.

Dalam ketentuan Ekonomi Islam, *e-marketplace* termasuk dalam kategori jual beli pesanan (*salam*). Jual beli ini adalah jenis pembelian dan penjualan yang diselesaikan dimuka dan penyerahan produk di kemudian hari dengan biaya yang jelas, rincian, jumlah, kualitas, tanggal dan penyerahan

---

<sup>89</sup>Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*,..hlm 229-236.

produk harus dipenuhi sebelumnya dalam akad. Maka yang terjadi pada beberapa toko jilbab segiempat online diatas, pihak pembeli merasa tindakan kezaliman dengan merasa dirugikan yang salah satunya karena deskripsi dan foto barang berbeda dengan barang yang dikirim oleh penjual. Maka transaksi seperti ini terdapat unsur *tadlis* didalamnya. Karena dalam transaksi terjadinya beberapa penipuan oleh penjual. Dengan adanya pola jual beli yang mengandung aspek *tadlis* semacam ini akan memberikan dampak terhadap krisis kepercayaan masyarakat kepada marketplace shopee. Karena salah satu toko yang terdapat unsur *tadlis*, masyarakat awam menganggap semua toko di marketplace itu melakukan penipuan.

Jika hal ini tidak dikritiki maka banyak toko yang akan melakukan hal yang sama dan masyarakat semakin banyak yang tertipu. *Customer review* ini sangat bermanfaat bagi seseorang yang ingin berbelanja di marketplace khususnya shopee untuk melihat bagaimana rating kualitas dari produk yang ingin dibeli. Marketplace shopee ini hadir untuk memudahkan penjual dan pembeli namun jangan sampai ada salah satu pihak yang dirugikan karena adanya unsur *tadlis*. Untuk menghindari penipuan di marketplace dihimbau untuk berhati-hati dalam berbelanja, seseorang harus memperhatikan deskripsi produk dengan teliti selain itu harus memerhatikan rating produk serta *Customer review* produk yang telah ada. *Customer review* sangat mempermudah kita melihat bagaimana komentar pembeli yang telah menerima barang tersebut. Ini bisa kita jadikan acuan untuk melanjutkan pemesanan atau tidak.

Dalam transaksi jual beli, diharapkan adanya transparansi atau kejujuran oleh penjual. Mengenai jual beli di tiga toko jilbab segiempat motif tersebut sistem jual beli hendaknya seorang penjual memperhatikan deskripsi dan foto produk dengan produk yang dikirim benar-benar sama. Dengan demikian akan terhindar dari unsur *tadlis* sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Karena islam menginginkan dalam transaksi jual beli adalah jual beli yang baik.

Kejujuran merupakan sifat utama dan kunci dalam pergaulan. Semua orang mendambakan adanya sifat jujur pada dirinya, walaupun ia sering melakukan suatu hal yang tidak jujur. Kejujuran merupakan hal yang berkaitan dengan banyak masalah keislaman, baik itu akidah, akhlak, ataupun muamalah; dimana yang terakhir ini memiliki banyak cabang, seperti masalah jual-beli, hutang-piutang, dan sebagainya. Orang yang jujur adalah orang yang mengatakan sebenarnya, walaupun terasa pahit untuk disampaikan. Sifat jujur atau dapat dipercaya merupakan sifat terpuji yang disenangi Allah. Lawan dari kejujuran adalah penipuan.<sup>90</sup>

*Tadlis* adalah suatu kondisi dimana terjadinya asimetri informasi (kesenjangan informasi) yang sengaja dilakukan oleh salah satu pihak, baik oleh si penjual maupun pembeli agar mendapatkan keuntungan dari pihak yang tidak mengetahui. *Tadlis* dalam bertransaksi bisa berupa *tadlis* kualitas, kuantitas, harga dan waktu penyerahan.<sup>91</sup>

---

<sup>90</sup>Iwan Permana, *Hadits Ahkam Ekonomi* (Jakarta: Amzah, 2020) hlm 42.

<sup>91</sup>Nurul Huda, Dkk., *Pemasaran Syariah Teoridan Aplikasi* (Depok: Kencana, 2017), hlm. 152.

أَنَّ أَبَا الْحَمْرَاءَ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا

Artinya: "Dari Abu al-Hamra, ia berkata: Rasulullah Saw. bersabda: 'Barangsiapa yang menipu kami, maka dia bukan (golongan) kami.'" (HR Ibnu Majah)<sup>92</sup>

Dari hadis tersebut Rasulullah menekankan kepada kita semua bahwa kita harus berlaku jujur, jika menipu bukanlah golongan nabi Muhammad SAW. Jelas sekali bahwa *tadlis* merupakan tatacara perolehan harta yang diharamkan. Siapa saja memperoleh harta melalui jalan *tadlis*, maka harta itu haram baginya dan Allah akan mencabut berkah dari hasil *tadlis* tersebut.

Hadis lain yang membahas hukum *tadlis* yaitu:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّنَ وَاصِدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ (رواه الأثر مذى)

Artinya: "dari Abu Sa'id radhiyalahu anhu, katanya: Rasulullah Saw. Bersabda 'pedagang yang jujur yang dapat dipercaya itu bersama para nabi dan orang-orang yang benar serta shuhada'." (H.R Tirmizi)<sup>93</sup>

سَأَلَ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنْ يَحْجَرَ عَلَى رَجُلٍ بَعُنُ فِي الْبَيْعِ لِضَعْفٍ فِي عَقْدِ تِهِ فَنَهَاهُ عَنِ الْبَيْعِ فَقَالَ: لَا أَصْبِرُ فَقَالَ إِذَا بَايَعْتَ فَقُلْ لَا غِلَابَتَ وَأَنْتَ فِي كُلِّ سِلْعَةٍ ابْتَعْتَهَا بِأَخْيَارِ ثَلَاثًا

Artinya: "Rasul Saw. telah dimohon kesediaannya untuk melarang seorang laki-laki yang telah merugikan orang lain dalam jual beli, karena terdapat suatu kelemahan di dalam akadnya. Maka beliau melarang orang itu dari jual beli. Kemudian (setelah dilarang), dia berkata: "Aku tidak sabar! Lain beliau bersabda kepadanya: Bila engkau jual beli, katakanlah: Tidak ada tipuan. Dan dalam setiap barang yang engkau beli, dengan dipilih dalam tempo tiga kali." (HR Abu Daud)<sup>94</sup>

<sup>92</sup>HR Ibnu Majah.

<sup>93</sup>HR Tirmizi.

<sup>94</sup>HR Abu Daud.

Dalam hadist diatas Jual beli dengan tipuan hukumnya adalah haram, karena perbuatan tersebut merugikan dan menzalimi orang lain. Sebagaimana Raslullah mencontohkan kepada kita untuk berlaku jujur dalam jual beli. Hadis lain yang membahas tentang *tadlis* :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ مَرَّ عَلَى ضُبْرَةٍ طَعَامٍ فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا فَنَالَتْ أَصَابِعُهُ بَلًّا فَقَالَ مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ قَالَ أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَيْ يَرَاهُ النَّاسُ مَنْ عَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي

Artinya: "Dari Abu Hurairah bahwa Rasulullah pernah melewati setumpuk makanan. lalu beliau memasukkan tangannya ke dalamnya, kemudian tangan beliau menyentuh sesuatu yang basah, maka pun beliau bertanya, "Apa ini wahai pemilik makanan?" Sang pemiliknya menjawab, "Makanan tersebut terkena air hujan wahai Rasulullah. Beliau bersabda, "Mengapa kamu tidak meletakkannya di bagian makanan agar manusia dapat melihatnya? Ketahuilah, barangsiapa menipu maka dia bukan dari golonganku."<sup>95</sup>

دَعْ مَا يَرِيْبُكَ إِلَى مَا لَا يَرِيْبُكَ فَإِنَّ الصِّدْقَ طُمَأْنِينَةٌ وَإِنَّ الْكُذْبَ رِيْبَةٌ

Artinya: "Tinggalkanlah yang meragukanmu pada apa yang tidak meragukanmu. Sesungguhnya kejujuran lebih menenangkan jiwa, sedangkan dusta (menipu) akan menggelisahkan jiwa."<sup>96</sup>

الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا فَإِنَّ تَفَرُّقًا وَبَيْنًا بُورِكٌ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مَحَقَّتْ رَكَّةٌ بَيْعَهَا

Artinya: "Penjual dan pembeli memiliki khiyar (pilihan untuk membatalkan atau melanjutkan akad) selama belum berpisah. Jika keduanya berpisah dan berlaku transparan (menjelaskan barang dan harga apa adanya) maka diberikan berkah dalam jual-beli keduanya. Jika keduanya saling menyembunyikan (cacat) dan berdusta maka itu menghanguskan berkah jual-belinya."<sup>97</sup>

والاسلام يحرم الغش : والخداع بكل صورة من الصور , في كل بيع وشراء , وفي سائر أنواع المعاملات الانسانية . والمسلم مطالب بالتزام الصدق في كل شؤونه , والنصحة في الدين أغلى من كل كسب دنيوى

<sup>95</sup> HR Muslim No 102.

<sup>96</sup> HR Tirmizi dan Ahmad.

<sup>97</sup> HR Al Bukhari, Muslim, At-Tirmizi, Abu Daud dan Al-Baihaqi.

Artinya: “Islam mengharamkan seluruh macam penipuan, baik dalam masalah jual-beli, maupun dalam seluruh macam mu'amalah. Seorang muslim dituntut untuk berlaku jujur dalam seluruh usahanya, sebab keikhlasan dalam beragama, nilainya lebih tinggi daripada seluruh usaha duniawi.”<sup>98</sup>

Beberapa hadist diatas sudah sangat jelas menerangkan bahwa *tadlis* merupakan tatacara perolehan harta yang diharamkan. Siapa saja memperoleh harta melalui jalan *tadlis*, maka harta itu haram baginya dan Allah akan mencabut berkah dari hasil *tadlis* tersebut. Kecurangan atau curang identik dengan ketidakjujuran yang artinya apa yang diinginkan tidak sesuai dengan hati nurani atau memang dari hatinya sudah berniat curang dengan maksud memperoleh keuntungan tanpa bertenaga dan usaha dan sudah tentu keuntungan yang diperoleh secara tidak wajar. Padahal agama apapun tidak membenarkan orang mengumpulkan harta sebanyak-banyaknya tanpa menghiraukan orang lain, terlebih lagi mengumpulkan harta itu dengan cara yang curang.

Hal-hal yang membuat orang berlaku curang salah satunya dengan perekonomian, salah satu aspek kehidupan nasional yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan masyarakat, yang meliputi produksi, distribusi, serta konsumsi barang dan jasa, dan dengan usaha-usaha untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Kemudian karena kebudayaan, aspek kehidupan yang membentuk segala budaya mulai dari bahasa, pengetahuan teknologi, dan lain-lainnya. Dampak negatifnya dapat menghilangkan kebudayaan asli Indonesia, serta dapat terjadi proses perubahan social di daerah yang dapat mengakibatkan

---

<sup>98</sup>HR Al Bukhari, Muslim, At-Tirmizi, Abu Daud dan Al-Baihaqi..

permusuhan antar suku sehingga rasa pemersatu dan kesatuan bangsa menjadi goyah apabila budaya asing masuk.

Kurangnya pengetahuan tentang tata cara berniaga dan berdagang yang baik merupakan salah satu faktor yang meatarbelakangi praktik kecurangan dalam kualitas, kuantitas, dan waktu penyerahan yang terjadi di pasar elektronik shopee khususnya produk segiempat motif ditiga toko tersebut. Maka wajib orang yang terjun didunia perdagangan untuk mendalami hukum-hukum jual beli dalam islam. Tujuannya agar terhindar dari perbuatan curang, riba, dusta, kezhaliman, dan kehilangan berkah. rang-orang yang melakukan praktik kecurangan akan menghadapi hukuman dari allah pada hari yang besar.

Berdasarkan hadis diatas adanya larangan jual beli yang mengandung penipuan dan larangan tersebut menuntut hukum haram dan rusaknya akad serta segala penipuan dalam semua aktifitas manusia termasuk dalam kegiatan jual beli. Perdagangan yang jujur akan mendapatkan keberkahan, sedangkan, jika dalam bertansaksi dilakukan atas dasar ketidakjujuran maka Rasulullah Saw menegaskan bahwa trsansaksi tersebut tidak mendapatkan keberkahan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan fokus dan pertanyaan penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat aspek *tadlis* di *e-marketplace* shopee yang menjual produk jilbab segiempat. Dalam penulisan ini dapat disimpulkan bahwa *tadlis* yang terjadi di pasar elektronik shopee khususnya jilbab segiempat motif di tiga toko online tersebut yaitu 93% aspek *tadlis* dalam kualitas produknya, 4% aspek *tadlis* dalam kuantitas, dan 3% *tadlis* dalam aspek waktu penyerahan produk. Sedangkan tidak terdapat *tadlis* aspek harga di 3 toko tersebut. Dalam aspek kualitas ini disebutkan bahwa berbedanya warna yang dipesan oleh pembeli dengan warna jilbab yang dikirim oleh penjual sehingga membuat pembeli merasa ditipu oleh pihak toko, selain itu terdapat juga ketidaksesuaian gambar dengan barang yang dikirim oleh penjual, bahan yang kurang baik dan tipis membuat para pembeli/*customer* merasa kecewa dengan produk yang dikirim oleh penjual.

Untuk *tadlis* aspek kuantitas para *customer* ini merasa kecewa karena merasa ditipu oleh penjual karena jumlah jilbab yang dikirim oleh penjual tidak sesuai dengan jumlah yang dipesan oleh *Customer*. Ini merupakan aspek *tadlis* yang membuat *Customer* dirugikan. *Tadlis* dalam aspek waktu penyerahan ini beberapa *Customer* merasa ditipu karena waktu penyerahan barang sangat lama membuat *Customer* merasa kecewa dengan pelayanan toko tersebut.

Beberapa hadist sudah sangat jelas menerangkan bahwa *tadlis* merupakan tatacara perolehan harta yang diharamkan. Siapa saja memperoleh harta melalui jalan *tadlis* Allah akan mencabut berkah dari hasil *tadlis* tersebut. Rasulullah menekankan kepada kita semua bahwa kita harus berlaku jujur, jika menipu bukanlah golongan nabi Muhammad SAW. Jelas sekali bahwa *tadlis* merupakan tatacara perolehan harta yang diharamkan. Siapa saja memperoleh harta melalui jalan *tadlis*, maka harta itu haram baginya.

## **B. SARAN**

Setelah penulis menyelesaikan penulisan ini, maka dapat memberikan beberapa saran agar dapat menjadi langkah pijakan dan perbaikan untuk kedepannya khususnya di bidang ekonomi diantaranya sebagai berikut:

1. Para penjual harus mencantumkan deskripsi dan gambar produk yang sesuai dengan produk yang dijual. Selain itu sangat penting bagi penjual jilbab motif ini untuk memahami syarat-syarat jual beli dan etika bisnis islam agar rezeki yang didapatkan menjadi berkah dan bisa mencapai masalah.
2. Bagi para pembeli agar lebih berhati-hati dalam berbelanja, harus memperhatikan deskripsi dari pdroduk dengan baik, serta melihat *rating* dan *customer riview* dari produk agar dapat menghindari penipuan/*tadlis*.

Dari pemaparan tersebut seharusnya para penjual jilbab segiempat tidak melakukan praktik *tadlis*, karena penipuan baik besar maupun kecil tetap saja adalah penipuan. Dimana dalam mencari rezeki allah tidak diperbolehkan mencampuradukkan antara yang haq dan batil karena dapat mengurangi keberkahanya. Untuk mengatasi berbagai hambatan yang terjadi

diperlukan kemauan dari para penjual untuk terus mempelajari tentang ekonomi islam.

## DAFTAR PUSTAKA

- A'yun, Qanitah An Nabila., 2021, "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Populer Di Indonesia." *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam* Vol.1 No. juli 2021, Jawa Timur: Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
- A. Karim, Adiwarmam., 2007 *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Adam, Panji., 2018, *Fatwa-Fatwa Ekonomi Syariah*. Jakarta: Amzah.
- Al-Qardhawi, Yusuf., 1997, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Apipudin., 2016 "Konsep Jual Beli Dalam Islam (Analisis Pemikiran Abdu Al-Rahman Al Jaziri Dalam Kitab A\_Fiqih 'Ala Al Madahib Al-Arba'Ah)." *Jurnal Islaminomic* vol 5, Agustus 2016, Jawa Timur: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jember.
- As-Suyuti, Imam Jalaluddin Al-mahalli, Imam Jalaluddin., 2009, *Tafsir Jalalain*. Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- Ascarya., 2007, *Akad Dan Produk Bank Syariah*. jakarta: Rajawali Pers.
- Asif Lutfiyana., 2021, "Online Buying and Selling Fraud in Indonesia and Its Criminal Law Enforcement." *Jurnal Law Research Review Quarterly* Vol 7, 2021.
- Alawi, M Tholib., 2017, "Aspek *Tadlis* Pada Sistem Jual Beli : Analisis Pada Praktik Jual Beli Pulsa Listrik (Token) Prabayar." *Jurnal Baabu Al-Ilmi Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 2, no. 1, April 2017, Bandung: Pascasarjana UIN SGD.
- Arikunto, Suharsini, 2008, *Prosedur Penulisan Suatu Pendekatan Praktik, Cet.12*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Al-Qardhawi, Yusuf., 1997, *Halal Dan Haram Dalam Islam*. mesir: Al-Muasassah as su'udiyah.
- Anggun Puspitarini Dewi dkk, 2021 "Fraud Risk and Trust on the Intention to Buy of E-Commerce," *Jurnal of Contemporary Accounting* vol 3.

- Bahreisy, Salim., Said Bahreisy, 1986, *Terjemah Singkat Tafsir Ibnu Katsier Jilid III*. Surabaya: PT Bina Ilmu.
- Dedy Mulyani., 2002 *Metode Penulisan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Dewi Anggun Puspitarini.2021, “Fraud Risk and Trust on the Intention to Buy of E-Commerce.” *Jurnal of Contemporary Accounting* vol 3, 2021.
- Endis Sopiandi, dkk., 2017, “Analisis Distorsi Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Journal Of Islamic Economy* Vol. 10, 2017, Bogor: Magister Ekonomi Syariah Universitas Ibn Khaldun.
- Fatimah, ST., 2016, “Analisis Praktik *Tadlis* Pada Masyarakat Kota Makassar (Studi Lapangan Pedagang Buah-Buahan Di Kota Makassar),” No. Xix 2016, Makasar: Dosen Universitas Islam Negeri Makassar.
- Fatarib, Husnul., Suci Hayati., 2020 “Praktik Jual Beli Pada Marketplace Shopee Dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen.” *Jurnal Hukum*, 2020, Lampung: Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Gusniarti., 2015 “Distorsi Pasar Dalam Proses Transaksi Sekuritas Syariah Di Pasar Sekunder.” *Jurnal Etikonomi Volume 14 No 2*, 20 Oktober, 2015.
- Hayati Suci dan Husnul Fatarib, 2020 “Praktik Jual Beli Pada Marketplace Shopee Dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen,” *Jurnal Hukum*, 2020.
- Iwan Permana., 2020, *Hadits Ahkam Ekonomi*. Jakarta: Amzah.
- Izza Fidza Laily Istigfarin, Amalia., 2020 “Analisis Praktik *Tadlis* Dalam Penjualan Kripik Sukun Di Dusun Kedung Nilo Desa Karang Semanding Kecamatan Balung Kabupaten Jember,” Mei 2020, Jawa Timur: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jember.
- Imani, Allamah Kamal Faqih., 2005, *Tafsir Nurul Qur’an*. Jakarta: Al-Huda.
- Irfan Fahmi., 2016. *Kewirausahaan (Teori, Kasus Dan Solusi)*. Bandung: Alfabeta.,
- Istianingsih., 2020, “The Impact of Perceived of Cyber Fraud, Ease of Use and Risk Perception on the Behavior of Using E-Commerce Systems in Indonesia.” *Jurnal of Critical Reviews* vol 07, 2020.
- Kamran Muhammad, Maskun., 2021, “Penipuan Dalam Jual Beli Online: Perspektif Hukum Telematika Muhammad Kamran 1, Maskun2.” *Jurnal Ekonomi* vol 1 no 1 2021, Makasar: Fakultas Hukum Universitas

Hasanuddin.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kamus Versi Online. “distorsi,” n.d.

Kamran, Muhammad., 2021 “Online Selling And Buying Fraud: The Law Of Electronic Transaction Perspective.” *Jurnal Cendekia Hukum* vol 6 no 2 , 2021.

Lam'ah Nasution, Siti., dkk., 2018 “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee,” 2018, Yogyakarta: Magister Manajemen, Universitas Gadjah Mada.

Lajnah Pentashih, 2009, *Mushaf Al-Quran Dan Terjemah*. Jakarta: Pustaka Al Kautsar.

Lubis, dkk, 2020, “Tadlis Dalam Bisnis Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Syariah.” *Jurnal JESKaPe* 4, no. 2, 2020, Aceh: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Lhokseumaw.

Mardani., 2011, *Ayat-Ayat Dan Hadis Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada

Mawardi. 2007, *Ekonomi Islam*. Pekanbaru-Riau: Alaf Riau Graham UNRI Press.

Muhammad Nashiruddin Al-Bani., 2006, *Shahih Sunan Tirmizi, Seleksi Hadits Shahih Dari Kitab Sunan Tirmizi*. Jakarta: pustaka Azzam.

Nur Rianto Al Arif, Muhammad., Euis Amalia., 2016, *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: Kencana.

Nurul Huda, Handi Risza Idris, Mustafa Edwin Nasution, 2009. *Ekonomi Makro Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.

Oeliga Yensi Afita Cindi, 2022, “Hukum Pidana Bagi Pelaku Penipuan Transaksi Elektronik Jual Beli Online (E-Commerce) Di Indonesia *Datin Law Jurnal*, Volume. 3 Nomor. 2, Desember 2022.

Prameswari, Nadia Sigi, dkk, 2019, “Perluasan Jaringan Pemasaran Melalui Kemitraan Dengan” 01, 2019, Jurusan Seni Rupa, Universitas Negeri Semarang, and Gunung Pati.

Pratama, Gama., 2020, “Analisis Transaksi Jual Beli Online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis Di Masa Pandemi Covid

19.” Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam vol 1 no 2 2020, Program Studi Ekonomi Syariah.

Prathama Rahardja, 2008, Mandala Manurung. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Quthb, Sayyid., 2002.. *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an Jilid 4*. Jakarta: Gema Insani.

Rizki Amalia dan Sri Rahayu Gorda, 2019 “Tinjauan Yuridis Hukum Pidana Indonesia dalam Mengatur Perlidungan Hukum Terhadap Transaksi Online (E-Commerce)” *Jurnal Analisis Hukum*, Volume 2, Nomor 1, April 2019

Ruslang, dkk, 2020 “Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(03), 2020.

Ramadani Silalahi Purnama, 2022, “Analisis Keamanan Transaksi E-Commerce Dalam Mencegah Penipuan Online” *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* Vol.1, No.4 November.

Rahmad Fauzan., 2020 “Pengunjung Bulanan Shopee Capai 93 Juta Orang, Geser Tokopedia.”<https://ekonomi.bisnis.com/read/20200824/12/1282601/pengunjung-bulanan-shopee-capai-93-juta-orang-geser-tokopedia>.

Ruslang, Muslimin Kara., Abdul Wahab., 2020 “Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* vol 6 no 3 2020, Makasar: Fakultas Eonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.

Saifudi Azwar, 2001, *Metode Penulisan*. Yogyakarta: PT.Pustaka.

Sugiyono, 2014, *Metode Penulisan Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sulistiyawati, Eka Septiana., Anna Widayani., 2018, “*Marketplace* Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan Umkm Di Kota Blitar” 4, no. 1, 2018, Blitar: Akademi Komunitas Negeri Putra Sang Fajar Blitar.

Setya Sutjipto, Trisnaning., Eko Fajar Cahyono., 2020, “*Tadlis* Dan *Taghrir* Dalam Transaksi Pada *E-Marketplace*.” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 7, no. 5, Mei 2020, Surabaya: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.

Setia Subjipto,Trisnaning dan Eko Fajar Cahyono., 2020, “*Tadlis* Dan *Taghrir* Dalam Transaksi Pada E Marketplace.” *Jurnal Ekonomi Syariah teori*

*dan terapan* vol 7 no 5 Mei 2020, Surabaya: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.

Urfia Awaliah, Andi., Hendi Yogi Prabowo., 2021 “Analisis Peran Polda D.I. Yogyakarta Dalam Pengungkapan Kasus Penipuan Jual Beli Online.” *Jurnal Akunting* Volume 3. 2021, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Winarko, Puji., 2020, “Pengaruh Penerapan Khiyar Dalam Jual Beli Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa FSEI IAI Pangeran Diponegoro Nganjuk).” *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* Volume 7 N 2020, Nganjuk: Fakultas Syaria“ah Dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Pangeran Diponegoro (IAI PD).

## LAMPIRAN

### DATA TOKO JILBAB SEGI EMPAT MOTIF DI MARKETPLACE SHOPEE

NO	Nama Toko	Tahun Berdiri	Pengikut	Penjualan	Penilaian	Aspek Tadlis
1	Botiahijab	2016	1 RB	10.000+	4.8/5	√
2	LESKA LABEL	2018	203,7 RB	10.000+	4.7/5	√
3	Cotton.idn	2021	6.6 RB	10 RB+	4.8/5	×
4	Laviskha Scarves	2021	19.3 RB	10 RB+	4.8/5	×
5	Elzatta Official Shop	2018	914,8 RB	10 RB+	4.8/5	×
6	Itsmostly	2019	96 RB	10 RB+	4.9/5	√
7	hmshijab. Official	2019	18,6 RB	10 RB+	4.8/5	×
8	Youbuy -Shopies	2018	5,3 RB	10 RB+	4.7/5	√
9	Ruthbye	2021	6,2 RB	10 RB+	4.8/5	×
10	Aidahijabers	2016	255 RB	10 RB+	4.8/5	√
11	Jelita Hijab Grosir	2018	15,1 RB	10 RB+	4.8/5	×
12	Khalisah hijab	2021	12 RB	10 RB+	4.8/5	√
13	Alena hijab	2018	125,4 RB	10 RB+	4.7/5	√
14	Maki_ol_shop	2019	90,6 RB	10 RB+	4.8/5	√
15	Luluhijab	2020	21,1 RB	10 RB+	4.7/5	√
16	Kain.Motifku	2020	13,2 RB	10 RB+	4.8/5	√
17	Shofa hijab	2018	84, 7 RB	10 RB+	4.8/5	√
18	MeliAisa	2017	64,1 RB	10 RB+	4.8/5	×
19	madinahijab09	2020	9,3 RB	10 RB+	4.9/5	×
20	MS_HIJAB	2017	78,1 RB	10 RB+	4.7/5	√
21	hmshijab.official	2019	18, 6 RB	10 RB+	4.8/5	√
22	MajuJaya Bersama-FashionOf Hijab	2020	1,7 RB	10 RB+	4.7/5	√
23	Belaihijab	2021	6,5 RB	10 RB+	4.9/5	×
24	Hijabnahgaller	2019	107,4 RB	10 RB+	4.8/5	√

	y					
25	Ruthbye232	2021	6,2 RB	10 RB+	4.8/5	√
26	amel hijab 28	2020	3,2 RB	10 RB+	4.8/5	×
27	MyHijabisthebest	2018	49,7 RB	10 RB+	4.8/5	×
28	Sohib Fashion Of Moeslim	2017	9,1 RB	10 RB+	4.7/5	√
29	MS_HIJAB	2017	78, 1 RB	10 RB+	4.7/5	×
30	Nayla_Hijab	2020	63,3 RB	10 RB+	4.8/5	×
31	charshaf_hijab1	2018	57, 5 RB	10 RB+	4.8/5	×
32	Sasi Official	2020	4,1 RB	10 RB+	4.7/5	√
33	Nanahijabkudus	2017	34,2 RB	10 RB+	4.7/5	×
34	Mama_in_fashion	2021	6,2 RB	10 RB+	4.6/5	√
35	AYY HIJAB COLLECTION	2017	110, 8 RB	10 RB+	4.8/5	×
36	Madinahijab09	2020	9,3 RB	10 RB+	4.9/5	×
37	wbcollection354	2021	7,8 RB	10 RB+	4.9/5	×
38	gerai_hijab	2018	37, 4 RB	10 RB+	4.8/5	×
39	LI JIMIN HIJAB	2021	557	10 RB+	4.8/5	√
40	Quintessa_hijab	2018	16, 3 RB	10 RB+	4.8/5	√
41	Hbdisplay	2019	9,7 RB	10 RB+	4.8/5	×
42	Macroon Shop	2017	25,2 RB	10 RB+	4.8/5	√
43	Rifanihijab	2017	1,3 JT	10 RB+	4.7/5	√
44	Asri Batik	2017	116,6 RB	10 RB+	4.8/5	√
45	Resyacollection	2021	2,1 RB	10 RB+	4.7/5	√
46	Aidahijabers	2016	254, 3 RB	10 RB+	4.9/5	×
47	Hijabmood	2021	54 RB	10 RB+	4.8/5	√
48	Dinalulhijab	2017	50, 7 RB	10 RB+	4.9/5	×
49	Hijabstore	2017	13,7 RB	10 RB+	4.9/5	×
50	Mahascarf	2019	20, 8 RB	10 RB+	4.9/5	×
51	Shofascarf	2018	86 RB	10 RB+	4.8/5	×
52	Fitriyulianti	2018	23,6 RB	10 RB+	4.9/5	×
53	Natasya hijab77	2018	163,2 RB	10 RB+	4.6/5	√
54	Azzahrashop	2018	65,3 RB	10 RB+	4.7/5	×
55	Istanajilbabum	2020	7,2 RB	10 RB+	4.9/5	×

	ama					
56	Algo hijab	2019	1,1 RB	10 RB+	4.8/5	×
57	Jelita Hijab Griosir	2018	15,1 RB	10 RB+	4.8/5	√

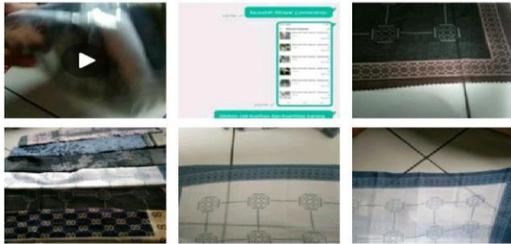


alvintriwidhyanto **Gold** 70



Variasi: k 474 B, K 459 Q, K 470 B...

Saya beli 6 pcs, 2 pcs tidak simetris motif dan lasercut(bisa dilihat d foto)...awal pesanan, saya minta cek kualitas produk sebelum dikirim namun sepertinya hal tsb tidak dilakukan penjual...penjual minta saya ajukan pengembalian dana dan barang, buang waktu saya harus k jasa kirim..kritik saya,thx



03-04-2022 16:56

indahfebrina99\_ **Silver** 3



Variasi: K 70 Q

Agak kecewa sama jilbab nya sisi sama sisi nya tidak simetris, laser cut nya tidak rapih, ada sedikit bolong dibagian sisi nya 😊😊 untuk warna sesuai seperti digambar. Untuk pengiriman nya cepat 😊



08-04-2022 12:47

**Classic** 19



Variasi: Voal motif k 52, Voal motif k 29, Voal motif k 127...

Paketnya sudah sampai.realpic  
Hanya saja pengirimannya lama Banget pokonya



1v3b54kc10 **Gold**



Variasi: 527i auten

Kecewa bgt...pdahal pesan beda model ternyata yg dtng model yg sama,harus teliti lg jd penjual



29-05-2022 19:32

e\*\*\*\*4 **Gold**



Variasi: 247 LL hitam

Ini bolong seharusnya di cek dulu sebelum d packing



14-07-2022 14:59

nenitriwahyuningsih18 **Silver**



Variasi: 470 B luna hitam

Filter variasi >

Tampilan: pesen warna Luna hitam, datang nya putih , hadeuh ga bener niyh ...kapok saya blnja di sini



31-07-2022 11:04

p\*\*\*\*t **Gold**



Variasi: Voal motif k 457

Kecewa sih kenapa ga di plastikin 1 1 malah disatuin baru di plastikin jadi satu padahal buat ngasih ke org malah nambah kerjaan



06-03-2022 16:49

n\*\*\*\*3 **Platinum** 2



Variasi: K 370 DB, K 333 k, 327 k...

maaf ya kak..  
pesan hijau tua dikirimnya pink..  
kurang amanah..  
apa kurang teliti ya..



21-01-2022 09:11

**nengrara.batrisyiaherbal** Silver

★★★★☆

Variasi: K 300 bluberry lilac, K 399 Q, K 396 M...

Alhamdulillah paket dah sampe proses cepat tp sy kecewa krn tidak sesuai yg sy pesan warna nya yg tiga sy beli armi di kirim abu abu trs yg lain juga beda warna semua maf sy kasih dua ya krn tidak sesuai kl mau kasih bintang lima harus sesuai pesanan warna nya kan sayang kayak buang gitu



22-04-2022 11:40

**isnainirofita17** Silver

★★★★☆

Variasi: k 413 AC

Warnanya sangat tidak sesuai gambar. Kecewa bgttttttt 🤔

17-04-2022 12:41

**η\*\*\*\*\_** Platinum

★★★★☆

Variasi: 140 E, K 157 Z/DB

Bahan kain nya kurang bagus, panas, trus bahn kain nya juga bau minyak lampu gt, so bad 🤔

09-03-2022 16:38

**luli\_lyi** Silver

★★★★☆

Variasi: K 386 K, K 363 K, k 62 K...

Kualitas barang jelek.. Terlalu tipis dan warna pudar semua. Sangat jauh beda dengan digambar. Nyesal beli sekali banyak. Huuftt

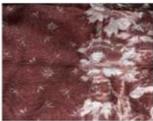
17-01-2022 14:56

**desyharsasmita\_92** Silver

★★★★☆

Variasi: Voal motif k 384, K 338 DB

parah banget kita order jilbab lain dtgnya lain parah !!



21-12-2021 10:17

**r\*\*\*\*e** Silver

★★★★☆

Variasi: K 139 m

Maaaf kok bahan kainnya panas yaaa kk,,pembelinya kecewaa

30-01-2022 21:36

**rissa\_oktafiana** Silver

★★★★☆

Variasi: 398Q neyork magenta, 172... [Filter variasi >](#)

Ukuran: Pas

Tampilan: bahan nya lumayan ya ngga kasar

Warna: tpi wrn nya ga sesuai dngn pesnn sy,,sy kn msn wrn neyork magenta & navy yg dtng bkn wrn itu kcw bgt



24-07-2022 19:35

**11mariaulfa23** Silver

★★★★☆

Variasi: 543 LL BLACK, 294 i

Terimakasih sudah beramanah. Pengiriman lumayan lama kecewaa bahan tipis banget warna pudar. Nyesal banget beda sama di foto. Semoga kedepannya dapat lebih beramanah lagi,



20-05-2022 16:29

**ibusari01** Gold

★★★★☆

Variasi: 39 DP pink, 317 C HL hitammawar

Bagus sih jilbabnya. Tapi warnanya aja bulek. Gx terang kaya kaya bekas make. Apa lgi yg itemn. Bulek banget



**b\*\*\*\*\*a** Silver

★★★★☆

Variasi: K 242 K

Pertamkali beli disini. Lumayan bagus sih hijab mudah dibentuk



24-03-2022 09:27

**yesimariana25** Gold

★★★★☆

Variasi: K 474 B luna putih

Filter variasi >

Bahannya lumayan sih untuk harga segitu cuman untuk pesanan kayak ga sesuai aja pilih warna putih ini abuabu malahan



30-05-2022 18:28

**rinamurni10** Silver

★★★★☆

Variasi: 418 Ac, K 410 Ac

Agak sedikit kecewa kenapa gk ada plastik di setiap jilbab ini cuma 1 kecil. Ini niat saya buat THR kalo kasih begini malu gk ada plastik gini malah kosongan. Maaf saya kasih bintang 3. Lain kali jika pengiriman lagi tolong di berikan plastik jilbab satu² biar kelihatan lebih rapih. Terimakasih 🙏



24-04-2022 13:26

**nuzeanggita** Silver

★★★★☆

Variasi: K 347

hijabnya realpict tapi ternyata ukurannya kecil jadi pendek kalo dipake,, pengiriman super duper lama banget 😞 maaf gambar tidak sesuai karna barang lagi dicuci. 😞



10-04-2022 11:57

**eulismarfuah** Silver

★★★★☆

Variasi: K 391 E

Tampilan: lumayan bagus,,cuman sayang ga sama kalau dilipat segitiga,,ga lurus,,

Warna: navy



04-07-2022 13:26

**lala\_izza** Silver

★★★★☆

Variasi: 315 ZD 1, 436 GN gunung milo

Maaf bintang 3 .. yang coklat baguss..yang ungu ndak warnanya ternyata ndak se pekat difto trs kayak uda berbulu tipis" gitu ndak haluss



23-06-2022 10:42

**karunia186** Gold

★★★★☆

Variasi: 438 LL abu tua

1 jilbab beda motipnya tdk sama saya mesan 2 krn yg makai untk 2 orng ka bisa kasih link kerudung wrna hitam motip bunga ungu saya mau pesan lagi,apakah ada lagi kak?



30-05-2022 18:41

**d\*\*\*\*\*\_** Gold

★★★★☆

Variasi: 315 ZD 1

Yang ini juga maaf fotonya beda.. Aku ambil yg warna maroon.. Warna nya juga kusem ngga bisa tegas.. Jatuhnya bukan maroon tp pink



19-06-2022 14:59

**k\*\*\*\*\*a** Gold

★★★★☆

Variasi: K 165 AK, 539 AU, 543LL...

Bahannya jauh dari scraf kaku. Kalau emang krudung biasa jangan ngeklaim di name produknya scraf



03-05-2022 19:12

 **restiandani123** Gold  

★★★★★

Variasi: K 291 Q

Ga dicek dulu apa sebelum ngirim masa kaya ada defect sama bau apek kaya bekas dipake



08-04-2022 11:40

 **yd39924r0** Gold  

★★★★★

Variasi: K 474 B luna putih, 486 CW... Filter variasi >

**Bahan nya tipis...**

23-06-2022 08:36

 **w\*\*\*\*\*a** Silver  

★★★★★

Variasi: 251 LL

31-07-2022 17:03

**Respon Penjual:**  
Barang yg kita kirim sesuai pesanan yg diminta, ngk masuk akal dibilang penjual buta warna ,yg kita kirim sesuai gambar yg diminta costumer.....

## 2. Ruthbye232

 **t1234568910** Gold  

★★★★★

Variasi: AA 3, AA 37 Filter variasi >

pesen warna item yang dikirim warna ijo, kecewaa



10-06-2022 19:18

 **a\*\*\*\*\*i** Platinum  

★★★★★

Variasi: AA 17 Filter variasi >

Bru sekali cuci, pinggiran jilbab lepas benang2nya n sangat banyak, tidak bisa dipakai

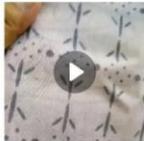
02-07-2022 14:04

 **shintaindianasari** Gold  

★★★★★ Filter variasi >

Variasi: AA 14

Mengecewakan, trnyata tipis ,kaku bgt, motifnya jg g begitu kelihatan



08-05-2022 11:20

 **k\_qqmaskiz** Silver  

★★★★★ Filter variasi >

Variasi: AA 20

Gak sesuai. Kecewa bnget. Di gmbaar wrna maron yg dtang malah ungu



13-04-2022 09:09


**ayu30november** Gold  
 ★★★★★  
 Variasi: AA 50, AA 24, AA 35... Filter variasi >  
 Warna pesan yg ini tp dikirim beda gimana ya kecewa rasanya ..krma saya jual lagi  
  
 14-07-2022 06:36


**o\*\*\*\*k** Silver  
 ★★★★★  
 Variasi: AA 5 Filter variasi >  
 Hijab nya gak sesuai warna yang di pesen kecewa  
 17-04-2022 08:58


**d\*\*\*\*0** Silver  
 ★★★★★  
 Variasi: AA 27 Filter variasi >  
 Kecewa sih sama warnanya, dikatalog sih warnanya pink pas udah nyampe rumah malah warna nya ke abu-abuan 😞😞  
  
 17-08-2022 18:51


**doraemon48** Gold  
 ★★★★★  
 Variasi: AA 14, AA 8, AA 40... Filter variasi >  
 20-06-2022 22:05


**miratalita319** Silver  
 ★★★★★ | Langganan  
 Variasi: AA 15 Filter variasi >  
 Ukuran: Pas ⌵  
 14-07-2022 13:01


**pancahardiyani14** Silver  
 ★★★★★  
 Variasi: AA 8 Filter variasi >  
 01-06-2022 12:31


**baiq\_alvia2497** Platinum  
 ★★★★★  
 Variasi: AA 47 Filter variasi >  
 15-05-2022 20:24


**b\*\*\*\*n** Gold  
 ★★★★★  
 Variasi: AA 2, AA 15, AA 40... Filter variasi >  
 Ukuran: Pas ⌵  
 Barang pas,lengkap.kurang respect sama packingannya asal,jilbab nggk dimasukin plastik,cm ditaro aja plastiknya utk apa juga,bahan jilbab agk kasar,harga sgtu standar aja menurut ku,mana paket lama smpai 7 hari  
  
 09-07-2022 11:30


**vitastasi** Gold  
 ★★★★★  
 Variasi: AA 18, AA 25 Filter variasi >  
 Bahannya tipis bangeetttt 😊 kiran nggk bakal setipis ini. Warnanya jg kurang cerah  
  
 09-06-2022 11:27


**a\*\*\*\*8** Gold  
 ★★★★★ | Langganan  
 Variasi: AA 3 Filter variasi >  
 Aslinya nggk dusty lebih ke miloo. Hem gapapa wes lumayan.  
  
 19-06-2022 14:21


**z\*\*\*\*a** Platinum  
 ★★★★★  
 Variasi: AA 24 Filter variasi >  
 Ini mh bukna merah cabe tapi ke pink tua2 an gitu padahal sudah tanya dan konfirmasi dulu ke pelapaknya mau gimana lagi ya udah lah  
  
 21-07-2022 16:57

**rinieearini** Silver

★★★★☆

Variasi: AA 9

Filter variasi >

Barangnya sudah sampai, barangnya lumayan bagus, tapi sayang sebelum di kirim tidak di priksa dlu barangnya.. Ada yg kotor di bagian gambarnya.. Padahal suka dengan barangnya.. Semoga kedepannya lebih di perhatikan lagi..



25-03-2022 21:47

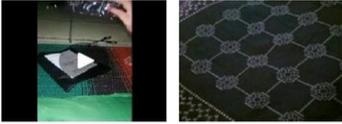
**63qou\_xca4** Silver

★★★★☆

Variasi: AA 38

Filter variasi >

Sangattt bagus . Harganya terjangkau , lain kali order lagi 😊



15-03-2022 16:36

**z\*\*\*\*\*a** Gold

★★★★☆

Variasi: AA 37

Filter variasi >

sebelumnya maaf kasih bintang 3, untuk kali ini saya menyesal beli ditoko ini dikarenakan foto tdk sesuai dan tidak mau mengganti, tapi gppa motif sesuai tapi warna tdk sesuai difoto hitam yg datang warna hijau dg jelas" difoto hitam, terimakasih sebelumnya



14-06-2022 13:23

**Respon Penjual:**  
Maaf kakka warna sudah sesuai kakak..hijau kakak sesuai motif yg dipilih kakak..bukan warna hitam...mungkin karena efek cahaya dari hp kakka ya kak... customer yg order sebelumnya sudah sesuai kakka...terimakasih

**nonitriyantitgrn0910** Gold

★★★★☆

Variasi: AA 5

Filter variasi >

Di gambar warna nya hitam kenapa pas nyampe malaah hijau warna nyaaa



**agutus10** Gold

★★★★☆

Variasi: AA 20

Filter variasi >

Tampilan: bagus

Warna: abu tua

Bagus bahannya 🙌agak kecewa soalnya di gambar warna pinggirannya coku tapi ini malah silver



11-08-2022 13:28

**adibahijab\_id** Platinum

★★★★☆

Variasi: AA 20, AA 41

Filter variasi >

Maaf sya kasih bintang 2 karna sya beli 6 yg sesuai gmbarnya cuma 1 ... Bisa di lihat sendiri tidak sesuai foto . Mana pesanan org.. mungkin lain kali foto di sesuaikan dengan barang ready ... Respon toko sebenarnya sangat baik sudah komplet juga sih tp kata tokok efek cahaya. Ya udah lah gpp



**apriyantoo\_01** Gold

★★★★☆

Variasi: AA 18

Filter variasi >

ini mah warna abu2 🙄 di gambar jelas2 warna biru denim . padahal beli biar senada sama gamisnya tapi warna jauh bgt 🙄



05-03-2022 15:53

**shovianurafia920** Gold

★★★★☆

Variasi: AA 5

Filter variasi >

Kain nya agak keras



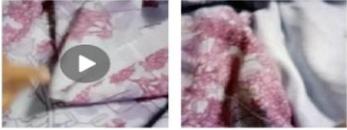
31-07-2022 14:33

**d\*\*\*\*o** Silver

★★★★☆

Variasi: AA 15 Filter variasi >

**Mengecewakan sekaliii,,,jilbabnya tipis,warna juga tak sesuai**



29-04-2022 16:33

**freschagustiana** Silver

★★★★☆

Variasi: AA 5, AA 30, AA 22... Filter variasi >

Tampilan: ak kasih bintang 3 Karena warna hijau dan putih beda bahan . kalo yg 3 lagi bahan nya oke .

01-08-2022 12:50

---

**titapuswita15** Platinum

★★★★☆

Variasi: AA 1, AA 6, AA 26 Filter variasi >

**Pesanan tidak sesuai motif**



01-05-2022 09:27

**k\*\*\*\*i** Platinum

★★★★☆ | **Langganan**

Variasi: AA 40 Filter variasi >

**Bulan ramadhan kemarin beli bahan nya bagus,makannya beli lg trnyata yg datang kasar bahan nya.kecewa**

09-07-2022 15:21

---

**y\*\*\*\*3** Gold

★★★★☆

Variasi: AA 13, AA 33 Filter variasi >

Ukuran: Pas ⓘ

**Yg 1 bahannya beda agak berbulu hemm selalu begitu kalau belik jilbab pasti ada 1 yg lain**

22-06-2022 09:57

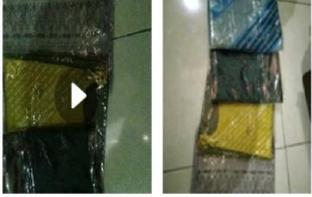
### 3. Mama\_in\_fashion

**1\*\*\*\*s** Gold

★★★★☆

Variasi: hilary, nabila, helen... Filter variasi >

**Kirain ORI..ga tau nya ke...bahannya panas.....**



14-01-2022 11:17

**hartatypaputungan1976** Classic

★★★★☆

Variasi: kendeve hijau, kendeve biru

**Barang tidak Sesuai pesanan yg d pesan Jilbab Zaskia Mecca yg kirim tanpa merek klu jualan yg Amanah 🙏🙏**



19-12-2021 08:04

---

**d\*\*\*\*6** Platinum

★★★★☆

Variasi: bunga navy kuning, lun marun

**Beli 50rb dpt 2 . Kirain mah dpt produk ZM beneran. Trnyata ga samaa dg ZM aslii... bahan menerawang dan agak kasar ga lembut kaya aslinya. Ga ada logo ZM Sm skali. Jualan yg jujur aja, jgn nipu org Jd ga berkah. Klo emg g bermerk ga ush dtulis mengatas namakan ZM. KAPOKKK BENERAN DEH... GA LAGI2..**



29-12-2021 21:28

**caca\_azahra04** Silver

★★★★☆

Variasi: hilary Filter variasi >

**Order warna hitam coklat yang datang hijau, minimal info dulu yah min kalau stok habis jadi kita bisa pilih warna lain, kecewa banget.**



14-04-2022 20:59

e\*\*\*\*7 Gold

★★★★★

Variasi: mawar hitam, ayodhia peach [Filter variasi >](#)

Barang nya tipis banget, brand/merk nyomot bari Zaskia Mecca, ga recommended bgt



09-06-2022 15:47

safika\_devi Silver

★★★★★

Variasi: jeihan

Tidak sesuai dgn yg difoto. Bahan kasar dan merk nya pun tidak ada .



30-05-2022 13:16

v\*\*\*\*6 Platinum

★★★★★

Produk PALSU, gambar awal nya ZM dengan laser cut yang cantik pas diterima... Ya Allah PENIPU, laporin ke ZM nya bisa kena ini dan ga terima lagi direfund. Kita pembeli bener lah cari yg murah tapi bukan BARANG PALSU, kalo jujur ini bukan ZM juga ga akan dibeli




05-10-2021 07:38

b6b93e7wso Silver

★★★★★

Variasi: bunga batik hitam

Barang yg dikirim tidak sesuai pesanan, Seharusnya di lihat apa yg diorder, bukan asal kirim.kurang puas belanja di toko ini



21-05-2022 12:00

ilah.rohilah.26 Platinum

★★★★★

Variasi: scene lilac, winma abu, Sum... [Filter variasi >](#)

Kurang amanah  
Pesan 7 dikirim 5  
Chat nya jg kurang ramah  
Pengembalian dana ok  
Ga bakal beli lg disini

17-06-2022 13:08

k\*\*\*\*a Silver

★★★★★

Variasi: bunga arabic merah, minah... [Filter variasi >](#)

Kenapa di buatnya brand zaskia mecca kalau ternyata bukan. Mengecewakan 😞. Not recommended



19-07-2022 20:35

r\*\*\*\*0 Silver

★★★★★

Variasi: minino hijau, jeihan, Tulips p... [Filter variasi >](#)

Judul di depan tidak sesuai dengan merk asli dari produknya ditulis zm ternyata diketerangan baru ditulis bukan zm, jadi harus lebih teliti sebelum membeli karena ada jebakan batman. Kualitas jauh dari ekspektasi dg merk zm yg ori, uda gitu karena kita gak teliti saat memmbeli jd gak bisa dreturn

30-05-2022 08:41

u\*\*\*\*8 Platinum

★★★★★

Variasi: hilary, lun putih [Filter variasi >](#)

Bahan panas nerawang lagi!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!



03-01-2022 19:22

wawadwadihah Platinum

★★★★★

Variasi: Fhyra hitam syari, Es navy [Filter variasi >](#)

Produknya tidak original,,hanya pinjem merek biar laku,, sama aja kaya nipu...

17-07-2022 23:33

merlinsilvia Gold

★★★★☆

Variasi: hilary

Filter variasi >

Astaghfirullah kerudungnya bau nyengat bgt. Udah dicuci masih bau. Ini bukan produk original ZM. Order warna hitam. Yg datang hijau. Kecewa.

04-05-2022 06:30

richmaknaee Gold

★★★★☆

Variasi: hilary

Filter variasi >

Di foto keliatan warna hitam tapi pas datang warna hijau tua. Ini saya yg buta warna kali ya hmmm



22-04-2022 23:09

1\*\*\*\*d Silver

★★★★☆

Judulnya adalah ZM Zaskia Mecca, tetapi ternyata bukan produk ZM, tidak ada labelnya. Mestinya kalau yakin barangnya bagus, tidak perlu menggunakan merek orang lain, supaya pembeli tidak merasa tertipu.



22-10-2021 15:04

l\*\*\*\*y Silver

★★★★☆

Variasi: hilary

Filter variasi >

Jilbab nya salah warna,saya pesan nya warna hitam,malah yg dteng hijau botol😭,pdhl pengen bngt sama warna yg saya pilih,taunya gak sesuai sama yg saya harapkan,kain nya kasar dan panas,susuai sih sama harga,tp warna itu lho salah kirim😭,kecewa..mau direturn jg percma,saya hrs ngeluarn biaya lg kan😭



28-02-2022 06:42

lintangnuswantari Platinum

★★★★☆

Variasi: misraya abu coklat, misraya dusty ping, misraya must... order 4 dikirim 3 Walaupun dikembalikan endingnya, tp penjual tidak teliti jika ada orderan masuk.



06-04-2022 19:40

auwmgqxeq Gold

★★★★☆

Variasi: nonomi, winma merah, helen

Kirain beneran produk ZM, ternyata KW, udah gitu warnanya beda banget sama pictnya.... Yg warna merah berubah jd coklat, yg krem, kuning berubah jd kehijau-hijauan..... Udah gitu aromanya kurang sedap....



11-02-2022 16:37

fatihmustafidahyan Gold

★★★★☆

Variasi: hilary

Filter variasi >

Bukan produk asli.tidak ada logo ZM dipojok jilbab. Ini baunya jg gak enak klo zm baunya harum



04-03-2022 19:39

c\*\*\*\*3 Silver

★★★★☆

Variasi: biuning, syari Oligana coklat, misraya mustard... Ukuran: Pas

Tidak sesuai dengan info... Gak ada merk nya yang 1 ada nama nya deaney saya kira ZM semua ternyata random... Yang lain ga ada nama nya... Kirain bener ZM lagi promo... Bahan lumayanlah sesuai harga...



10-04-2022 21:33

hastati\_farela Silver  
★ ★ ★ ★ ★

Variasi: hilary, oligana coklat, oligan...

Filter variasi >

Maaf..dideskripsi namanya ZM. Kirain jilbabnya zaskia Mecca..makanya langsung check out. Yg datang jilbab biasa tdk pakai merk. Kecewa



24-02-2022 12:44

Respon Penjual:

amin terimakasih kk semoga berkah dan kami akan selalu berusaha sebaik mungkin terimakasih bintang 5 nya alhamdulillah semoga order kembali terimakasih

ulvameilani Gold  
★ ★ ★ ★ ★

Variasi: ambiee kuning

Filter variasi >

Ukuran: Pas ⓘ

Frrgkiiiiikkiiuhgrrrrdsswwwwwwww



12-07-2022 09:04

lrasatrr\_ Gold  
★ ★ ★ ★ ★

Variasi: hilary

Filter variasi >

Gambar sama yang Dateng jauh banget sih warnanya. Di gambar item, yang Dateng lebih ke ijo lumut



18-05-2022 12:58

hx4dwfua8 Gold  
★ ★ ★ ★ ★

Variasi: mawar hitam

Filter variasi >

Pesanan diterima dengan kondisi baik. Kualitas kurang mungkin karena harga yang relatif murah.



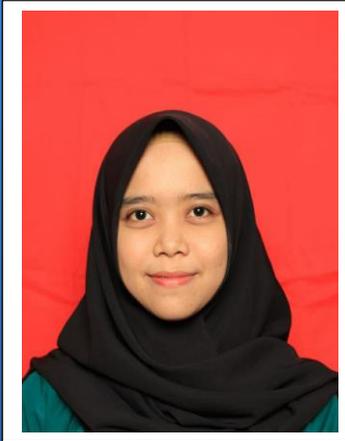
20-05-2022 09:34

yumna2486 Gold  
★ ★ ★ ★ ★

Variasi: Es navy, kendeve hitam

Bahan tipis banget dan kayaknya panas deh di pake sle kle di pegang jg kemrisik apa sih ya bahasanya panas gitu lah.... Mdh2an klo dah cuci jd adem hehehe

# Suci Dayanti, S.E



## PROFIL

Tanggal Lahir : Lubuk Linggau 19 Juli 1998  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Status : Single  
Negara : Indonesia  
Agama : Islam

## KONTAK

 082176499075

 [sucidayanti07@gmail.com](mailto:sucidayanti07@gmail.com)

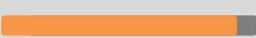
 Jl. Lintas bengkulu padang. Desa Air Buluh Kec. Ipuh, Kab. Mukomuko, Provinsi Bengkulu

## KEMAMPUAN

Manajemen Waktu 

Kerja Sama Tim 

Komunikasi 

MS Office Word 

MS Office Exel 

MS Power Point 

Bahasa Indonesia 

Bahasa Inggris 

## HOBBI

- Travelling
- Playing Badminton

## PENGALAMAN KERJA

**Relawan pajak di KPP Argamakmur (Maret 2020)**  
Melayani wajib pajak untuk melakukan lapor pajak tahunan.

**Asisten Lab. Perbankan syariah (29 Mei 2018- 04 November 2019)**  
Sebagai teller melayani nasabah

## RIWAYAT PENDIDIKAN

2016-2020  
**Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu**  
**Dengan IPK 3,93 yudicium Cumlaude**

## RIWAYAT ORGANISASI

2018-2019  
**Anggota Ksei Sem C IAIN Bengkulu**

2017-2019  
**Anggota Rumah Kedelai Bliten IAIN Bengkulu**

2017-2018  
**Sekretaris Himpunan Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu**



FAKULTAS  
ILMU AGAMA ISLAM

PROGRAM STUDI  
MAGISTER  
ILMU AGAMA ISLAM

Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II YOGYAKARTA  
Telp dan Fax (0274) 523637

Website : master.islamic.uui.ac.id  
Email: msi@uui.ac.id

**SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI**

**No: 1/Perpus/IAIPM/IV/2023**

**Assalamu'alaikum War. Wab.**

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Suci Dayanti  
Nomor Induk Mahasiswa : 20913057  
Konsentrasi : Ekonomi Islam  
Dosen Pembimbing : Dr. Siti Achiria, SE., MM  
Fakultas/Prodi : Prodi Ilmu Agama Islam Program Magister FIAI UUI  
Judul Tesis :

**ANALISIS PRAKTIK TADLIS PADA CUSTOMER REVIEWS PERSPEKTIF  
HADIS EKONOMI (STUDI PADA PRODUK JILBAB DI PASAR ELEKTRONIK  
SHOPEE TAHUN 2022)**

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan **Turnitin** dengan hasil kemiripan (similarity) sebesar **4 % (empat persen)**.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

**Wassalamu'alaikum War. Wab.**

Yogyakarta, 3 April 2023

Kaprodi IAIPM



Dzulkifli Hadi Imawan, Lc., M.Kom.I., Ph.D.